



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية

بعنوان

استخدام منصات التواصل الاجتماعي في
الاتصال لدى الجماعات المحلية
دراسة ميدانية ببلدية عين الرحمة

الطالب: مهدي سفيان

- حراش عبد النور

الأستاذ المشرف: مرواني محمد



السنة الجامعية: 2020/2019



الحمد والشكر

الحمد لله الذي هدانا إلى نور العلم و ميزنا بالعقل الذي يسير طريقنا
أحمدك يا رب حمدا يقابل ما تزايد من النعم ، والشكر لك علي ما أعطيتني من الفضل و
الكرم فإنني لا أحصي ثناء عليك أنت كما أثنيت على نفسك
أحمدك يا ربي علي ما أجمع علي من نعمة الإسلام و الإيمان
أحمدك يا ربي علي ما علمتني ما لو أكن أعلم ووفقتني لإنجاز هذا البحث و أسألك أن
توفقتني للمزيد
كما أتقدم بالشكر الجزيل و الخالص مع فائق التقدير و الاحترام إلى مشرفي الأستاذ
مروان محمد الذي لم يبخل علي بالإرشادات و التوجيهات لإتمام هذا البحث

إهداء

إلى من رضاها عندي هو سر نجاحي و توفيقتي و صدق دعواتهما إنفراج
مهمومي و أحزاني :والدي ووالدتي الكريمين حفظهما الله وأطال في
عمرهما

إلى قرة عيني ورفيقة دربي زوجتي الكريمة حفظها الله و أدامها لي
سندا في الحياة .

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث المتواضع من قريب أو من بعيد

فهرس المحتويات:

بسملة

شكر وتقدير

إهداء

فهرس المحتويات

مقدمة أ-ب

1 الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية وتساؤلات الدراسة: **Erreur ! Signet non défini.**

2- فرضيات الدراسة: 2

3- أهداف الدراسة : 3

4- أهمية الدراسة : 3

5- أسباب اختيار الموضوع : 4

6- ضبط مفاهيم و مصطلحات الدراسة: 4

7-منهج الدراسة : 7

8-أدوات جمع البيانات: 8

9-حدود الدراسة: 8

10-الدراسات المشابهة: 9

11..... الإطار النظري للدراسة.

12..... الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

13..... تمهيد:

1-مواقع التواصل الاجتماعي..... 13

1-1-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي..... 14

1-2-تعريف مواقع التواصل الاجتماعي : 14

1-3-خصائص منصات التواصل الاجتماعي : 16

1-4- ايجابيات و سلبيات منصات التواصل لاجتماعي : 17

18.....	خلاصة الفصل:
19	الفصل الثاني: ماهية الجماعات المحلية.
20.....	تمهيد:
22.....	1-أسباب الأخذ بنظام الجماعات المحلية.
24.....	2 - التنظيم الإداري للبلدية :
28.....	3 - خصائص البلدية :
29.....	4 - التطور التاريخي للبلدية.
35.....	الفصل الثالث : ماهية الاتصال
36.....	1 - مفهوم الاتصال
38.....	2- تطور الاتصال
40.....	3 - أشكال الاتصال
43.....	4 - تكنولوجيا الاتصال الحديثة
44.....	4-1- أهم مستحدثاتها.
45.....	4-2- مميزات تكنولوجيا الاتصال
46.....	الاطار التطبيقي للدراسة.
47.....	تمهيد:
48.....	النتائج:
72.....	تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:
75.....	خاتمة:
.....	قائمة المصادر و المراجع:
.....	قائمة الجداول:
.....	ملاحق

منذ فجر التاريخ الإنساني تميزت الكائنات الاجتماعية بسيادة شيخ القبيلة ومجلسه بهدف ضمان الاستقرار والأمن الاجتماعي ، وقد كانت هذه الكيانات المحلية تمثل صورة مصغرة للحكومة والنواة الأساسية للمجالس البلدية أو القروية بلغة العصر الحديث ، ثم تطورت الحكومات الصغيرة إلى قيام الدولة المدنية بمراحلها المختلفة ، وبمجرد ظهور الدولة الحديثة توسعت نشاطاتها وخدماتها لدرجة أنه أصبح أمر توزيع الوظائف الإدارية والمهام الحكومية مسألة ذات أولوية قصوى لزيادة الفاعلية والكفاءة في تقديم الخدمات المحلية للمواطنين ، وبما أنه يتعذر على الحكومة تسيير أقاليمها بنفسها والاطلاع على حقيقة أوضاعها وتلبية حاجيات أفراد هذه الأقاليم من خلال أجهزة مركزية تجهل حقيقة الواقع المحلي ، فإنها تعمد إلى إيجاد آليات تمكنها من تلبية حاجيات الأفراد محليا من خلال إشراكهم في تسيير أقاليمهم بأنفسهم ضمن أطر وتنظيمات لا تؤثر على كيان الدولة الواحدة .

تمثل هذه الأطر في الغالب الجمع بين عنصر منتخب كممثل للشعب (المجالس المحلية المنتخبة) وعنصر آخر ممثل للإدارة (مجالس وأجهزة إدارية معينة) يشكل هذا التزاوج بينهما المفهوم العضوي للجماعات المحلية .

ونظرا للتطور الكبير الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، والذي امتد تأثيره إلى كافة جوانب الحياة العامة ، والذي أحدث تغييرا جوهريا في شكل ودور الإدارات والأجهزة الحكومية وعلاقتها مع بعضها البعض ومع المواطنين ، إذ ظهرت العديد من المصطلحات الجديدة كالتجارة الإلكترونية ، الإدارة الإلكترونية

والجزائر لم تكن في منأى عن التطورات الحاصلة في العالم ، فقد اتجهت أهداف السياسة العامة للجزائر في السنوات الأخيرة إلى بناء مجتمع المعلومات ويظهر هذا من خلال الخطاب الرسمي للمسؤولين والبرامج التنموية الهادفة إلى تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وذلك لضمان التواصل الجيد مع المواطنين قصد السهر على نجاح وتجسيد برامج التنمية المحلية .

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية وتساؤلات الدراسة

2- فرضيات الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أهمية الدراسة

5- أسباب اختيار الموضوع

6- ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة

7- منهج الدراسة

8- أدوات جمع البيانات

9- حدود الدراسة

10- الدراسات المشابهة

الإطار المنهجي :

الإشكالية :

إن التطور التكنولوجي الذي عرفه القرن العشرين أحدث ثورة اتصالية حيث ظهرت العديد من الوسائل والتقنيات الاتصالية الجديدة والمتطورة ، ومن أهم ثمار هذه الثورة نجد شبكة الأنترنت التي أتاحت للعالم فرصة التعارف والتواصل وذلك من خلال ما تمتلكه من أدوات التفاعل بين المرسل والمستقبل وقدرتها على النقل الحي والسريع للمعلومات واستخدامها للوسائط المتعددة كالصوت والصورة الثابتة والمتحركة وتبادل الرسائل بين أطراف العملية الاتصالية والجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال الجماهيري . فبفضل ما تكتسيه الأنترنت من مميزات استطاعت أن تدخل البيوت والمؤسسات ومختلف الإدارات وأصبح لها دور لا يستهان به في حياة الفرد والمجتمع .

ومن بين القطاعات الحساسة التي غزتها التكنولوجيا الحديثة نجد إدارة الجماعات المحلية ، هذا القطاع الهام الذي يمثل اللبنة الأساسية في بناء أية دولة كانت ، ونظرا لتثعب وظائفه وتعاملاته مع الهيئات الأخرى وحتى مع المواطنين كان لزاما عليه استخدام التكنولوجيا الحديثة لتسريع وتيرة العمل وتحسين الأداء المهني وضمان تواصل جيد مع المواطنين والسلطات العليا .

وعلى ضوء هذا نطرح الإشكال التالي :

- ما واقع الاتصال داخل إدارة الجماعات المحلية ؟
- هل تعمل الجماعات المحلية الجزائرية على تحسين صورتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي؟
- هل تعاني إدارة الجماعات المحلية من خلل في الاتصال يضعف من مكانتها ودورها ؟

- كيف تساهم منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية؟
- كيف يوظف العامل منصات التواصل الاجتماعي في عمله ؟
- ما هي الحاجات والدوافع التي تكمن وراء استخدام إدارة الجماعات المحلية لمنصات التواصل الاجتماعي في فضاء العمل؟

1- فرضيات الدراسة:

- تساهم منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال داخل الجماعات المحلية من خلال تغيير واستحداث أسلوب عمل جديد.

-
- يوظف العامل هذه الوسائل في بيئة عمله من أجل التفاعل والاتصال .
 - الحاجات والدوافع التي تكمن من وراء استخدام الموظفين لمنصات التواصل الاجتماعي هي حاجات لها علاقة بالعمل .

3- أهداف الدراسة :

- من المنطقي أن يكون وراء كل عمل هدف نسعى لتحقيقه والوصول إليه حتى يتسنى لنا تخطي كل الصعوبات و العراقيل وتجاوزها وذلك بالوقوف على الأهداف التالية:
- محاولة إثراء البحوث العلمية في هذا الميدان خصوصا لحدثة الموضوع.
- معرفة مدى تفهم العينة المدروسة لموضوع البحث .
- التدريب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية ، وكذا التحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي .

4- أهمية الدراسة :

- تعود أهمية دراسة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية لعدد من الاعتبارات أهمها :
- الأهمية التي يكتسبها الإعلام الجديد إذ برزت أهميته و تأثيراته في سيرورة العمل الإداري، لدرجة أن البعض أطلق على الفترة الزمنية التي نحيها توصيفا مرتبطا بالإعلام الجديد أو احد المصطلحات المرتبطة به ،أو الوسيط الذي يحمل للجماهير (شبكات الانترنت) أو زمن شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من المسميات.
- حدثة الظاهرة ، الإعلام الجديد بما فيه منصات التواصل الاجتماعي التي باتت تدور حولها الدراسات الإعلامية ودائما ما تصاحب الدراسات حول الموضوعات الحديثة تبياننا نسبيا يعود لاختلاف المداخل و الأطر التي يتم تناولها الظاهرة من خلالها.

5- أسباب اختيار الموضوع

5-1- الأسباب الذاتية :

- الفضول والميل لمعرفة الكثير عن موضوع بحثنا، كونه يندرج ضمن الإطار العام لاهتماماتنا العلمية و البحثية.
- باعتبارنا نعيش في جيل يعرف بالجيل الشبكي واهتمامه بالتكنولوجيات الحديثة مازادنا رغبة في التعرف على سبب نجاح منصات التواصل الاجتماعي في استمالة عدد كبير جدا من المستخدمين لاسيما الجماعات المحلية.
- القناعة التامة بالدور الذي تلعبه الجماعات المحلية في التنمية بكل أبعادها ن فهي الحجر الأساس لبناء الدولة .
- توضيح الرؤى والحصول على حقائق مجردة عن هذا الموضوع ، والتوصل إلى نتائج وتوصيات بهذا الشأن يمكن الاستفادة منها في المستقبل .

5-2- الأسباب الموضوعية :

- التوافد الكبير على هذه المواقع من خلال متابعتنا للإحصائيات حول المشتركين فيها من قبل عمال الجماعات المحلية.
- ملاحظة العمال الذين يستخدمون هذه المنصات ومعرفة مدى تأثيرهم و تفاعلهم.
- انتشار الظاهرة و الإقبال الكبير ولاسيما من قبل عمال البلدية على منصات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في أدائهم الوظيفي.

6- ضبط مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

6-1- منصات التواصل الاجتماعي :

6-1-1. المفهوم الاصطلاحي:

منصات التواصل الاجتماعي " social media " وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ، وموقع التشبيك الاجتماعي " social Networking sites " وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف

الأفراد من أجل التواصل وإقامة علاقات ، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة ، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشأ صفحة خاصة ، وينشر فيها سيرته وصوره .

6-2- مفهوم الاتصال :

6-2-1- التعريف الإصطلاحي:

تعني كلمة **communication** التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين وهي تنطبق على عنصر القصد والتدبير ، وهذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني **communis** بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة بمعنى شائع ومألوف ، كما أرجع البعض هذه الكلمة إلى الأصل **common** بمعنى عام أو مشترك ومن هذه المفاهيم يتضح لنا أن الاتصال عملية تتضمن (المشاركة، التفاهم) حول (موضوع ، فكرة) لتحقيق (هدف،برنامج) .

ويعرف أيضا على أنه عملية نقل أو تحويل فكرة ما من شخص (مرسل) إلى شخص آخر (مستقبل) وهو عبارة عن عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات كما يعرف بأنه عملية إرسال واستقبال رموز ورسائل سواء كانت هذه الرموز شفوية أو كتابية أولفظية وغير لفظية .

والاتصال في المجال الإداري فيقصد به عادة تلك العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (هابطة ، صاعدة ، أفقية) داخل الهيكل التنظيمي وخارجه بحيث تيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين .

التعريف الإجرائي :

يقصد بالاتصال هنا تلك العملية التي تتم من خلالها نقل المعلومات من المرسل (المتمثل في الإدارة المحلية) إلى المستقبل (المتمثل في الجمهور) .

6-3- الاستخدام :

المفهوم الاصطلاحي : مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة غالب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى ، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية ، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة ، وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان ، ويعرف الاستخدام : " بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل ، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد ، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل .(1)

والاستخدام في مجال الأنترنت يتخذ مفهومين هما:

الاستخدام العام : وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام .

الاستخدام الخاص : وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل مثل : (التجارة الإلكترونية ، البيع والشراء) .

المفهوم الإجرائي : نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الفعل الذي يربط الموظفين ورؤساء المصالح في إدارة الجماعات المحلية بمنصات التواصل الاجتماعي أي تعاملهم وتفاعلهم معها والاستخدام بحد ذاته سلوك اتصالي ظاهري يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية .

6-4- الجماعات المحلية :

المفهوم الإجرائي : يقصد بالجماعات المحلية مجموعة الهيئات اللامركزية للدولة ، وهي جزء لا يتجزأ من الدولة ، وتعد أسلوبا من أساليب التنظيم الإداري والذي يعني توزيع الوظيفة الإدارية بين السلطات المركزية في الدولة والهيئات الإدارية المنتخبة التي تمارس مهامها تحت رقابة هذه السلطات على المستوى المحلي .

6-5- بلدية عين الرحمة : هي إحدى البلديات الفتية المنبثقة عن التقسيم الإداري الجديد لسنة 1984 ، حيث كانت تابعة لبلدية القلعة من قبل، يبلغ عدد سكانها 13612 نسمة حسب إحصاء 2008 ، مساحتها 139 ألف كيلومتر مربع ، وهي بلدية ذات طابع ريفي ، تتميز بمناخ شبه جاف بارد شتاء وحار صيفا، تقع في الجهة الغربية لولاية غليزان يحدها من الشمال بلدية يلل وبلدية المطمر ومن الغرب بلدية سيدي سعادة

وبلدية القلعة ومن الجنوب ولاية معسكر ومن الشرق بلدية سيدي أمحمد بن عودة وبلدية بن داود .

