



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجلفة - زيان عاشور
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الاجتماعية



عنوان المذكرة:

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية
-صفحة فيسبوك بلدية فيض البطمة أنموذجا-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة
الماسـتر

التخصص: علم اجتماع اتصال

تحت اشراف الدكتور:

حميدة عبد القادر

من اعداد:

بن العربي المسعود

السنة الجامعية: 2025-2026

الشكر والتقدير

في مستهل هذا العمل، أتوجه بحمد خالص وشكر عميق لله عز وجل، الذي منحني القوة

والعزيمة وسدد خطاي في مسار هذه المذكرة، ووفقني لإتمامها بعد سنوات من البحث

والمثابرة. فله الحمد أولاً وآخراً، ظاهراً وباطناً، عدد ما كان وعدد ما يكون.

وبعد، لا يسعني إلا أن أعبر عن خالص امتناني وتقديري لأستاذي المؤطر الفاضل:

حميدة عبد القادر، لما بذله من جهد مشكور وتوجيه مستمر، وما أبدته من حرص

ومرافقة علمية دقيقة في كل مراحل هذا العمل. لقد كان دعماً حقيقياً وسنداً أكاديمياً لا

غنى عنه، فلها مني كل التقدير والامتنان.

كما أتوجه بجزيل الشكر والامتنان ولا يفوتني أن أشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة على

قبولهم مشكورين الإشراف على مناقشة هذا العمل، وتخصيص جزء من وقتهم الثمين من

أجل ذلك، وهو ما أقدره بكل امتنان.

ولا يفوتني أن أشكر كل من ساندني خلال رحلتي البحثية، من أساتذة وزملاء وأصدقاء،

ولكل من آمن بي وشجعني، ولو بكلمة طيبة في لحظات الشك والتعب.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي، ونتاج سنواتٍ من السهر والمثابرة، إلى من كانوا لي نورا في دربي، وسندا في مسيرتي، ومصدر إلهامي في كل لحظة:

إلى والدتي العزيزة،

رمزي التضحية والحنان، ومصدر الدعاء الذي رافقتني في كل خطوة. لكم الفضل بعد الله فيما وصلت إليه، فمهما كتبت فلن أوفيكما حقكما. إليكما أهدي هذا العمل بكل محبة وامتنان.

إلى إخوتي وأخواتي،

الذين كانوا دوما إلى جانبي، بتشجيعهم، وتفهمهم، ومواقفهم النبيلة. وجودكم في حياتي دعم لا يقاس، ومحبة لا تنضب.

إلى كل من ساعدني، ووقف بجانبني بكلمة أو دعاء أو فعل ، إلى كل من آمن بي، ولو في صمت... لكم جميعا أهدي هذا العمل، عرفانا بجميلكم، وامتنانا لا

ينسى

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الأشكال والجداول
	المقدمة العامة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري	
11	المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي
11	المطلب الاول: تعريف وسائل التواصل الاجتماعي
12	المطلب الثاني: خصائصها ووظائفها
15	المطلب الثالث: أنواعها وأهم المنصات مثل (Facebook)
19	المبحث الثاني: التنمية المحلية
19	المطلب الاول: تعريف التنمية المحلية
20	المطلب الثاني: أهدافها وأبعادها
22	المطلب الثالث: الفاعلون في التنمية المحلية
24	المبحث الثالث: العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتنمية المحلية
24	المطلب الاول: دور الإعلام الرقمي في دعم التنمية
25	المطلب الثاني: أهمية التواصل الرقمي في تحسين الخدمات المحلية
26	المطلب الثالث: التحديات والمعوقات
الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة المحلية	
31	المبحث الأول: الإدارة المحلية في الجزائر
31	المطلب الاول: مفهوم البلدية
32	المطلب الثاني: مهامها في التنمية المحلية
34	المطلب الثالث: الإطار القانوني
35	المبحث الثاني: صفحات البلديات على فيسبوك