7- منهج الدراسة :

المنهج في اللغة يعني الطريق ، ونهج الطريق ، بمعنى أبلانه وأوضحه، و نهجه بمعنى سلكه بوضوح واستبانته¹.

يعتبر كثير من الباحثين أن المنهج هو المرشد و الدليل الذي يقود الباحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية وهو من أهم الخطوات المتبعة من طرف الباحث، ويعرف المنهج في قاموس LE PETIT ROBERT بأنه : "مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها"².

يتم اختيار المنهج وفقا للإشكالية المحددة في البحث ونوع الدراسة، وبما أننا نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة استعمال منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية حيث تسعى هذه الدراسة إلى جمع المعلومات والبيانات حول مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وكيفية توظيفها في فضاء العمل .

إن دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي يتم من خلالها "شرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة ،تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر"³.

¹ ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ج 2 ، ص 83.

² لازامي فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ، ترجمة ميلود سفاري وآخرون ،مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة،2004،ص 26.

³ مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد ابو بك،مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية ،2007،ص95

8- أدوات جمع البيانات:

8-1- أداة استمارة الاستبيان:

تعد هذه الأداة من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا وأهمية ونجاعة من حسن صياغة أسئلتها ومدى خدمة هذه الأخيرة للموضوع ، التي تعتبر من الأدوات الرئيسية، أنها تمكن من الحصول على المعلومة مباشرة من المبحوث ،وحسب الكاتب "أحمد مرسى" إن الاستمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية ودقيقة أكثر من المقابلة وهذا نظرا لكون الاستمارة توفر للمبحوث الحصول على الإجابة بعناية في تعبيرها عن موضوع الدراسة وتقديمها إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة"¹.

8-2- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الدراسة حول موظفي بلدية- عين الرحمة- ذكور وإناث نظرا لتزايد الهائل من قبل العمال لاستخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي ، الذي تجلب اهتمامهم وتشبع رغباتهم .

8-3- تحديد العينة:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث ، فلقد قمنا باختيار أسلوب العينة ، لان دراستنا تقتصر على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا عند موظفي البلدية دون غيرهم من فئات المجتمعات الأخرى فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي "التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل هو يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات ، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره والتي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفردات مباشرة"²

¹أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2010، ص203

²أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،المرجع نفسه، ص 198.

تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة المحدد ب 90 مفردة، وقد بدأنا في توزيع الاستثمارات في بداية شهر جوان لسنة 2020 و تسنى لنا استرجاعها بعد أسبوع وقد اشتمل الاستبيان عند التوزيع 90 مفردة.

وبعد عملية ترقيم الاستثمارات من 1 إلى 90، وترميزها، وتحقيقا لتحليل محتوى الدراسة وبياناتها كان لزاما علينا استخدام بعض المقاييس لاستخراج النسب التكرارية وحساب القيم، المركزية وأخيرا استخراج نسب الارتباط من أجل معرفة العلاقة بين المتغيرات.

9- حدود الدراسة:

- الإطار الزمني: امتدت هذه الدراسة من 05 جوان إلى غاية 12 جوان 2020.
- الجانب الميداني: لقد قمنا بتوزيع الاستمارة على المبحوثين واسترجاعها.

11- الدراسات المشابهة:

11-1 - الدراسة الأولى: جاءت الدراسة بعنوان " دور التكنولوجيا الحديثة في تسيير وتطوير الجماعات المحلية في الجزائر " .

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم القانونية والإدارية ، من إعداد الطالب شيباني محمد المختار تحت إشراف الأستاذ دويني مختار ،في السنة الجامعية 2014م-2015م جامعة سعيدة¹.

كانت إشكالية هذه الدراسة حول "ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تطوير تسيير الجماعات المحلية ؟".

الفرضيات التي تناولت هذه الدراسة جاءت كالتالي:

¹ شيباني محمد المختار، دور التكنولوجيا الحديثة في تسيير وتطوير الجماعات المحلية في الجزائر ، مذكرة ماستر، علوم قانونية وإدارية ،جامعة سعيدة 2014 .

- تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الاتصال لدى الجماعات المحلية في تقريب الإدارة من المواطن .

- تساعد التكنولوجيا الحديثة في تجديد أسلوب العمل .

- صعوبة تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر لعدة اعتبارات .

تمثل مجتمع البحث في دراسته حول مستخدمي التكنولوجيا الحديثة في الإدارة وبالأخص إدارة الجماعات المحلية معتمدا في ذلك على العينة "القصدية" أو كما يسميها البعض العينة " العمدية " والعينة هنا مجموعة من موظفي الإدارة المحلية .

النتائج المتحصل عليها:

- على الرغم من الجهود المبذولة لتطبيق الحكومة الإلكترونية في الجزائر ، فإن أهدافها الرامية إلى تقريب الإدارة من المواطن ورفع الغبن عنه لم تتجسد على أرض الواقع ، وهذا من خلال مؤشرات الأمم المتحدة حول جاهزية الدول للحكومة الإلكترونية والتي سجلت فيها الجزائر مؤشرات ضعيفة على المستوى العالمي والقاري وحتى العربي .

- تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في إعطاء نفس جديد للعمل من حيث الإمكانيات المتاحة ، التحديثات الجديدة ، الاختيارات المتعددة.....إلخ .

- هناك عراقيل عديدة تحول دون تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية منها : نقص الوعي لدى المواطن بأهمية التكنولوجيا الحديثة ، وعراقيل بيروقراطية .

التعليق على الدراسات المشابهة:

ركزت هذه الدراسة على شروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر وأهم المعوقات التي حالت دون تجسيده ، كما تطرقت إلى تجربة الجزائر في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال عرض نماذج عن مشروع الحكومة الإلكترونية وختاما قدمت توصيات وإرشادات من أجل عقلنة وحسن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الجماعات المحلية .

ساعدتنا هذه الدراسة في اختيار منهج الدراسة حيث أن هذه الدراسة اعتمدت على المنهج

الوصفي و على أداة البحث من خلال الاستمارة كما أتاحت لنا فرصة تصميم طبيعة الأسئلة

من خلال الكشف عن دوافع الاستخدام و عن عادات و أنماط التصفح كما ساعدتنا في اختيار المقاربة النظرية للبحث من خلال توظيف مدخل الاستخدامات و الإشباعات و تصميم الإشكالية و التساؤلات و حتى جانب من الفرضيات و الإطار النظري .

الفصل الأول : منصات التواصل الاجتماعي

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.

1- منصات التواصل الاجتماعي.

1-1- نشأة منصات التواصل الاجتماعي.

1-2- تعريف منصات التواصل الاجتماعي.

1-3- خصائص منصات التواصل الاجتماعي.

1-4- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي.

الفصل الأول : منصات التواصل الاجتماعي

الفصل الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

إن التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الأفراد بعد مساهمة هذه التكنولوجيا في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات المهنية، فتكنولوجيا الانترنت أفرزت وسائل عديدة في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد نوعا من التواصل بين المجتمعات في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود بين القارات، دمج الثقافات فيما بينها لتصبح أكثر استخداما على شبكة الانترنت بحيث تتيح خدمات تختلف آخر متنوعة من واقع إلى آخر ومن بينها الفيسبوك الذي استطاع أن يخلق عالما افتراضيا مختلفا عن العالم التقليدي في طرح المعلومات و التفاعل بين الأفراد بالصوت والصورة والفيديو، الشيء الذي فجر ثورة إعلامية ومعلوماتية جديدة غيرت الكثير من المفاهيم التقليدية في جميع المجالات.

1- منصات التواصل الاجتماعي

1-1- نشأة منصات التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmarte.com عام 1995 لربط زملاء الدراسة و مواقع sixdagres عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين خدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء و الرغم من توفير تلك المواقع الخدمات المباشرة والتي لا توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها و تم إغلاقها .

1-2- تعريف منصات التواصل الاجتماعي :

عرفت منصات التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسع خلال السنوات الأخيرة و تنوعت محاولات تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الإشباعات .

تعددت تعريفات منصات التواصل الاجتماعي واختلفت بين الباحثين ، إذ يثير هذا المفهوم جدلا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسة حيث يعكس من جهة التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا و أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد و الجماعات على الشبكة العنكبوتية ، وقد يعني هذا المفهوم بالإعلام الاجتماعي باعتباره المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي والمتناقل بين الطرفين أحدهما المرسل و الآخر المستقبل عبر وسيلة شبكة الاجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، و حرية التجاوب مع حرية الرسالة للمرسل، و حرية التجارب معها للمستقبلⁱⁱ .

ⁱ ماهر عودة الشمالية ، و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان ، 2014، ص 200.

ⁱⁱ <http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/03/2019,a11:00>

الفصل الأول : منصات التواصل الاجتماعي

كما تثير تلك المواقف إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانه الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم إلى العالم أجمع^أ.

وتعرف منصات التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها بإنشاء موقع خاص به و يتم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم الخدمات والهوية نفسها^أ.

فمنصات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف الوب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء "بلد ،جامعة ، مدرسة، شركة... إلخ " كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم .

وهي منصات مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل "الفيسبوك ، مايسبيس"^أ.

ويقصد أيضا بمنصات التواصل الاجتماعي Social Media بأنها مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية عبر الانترنت تسهل التفاعل بين الأفراد وتسمح لهم بأن يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما^أ.

^أ<http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/01/2019a11:00>.

^أ راضي زاهر ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، عمان ، العدد 2003، 15 ، ص2.

^أ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد ، مرجع سابق ، ص 200.

^أ خالد جمال عبود ، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال ، ط1، المكتب العربي للمعارف ،

مصر 2012، ص134.

1-3- خصائص منصات التواصل الاجتماعي :

تمتاز منصات التواصل الاجتماعي بعدة مميزات وخصائص غير التي تجدها في مواقع التواصل شبكة الانترنت الأخرى، وهذا ناتج عن الخصوصية التي تتوفر عليها و تشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

1-3-1. الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية **Profil Page**: من خلال الملفات

الشخصية يمكن التعرف على إسم الشخص و معرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس، تاريخ الميلاد ، والاهتمامات ، والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص ، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا.

1-3-2. المشاركة **Participation**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود

الفعل حيث أنها تجمع الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

1-3-3. الانفتاح: **Opines** معظم وسائل الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي تقدم

خدمات مفتوحة لردود الفعل أيضا.

1-3-4. المحادثة **Conversation**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل

الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروفة^أ.

1-3-5. عدد غير محدود من الأصدقاء: حيث أنها تسمح للمستخدم بالبحث عن أفراد

آخرين و إضافتهم دون تقيدهم بعدد محدد^ب.

1-3-6. التواصل المستمر بين المستخدمين: التواصل الفعال ليس فقط الاتصال المباشر

بين الأفراد وإنما هو أن تصل نشاطات و أخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن التعليق عليها وإبداء الرأي و المناقشة^أ.

^أ أحمد جرار ليلي ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح ، عمان، 2012، ص41.

^ب سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي ،

جامعة الملك عبد العزيز جدة، 15-13 ديسمبر 2011، ص10.

1-4-1 - إيجابيات و سلبيات منصات التواصل لاجتماعي :

1-4-1-1. ايجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

- نافذة مطة على العالم الافتراضي : حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في شبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار و ثقافات العالم بأسره.

- فرصة لتعزيز الذات: حيث من خلال منصات التواصل الاجتماعي يمكن الفرد الذي لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته،فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات يصبح له كيان مستقل .

- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و الثقافة وكذلك في العادات و التقاليد واللون والمظهر فإنك اكتسبت صديقا ذات هوية مختلفة.

- منبر للرأي العام: إن من أهم خصائص منصات التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك والتي قد تتعارض مع الغيرⁱⁱ.

- التعرف وتكوين الصداقات: سهلت منصات التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الصداقات الواقعية و الافتراضية فهي توفر فرصة لربط العلاقات مع الأفراد من نفس المجتمعات أخرى بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحدⁱⁱⁱ.

1-4-1-2. سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزء

من الروتين اليومي لملايين من مستخدميها من هذه السلبيات.

ⁱأمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الانجاز نحو التعليم عبر الويب ، المؤتمر الدولي الثالث لتعليم الإلكتروني عن بعد،جامعة ام القرى، الرياض، 2013، ص10.

ⁱⁱجواد الموسوي موسى ، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، مكتبة الإعلام والمجتمع (د،ب)،ص47.

ⁱⁱⁱمشري مرسي ،شبكات التواصل الاجتماعي ، الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي،2012،ص57.

الفصل الأول : منصات التواصل الاجتماعي

- **التضليل:** ليس كل ما يكتب في منصات التواصل الاجتماعي حقيقة ، فقلة هي التي تتميز بالأمانة البعض يكتب أكاذيب والبعض الآخر يروجها .
- **الكسل:** لا يتطلب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أي مجهود، فيمكن إن تشارك وتعلق وأنت تحمل الهاتف في سريرك، هذه المواقع تعلم الناس الكسل .
- **الهوس بالمشاركة:** من سلبيات منصات التواصل الاجتماعي أنها أصابت الناس بوهم المشاركة بالصور بدلا من عيش اللحظة فالجميع يضع هاتفه الذكي في وضع الاستعداد من أجل الحصول على شيء ما ومشاركة للعالم^أ.

خلاصة:

إن ظاهرة الشبكات الاجتماعية غزت العالم بأسره، وقد نالت اهتماما كبيرا و تدفقا هائلا من قبل المجتمعات من حيث انتمائهم اللامتاهي ،و نظرا لما تمثل هذه الشبكات من مجتمع افتراضي جديد تلاشت فيه الحدود و زالت منه القيود، واستطاع بفضل حركيته أن يلغي العديد من الحواجز التي قد تواجه المجتمعات الواقعية، كما مكنت الأفراد من سهولة التواصل بينهم فضلا عن الطرق المكتوبة واعتماد الصورة و الصوت

^أحنيفي محمد المطيري ،سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ النشر 2012/02/12(متاح على لخط):
http://alqalbas.com18/19068 تم الاطلاع 2019/02/20 على الساعة 18:00.

الفصل الثاني: إدارة الجماعات المحلية.

- 1- أسباب الأخذ بنظام الجماعات المحلية.
- 2- التنظيم الإداري للبلدية.
- 3- مراحل إنشاء البلدية.
- 4- خصائص البلدية.
- 5- التطور التاريخي للبلدية .

تمهيد:

تعتبر الإدارة المحلية أساس الديمقراطية فهي المادة الخام التي تغذي المجتمع وتتمي الشعور بالانتماء إلى المجتمع المحلي حيث تختار الجماعة المحلية ممثلها لإدارة مصالحها وتمثيلها أمام الجهات المركزية حيث تقوم على المستوى المحلي ممثلة في الجماعات المحلية بمجموعة من الوظائف و المهام في إطار ما يعرف بالتسيير اللامركزي الذي يقوم على توزيع السلطات والوظائف الإدارية بين الإدارة المركزية و هيئات إدارية إقليمية مستقلة قانونا عن الإدارة المركزية مع إبقائها خاضعة لقدرة معين من الرقابة .

1- أسباب الأخذ بنظام الجماعات المحلية:

ترجع نشأة الجماعات المحلية إلى أسباب متعددة أهمها :

1-1- ازدياد وظائف الدولة :

اتساع رقعة الدولة وتعدد الخدمات التي تقدمها أجهزتها، جعل من العسير على الحكومة المركزية وفروعها الإقليمية أن تباشر أداء الخدمات والمهام ذات الطابع الإقليمي في نفس الوقت الذي تقوم فيه بمباشرة مهامها ذات الطابع الوطني ، فكانت الحاجة إلى إنشاء منظمات محلية تفوض لها الدولة بعض مهامها وسلطاتها .¹

1-2- التشتت الجغرافي و التفاوت بين أقاليم الدولة:

إن الرأي الغالب وأن التشتت الجغرافي يمكن أن يكون أحد أسباب اللامركزية . لذلك فإن اتساع الدول جغرافياً، ووجود التفاوت بين أقاليمها ينتج عنه وجود اختلاف في المشاكل التي تتعرض لها تلك المناطق ، مع اختلاف نوعية الخدمات المقدمة في كل منطقة .²

1-3- تنوع أساليب الإدارة تبعاً للظروف المحلية:

الملاحظ أن وجود أنماط و أساليب متشابهة في الإدارة المركزية عند أدائها للخدمات ، بحيث تطبق على كافة المواطنين وفي جميع أنحاء الوطن بالتساوي . واتساع هذا النوع من الأساليب لا يشكل عقبة بالنسبة للخدمات الوطنية كما هو الحال مع الخدمات المحلية . فمثلاً مشاكل المدن الكبرى تختلف عن المدن الصغرى ، والمشاريع التنموية تختلف أساليبها في بيئة زراعية عنها في بيئة صناعية أو تجارية ، و بذلك فإن الجماعات المحلية تعمل على تقديم الخدمات بالطريقة المناسبة لكل وحدة إدارية ، وجغرافية ومع طبيعة ورغبات السكان وظروفهم المحلية .

1-4- إدارة الجماعات المحلية أكثر إدراكاً للحاجات المحلية:

تعمل الجماعات المحلية على إشراك السكان المحليين في إدارة شؤونهم المحلية ، و بذلك تكون لهم القدرة على تفهم الحاجات ، و المشاكل من طرف موظفي الإدارة المركزية الذين تتقصر الخبرة والإحساس بحاجات السكان المحليين ورغباتهم .

¹ أحمد صقر عاشور: الإدارة العامة (مدخل بيني مقارن)، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1979، ط1، ص 469 .

² علي شريف، مبادئ الإدارة (مدخل الأنظمة في تحليل العملية الإدارية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2001،

1-5- السبب الديمقراطي :

أصبحت إدارة الجماعات المحلية أمر محتم كمنهج ديمقراطي تتبناه الدول . إذ أن المسؤولية الديمقراطية تطورت لدى الشعوب من ديمقراطية المؤسسات السياسية إلى ديمقراطية المؤسسات الإدارية ، ومرد ذلك الاعتقاد بأن أسلوب اللامركزية هو سمة ديمقراطية الحكم . وقد أدى هذا الربط بين الديمقراطية و اللامركزية إلى نوع من الخلط بينهما . فكثير من الدول اليوم وخاصة في العالم الثالث تلجأ إلى تطبيق نوع من اللامركزية ليس للاعتبارات التي يملها الواقع الجغرافي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي ، ولكن باعتبارها نهجا ديمقراطيا .

2- التنظيم الإداري للبلدية : تنص المادة 15 من دستور 1996 على أن الجماعات الإقليمية للدولة هي البلدية والولاية (1) . كما تنص المادة 16 من دستور 1996 على أن : "يمثل المجلس المنتخب قاعدة اللامركزية ومكان مشاركة المواطنين في تسيير الشؤون العمومية" .

وقبل هذا نصت المادة الأولى من قانون البلدية (2) على أن : " البلدية هي الجماعة الإقليمية الأساسية ، وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ، وتحدث بموجب قانون " .

- جماعة إقليمية : أي توجد لها اختصاصات داخل رقعة جغرافية معينة .
- أساسية : أي قاعدية ، بمعنى هي أصغر جزء في التقسيم الإقليمي .
- تتمتع بالشخصية المعنوية : أي لها وجود قانوني مستقل عن كل من الولاية والدولة ، ولها حق النقاضي أمام القضاء، ولها ممثل قانوني هو رئيس المجلس الشعبي البلدي .

- تحدث بموجب قانون : أي لا يمكن أن تلغى إلا بموجب قانون طبقا لقاعدة توازي الأشكال ، ولكن يمكن تعديل حدودها الإقليمية بموجب مرسوم تنفيذي .
وتبعا للقانون المدني الجزائري تعتبر البلدية شخصا اعتباريا وحسب المادة 50 من نفس القانون فإنها تتمتع بجميع الحقوق إلا ما كان ملازما لصفة الإنسان.
حسب المادة الثانية من القانون 90-08 المؤرخ في 07 أبريل 1990 المتعلق بالبلدية: " للبلدية إقليم ، اسم ومقر" .

إن هذه المبادئ التي أسسها الأمر 67-24 المؤرخ في 18 جانفي 1967 المتضمن أول قانون يتعلق بالبلدية وأكدها بانتظام مختلف الدساتير ، توحى بتمسك المشرع بضرورة تنظيم البلاد من خلال اعتماد جماعات محلية لامركزية في إطار دولة موحدة تشكل فيها البلدية الخلية الأساسية ويجعل تطبيق هذه

1 - دستور 1996 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 76 لسنة 1996 .

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 لسنة 1990 .

الفصل الثاني إدارة الجماعات المحلية

المبادئ من البلدية والولاية فضاء للتعبير الديمقراطي، يتم فيه اتخاذ وتشجيع المبادرات والأعمال المحلية من أجل التكفل بالحاجيات المحلية ذات الأولوية ولغرض تحقيق الأهداف الوطنية المتمثلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية عامة وإدارة الخدمات العمومية بصفة خاصة .

3- مراحل إنشاء البلدية وخصائصها :

3-1- مراحل إنشاء البلدية :

لقد أشارت مختلف النصوص القانونية لجبهة التحرير الوطني قبل الاستقلال، بصورة مختصرة لموضوع الجماعات المحلية حيث ذكر ميثاق طرابلس في جوان 1962 ، وبشكل عام أن أجهزتها ستختار بطريقة الانتخاب ، ويكون لها صلاحيات خاصة تمارسها في ظل وصاية السلطة المركزية .

أما بعد الاستقلال ، أصبح إصلاح البلدية من أولويات الدولة ، لما لها من أهمية كبيرة في التنظيم القانوني والإداري للدولة .

يتضح من خلال ما تضمنته مختلف الدساتير التي عرفتها الجزائر ، حيث نجد أن دستور 10 سبتمبر 1963⁽¹⁾ الذي نص في مادته 09: "الدولة الجزائرية دولة موحدة، منظمة على شكل جماعات إقليمية إدارية واقتصادية ، والبلدية هي الجماعة الإقليمية والإدارية والاقتصادية " .

كما أن ميثاق الجزائر في أبريل 1964 ، أكد على ضرورة إعطاء المجموعة المحلية سلطات حقيقية حيث اعتبر البلدية " قاعدة التنظيم السياسي والاقتصادي والاجتماعي في البلاد " .

انطلاقا من هذه الأرضية القانونية والسياسية ، وضع مشروع قانون البلدية في جوان 1965 من قبل المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني ، وبعد التغيير السياسي الذي وقع في 19/06/1965 واهتمام المسؤولين الجدد بالمشروع ، حيث في أكتوبر 1966 تبنى مجلس الثورة قرارا حول الميثاق البلدي ، وأقره نهائيا في 04/10/1966 ، وقد وافقت الحكومة على مشروع قانون البلدية الجديد في 20/12/1966 ، وأخيرا نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية رقم 06 سنة 1967 بموجب الأمر 67-24 المؤرخ في 18/01/1967 .

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 64 بتاريخ 10 سبتمبر 1963 .

الفصل الثاني إدارة الجماعات المحلية

أما دستور 1976 فقد نص في مادته 36 من الفقرة 1 على أن: "المجموعات الإقليمية هي الولاية"، أما بالنسبة للدساتير التي أقرت وأكدت الإصلاحات، فنجد كل من دستوري 1989 و 1996 حيث جاء فيها وبنفس الصياغة الأولى أن: "الجماعات الإقليمية للدولة هي الولاية والبلدية".

إن هذا الاهتمام بهذه الوحدة في مختلف الدساتير، أن البلدية هي الخلية القاعدية في بناء الدولة، وتعتبر أول إدارة يقصدها المواطن، فهي بمثابة الوسط الذي يجمع المواطنين في إقليم واحد أين تتقاطع مصالحهم مع السلطات المركزية على مستوى هذه الخلية بدء من إنجاز هذه المشاريع التنموية لتحسين الإطار المعيشي للمواطن.

3-2 - خصائص البلدية :

- البلدية هي وحدة أو جماعة أو هيئة إدارية لامركزية إقليمية جغرافية وليست مؤسسة أو وحدة إدارية لامركزية فنية .
- نظام البلدية في النظام الإداري الجزائري هو صورة فريدة ووحيدة للامركزية الإدارية المطلقة ، حيث أن جميع أعضائها وجميع أعضاء هيئات ولجان تسييرها وإدارتها يتم اختيارهم بواسطة الانتخاب العام المباشر .
- تعتمد البلدية في النظام الإداري الجزائري على وارداتها الذاتية في تلبية وتغطية نفقة حاجيات سكانها ، وتجد دعما ماليا في إطار الإعانات الممنوحة من طرف الدولة والصندوق المشترك للجماعات المحلية .
- النظام الإداري الجزائري يعتبر صورة حية للتطبيق الجزائري السليم والفعال لمبدأ ديمقراطية الإدارة العامة ولمفهوم الديمقراطية الاقتصادية ، الاجتماعية والسياسية .
- تعود أسباب إعطاء المشرع الجزائري للبلدية اختصاصات واسعة ومتنوعة إلى أسباب إيديولوجية متصلة بطبيعة نظام البلدية باعتبارها الخلية الحية و الأساسية و القاعدية للدولة الجزائرية في كافة المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية . (1)
- نظام الوصاية السياسية والإدارية على البلدية دقيق ومحكم وشديد .
- وعليه ، فإن كل الاختصاصات المقررة للبلدية وكافة الشروط والإجراءات والأحكام التي يجب أن تعمل في نطاقها ووفقا لها تسيير البلدية وإدارتها محددة على سبيل الحصر تحديدا دقيقا وواضح وشاملا ، لا يجوز الخروج عنها وإلا وقعت أعمال وتصرفات البلديات باطلة وغير مشروعة .

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 94 لسنة 1976 ، المادة 7 .

4- التطور التاريخي للبلدية :

أولا : مرحلة الاستعمار

منذ سنة 1844 وضع الاستعمار الفرنسي على المستوى المحلي ، هيئات إدارية عرفت "بالمكاتب العربية " مسيرة من قبل ضباط الاستعمار هدف تمويل الجيش الفرنسي والسيطرة على المقاومة الشعبية ، بعد استتباب الأمن وبالضبط سنة 1868 ، أصبح التنظيم البلدي في الجزائر يتميز بوجود ثلاثة أصناف من البلديات :

أ - البلديات الأهلية :

وجد هذا الصنف في مناطق الجنوب ، وكذا بعض المناطق الصعبة والنائية في الشمال ودام إلى غاية 1880 حيث تميزت البلديات بالطابع العسكري في تسيير شؤون المواطنين بمساعدة بعض أعيان المنطقة .

ب - البلديات المختلطة :

غطت أكبر إقليم من الجزائر ، لا سيما القسم الشمالي منه ، المناطق التي يقل فيها تواجد الفرنسيين ، تركز على هيئتين أساسيتين هما :

- المتصرف : والذي يخضع للسلطة الرئاسية للحاكم أو الوالي العام من حيث التعيين ، الترقية و التأديب .

- اللجنة البلدية : يرأسها متصرف مع أعضاء من المنتخبين الفرنسيين والجزائريين (الأهالي) الذين يتم تعيينهم من قبل السلطة الفرنسية كممثلين لمجموعة بشرية تسمى (الدوار) .

ج - البلديات ذات الاختصاص الكامل :

تشمل أماكن ومناطق التواجد المكثف للفرنسيين بالمدن الكبرى والمناطق الساحلية ، ولقد خضعت هذه البلديات إلى القانون البلدي الفرنسي الصادر في 1844/04/05 الذي منح البلدية هيئتين أساسيتين هما :

- المجلس البلدي : وهو جهاز منتخب من طرف سكان البلدية من الأوروبيين والجزائريين ، حسب المراحل والتطورات السياسية التي عرفت الجزائر ، مؤثرة بذلك على الوضع الانتخابي للجزائريين سواء كناخبين أو منتخبيين بنسب محدودة وله صلاحيات متعددة .

- العمدة : ينتخبه المجلس البلدي من بين أعضائه ، حيث أن السلطة الاستعمارية الفرنسية أطلق الطابع العسكري للبلديات ، باستحداث الأقسام الإدارية المتخصصة (SAS) في المناطق الريفية ، والأقسام البلدية الحضرية (SAU) في المدن وهي هيئات تقع تحت سلطة الجيش الفرنسي ، وتتحكم في إدارة وتسيير البلديات .⁽¹⁾
ثانيا : مرحلة الاستقلال

خلال هذه الفترة يمكن أن نميز بين مرحلتين :

المرحلة الأولى : من سنة 1962 إلى سنة 1967 حيث امتازت بما يلي :

- أثناء المغادرة الجماعية لإدارة البلديات من طرف الموظفين الأوروبيين ، وفي غياب الإطارات الجزائرية المؤهلة لتسيير شؤون البلدية ، نتج عنها وضع خطير ونذكر جملة من الإصلاحات المتخذة لاستدراك هذه الوضعية .

- ظهور عجز كبير في ميزانيات البلدية نتيجة انخفاض الموارد المالية مع زيادة كبيرة في النفقات ، نتيجة الواجبات الاجتماعية المفروضة على البلدية وخاصة منها المساعدات التي كانت تمنحها البلدية للمواطنين الذين تضرروا أكثر بسبب حرب التحرير .