قائمة المحتويات

35	المطلب الاول: أهداف إنشاء الصفحات الرسمية
36	المطلب الثاني: أنواع المحتوى المنشور
38	المطلب الثالث: طرق التفاعل مع المواطنين
38	المبحث الثالث: تقييم استخدام وسائل التواصل
39	المطلب الاول: مؤشرات الأداء (التفاعل، الانتشار...)
39	المطلب الثاني: مزايا الاستخدام
39	المطلب الثالث: النقص والتحديات
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية - بلدية فيض البطمة	
43	المبحث الأول: تقديم البلدية وصفحتها
43	المطلب الاول: التعريف بالبلدية
46	المطلب الثاني: التعريف بصفحتها على Facebook
48	المبحث الثاني: تحليل محتوى الصفحة
49	المطلب الاول: نوع المنشورات
52	المطلب الثاني: معدل النشر
53	المطلب الثالث: طبيعة التفاعل
55	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
56	المطلب الاول: تحليل الاستبيان
63	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات
64	المطلب الثالث: تفسير النتائج
66	الـخاتمة العامة
68	قائمة المصادر والمراجع
74	الملاحق

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	المتوسط التقريبي للنشر	01
58	توزيع العينة حسب الجنس	02
58	توزيع العينة حسب العمر	03
59	متابعة صفحة البلدية	04
60	تقييم محتوى صفحة البلدية	05
60	مدى مساهمة الصفحة في تحسين الخدمات المحلية	06
61	أبرز النقائص المسجلة	07

مقدمة عامة

أحدثت الثورة الرقمية تحولات عميقة في أنماط الاتصال والتفاعل داخل المجتمعات المعاصرة، حيث أضحت وسائل التواصل الاجتماعي فضاءات رقمية مؤثرة تجاوزت وظيفتها التقليدية في التواصل الشخصي لتصبح أداة استراتيجية في إدارة الشأن العام وتبادل المعلومات. وقد ساهم الانتشار الواسع للإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية في تعزيز حضور هذه الوسائل داخل مختلف المؤسسات، بما فيها الجماعات المحلية التي وجدت فيها وسيلة فعالة لتقريب الإدارة من المواطن وتحسين جودة الاتصال العمومي.

وفي ظل التحولات التي يشهدها قطاع الإدارة المحلية، برزت الحاجة إلى تبني آليات اتصال حديثة تقوم على السرعة والشفافية والتفاعل، الأمر الذي دفع العديد من البلديات إلى استغلال منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها موقع فيسبوك، لنشر المعلومات والخدمات والتواصل المباشر مع المواطنين. وقد أصبح هذا الفضاء الرقمي يشكل حلقة وصل بين الإدارة المحلية والمجتمع، ويسهم في تعزيز المشاركة المجتمعية وإشراك المواطنين في متابعة الشأن المحلي.

وتكتسب هذه الممارسات أهميتها من ارتباطها بمسار التنمية المحلية، التي لم تعد تقتصر على توفير الخدمات الأساسية فحسب، بل أصبحت تركز على إشراك مختلف الفاعلين المحليين في صنع القرار وتحسين الأداء التنموي. وفي هذا السياق برزت وسائل التواصل الاجتماعي كألية داعمة للتنمية من خلال تسهيل تداول المعلومات وتعزيز الشفافية، وتوسيع مجالات التفاعل بين الإدارة والمواطن، بما يساهم في بناء تنمية محلية أكثر فعالية واستجابة لاحتياجات المجتمع.

الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات متسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أسهمت في بروز وسائل التواصل الاجتماعي كفضاءات رقمية جديدة غيرت أنماط الاتصال والتفاعل داخل المجتمع. ولم يعد دور هذه الوسائل مقتصرًا على التواصل الشخصي والترفيه، بل امتد ليشمل مجالات متعددة من بينها الإدارة العمومية والتنمية المحلية، حيث أصبحت أداة فعالة لنشر المعلومات وتعزيز المشاركة المجتمعية وتقوية العلاقة بين الإدارة والمواطن. وفي ظل التوجه المتزايد نحو الرقمنة، اتجهت الجماعات المحلية في الجزائر إلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة منصة فيسبوك، باعتبارها وسيلة حديثة للتواصل مع المواطنين وإطلاعهم على مختلف الأنشطة والمشاريع والخدمات المحلية. وقد أفرز هذا التحول مجموعة من التساؤلات حول مدى فعالية هذه الوسائل في دعم التنمية المحلية وتعزيز الاتصال المحلي، وهو ما دفع إلى اختيار موضوع الدراسة الموسوم بـ "دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية: صفحة فيسبوك بلدية فيض البطمة نموذجاً".