وللتصدي لهذه الوضعية ، اتخذت الدولة عدة تدابير نذكر من بينها أساسا :

¹ - محمد صغير بعلي ، قانون الإدارة المحلية الجزائرية ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، غابنة ، ص38،39

الفصل الثاني إدارة الجماعات المحلية

- تنظيم دورات وملتقيات لصالح موظفي البلدية الذين كان لهم الفضل الكبير لتسيير البلديات .

- القيام في سنة 1963 بإصلاح إقليمي ، يتمثل في تخفيض عدد البلديات من 1578 الموروثة عن الاستعمار إلى 632 بلدية⁽¹⁾، ويهدف هذا الإصلاح إلى توسيع حجم البلديات للتخفيف من عجزها في الوسائل البشرية .

- تعيين لجان خاصة على مستوى كل بلدية تقوم بتسيير الشؤون المحلية ، وبتأسي كل لجنة خاصة رئيسا يقوم بوظيفة رئيس البلدية وهذا في انتظار إعداد قانون بلدي جديد للجزائر المستقلة .

المرحلة الثانية : ابتداء من 1967 إلى 1981 :

كانت بمثابة تتويج لنتائج مداورات الإصلاح الخاصة بالفترة الأولى ، وتتميز عن سابقتها بأن تم خلالها إرساء أول تنظيم بلدي في الجزائر بعد استقلالها من خلال أول قانون بلدي .

إن انعدام الإطار القانوني للبلدية إلى غاية 1967 لا يعني انعدامها ككيان على مستوى الواقع التنظيمي المحلي في إطار التنظيم الإداري للدولة ككل ، إذ عرفت الجزائر كيانا بلديا تمثل في البلدية الفرنسية التي ورثتها عقب الاستقلال والتي وجدت طبقا للقانون البلدي الفرنسي الصادر شهر أفريل 1884 .

أمام الوضع السابق الذكر، وجدت السلطات العليا نفسها آنذاك أمام خيارين أولهما يتمثل إما في اختفاء البلدية من خريطة التنظيم الإداري المحلي في بناء الدولة الجزائرية على الأقل كمرحلة مؤقتة وهو خيار لا شك من أن له تداعياته السلبية ونتائج العكسية في حالة تبنيه ، ذلك أنه سيهمش مشاركة المواطنين المحليين وبحرمهم من بناء دولتهم الفتية وذلك بحرمانهم من انتخاب ممثليهم في مجالس شعبية منتخبة ويوحى بأن هناك موقفا يقضي برفض مبدأ الانتخاب ، وهو ما من

1- المرسوم رقم 63-189 الصادر بتاريخ 31 ماي 1963 ، المتضمن تخفيف عدد البلديات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 36 لسنة 1963

شأنه أن يخلق هوة بين الحاكم والمحكوم ، أما ثانيهما فيتمثل في حل تلك البلديات كإجراء إداري أولي ، يعقبه تنظيم انتخابات بلدية.

في حقيقة الأمر منذ الوهلة الأولى ، كان هناك اتجاه يرمي إلى جعل البلدية الخلية الأساسية في التنظيم الإداري المحلي الجزائري ، وفي هذا الإطار وبغية سد الفراغ وترجمة ذلك الاهتمام ، ونتيجة عدم التمكن من إجراء انتخابات بلدية اتخذت السلطات الحاكمة إجراءات انتقالية تمثلت أساسا في الآتي :

1- تعويض اختفاء السلطات العمومية المحلية البلدية بمندوبيات خاصة معينة تحل محل المجالس البلدية الموروثة ابتداء من صائفة 1962 ، ونشير في هذا الإطار إلى أن طريقة المندوبية الخاصة ليست طريقة جزائرية ، وإنما طريقة استعمارية تضمنها القانون البلدي الفرنسي سنة 1884 وتحديدا في مادته 44 وتم اعتماد هذا الأسلوب من طرف السلطات الاستعمارية في الجزائر سنة 1956 ، بعدها تم اعتماده بشكل بارز في الجزائر عقب توقيف المسار الانتخابي في يناير 1992 وتعمم على كامل التراب الوطني بعد حل المجالس الشعبية المنتخبة عدديا ، حيث يتم تعيين على رأس كل مندوبية خاصة رئيس يمارس اختصاصات وسلطات رئيس البلدية، يساعده في أداء هذه المهام نائب الرئيس وكذلك في بعض الأحيان عدد من المندوبين يتراوح عددهم حسب أهمية عدد سكان البلدية ، يعينون بموجب قرارات صادرة عن عمال العمالات ، طبقا للقانون رقم 62-157 المؤرخ في 1962/12/31 الذي مدد العمل بالتشريعات الفرنسية ما عدا ما يتعارض منها مع السيادة الوطنية، غير أنه في حالة المندوبيات التنفيذية يتم تعيين المندوبين للبلديات في الحالات المنصوص عليها قانونا ، على غرار تلك المتعلقة بحل المجلس الشعبي البلدي قبل تنظيم عملية الانتخابات المحلية المتعلقة بالبلديات ، حيث يتولى في بعض الحالات ضمان عملية تسيير شؤون البلدية وتحضر العملية

الفصل الثاني إدارة الجماعات المحلية

الانتخابية من طرف الأمين العام للبلدية ، وفي بعض البلديات يتم تعيين مندوب ومساعديه يكونون من إطارات الولاية ، يعينهم الوالي يتولى تسيير شؤون البلدية خلال المرحلة الانتخابية الممهدة للعملية الانتخابية وتستمر في مهامها إلى غاية تنصيب هيئة المجلس البلدي المنتخب .

2-الإصلاح الإقليمي للبلديات بمقتضى المرسوم رقم 63-189 المؤرخ في 16/05/1963 المتضمن إعادة تنظيم الحدود الإقليمية للبلديات ، الذي عمل على تقليص عدد البلديات من 1578 إلى 632 بلدية .

3-مساهمة البلدية في النشاط الاقتصادي والاجتماعي من خلال الاعتماد على جهازين يتمثلان في لجنة التدخل الاقتصادي والاجتماعي ، تتكون من ممثلين عن السكان وتقنيين لهم خبرة في تسيير شؤون المرافق العامة والمشاريع الخاصة ، تنحصر وظيفتها في بعث التنظيم الاقتصادي والاجتماعي على مستوى البلدية ، وذلك بتقديم اقتراحات و آراء حول مشروع الميزانية ، والمساهمة في دفع التنمية المحلية ، أما الجهاز الثاني فهو المجلس البلدي للتنشيط الاشتراكي ، تنحصر مهامه في تنظيم وتسيير المؤسسات الشاغرة ، ويتألف من رؤساء البلديات ، لجان التسيير الذاتي ، ممثل حزب الاتحاد العام للعمال الجزائريين ، الجيش والسلطات الإدارية في البلدية أو ما يطلق على تسميتها بالبعثة الإدارية .

فمن أهم ما يميز هذه الفترة أنها أرست أرضية التنظيم الإداري البلدي بالجزائر ، حيث صدر فيها الأمر رقم 67-24 المؤرخ في 18/01/1967 المتعلق بالبلدية الذي تضمن النص على المجلس الشعبي البلدي كجهاز مداولة بين الأعضاء المنتخبين وأتبعه بجهاز آخر يشرف على تنفيذ مداولات المجلس الشعبي البلدي هو المجلس التنفيذي البلدي ، وهو جهاز منبثق عن المجلس الشعبي البلدي .

الفصل الثاني إدارة الجماعات المحلية

ونظرا للتطور الاجتماعي والاقتصادي والتركيبية البشرية للمجتمع الجزائري ، وقصد مواكبة ومسايرة هذا التطور الطبيعي للمجتمع ، كان لزاما إصدار قانون للبلدية في ثوب جديد لأنه التعديل الأول وكان ذلك بمقتضى القانون رقم 81-09 المؤرخ في 04/07/1981 والذي تلتها مراسيم تطبيقية تعزز من خلالها الدور التنموي للبلدية وذلك بإعطائها كل الصلاحيات لتنسق وتنظم عملها مع باقي القطاعات التي تتقاطع معها بشكل عام في تسيير شؤون المواطن وبالأخص فيما يتعلق بإنجاز المشاريع التنموية .

فلقد توالى الإصلاحات في قطاع الجماعات المحلية لترقيتها للدور المنوط بها في مجال التنمية المحلية ، حيث صدر قانون 84-09 المؤرخ في 04/02/1984 المتعلق بالتنظيم الإقليمي والذي رفع عدد البلديات إلى 1541 بلدية ، ومرة أخرى توسعت عملية إصلاح البلدية لكن من منطلق دستوري ، حيث انتقلت البلدية بموجب دستور 1989 و 1996 من بلدية أحادية الحزب الواحد إلى بلدية ذات تعددية سياسية ، وكان نتاجا لذلك صدور قانون 90-08 المؤرخ في 07/04/1990 المتعلق بالبلدية والذي ألغى بصفة نهائية أحكام الأمر 67-24 المؤرخ في 18/01/1967 .

نرى أن هذه الإصلاحات تعد بمثابة تأهيل إداري وسياسي واقتصادي للإدارة المحلية وبالأخص على مستوى البلدية لجعلها أكثر استعدادا للمتغيرات المستقبلية هذا من جهة ، ومن جهة أخرى إشراك المواطن إلى جانب الإدارة المحلية في تسيير ومراقبة شؤونه المحلية، عن طريق ممثليه في المجلس الشعبي البلدي الذي يعتبر صرحا ديمقراطيا للتمثيل السياسي لكل الانتماءات السياسية المنبثقة عن دستور 1989 .

الفصل الثالث : ماهية الاتصال

- 1- مفهوم الاتصال
- 2- تطور الاتصال
- 3- أشكال الاتصال
- 4- تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 5- أهم مستحدثاتها
- 6- مميزات تكنولوجيا الاتصال

المبحث الأول : الاتصال المفهوم والتطور

1 - مفهوم الاتصال :

يرجع أصل كلمة اتصال communication إلى الكلمة اللاتينية communi ومعناها common أي "مشترك" أو "عام" وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما . (1)

ولقد تعددت وتتنوعت رؤى الباحثين في تعريفات الاتصال ، فقد عرفه سميث وليام " بأنه السلوك والخبرات الخاصة بالكائنات والتي تتضمن خلق المعاني والاتصال بصيغة الجمع يعني عملية نقل المعلومات ، أما الاتصال في صيغة المفرد فيعني رسم عمليات خلق المعاني بين الكائنات " .

ويعرف دينس ماكويل الفعل يتصل بأنه عادة يشير إلى حدوث حدث أو إرسال رسائل عن أشياء معينة إلى شخص معين عدة ما يكون هو المستقبل . (2)

أما كروكت فإنه يعرف الاتصال : " بأنه تلك العملية التي تتم بين البشر عندما يستجيب أحدهم لرمز ما " .

وهذا التعريف يظهر أن الاتصال لا يتم فقط عن طريق الكلام الشفهي أو الحوار أو عن طريق الكلام المقروء أو المكتوب ، ولكن أيضا عن طريق الأشكال التي قد تكون صورا أو رسومات أو تماثيل أو تصاميم .

ومجمل هذه الأساليب يلجأ إليها الإنسان للاتصال بالأشخاص الآخرين ، قد لا يكون مباشرا بل ضمنيا ، ويحققه الإنسان في وسط الآخرين لأنه بطبعه اجتماعي مما يجعله يشعر بوجوده داخل الجماعة ، وهذا الأمر ينطبق عليه تعريف تشارلز كولي : " الاتصال يعني ذلك المکانيزم الذي من خلاله توجه العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة

¹ - حسن عماد مكاوي ، نظريات الإعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط2 ، 2012 ، ص15 .

² - فؤاد عبد المنعم البكري ، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال ، عالم الكتب ، القاهرة ، ط1 ، 2002/1423 ، ص7 .

وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان". ويقول الباحث جورج لندريج :
إن كلمة الاتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة
عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك أي أن الاتصال نوع من
التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز وتتبنى جيهان رشتي تعريف الاتصال بأنه : " العملية
التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة - كائنات حية أو بشر أو آلات في مضامين
اجتماعية معينة وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو
واقع معين فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء .
ويشير كارل هوفلاند : " إن الاتصال هو العملية التي يقدم من خلالها القائم بالاتصال منبهات
(عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة) .

2 - تطور الاتصال :

ارتبط الاتصال كمفهوم في تطوره بالوسيلة المستعملة وعرف تطوره هذا مراحل عدة قبل أن يعرفه الإنسان المعاصر بالصفة التي هو عليها الآن ، وكما سبق فلالاتصال علاقة وطيدة تربطه باللغة ، ويرجع الباحثون في هذا المجال إلى أن تطور العملية الاتصالية مرهون باللغة في بدايتها مع الإنسان الحجري إلى عصرنا الإلكتروني ولا تعد الظاهرة الاتصالية حديثة العهد بل بدأت مع الإنسان البدائي الذي كان يعبر عن حاجاته عن طريق الضجيج والحركات الجسدية ، واتسم هذا الاتصال ببطء لعدم اعتماد الكلمات المنطوقة ، حيث فسّر العلماء أن الإنسان القديم قد اشترك مع بقية الثدييات الرئيسية في بعض الصفات التشريحية مثل الحنجرة أو "صندوق الصوت" مما حال دون إمكانية إصدار الكم الهائل من الأصوات التي يحتاجونها لتطوير الكلام الإنساني⁽¹⁾.

واختلف الإنسان عن غيره من الكائنات الحية ، عندما استطاع اكتساب القدرة على الاتصال حيث أن أول من استطاع تطوير اللغة هو إنسان الكرومانيون أو إنسان الكهف الذي عاش في مرحلة ما قبل التاريخ ، وعثر على بقاياها في كهف كرومانيون بفرنسا . واستطاع الجنس البشري التأقلم مع بيئة بظهور الكلمات والرموز والأرقام بالإضافة إلى قواعد اللغة .

وتمكن الفكر من نقل المعلومات وتلقينها كما أن التحول إلى الاتصال بالتخاطب واللغة أحدث تعديلات مثيرة للوجود الإنساني كما تمكن الإنسان أيضا من استعمال أداة الكتابة التي مكنته من التعبير عن الأفكار من خلال اعتماد الكتابة التصويرية بعدها ظهرت الكتابة المسمارية التي طورها السومريون (شعب عاش شمال الخليج) ، ثم ظهرت الكتابة التي كانت تتكون من 600 حرف .

واعتبرت الخطوة الأولى في تدوين الأحداث التاريخية التي أصبح من الممكن قراءتها والاطلاع عليها وحفظها أيضا ، خاصة بعد ظهور الطباعة في بداية القرن 16 والتي تعد من أعظم منجزات الجنس البشري ، بعدما كانت عملية كتابة المخطوطات تتم عن

¹ - سندرا بول، ملفين ديفروروكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، بدون طبعة، 1993، ص 39 .