وتتبع أهمية اختيار هذا الموضوع من اعتبارات علمية وعملية؛ فمن الناحية العلمية يندرج ضمن الدراسات السوسيولوجية الحديثة المهتمة بآثار التحول الرقمي في المجتمع المحلي، أما من الناحية العملية فيرتبط بتنامي اعتماد الإدارات المحلية على وسائل التواصل الاجتماعي في تسيير علاقتها بالمواطنين وتقديم خدماتها.

وتتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي:

إلى أي مدى تساهم وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة صفحة فيسبوك الخاصة ببلدية فيض البطمة، في دعم التنمية المحلية وتحسين الاتصال بين الإدارة والمواطن؟

وانطلاقاً من هذه الإشكالية، تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المحلية من خلال تحسين الاتصال بين الإدارة المحلية والمواطنين وتعزيز التفاعل والمشاركة المجتمعية.

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- تساهم صفحة فيسبوك البلدية في تسهيل وصول المواطنين إلى المعلومات المحلية.
- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل بين الإدارة المحلية والمواطنين.
- تساعد الصفحة الرسمية للبلدية في دعم المشاركة المجتمعية وتحسين الخدمات المحلية.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل الإدارة المحلية.
 - إبراز دور صفحة فيسبوك البلدية في نشر المعلومات وتحسين الاتصال المحلي.
 - قياس مستوى تفاعل المواطنين مع الصفحة الرسمية للبلدية.
 - الكشف عن مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المحلية.
 - تحديد أهم النقائص والتحديات المرتبطة بالاستخدام الرقمي داخل الجماعات المحلية.
- واعتمدت الدراسة على المقاربة البنائية الوظيفية باعتبارها من المقاربات السوسولوجية التي تفسر المجتمع من خلال العلاقات الوظيفية بين مكوناته المختلفة، حيث ينظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها نسقا اتصاليا يؤدي وظائف إعلامية وتوعوية وتنموية تسهم في تحقيق التوازن الاجتماعي وتعزيز فعالية الإدارة المحلية في أداء أدوارها.
- كما استندت الدراسة إلى مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت موضوع وسائل التواصل الاجتماعي والإدارة المحلية والتنمية المحلية، والتي ساعدت في بناء الإطار النظري وتحديد أبعاد الدراسة ومتغيراتها، مع الاستفادة من نتائجها ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

وقد واجهت الدراسة بعض الصعوبات، من بينها محدودية المراجع المتخصصة التي تربط بصورة مباشرة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتنمية المحلية على المستوى البلدي، إضافة إلى صعوبات مرتبطة بجمع البيانات الميدانية وقياس التفاعل الرقمي للمواطنين.

وتقوم هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم الأساسية تتمثل في: وسائل التواصل الاجتماعي، التنمية المحلية، الاتصال المحلي، المشاركة المجتمعية، والإدارة المحلية، باعتبارها مفاهيم مركزية لفهم العلاقة بين التحول الرقمي وأدوار الجماعات المحلية في تحقيق التنمية.

وعليه سيتم في هذا الفصل عرض الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة من خلال التطرق إلى مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي وخصائصها ووظائفها وأهم منصاتها، ثم عرض مفهوم التنمية المحلية وأهدافها وفعاليتها، وصولا إلى إبراز طبيعة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتنمية المحلية ودورها في تحسين الاتصال المحلي ودعم التنمية.

المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي فرضت حضورها بقوة في مختلف مجالات الحياة، نتيجة التطور السريع الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال. فقد ساهمت هذه المنصات في تسهيل التواصل بين الأفراد والجماعات، وإتاحة تبادل المعلومات والأفكار بشكل فوري ودون قيود زمانية أو مكانية. ولم يعد دورها مقتصرًا على الترفيه والتواصل فقط، بل امتد ليشمل مجالات متعددة كالتعليم، والإعلام، والاقتصاد، والتنمية المحلية¹، حيث أصبحت وسيلة فعالة لنشر الوعي وتحفيز المشاركة المجتمعية. لذلك يبرز الاهتمام بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها عنصرًا مؤثرًا في المجتمع واداة يمكن توظيفها لدعم جهود التنمية المحلية وتحقيق أهدافها المختلفة.

المطلب الأول: تعريف وسائل التواصل الاجتماعي:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة ثورة رقمية غيرت بشكل جذري أساليب الاتصال والتفاعل الإنساني، وكان من أبرز نتائج هذه الثورة ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات. فقد ساهم التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إلى جانب الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت والهواتف الذكية، في بروز فضاءات رقمية جديدة أتاحت للأفراد إمكانية التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات بشكل سريع ومباشر، دون التقيد بالحدود الجغرافية أو الزمنية².

وفي السابق، كانت عملية الاتصال تعتمد على وسائل إعلام تقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، وهي وسائل تقوم غالبًا على الاتصال الأحادي الاتجاه، حيث يكون المتلقي مجرد مستقبل للمعلومة دون أن يمتلك القدرة على التفاعل أو المشاركة الفعلية في صناعة المحتوى³. غير أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أحدث تحولًا جذريًا في طبيعة العملية الاتصالية، إذ أصبح المستخدم عنصرًا فاعلًا في إنتاج المحتوى ونشره والتعليق عليه، وهو ما أدى إلى انتقال الاتصال من النمط التقليدي إلى الاتصال التفاعلي القائم على المشاركة والتبادل.

¹ عبد الرؤوف منيف، الإعلام الجديد والاتصال التفاعلي، دار الفكر، عمان، 2016، ص12.

² علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص76.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص32.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

ويقصد بوسائل التواصل الاجتماعي تلك المنصات والتطبيقات الإلكترونية التي تعمل عبر شبكة الإنترنت، وتسمح للمستخدمين بإنشاء حسابات شخصية أو مؤسسية، وتكوين شبكات اجتماعية افتراضية، وتبادل مختلف أشكال المحتوى الرقمي مثل النصوص والصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية والروابط الإلكترونية. كما تتيح هذه الوسائل إمكانية التفاعل المباشر من خلال التعليقات والإعجابات والمحادثات الفورية والبث المباشر، مما يجعلها بيئة رقمية قائمة على التواصل المستمر والتفاعل المتبادل.

وقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، نظرا لتعدد وظائفها واستخداماتها. ومن أبرز التعريفات الأكاديمية ما قدمه الباحثان Andreas Kaplan و Michael Haenlein، حيث عرفا وسائل التواصل الاجتماعي بأنها:

"مجموعة من التطبيقات القائمة على الإنترنت، والتي تعتمد على الأسس التقنية والفكرية للويب التفاعلي، وتسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدمون".¹

ويظهر هذا التعريف أن جوهر وسائل التواصل الاجتماعي يقوم على عنصرين أساسيين، هما:

- الاعتماد على تقنيات الويب التفاعل (2.0 Web)؛

- تمكين المستخدم من صناعة المحتوى وليس مجرد استقباله.

ويقصد بالويب التفاعلي الجيل الجديد من تطبيقات الإنترنت الذي يقوم على التفاعل والمشاركة، حيث أصبح المستخدم قادرا على النشر والتعديل والمشاركة والتعليق، بخلاف المراحل الأولى من الإنترنت التي كانت تقتصر على عرض المعلومات فقط.²

المطلب الثاني: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي ووظائفها:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم مظاهر التحول الرقمي الذي شهده العالم المعاصر، حيث استطاعت أن تحدث تغييرا جذريا في أساليب الاتصال والتفاعل وتبادل المعلومات. وقد تميزت هذه الوسائل بمجموعة من الخصائص التقنية والاتصالية التي

¹ Andreas Kaplan & Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, Business Horizons, Vol. 53, 2010.

² حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص 42.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

جعلتها تختلف بشكل واضح عن وسائل الإعلام التقليدية، وأسهمت في انتشارها السريع وتأثيرها الواسع في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتنمية. وتتبع أهمية دراسة خصائص وسائل التواصل الاجتماعي من كونها تساعد على فهم طبيعة هذه الوسائل وكيفية توظيفها في خدمة التنمية المحلية وتحسين العلاقة بين الإدارة والمواطن.