طريق النسخ اليدوي ، وظهرت الطباعة المعروفة حاليا على يد جوتنبرج بألمانيا الذي قام بطبع الإنجيل وأصبحت إمكانية قراءته بلغة أخرى غير اللغة اللاتينية .⁽¹⁾

أفرز ظهور الطباعة تحولا اجتماعيا وثقافيا ، وظهرت الحاجة إلى القراءة والحصول على المعلومات ، فظهرت فكرة الصحافة بكل من انجلترا والعالم الجديد ، والتي تجسدت من خلال صحف المستعمرات التي اقتصر توزيعها على الطبقة الراقية في المجتمع وبتوفر تمويل الصحف ، ظهرت أول وسيلة عرفت بصحافة البنس بمدينة نيويورك في منتصف الثمانينات من القرن التاسع عشر .

أحدث تطور تكنولوجيا الطباعة ثورة ، إذ أدى إلى ظهور الصحيفة كوسيلة إعلامية إلا أن هذا لم يكن حلا للمشكل الإعلامي في الوسط الاجتماعي ، لاقتصار الصحافة على طبقة اجتماعية دون الأخرى ، مما شجع الاهتمام بإحداث طرق أخرى ، وهي إمكانية بث الرسائل الصوتية التي تحققت بظهور التلفزيون وظهر اللاسلكي ، وظهرت الإذاعة سنة 1920 ببيتسبيرج الأمريكية مما ساعد انتشار المسموع ومكن من الاتصال الواسع بالجمهور رغم اختلاف مواقعهم الجغرافية ، وقدرتهم في الحصول على أخبار آنية ، خاصة في الأوساط الأمية ، حيث كان يرسم الفرد مشاهد مخلقة لما يسمعه ، ولكن أصبح بإمكانهم مشاهدتها والاندماج والتفاعل حسي وبصريا مع المعلومات خاصة بعد ظهور التلفزيون سنة 1935 في مدينة نيويورك بشبكة NBC الأمريكية حيث أصبح بإمكان الفرد معايشة الأحداث وتتبع تطوراتها وبحلول الثمانينات من القرن العشرين ، عرف العالم ظاهرة جديدة من التحولات الإعلامية فغيرت في المفاهيم ولم يعد لمفهوم القرية العالمية الذي أتى به مارشال ماكلوهان وجود والذي جسده التلفزيون بل حل محله مفهوم الفردانية الذي جسده ظهور الأنترنت الذي يعد من المصطلحات الشائع استخدامها في العشرية الأخيرة .

¹ - عبدالله الطويقي ، صحافة المجتمع الجماهيري:سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير،مكتبة العبيكان،ط1،1979، ص62 .

3 - أشكال الاتصال :

توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال أهمها : حسب الوسائل المستخدمة وحسب درجة الرسمية وحسب الاتجاه والتقسيم حسب درجة التأثير على النحو التالي :

أ - أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة :

أ-1- الاتصال اللفظي : هو الاتصال الذي يتم من خلال استخدام اللغة المنطوقة أو الشفوية (الكلام) في توصيل الرسالة أو المعلومات إلى المستقبل فهو الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أم غير مكتوبة كمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والمحدثات .

ويسمى أيضا بالاتصال الشفوي الذي يعد من الأنماط التقليدية للاتصال إلا أنه لا يزال مألوفًا ومستخدماً في الكثير من الحالات كالمرح الشعبي والقصاصون الرحل والشعراء في الماضي وهذا النوع من الاتصال أصلي وجد منذ أن وجد الإنسان وهو ليس مقصوراً على قوم دون قوم ولا قارة دون قارة أخرى ولا حضارة دون غيرها فهو بالتالي ظاهرة إنسانية شاملة.

أ-2- الاتصال غير اللفظي : وهو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو قد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه : لغة الصمت ، والتعبيرات الحسية والفيسيولوجية كاصفرار الوجه أو تصبب العرق والتعبيرات الحركية واللغة الرمزية والإشارات كالإيماءات الرأس واللمس .

ب - أنواع الاتصال من حيث درجة رسميته :

ب-1- الاتصال الرسمي : يعرف معجم مصطلحات الإعلام ، الاتصال الرسمي بأنه : الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير ، حيث يوجد في كل منظمة ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل وهكذا يتم الاتصال الرسمي غالباً في إطار التنظيم ويسير وفق

أساليب وإجراءات وقواعد رسمية محددة ومعروفة كما أنه غالبا ما يكون موثقا بصورة مكتوبة ورسمية .

ويقسم الاتصال الرسمي إلى ثلاثة أقسام هي :

- الاتصال الهابط أو النازل : وهو الاتصال من الأعلى إلى الأسفل ويكون من الرؤساء إلى المرؤوسين أو من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى ويعد هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا .
- الاتصال الصاعد: ويكون اتجاهه من أسفل إلى أعلى أي من المرؤوسين إلى الرؤساء أو من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى في الهيكل التنظيمي ويكون الاتصال الصاعد عادة في شكل تقارير وشكاوى واقتراحات وملاحظات .
- الاتصال الأفقي : ويكون هذا النوع من الاتصال بين المستويات الإدارية أو الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية التي تقع في المستوى نفسه فالاتصال بين الوزراء هو اتصال أفقي والاتصال بين رؤساء الجامعات ومدراء المدارس وبين المعلمين وبين الطلبة وبين عامة الناس اتصال أفقي أيضا .
- الاتصال غير الرسمي : وهو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية .

ج - أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره :

ج-1-الاتصال المباشر(الشخصي) : ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما في مكان محدد .

ج-2-الاتصال الجماهيري : ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من

وسائل الاتصال الجماهيري وهذا النوع من الاتصال يتم بطريقة غير مباشرة وغالبا ما يكون في اتجاه واحد .

ج-3- الاتصال على مرحلتين : ومؤدى هذا المفهوم في الاتصال هو أن قادة الرأي في كل طبقة اجتماعية أو مجموعة اجتماعية يميلون إلى الاتصال بوسائل الاتصال الخارجية يقومون بدورهم بنقل التأثيرات الواردة إليهم إلى جماعاتهم أو طبقاتهم وهذا النمط الأخير الذي يقوم على خطوتين يساعد على : توفير الوقت - أكثر فاعلية في الجماعات .

المبحث الثاني : تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1- مفهومها :

مصطلح تكنولوجيا هو مصطلح مكون من شقين الشق الأول تكنو ومعناه المهارة الفنية ، ولوجي معناه العلم ، ويعني ذلك أن مصطلح تكنولوجيا يعني تكنولوجيا المهارة الفنية . أما مصطلح الاتصال فيعني الوسيلة أو الأداة أو الطريقة التي يتم عبرها نقل المعلومة والأفكار من شخص إلى آخر أو من جهة إلى أخرى بقصد التفاعل و التأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص أو هذه الجهة أو إعلامه بشيء أو تبادل الخبرات والأفكار معه وإتباعه بأمر ما أو الترفيه عنه .

يمكن القول بأن تكنولوجيا الاتصال هي مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم أو استقبالها من أي مكان في العالم .

إن التكنولوجيا هو مصطلح يستخدم لوصف مدى كبير من الاختراعات التكنولوجية خصوصا في مجال الحسابات والاتصالات ومما تجدر ملاحظته أن معدل التغيير الذي تحدثه هذه المبتكرات أسرع كثيرا من المعدلات السابقة مما يصعب مهمة امتصاصها واستيعابها من خلال الروتين العادي ومن هنا لا بد من التفكير جيدا في كيفية إدارة هذا التغيير لصالح المجتمع .

وتكنولوجيا الاتصال هي مجموعة تقنيات وخدمات عامة تركز على استعمال الحاسوب ذي الوسائط المتعددة وعلى تكنولوجيات منها الأنترنت أي أنها تجسدت في آخر التطورات التي حققتها البشرية بظهور الإعلام الآلي الذي وسع مجالات استخدامه وأصبح يشمل كل مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وقد سجل تاريخ وسائل الإعلام بظهور هذه التكنولوجيات مرحلة جديدة أحدثت انقلابات في نظام البث والإنتاج والاستهلاك الإعلامي بوضع شبكات جديدة أو قنوات جديدة مثل السائل والأقراص السمعية البصرية وأصبح العالم يعيش تحولات يصفها معظم الباحثين بالثورة الرقمية .

وعموما فتكنولوجيا الاتصال تعرف بأنها مجموع التقنيات أو الأدوات أو الرسائل والنظم الجديدة المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري الشخصي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية ، ونقلها من مكان لآخر وتبادلها .⁽¹⁾

2- أهم مستحدثاتها:

***الوسائط المتعددة:** تعني استخدام جملة من وسائل ووسائط الاتصال مثل الصوت الصورة، أو فيلم فيديو بصورة مندمجة و متكاملة من أجل تحقيق الفاعلية. وتعرف أيضا على أنها استخدام الكمبيوتر فيعرض ودمج النصوص والرسومات والصوت والصورة،بروابط وأدوات تسمح للمستخدم بالاستقصاء والتفاعل والابتكار . ويعرفها الدكتور عبد الرزاق السالمي على أنها :صنف من برمجيات الكمبيوتر التي توفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة كالصوت و الصورة وتوفر برمجيات الملتيميديا ربطا محكما للمعلومات أشكالها ،بنحو يجعل من الممكن استخدام عرض المعلومات في نصوص تتزامن مع الصورة و الصوت والحركة.

ونظرا للخدمات التي تقدمها الملتيميديا فهناك من يرى أنها الوليد المنتظر لتزواج ثلاث عوالم مختلفة ، حيث نجد الإعلام الآلي بنظامه الرقمي ،الاتصالات و الميدان السمعي البصري وتزوجها مكننا من الاتصال عن طريق الصوت أو الصورة أو بهما معا اعتماد الإعلام الآلي. **الفيديو التفاعلي:** أحد المستحدثات التكنولوجية لتقديم المعلومات السمعية البصرية وفقا لاستجابات المتعلم ويتم عرض الصوت والصورة من خلال شاشة عرض تعد جزءا من وحدة متكاملة تتألف من جهاز كمبيوتر ووسيلة لإدخال المعلومات وتخزين الرسوم .

وتعتبر تقنية الفيديو التفاعلي أحد الخيارات المتبعة في التغلب على مشكلة غياب التفاعل في البث التلفزيوني العادي فعن طريق الفيديو التفاعلي باستدام الحاسب الآلي يفتح المجال أمام المتعلمين ومصممي البرامج التلفزيونية للتحاور والتفاعل وجعل الاتصال ذو اتجاهين .

¹ - شطاح محمد، البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة،المجلة الجزائرية للاتصال،معهد ع إ ات،الجزائر،ع15،ص256

يجمع الباحثون عن عدم إمكانية إيجاد تعريف موحد لها ، ويقول بهذا الشأن كل من GIBLS MARK و SNITH.R أن مفهوم الأنترنت واحد ولكن يختلف التعريف ويعتمد على عمل من يريد وضع تعريف لها، فلذلك التعريف سوف يختلف تماما من مستخدم لآخر ، فكل صاحب مهنة سوف يضع لها التعريف الذي يلائم مهنته ، والتي سوف يستخدم الشبكة من أجلها ووظيفتها في مهنته وتعتبر الأنترنت من أهم مستحدثات تكنولوجيا الاتصال وذلك لما تتميز به من تقنيات وبرامج هائلة ومتنوعة .

3- مميزات تكنولوجيا الاتصال :

تتميز تكنولوجيا الاتصال بالتفاعلية وذلك من خلال إمكانية تبادل الأدوار حيث بإمكان المرسل أن يصبح مستقبلا ومشاركا في العملية الاتصالية وفي تحديد مضمون الرسالة الإعلامية من خلال أجهزة الاتصال الجديدة التي يمكن نقلها من مكان إلى آخر بشكل يتلاءم مع ظروف المستهلك ، مع إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في أوقات مختلفة ، ويمكن أن توجه هذه الرسائل الاتصالية من طبيعة لأخرى .

كما أنها تتميز أيضا بأنها تتخلل حول العالم وداخل كل طبقة اجتماعية وتعويضها لأجهزة كثيرة ، حيث أصبح الجهاز الواحد يقوم بعمليات مختلفة مما سمح لها بتهيئة الظروف لبيئة جديدة لوسائل الاتصال والقضاء على المحلية ، وبذلك تكون ثورة الاتصال والإعلام قد غيرت في أنظمة الاتصال وكذلك في وسائله .⁽¹⁾

¹ - أبو زيد أحمد، البحث عن مابعد الحداثة، مجلة العربي ،وزارة الإعلام الكويتية، عدد506، جانفي2001، ص16-17 .

الإطار التطبيقي للدراسة

1-تفريغ وتحليل البيانات الميدانية.

2-النتائج العامة للدراسة.

3-تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة.

تمهيد:

يحتوي هذا الفصل على الجانب التطبيقي للدراسة ، حيث قمنا بعرض مفصل لنتائج الاستبيان التي تمت مع 90 مبحوث حسب العينة العامة ، تم تحليلها على ذلك الأساس ، و تطرقنا لعرض وتحليل الحالات المدروسة حسب متغيرات الدراسة بهدف استقصاء المعطيات اللازمة لبناء موضوع بحثنا والتحقق من عناصر الإشكالية المطروحة سالفًا .

فلقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة للإجابة على الفرضيات المراد دراستها وذلك من خلال مجموع من الأسئلة قدمت لعينة من موظفي بلدية عين الرحمة بهدف الحصول على إجابات تتعلق بالموضوع، وبعد جمع البيانات وتفريغها توصلنا إلى وضع جداول والتي سنعرضها حسب ترتيب الأسئلة المطروحة .

1- تفرغ وتحليل البيانات الميدانية.

جدول 1 : يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
81.11	73	ذكر
18.88	17	أنثى
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة والتي تتكون من 90 مبحوثا ، نجد أن عدد الذكور يتفوق على عدد الإناث بنسبة 81.11%

جدول 2: يبين توزيع العينة حسب السن:

النسبة %	التكرار	الفئات
2.22	2	26-20
5.55	5	32-26
92.22	83	32 فما فوق
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية نجد الفئة من 32 سنة فما فوق تمثل أعلى نسبة بـ 92.22% ثم تليها فئة 32-26 بنسبة 5.55% ثم تأتي الفئة الأخيرة 26-20 بنسبة 2.22% لأنها الفئة الأكثر في ميدان العمل بينما الفئات الأقل نسبة فهي قليلة نوعا ما .