أولاً: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

1- التفاعلية: تعتبر التفاعلية من أهم الخصائص التي تميز وسائل التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية، حيث تسمح للمستخدم بالمشاركة الفعلية في العملية الاتصالية، بدل أن يكون مجرد متلقٍ سلبي للمعلومة. فالمستخدم يستطيع نشر المحتوى، والتعليق عليه، وإبداء رأيه، ومشاركته مع الآخرين، إضافة إلى التفاعل الفوري عبر الإعجابات والتعليقات والرسائل المباشرة.

وفي الإعلام التقليدي، كانت عملية الاتصال تتم غالباً في اتجاه واحد، أي من المرسل إلى المتلقي، دون وجود مساحة حقيقية للنقاش أو الرد المباشر. أما وسائل التواصل الاجتماعي فقد جعلت الاتصال عملية تفاعلية متعددة الاتجاهات، يشارك فيها الجميع في صناعة المحتوى وتداوله.

وتبرز أهمية هذه الخاصية في مجال الإدارة المحلية، حيث تتيح للبلديات والمؤسسات العمومية إمكانية التواصل المباشر مع المواطنين، والاستماع إلى انشغالاتهم ومقترحاتهم، والرد على تساؤلاتهم بشكل سريع، مما يعزز الثقة ويحسن العلاقة بين الإدارة والمجتمع المحلي¹.

كما تساعد التفاعلية على تعزيز المشاركة المجتمعية، إذ يشعر المواطن بأنه جزء من عملية صنع القرار المحلي، وليس مجرد متلقٍ للخدمات أو التعليمات.

2- السرعة في نقل المعلومات: من أبرز خصائص وسائل التواصل الاجتماعي قدرتها الكبيرة على نقل المعلومات والأخبار بشكل فوري وسريع، حيث يمكن نشر المحتوى ووصوله إلى آلاف الأشخاص خلال ثوانٍ قليلة فقط.

¹ عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 101.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وقد ساهمت هذه الخاصية في جعل وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا رئيسيا للأخبار والمستجدات، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية وانتشار الهواتف الذكية وخدمات الإنترنت.

وتكمن أهمية السرعة في المجال المحلي في تمكين البلديات والإدارات من إيصال المعلومات إلى المواطنين في الوقت المناسب، مثل:

- الإعلان عن المشاريع التنموية.

- نشر التنبيهات والإرشادات.

- الإعلام بانقطاع المياه أو الكهرباء.

- الإعلان عن الحملات الصحية أو البيئية.

كما تساعد هذه السرعة على تحسين الاستجابة للأحداث الطارئة والأزمات، وتسهم في تقليل الفجوة الاتصالية بين الإدارة والمواطن.

إضافة إلى ذلك، فإن السرعة في تداول المعلومات تجعل المواطن أكثر اطلاعا على مختلف القضايا المحلية، مما يعزز الوعي والمشاركة المجتمعية¹.

3- الانتشار الواسع: تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، حيث يمكن استخدامها في أي مكان وفي أي وقت، وهو ما جعلها تنتشر بشكل واسع بين مختلف فئات المجتمع.

وقد ساهم هذا الانتشار في تحويل العالم إلى فضاء رقمي مفتوح، يستطيع فيه الأفراد والمؤسسات التواصل بسهولة مهما كانت المسافات بينهم.

وتكمن أهمية هذه الخاصية في تمكين المؤسسات المحلية من الوصول إلى عدد كبير من المواطنين في وقت واحد، دون الحاجة إلى وسائل تقليدية مكلفة. كما تسمح للبلديات بالتواصل مع المواطنين المقيمين داخل البلدية أو خارجها، ونشر مختلف النشاطات والخدمات والمشاريع التنموية².

¹فايز الشهري، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر، عمان، 2015. ص 54.

²حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014. ص

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

ويعتبر الانتشار الواسع من العوامل التي ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي على التأثير في الرأي العام المحلي والعالمي، حيث أصبحت المنصات الرقمية فضاء للنقاش وتبادل الآراء والتأثير في القضايا الاجتماعية والسياسية والتنموية.