جدول 3: يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	المستوى العلمي
0	0	ابتدائي
25.55	23	متوسط
38.88	35	ثانوي
27.77	25	جامعي
7.77	7	ما بعد التدرج
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نجد المستوى الثانوي تمثل أعلى نسبة بـ 38.88% وهذا راجع حسب رأينا إلى غالبية المناصب والوظائف على مستوى البلدية تطلب المستوى الثانوي للالتحاق بها، على غرار المستويات الأخرى التي نجد انعدامها أو بنسبة قليلة .

جدول 4: يبين توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية:

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
10	9	5-1
40	36	10-5
50	45	10 فما فوق
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية نجد فئة 10 سنوات فما فوق تمثل أعلى نسبة بـ 50% حيث نستنتج من خلاله أن غالبية أفراد العينة لهم خبرة مهنية كبيرة في العمل ولديهم الوقت لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي، بينما نجد الفئات الأخرى وذلك لضيق الوقت وليس لديهم خبرة في الأداء المهني.

جدول 5: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثون أثناء استخدام منصات التواصل الاجتماعي :

الوسيلة	التكرار	النسبة %
كمبيوتر	35	38.88
هاتف ذكي	51	56.66
لوحة الكترونية	4	4.44
المجموع	90	100

يتضح من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة ب 56.66% والكمبيوتر بنسبة 38.88% وهذا راجع إلى المستوى الاجتماعي لأفراد العينة أما فيما يخص الكمبيوتر فهذا راجع إلى توفر هذه الأجهزة في أماكن العمل والتطور الذي عرفته الإدارة الجزائرية من ناحية التجهيز وتحسين ظروف العمل.

جدول 6: يبين متوسط المدة التي يقضيها المبحوثون في التفاعل مع الآخرين:

المدة	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	49	54.44
ساعة	21	23.33
أكثر من ساعة	20	22.22
المجموع	90	100

يتضح من خلال الجدول أن المدة التي يقضيها العامل في التفاعل مع الآخرين أقل من ساعة بنسبة 54.44% وهذا يدل على انضباط العمال في مكان العمل وطبيعة المكان التي لا تخلو من المواطنين الذين يأتون لقضاء حاجياتهم الإدارية حيث لا يمكن لأفراد العينة ترك

انشغالات المواطنين والانشغال بالإنترنت تليها ساعة واحدة بنسبة 23.33% وأخيرة أكثر من ساعة بنسبة 22.22%.

جدول 7: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل من طرف المبحوثين:

الفترة	التكرار	النسبة %
صباحا	9	10
مساء	19	21.11
فترة الراحة	62	68.88
المجموع	90	100

يتضح من خلال الجدول أن الأوقات المفضلة للعمال لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي هي فترة الراحة بنسبة 68.88% حيث يتفرغ الأغلبية للإنترنت بعد الانتهاء من العمل وهذا ما يعتبر وقت مناسب للتفاعل بالنسبة لهم، في حين يكون منشغلا في الفترات الأخرى.

جدول 8: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم المبحوثون أثناء العمل:

الأشخاص	التكرار	النسبة %
أصدقاء العمل	48	53.33
مع العائلة	10	11.11
مع موظفين خارج المؤسسة	32	35.55
المجموع	90	100

يتضح من خلال الجدول أن الأشخاص الذين يتصل بهم أفراد العينة هم أصدقاء العمل حيث يمثلون أعلى نسبة بـ 53.33%، وهذا لطبيعة العلاقة بين عمال البلدية وتحقيقا للتواصل الاجتماعي بين العمال في مختلف فروع العمل، وأخيرا نسبة 11.11% مع العائلة والتي تدل على اهتمام الموظف بخصوصياته.

جدول 9: يبين الحاجات التي تليها منصات التواصل الاجتماعي أثناء العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
11.11	10	التنقيس و التعبير بكل حرية
44.44	40	إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
5.55	5	الهروب من الواقع
22.22	20	التواصل و التفاعل مع الآخرين
16.66	15	تسهيل العمل
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الحصول على المعلومات وإشباع الفضول تعد من أبرز الحاجات التي تليها منصات التواصل الاجتماعي لعمال البلدية بنسبة 44.44% تليها التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 22.22% وتؤكد هذه النتائج أن أغلبية المستخدمين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لغرض العمل.

جدول 10: يبين مجالات استعمال منصات التواصل الاجتماعي حسب الأهمية أثناء العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
11.11	10	الاتصال بالموظفين داخل العمل
22.22	20	الاتصال بالموظفين في فروع العمل
47.77	43	الحصول على المعلومات المهنية
18.88	17	التواصل مع الأصدقاء
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي من طرف عمال البلدية من أجل الحصول على المعلومات المهنية بنسبة 47.77% وذلك من أجل الاستفادة من هذه المعلومات في الجانب المهني للعمال تليها الاتصال بالموظفين في فروع العمل بـ 22.22%، هي الأخرى تخدم الأداء المهني لدى المؤسسة من أجل دعم الفروع الأخرى والاتصال بهم وتسهيل مهامهم .

جدول 11: يبين أهم منصات التواصل الاجتماعي المستعملة من طرف المبحوثين:

النسبة %	التكرار	البدائل
84.44	76	فيسبوك
4.44	4	تويتر
11.11	10	انستغرام
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفيسبوك هو الأكثر استخداما من طرف الموظفين بنسبة 84.44%، يليها الانستغرام بنسبة 11.11% قليلا ، وهذا راجع لسهولة استخدامه بالنظر إلى المستوى التعليمي لأغلب الموظفين .

جدول 12: يبين تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على أسلوب العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
24.45	22	كثيرا
47.77	43	قليلا
27.77	25	لم يفعل
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن منصات التواصل الاجتماعي تأثيرها قليل بنسبة 47.77 % على أسلوب العمل للموظفين، في حين نجد نسبة 27.77 لم يؤثر، يلاحظ أن منصات التواصل الاجتماعي لم تؤثر تأثيرا كبيرا على الأداء المهني .

جدول 13: يبين مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
7.77	7	التعريف بالمؤسسة
28.88	26	تحسين صورة المؤسسة
37.77	34	تقريب الإدارة من المواطن
25.55	23	تسهيل الاتصال بالمؤسسة
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن منصات التواصل الاجتماعي ساهمت في الأداء المهني من خلال تقريب الإدارة من المواطن 37.77%، وهذا من خلال صفحات المؤسسة الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر الغاية منها التعريف بالمؤسسة والمهام التي تقوم بها.

جدول 14: يبين سلبيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الموظفين:

النسبة %	التكرار	البدائل
26.67%	24	كثيرة
55.56%	50	قليلة
17.77%	16	منعدمة
100%	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن سلبيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة للموظفين نجدها كثيرة بنسبة 26.67% بينما نجدها قليلة بنسبة 55.56%، نذكر منها هدر الوقت وعدم إتقان العمل وانتهاك الخصوصية الفردية والغرق في التسلية وضعف الإبداع و الإساءة للقيم والعادات والتقاليد.

جدول 15: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة من طرف الفريق المختص:

النسبة %	التكرار	البدائل
41.11	37	نعم
58.89	53	لا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفريق المختص بالصفحة يقوم بتحديثها بنسبة **41.11%**، وهذا راجع لعدم اهتمام أفراد العينة بما يحدث من مستجدات داخل المؤسسة مما دفع الفريق المختص إلى إهمال الصفحة الخاصة بالمؤسسة على منصات التواصل الاجتماعي.

جدول 16: يبين اطلاع المبحوثين على صفحة المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	البدائل
11.11	10	دائما
11.61	55	أحيانا
78.27	25	نادرا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يطلعون أحيانا على صفحة المؤسسة بنسبة **61.11%**، وهذا راجع ربما إلى طبيعة المواد المقدمة من طرف الفريق المختص بصفحة المؤسسة والتي قد لا تتناسب وما يبحث عنه أفراد العينة.

جدول 17: يبين مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
12.22	11	دائما
44.44	40	أحيانا
43.33	39	نادرا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يساهمون أحيانا في نشر الأخبار والمعلومات في صفحة المؤسسة بنسبة 44.44 %، كما نجد مساهمتهم نادرا بنسبة 43.33 %، وهذا راجع إلى قلة التدفق على شبكة الانترنت مما أدى إلى عدم الاهتمام بالصفحة ، إذ أن الموظف يولي أهمية بالغة لوظيفته أثناء تأدية مهامه بقدر ما يولي اهتمامه لتصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي .

جدول 18: يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع صفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
33.33	30	اعجاب
28.88	26	تعليق
37.77	34	مشاركة
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن طريقة تفاعل أفراد العينة مع صفحة المؤسسة بالمشاركة بنسبة 37.77 % يليها الإعجاب ب 33.33 % وأخيرا التعليق ب 28.88 % ، وذلك بسبب الثقة التي اكتسبتها المؤسسة اتجاه المشاركين من خلال انفتاحها وتقديمها لمختلف البرامج التي لها تأثير إيجابي في غالب الأحيان على المستخدمين بالإضافة إلى ممارساتهم التفاعلية على الصفحة.

جدول 19: يبين تقييم المبحوثين لاستخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة في الاتصال :

النسبة %	التكرار	البدائل
25,56	23	جيدة
50,00	45	متوسطة
24,44	22	ضعيفة

المجموع	90	100
---------	----	-----

يتضح من خلال الجدول تقييم أفراد العينة لاستخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة في الاتصال حيث يرون أنها متوسطة بنسبة 50% وذلك من خلال المعلومات والأخبار المقدمة من طرف القائمين على الجانب الاتصالي للمؤسسة .

جدول 20: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة عبر صفحات المؤسسة:

البدائل	التكرار	النسبة %
مشاريع	12	13.33
إعلانات	27	30
مواضيع مختلفة	51	56.66
المجموع	90	100

يتضح من خلال الجدول أن القائمين على صفحة المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي يقدمون مواضيع مختلفة في الصفحة بنسبة 56.66% وهذا يدل على حرص القائمين على صفحة المؤسسة على تزويد العمال بمختلف المعلومات في مختلف المجالات .

جدول 21: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها أفراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

الاناث		الذكور		الجنس المدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
57,14	24	52.08	25	اقل من ساعة
19,05	8	27.08	13	ساعة

23,81	10	20.84	10	اكثر من ساعة
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين يقضون اقل من ساعة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل بنسبة 52.08% للذكور و 57.14% بالنسبة للإناث.

جدول 22: يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم أفراد العينة أثناء العمل:

الإناث		الذكور		الجنس الأشخاص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
39.47	15	59.61	31	أصدقاء العمل
47.36	18	26.92	14	مع العائلة
13.15	5	13.46	7	مع الموظفين خارج المؤسسة
100	38	100	52	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتم الاتصال بهم أثناء العمل نجد أن الإناث يتصلون بالعائلة بنسبة 47.36% مقارنة بالذكور الذين يفضلون الاتصال بأصدقاء العمل بنسبة 59.61%

جدول 23: يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح:

الاناث		الذكور		الجنس الوسيلة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
70	28	12	6	كمبيوتر

30	12	60	30	هاتف ذكي
0,00	00	28	14	لوحة الكترونية
100	40	100	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالوسيلة المستعملة أثناء التصفح حيث يبرز الهاتف الذكي بنسبة 60% عند الذكور في نجد أن الإناث يفضلن كمبيوتر كوسيلة للتصفح بنسبة 70%.

جدول 24: يبين علاقة الجنس بالحاجات التي تلبها منصات التواصل الاجتماعي:

الاناث		الذكور		الجنس الحاجات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.28	6	16.66	8	التنقيس و التعبير بكل حرية
30.95	13	39.58	19	إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
4.76	2	10.41	5	الهروب من الواقع
40.47	17	25	12	التواصل و التفاعل مع الآخرين
9.52	4	8.33	4	تسهيل العمل
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالحاجات التي تلبها الأنترنت خلال فترة العمل حيث نجد أن الذكور يستعملون منصات التواصل الاجتماعي من اجل إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 39.58%، في حين أن الإناث يستعملونها من اجل التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 40.47%.

جدول 25: يبين علاقة الجنس بمنصات التواصل الاجتماعي و زيادة الأداء المهني:

الاناث	الذكور	الجنس
--------	--------	-------

النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البدائل
21,43	09	27,08	13	كثيرا
45,24	19	50,00	24	قليلا
33,33	14	22,92	11	لم يفعل
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بمنصات التواصل الاجتماعي و زيادة الأداء المهني حيث أن الأنترنت زاد في الأداء المهني قليلا بنسبة 50.00 % بالنسبة للذكور و 45.24 % فيما يتعلق بالإناث.

جدول 26: يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

الإناث		الذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البدائل
7,14	03	14,58	07	دائما
78,57	33	45,83	22	أحيانا
14,29	06	39,58	19	نادرا
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة حيث أن أفراد العينة يطلعون أحيانا على ما تنشره صفحة المؤسسة بنسبة 78.57 % للإناث و 45.83 % للذكور.

جدول 27: يبين علاقة الجنس بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

الاناث		الذكور		الجنس طريقة التفاعل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
38.88	14	42,59	23	اعجاب
30.55	11	24,07	13	تعليق
30.55	11	33,33	18	مشاركة
100	36	100	54	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث نجد أن الذكور يتفاعلون عن طريق الإعجاب ب 42.59% مقارنة بالاناث ب 38.88 %.

جدول 28: يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة:

أكثر من ساعة		ساعة		اقل من ساعة		المدة المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
0,00	00	15,00	03	6,38	03	متوسط
60,87	14	55,00	11	53,19	25	ثانوي
39,13	09	15,00	03	34,04	16	جامعي
0,00	00	15,00	03	6,38	03	ما بعد التدرج
100	23	100	20	100	47	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة التي يقضيها الباحثين في التفاعل مع الآخرين حيث نجد أن ذوي المستوى الثانوي يقضون أكثر من

ساعة في التفاعل مع الآخرين بنسبة 60.87% مقارنة بأصحاب المستوى الجامعي بنسبة 39.13% في حين أصحاب مستوى ما بعد التدرج يقضون اقل ساعة بنسبة 6.38%

جدول 29: يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي :

فترة الراحة		مساء		صباحا		الفترة / المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
5,48	04	15,38	02	0,00	00	متوسط
57,53	42	30,77	04	100,00	04	ثانوي
31,51	23	38,46	05	0,00	00	جامعي
5,48	04	15,38	02	0,00	00	ما بعد التدرج
100	73	100	13	100	4	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة في استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل حيث أن غالبية أفراد العينة على اختلاف مستوياتهم التعليمية يفضلون استخدام الأنترنت في فترة الراحة بنسبة 57.53% للثانوي و للجامعي 5.48% بالنسبة للمتوسط وما بعد التدرج.

جدول 30: يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي تلبها منصات التواصل . إ:

تسهيل العمل		التواصل والتفاعل		الهروب من الواقع		اشباع الفضول والحصول على المعلومات		التنفس والتعبير بكل حرية		الحاجات / المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
8,33	02	6,12	03	50,00	01	8,70	04	5,56	01	متوسط
41,67	10	55,10	27	50,00	01	45,65	21	61,11	11	ثانوي

50,00	12	32,65	16	0,00	00	32,61	15	16,67	03	جامعي
0,00	00	6,12	03	0,00	00	13,04	06	16,67	03	ما بعد التدرج
100	24	100	49	100	02	100	46	100	18	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي تلبها منصات التواصل الاجتماعي أن أصحاب المستوى الثانوي يستخدمونها من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 55.10% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي يستعملونها من أجل تسهيل العمل وتهيئة الجو الخاص بالعمل من خلال الاطلاع على كل ما هو جديد في ميدان العمل من الإعلانات ومقررات ذات أهمية في العمل.

جدول 31: يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة:

نادرا		احيانا		دائما		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
4,17	01	1,96	01	26,67	04	متوسط
37,50	09	68,63	35	40,00	06	ثانوي
45,83	11	23,53	12	33,33	05	جامعي
12,50	03	5,88	03	0,00	00	ما بعد التدرج
100	24	100	51	100	15	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي والاطلاع على صفحة المؤسسة حيث نجد أن أصحاب المستوى الثانوي يطلعون أحيانا بنسبة 68.63% في حين أصحاب المستوى الجامعي لا يطلعون إلا نادرا بنسبة 45.83% في حين ان أصحاب المستوى المتوسط تجدهم على اطلاع دائم بما ينشر في صفحة المؤسسة بنسبة 26.67% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي لا يطلعون إلا نادرا صفحة المؤسسة وهذا راجع إلى ارتباط أصحاب المستوى الجامعي بالمناصب الحساسة والتي تتطلب الحضور الفعلي في مكان العمل .

جدول 32: يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

مشاركة		تعليق		إعجاب		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
3,13	01	13,79	04	2,44	01	متوسط
68,75	22	48,28	14	56,10	23	ثانوي
28,13	09	34,48	10	29,27	12	جامعي
0,00	00	3,45	01	12,20	05	ما بعد التدرج
100	32	100	29	100	41	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث نجد أن ذوي المستوى الثانوي تتميز طريقة التفاعل بالمشاركة بنسبة 68.75% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي يعلقون على ما تقدمه الصفحة بنسبة 34.48% أما فيما يخص أصحاب مستوى ما بعد التدرج فغالبيتهم يتفاعلون بالإعجاب بنسبة 12.20% .

جدول 33: يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						الأوقات

20.48	17	20	01	0,00	00	الفترة الصباحية
27.71	23	20	01	0,00	00	الفترة المسائية
60.24	50	60	03	100,00	02	فترة الراحة
100	83	100	05	100	02	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي نجد أن معظم أفراد العينة يستعملونها في أوقات الراحة حسب الإحصائيات المبينة في الجدول أعلاه وهو ما يفهم منه عدم ارتباطها بالوظيفة .

جدول 34: يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في العمل:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن المدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
51,47	35	52,63	10	0,00	00	اقل من ساعة
27,94	19	10,53	2	0,00	00	ساعة واحدة
20,59	14	36,84	07	100,00	03	اكثر من ساعة
100	68	100	19	100	03	المجموع

يتضح من خلال الإحصائيات المحددة في الجدول أعلاه و الذي يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل أن معظم أفراد العينة تعتبر الأنترنت كعنصر ثانوي استنادا إلى الوقت المخصص للتفاعل مع الآخرين والمحدد في مجمله بأقل من ساعة.

جدول 35: يبين علاقة السن بالحاجات التي تلبها منصات التواصل الاجتماعي :

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن الحاجات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15,05	14	16,00	04	0,00	00	التنفيس و التعبير
36,56	34	20,00	05	25,00	01	إشباع الفضول
2,15	02	8,00	02	0,00	00	الهروب من الواقع

37,63	35	36,00	09	75,00	03	التواصل و التفاعل
8,60	08	20,00	05	0,00	00	تسهيل العمل
100	93	100	25	100	04	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالحاجات التي تليها منصات التواصل الاجتماعي حيث غالبية أفراد العينة على اختلاف أعمارهم يستعملون الأنترنت من أجل التواصل والتفاعل وإشباع الفضول والحصول على المعلومات نظرا للارتباط الوثيق بين هذين العنصرين باعتبارهما أهم الحاجات المراد بلوغها من استخدام منصات التواصل الاجتماعي .

جدول 36: يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن البدايل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
19,12	13	15,79	03	0,00	00	دائما
54,41	37	36,84	07	66,67	02	أحيانا
26,47	18	47,37	09	33,33	01	نادرا
100	68	100	19	100	03	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة حيث نجد إن أفراد العينة يطلعون أحيانا على ما تنشره صفحة المؤسسة وهذا راجع إلى عاملين:

1- اختلاف أهمية المواضيع التي تنشرها صفحة المؤسسة

2- تحصيل حاصل للتحليل المنوه عنه سابقا خاصة ما تعلق منه بفترة ومدة التفاعل والمحددتين لمدى أهمية منصات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة في فضاء العمل.

جدول 37: يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40.96	34	60	03	00	00	اعجاب
26.50	22	20	01	00	00	تعليق
32.53	27	20	01	100	02	مشاركة
100	83	100	5	100	2	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث أن فئة من 26-20 تتفاعل مع صفحة المؤسسة بالمشاركة بخلاف فئتي من 32-26 وأكثر من 32 سنة الذين يتفاعلون بالإعجاب بدرجة أكبر مقارنة بالمشاركة.

جدول 38: يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل

أكثر من ساعة		ساعة		أقل من ساعة		المدة الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11,11	03	10,00	02	9,30	04	1-5 سنوات
37,04	10	35,00	07	44,19	19	5-10 سنوات
51,85	14	55,00	11	46,51	20	أكثر من 10 سنوات
100	27	100	20	100	43	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل، نجد أن النسب الأكثر من 10 سنوات تكراراتها كبيرة من الفئات الأخرى

وفي جميع المراحل وهذا راجع إلى الخبرة المهنية التي تجعل من الموظف السيطرة على جميع الفترات وبنسب عالية.

جدول 39: يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي تليها منصات التواصل الاجتماعي:

تسهيل العمل		التواصل و التفاعل		الهروب من الواقع		اشباع الفضول		التنفيس و التعبير		الحاجات الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
18,75	03	10,42	05	25,00	01	9,09	04	13,64	03	1-5 سنوات
31,25	05	31,25	15	50,00	02	27,27	12	31,82	07	5-10 سنوات
50,00	08	58,33	28	25,00	01	63,64	28	54,55	12	أكثر من 10 سنوات
100	16	100	48	100	04	100	44	100	22	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي تليها منصات التواصل الاجتماعي ومن خلال النتائج المتوصل إليها بعد تفريغ الاستمارات أن فئة أكثر من 10 سنوات خبرة بنسب كبيرة في جميع الحالات ، بينما تليها الفئة من 5-10 سنوات فهي متوسطة نوعا ما، أما الفئة من 1-5 سنوات من الخبرة نجد تكراراتها قليلة.

نستنتج هنا أن حاجيات الموظف تزداد من وقت إلى آخر ومن فئة إلى أخرى حسب متطلبات كل شخص.

جدول 40: يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

نادرا		أحيانا		دائما		المدة الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
24,00	06	9,80	05	7,14	01	1-5 سنوات

28,00	07	45,10	23	35,71	05	10-5 سنوات
48,00	12	45,10	23	57,14	08	أكثر من 10 سنوات
100	25	100	51	100	14	المجموع

يتضح من الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره الصفحة ، فنجد الفترة الأكثر تتبعاً هي الفئة الأكثر من 10 سنوات، تليها الفئة بنسب متوسطة من 10-5 سنوات وفي الأخير الفئة من 1-5 سنوات بنسبة ضئيلة .

ومن هنا نستنتج أن الخبرة المهنية تلعب دور مهم على الوقت الذي يقضيه الموظف خلال فترة العمل فالعامل كلما زادت خبرته في الأداء زاد تصفحه للأنترنت والعكس صحيح.

جدول 41: يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

مشاركة		تعليق		إعجاب		طريقة التفاعل الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12,50	04	13,33	04	9,76	04	1-5 سنوات
31,25	10	36,67	11	48,78	20	10-5 سنوات
56,25	18	50,00	15	41,46	17	أكثر من 10 سنوات
100	32	100	30	100	41	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي، فنجد أن الفئة الأكثر تفاعل مع الصفحة هي أكثر من عشر سنوات، ثم تأتي الفئة من 10-5 سنوات بنسب متفاوتة حيث أن الإعجاب عند هذه الفئة يفوق الأولى، وهذا راجع لظروف خاصة، بينما نجد الفئة من 1-5 سنوات طريقة التفاعل مع الصفحة قليلة .

ومن هنا نستنتج أن عامل الخبرة يبقى دائماً هو العامل الفاصل في طريقة التفاعل مع الصفحة والذي يحدد الفروقات المختلفة بين الفئات.

المعوقات التي تحول دون استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية :

- ضعف طريقة تقديم الخدمات من طرف القائمين على صفحة المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي .
- انعدام الوعي لدى المواطنين بأهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال خصوصا بين الإدارة والمواطن ، هذا الأخير الذي يعاني من شبخ البيروقراطية التي جعلته لا يثق بما تقدمه الإدارة الوصية من مستجدات .
- غياب التنسيق بين الإدارات ومختلف المصالح .

الآليات الواجب اتخاذها لتكريس النمط الجديد للاتصال داخل الإدارة :

- التكوين المستمر لموظفي وإطارات الجماعات المحلية والتحسيس بأهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال داخل الإدارة قصد تجديد أسلوب العمل وتسهيل التواصل مع مختلف الأطراف .
- وجوب وضع تشريعات وقوانين تضبط أخلاقيات التواصل والتعامل عبر منصات التواصل الاجتماعي للحد من عدة مخالفات كالقذف ، التشهير.....إلخ .
- الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال توفير الإمكانيات وفتح ورشات للتدريب والتطوير .

التوصيات والاقترحات المقترحة من المبحوثين لعقلنة استخدام منصات التواصل الاجتماعي

في الاتصال داخل المؤسسة:

- عدم استعمال منصات التواصل الاجتماعي في أوقات العمل .
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي في مجالات مفيدة : المهنية منها عند الحاجة.
- الربط بين واقع المؤسسة الفعلي والعالم الافتراضي.
- احترام مبدأ التواصل الاجتماعي .
- توفر صفحة المؤسسة على مواضيع ذات اهتمام مشترك بين العمال .

- الاستعمال العقلاني لمنصات التواصل الاجتماعي أثناء العمل دون تأثير على مردودية العامل.
- تحسين صورة المؤسسة وتقريب الإدارة من المواطن.
- اختيار أوقات الراحة للتصفح.

2- النتائج العامة للدراسة:

- تعتبر منصات التواصل الاجتماعية منبرا يستخدم من أجل التعرف على الأصدقاء وإقامة علاقات وتبادل المعلومات وآخر الأبناء والتطورات معه، و تتعدد استخداماتها وتختلف تأثيراتها في العلاقات الاجتماعية والمهنية ولقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن مايلي:
- نستنتج من خلال جدول رقم(1)الجنس أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث حيث قدرت نسبة الذكور بـ81.11% ونسبة الإناث قدرت بـ 18.88%.
 - كما نستنتج من خلال جدول رقم (2) السن أن غالبية أفراد العينة تفوق أعمارهم 32 سنة، بنسبة 22، 92% و 55، 5% لفئة من 20-32 سنة، و أخيرا من 20-26 سنة بنسبة 22، 2%.
 - أما بالنسبة للمستوى التعليمي لأفراد العينة فمعظمهم ذوي مستوى ثانوي بنسبة 38,88% و 27,77% للمستوى الجامعي، 25,55% للمستوى المتوسط و ما بعد التدرج بنسبة 7,77.
 - نستنتج من خلال جدول رقم(4) الخبرة المهنية أن فئة أكثر من 10 سنوات تمثل أكبر نسبة بـ 50% من أفراد العينة، تليها فئة من 5-10 سنوات بنسبة 40% وفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 10% .
 - نستنتج من خلال الجدول رقم(6) أن الكمبيوتر والهاتف اللذان يعتبران أهم الوسائل التي يستعملها أفراد العينة في تصفح الأنترنت.
 - بالنسبة لسؤال حول المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين فنجد أن الأغلبية تستخدم منصات التواصل الاجتماعي أقل من ساعة بنسبة 54.44%.

- نستنتج من خلال الجدول رقم(8) المبين للأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدامها في أوقات الراحة بنسبة 68.88 % .
- كما قمنا بطرح سؤال حول من هم الأشخاص الذين يتصلون بهم أثناء العمل فنجد أن معظم المبحوثين كانت إجاباتهم أنهم يتصلون مع أصدقاء العمل بنسبة 53.33%.
- نستنتج من خلال الجدول رقم(09) الذي يبين الحاجات التي تلبها منصات التواصل الاجتماعي في العمل فنجد أن أغلبية أفراد العينة يستعملونها من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين وإشباع الفضول والحصول للمعلومات.
- بالنسبة للجدول رقم(10) والذي من خلاله تم طرح سؤال حول مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال الخارجي للمؤسسة فكانت معظم الإجابات بتقريب الإدارة من المواطن بنسبة 37.77%.
- كما تم طرح سؤال حول مدى اطلاع المبحوثين في الجدول رقم(16) على ما تنشره الصفحة فكانت الإجابة بنادرا بنسبة 78.27%.
- وفيما يتعلق بسؤال حول مساهمة أفراد العينة في نشر المعلومات والأخبار في صفحة المؤسسة في الجدول (17) فكانت الإجابات بأحيانا بنسبة 44.44 % ونادرا بنسبة 43.33 % .
- بالنسبة للجدول رقم (18) والذي يبين طريقة تفاعل أفراد العينة مع صفحة المؤسسة فنجد أن إجابات المبحوثين كانت المشاركة بنسبة 37.77% والإعجاب 33.33%.
- وعن سؤال تم طرحه حول تقييم المبحوثين للمؤسسة من طرف أفراد العينة في الجدول رقم (19) فقد أجابوا إنها متوسطة بنسبة 50.00 %.
- نستنتج من خلال الجدول رقم (20) أن المواضيع المختلفة تمثل نسبة 56.66 % من المنشورات المقدمة من طرف الصفحة .

3- تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:

عرفت منصات التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا من طرف موظفي بلدية عين الرحمة، ولقد تحققت هذه الفرضيات من خلال النتائج التالية:

ساهمت منصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير من قبل الموظفين في التواصل والتفاعل مع الآخرين داخل المؤسسة من خلال تسهيل الاتصال بينهم، والبحث عن آخر الأخبار والمستجدات المتعلقة بالمؤسسة في كافة المجالات ، غيرت من أسلوب العمل لديهم من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب العصري ،فقربت المسافات وقلصت الوقت، قللت أعباء العمل، أما فيما يخص الاتصال خارج المؤسسة فقد فتحت مجالا واسعا بين الموظف والمواطن من خلال تحسين صورة المؤسسة والتعريف بها ، كذلك ربط المؤسسة بالجمهور .

أما عن كيفية توظيف منصات التواصل الاجتماعي في فضاء العمل فمعظم الموظفين يختارون فترات الراحة حرصا على تلبية رغبات المواطنين ، وتختلف اهتمامات وأهداف المبحوثين من شخص إلى آخر، فالبعض يوظفها للتسلية والترفيه والبعض الآخر لرفع المستوى التعليمي أو التعرف على الآخرين في فروع العمل أو خارجها .

أما عن الحاجيات التي تلبها منصات التواصل الاجتماعي فهي كثيرة ومتنوعة على العموم ، فالأداء المهني خاصة يتطلب احترام المهنة واحترام انشغالات المواطنين ، فاقترنت على التواصل والتفاعل مع الآخرين وإشباع الفضول والحصول على المعلومات والأخبار .

خاتمة:

لقد أحدثت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرا جذريا في حياة الشعوب والمجتمعات ، وأنهت معاناة الكثير من الناس في الحصول على المعلومات والخدمات ، هذا التطور التقني الذي وظفته العديد من الحكومات في القيام بمهامها وتقديم الخدمات لمواطنيها ، أدى إلى تحسين نوعية الخدمة المقدمة وتبسيط الإجراءات ، وريح الكثير من الوقت وتحقيق القيمة المضافة سواء في إنجاز تلك الوظائف والأعمال أو الحصول عليها .

في خضم هذه التطورات العالمية الحاصلة ، وانتقال العالم إلى مرحلة جديدة من التحولات والعلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتي يفرضها عصر العولمة ، لم يعد بإمكان الحكومات أن تعمل في إطار ضيق ، بحيث أصبح لزاما عليها مواكبة هذه التغيرات الأمر الذي يتطلب التزود بمختلف نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

على الرغم من التطور الذي يشهده العالم اليوم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، إلا أن مسايرة هذا التطور ليس بالأمر اليسير بالنسبة لمعظم الحكومات خاصة في البلدان النامية بسبب سرعة تطور هذه التقنيات من جهة، وقلة مواردها وإمكاناتها من جهة أخرى ، إلا أن هذا لم يعد مبررا في ظل الحاجة الملحة لخدماتها ، على المستويين الداخلي والخارجي .

قائمة المصادر و المراجع:

الكتب:

- 1- أحمد جرار ليلي ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح ، عمان ، 2012.
- 2- بومخلوف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، الجزائر دار الأمة، 2001.
- 3- جواد الموسوي موسى ، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، مكتبة الإعلام والمجتمع (د،ب).
- 4- خالد جمال عبدو ، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال ، ط1، المكتب العربي للمعارف ، مصر 2012.
- 5- شاندا ،اشوك، وكوبرا ،شلبا، إستراتيجية الموارد البشرية ن ترجمة عبدالحكيم الخزامي ،القاهرة ، دار زهران ، 2002.
- 6- شفرة علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة انشر و التوزيع، عمان،2013.
- 7- شفيق حسنين، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر لتغطية الإعلامية، دار الفكر، القاهرة،2014.
- 8- العبادي ،هاشم فوزي دباس وآخرون،إدارة التعليم الجامعي - مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر ،الأردن مؤسسة الوراق،2008م.
- 9- العوامل ، نائل عبد الحفيظ،الهيكل و الأساليب في تطور المنظمات، دار زهران،الأردن ، 2009.
- 10- عويضة، الشيخ كامل محمد، علم النفس الاجتماعي الصناعي،بيروت،دار الكتب العلمية،1996 .
- 11- ماهر عودة الشمالية، وآخرون ، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- 12- ماهر أحمد، التنظيم -الدليل العلمي لتصميم الهياكل و الممارسات التنظيمية، الإسكندرية، دار الجامعية،2005.
- 13- محمد السيد حلوة، رجاء عبدالعالي العشماوي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت و الفيسبوك، دار المعرفة الجامعية انشر والتوزيع،(د،ب)، 2011.
- 14- محمد صغير بعلي ، قانون الإدارة المحلية الجزائرية ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، عنابة ، 2004 .
- 15- مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد ابو بكر،مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية ، 2007.
- 16- مصطفى احمد السيد،إدارة الموارد البشرية، الإدارة العصرية لرأس المال الفكري،القاهرة ،2004.
- 17- لارامي فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ، ترجمة ميلود سفاري وآخرون ،مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة،2004.
- 18- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2010.

المذكرات والأطروحات:

- 1- أمال عساسي، اثوغرافيا مستخدمى الفيسبوك فى المجتمع الجزائرى، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر فى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر 2015.
- 2- نومار نريمان مريم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وأثره فى العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجيستر، الجزائر، 2012.
- 3- حليلة لكحل، ربيحة زايدى، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعى على العلاقات الأسرية، مذكرة ماستر، علم الاجتماع التربوى، جامعة الجلفة 2017.

المنشورات و المجالات:

- 1- أبو زيد أحمد، البحث عن ما بعد الحداثة، مجلة العربى، وزارة الإعلام الكويتية، العدد 506، جانفى 2001.
- 2- شطاح محمد، البث التلفزيونى بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الحديثة، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد 15، جانفى - جوان 1997.
- 3- راضى زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى العالم العربى، مجلة التربية، عمان، العدد 2003، 15.
- 4- رايس على ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات والأبحاث، وهران، العدد 25، 2016.
- 5- رباح كمال احمد، العوامل الاجتماعية و العوامل الأكاديمية المؤثرة فى إدارة الطالب الجامعى العربى، كلية التربية، جامعة طنطا، 2007، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة، 2008.
- 6- القريوتى محمد قاسم، المناخ التنظيمى فى الجامعة الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة مؤتة للبحوث و الدراسات، العدد 05، الأردن، 1994.
- 7- مزهودة عبد المليك، الأداء بين الكفاءة و الفعالية - مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 1، جامعة بسكرة 2001.
- 8- مشرى مرسى، شبكات التواصل الاجتماعى، الرقمية نظرة فى الوظائف، مجلة المستقبل العربى، 2012.

القواميس:

- 1- ابن منظور جمال الدين الأنصارى، لسان العرب، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ج 2.
- 2- المنجد فى اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط 2012.

المؤتمرات:

- 1- أمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعى فى التعليم القائم على المشروعات وأثره فى زيادة دافعية الانجاز نحو التعليم عبر الويب، المؤتمر الدولى للتعليم الالكترونى عن بعد، جامعة ام القرى، الرياض، 2013.
- 2- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العلمى الثانى للإعلام الإسلامى، جامعة الملك عبد العزيز جدة، 15-13 ديسمبر 2011.

الذساتير :

- 1- الجريد الرسمية للجمهورفة الجزائرففة ، العدد 36 لسنة 1963 .
- 2- الجريدة الرسمية للجمهورفة الجزائرففة ، العدد 64 بتاريخ 10 سبتمبر 1963 .
- 3- الجريدة الرسمية للجمهورفة الجزائرففة ، العدد 94 لسنة 1976 .
- 4- الجريدة الرسمية للجمهورفة الجزائرففة ، العدد 15 لسنة 1990 .
- 5- الجريدة الرسمية للجمهورفة الجزائرففة ، العدد 76 لسنة 1996 .

المواقع:

- 1- الففيسبوك فف الجزائر بأكثر من أربعة ملايين، ثم الاسترجاع بتاريخ 2019/03/28 من موقع جريدة الشروق من الرابط <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/149810.html>
- 2- <http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/03/2019,a11:00>
- 3- حنففف محمد المطفرى ،سلفففات مواقع التواصل الاجتماعفف، تاريخ النشر 2012/02/12(متاح علا لخط): <http://alqalbas.com> 18/19068 تم الاطلاع 2019/02/20 على الساعة 18:00.
- 4- مبارك هانف ، دورة الإدارة الإستراتيجفة ، القاهرة ،مركز الأبحاث و التئمة ،2008،ص 10، من الموقع الكئرونف الأئف: <http://www.yanabeea.net/vb/shuothread.php>. Stratégie management ; 11/06/2008.

قائمة الجداول:

- جدول 1 : يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس: 48
- جدول 2: يبين توزيع العينة حسب السن: 48
- جدول 3: يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي: 49
- جدول 4: يبين توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية: 49
- جدول 5: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثون أثناء استخدام م . ت . إ : 50
- جدول 6: يبين متوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين: 50
- جدول 7: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل من طرف المبحوثين: 51
- جدول 8: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم المبحوثون أثناء العمل: 51
- جدول 9: يبين الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي أثناء العمل: 52
- جدول 10: يبين مجالات استعمال منصات التواصل الاجتماعي حسب الأهمية أثناء العمل: 53
- جدول 11: يبين أهم منصات التواصل الاجتماعي المستعملة من طرف المبحوثين: 53
- جدول 12: يبين تأثير منصات التواصل الاجتماعي على أسلوب العمل: 54
- جدول 13: يبين مساهمة منصات ت إ في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة: 54
- جدول 14: يبين سلبيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الأداء المهني: 55
- جدول 15: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة من طرف الفريق المختص: 55
- جدول 16: يبين اطلاع المبحوثين على صفحة المؤسسة: 56
- جدول 17: يبين مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة: 56
- جدول 18: يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع صفحة المؤسسة: 57
- جدول 19: يبين تقييم المبحوثين لاستخدام المؤسسة لتكنولوجيا الاتصال: 57
- جدول 20: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف صفحة المؤسسة: 58
- جدول 21: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها افراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل: 58
- جدول 22: يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم افراد العينة اثناء العمل: 59
- جدول 23: يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح: 59
- جدول 24: يبين علاقة الجنس بالحاجات التي تلبّيها منصات ت إ خلال فترة العمل: 60
- جدول 25: يبين علاقة الجنس بمنصات التواصل الاجتماعي و زيادة الأداء المهني: 61
- جدول 26: يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 61

- جدول 27: يبين علاقة الجنس بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 62
- جدول 28: يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة: 62
- جدول 29: يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي: ... 63
- جدول 30: يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي: 63
- جدول 31: يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة: 64
- جدول 32: يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 65
- جدول 33: يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي: 65
- جدول 34: يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في العمل: 66
- جدول 35: يبين علاقة السن بالحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي: 66
- جدول 36: يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 67
- جدول 37: يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 68
- جدول 38: يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل: 68
- جدول 39: يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي: 69
- جدول 40: يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 69
- جدول 41: يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 70

ملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبدالحميد ابن باديس

- مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

استمارة الاستبيان

في إطار تحضير رسالة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية .

ترفق هذه الاستمارة لتغطية الجانب الميداني للبحث المعنون:

استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية
دراسة ميدانية ببلدية عين الرحمة

- تحت إشراف الأستاذ

* مرواني محمد

- من إعداد الطالب:

* مهدي سفيان

وللوصول إلى هذا الغرض حضرنا هذه الاستمارة راجين منكم الإجابة على الأسئلة

المطروحة ونحيطكم علما أن أجوبتكم سوف تستعمل لأغراض علمية محضة وشكرا لكم

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة.

- البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن : من 20 إلى 25 من 26 إلى 31 من 32 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي :
- ابتدائي متوسط ثانوي جامعي شهادات عليا
- 4- الخبرة المهنية:
- من سنة إلى 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات من 10 سنوات فما فوق
- 5- ماهي الوسيلة التي تستعملها أثناء استخدام منصات التواصل الاجتماعي ؟
- الكمبيوتر هاتف ذكي لوحة الكترونية
- 6- ما هو متوسط المدة التي تقضيها في استخدام منصات التواصل الاجتماعي ؟
- اقل من ساعة ساعة واحدة أكثر من ساعة
- 7- ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي ؟
- الفترة الصباحية الفترة المسائية فترة الراحة
- 8- من هم الأشخاص الذين تتصل بهم ؟
- أصدقاء العمل مع العائلة مع الموظفين خارج المؤسسة
- 9- ما هي الحاجات التي يلبئها لك استخدام الأنترنت ؟
- التنفيس و التعبير بكل حرية -إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
- التواصل و التفاعل مع الآخرين
- تسهيل العمل

أخرى.....

10 - حدد مجالات استعمالك لمنصات التواصل الاجتماعي أثناء العمل حسب الأهمية ؟ (ضع ترتيب

من 1 إلى 4)

- الاتصال بالموظفين داخل العمل -الاتصال بالموظفين في فروع العمل
- الحصول على المعلومات مهنية - التواصل مع الأصدقاء
- 11- ماهي أهم منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بشكل كبير ؟
- فيسبوك تويتر انستغرام

12- هل تعتقد أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي ساهم في تجديد أسلوب العمل؟

- كثيرا قليلا لم يفعل

13- إذا كنت تظن أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال لدى الجماعات المحلية ساهم

في تطوير الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة لماذا؟ لأنها تتيح:

-التعريف بالمؤسسة

- تحسين صورة المؤسسة

- تقريب الإدارة من المواطن

- تسهيل الاتصال بالمؤسسة

14- هل ترى أن هناك سلبيات لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في الاتصال بإدارة الجماعات

المحلية؟

- كثيرا قليلة منعدمة

أذكرها.....

15- هل يوجد فريق عمل يسهر على تحيين المعلومات الخاصة بالإدارة عبر منصات التواصل

الاجتماعي؟

- نعم لا

16- هل تطلع على ما تنشره المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

- دائما أحيانا نادرا

17- هل تساهم في نشر المعلومات والأخبار في صفحات البلدية عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

- دائما أحيانا نادر

18- ماهي طريقة تفاعلهم مع الصفحات الخاصة بالمؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

- إعجاب تعليق مشاركة

19- ماهو تقييمكم لاستخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في العمل؟

- جيدة متوسطة ضعيفة

20- ماهي المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف المؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

- مشاريع إعلانات مواضيع مختلفة

21 - في رأيكم ماهي معوقات استخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال لدى الجماعات المحلية ؟

ضعف طرق تقديم الخدمات انعدام الوعي أخرى

22 - في رأيكم ما هي الآليات الواجب اتخاذها لتكريس النمط الجديد للاتصال لدى الجماعات المحلية

بدل الاتصال التقليدي ؟

التكوين والتوعية التشريع والأمن الإلكتروني الاستثمار في ت.إ.إ.

23 - ماهي التوصيات التي تقترحها لعقنة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العمل؟

-
-
-
-