4-سهولة الاستخدام: تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بسهولة استخدامها مقارنة بالعديد من الوسائل التقنية الأخرى، حيث لا تتطلب مهارات تقنية معقدة أو تكاليف مرتفعة، وهو ما ساهم في انتشارها بين مختلف الفئات العمرية والاجتماعية.

فبفضل الهواتف الذكية والتطبيقات الحديثة، أصبح بإمكان أي فرد إنشاء حساب شخصي أو صفحة إلكترونية والتفاعل مع المحتوى بسهولة كبيرة.

وقد ساعدت هذه الخاصية على تحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى جزء أساسي من الحياة اليومية، سواء في التواصل الشخصي أو في مجالات العمل والإدارة والتعليم.

وفي مجال التنمية المحلية، تسهم سهولة الاستخدام في تعزيز مشاركة المواطنين في الشأن العام المحلي، حيث يمكنهم الاطلاع على الأخبار المحلية، والتواصل مع البلدية، وتقديم الاقتراحات أو الشكاوى دون الحاجة إلى التنقل أو الإجراءات المعقدة¹.

كما تسمح هذه الخاصية للإدارات المحلية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة منخفضة التكلفة وفعالة في الاتصال بالمواطنين.

ثانياً: وظائف وسائل التواصل الاجتماعي:

لا يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على الترفيه والتواصل الشخصي فقط، بل أصبحت تؤدي مجموعة من الوظائف المهمة التي جعلتها تؤثر بشكل مباشر في حياة الأفراد والمجتمعات والمؤسسات.

1-الوظيفة الاتصالية: تعتبر الوظيفة الاتصالية من أبرز وظائف وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تسهل عملية تبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد والمؤسسات بطريقة سريعة ومباشرة.

¹محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 65.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وقد ساهمت هذه الوظيفة في تعزيز التواصل بين الإدارة المحلية والمواطن، من خلال توفير فضاء يسمح بالنقاش والتفاعل وإبداء الرأي حول مختلف القضايا المحلية¹. كما تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على تقريب الإدارة من المواطن، وإلغاء الحواجز التقليدية التي كانت تعيق عملية الاتصال.

2- الوظيفة الإعلامية: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية فعالة تُستخدم لنشر الأخبار والمعلومات والبيانات الرسمية بشكل سريع ومباشر. وتعتمد عليها المؤسسات الحكومية والبلديات في نشر الإعلانات والمشاريع والأنشطة المختلفة، مما يجعلها مصدراً مهماً للمعلومات بالنسبة للمواطن². كما تساهم هذه الوظيفة في تعزيز الشفافية من خلال تمكين المواطنين من الاطلاع على مختلف النشاطات المحلية.

3- الوظيفة التوعوية: تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في نشر الوعي الاجتماعي والصحي والثقافي والتموي، خاصة من خلال الحملات التوعوية والإرشادية. وقد برز هذا الدور بشكل واضح في الحملات الصحية والبيئية والتربوية، حيث تستخدم المنصات الرقمية لنشر المعلومات والإرشادات وتوجيه المواطنين نحو السلوكيات الإيجابية³. كما تساعد هذه الوظيفة على رفع مستوى الوعي بالقضايا المحلية وتعزيز روح المسؤولية المجتمعية.

4- الوظيفة التنموية: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة لدعم التنمية المحلية، من خلال نشر المشاريع التنموية، وتحفيز المواطنين على المشاركة في الأنشطة المحلية، وتعزيز الحوار بين الإدارة والمجتمع. كما تساعد على التعريف بالمشكلات المحلية واقتراح

¹ علي عجوة، المرجع السابق ص 89.

² فايز الشهري، المرجع السابق ص 67.

³ عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 118.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

الحلول المناسبة لها، إضافة إلى دعم المبادرات الشبابية والتطوعية. وتساهم هذه الوظيفة في تحقيق نوع من التنمية التشاركية القائمة على إشراك المواطن في تسيير الشأن المحلي¹.
5- الوظيفة الرقابية: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمواطنين متابعة أداء المؤسسات والإدارات المحلية، والتعبير عن آرائهم حول الخدمات المقدمة، وهو ما يعزز الشفافية والمساءلة.

فمن خلال التعليقات والمنشورات، يستطيع المواطن نقل انشغالاته وانتقاده النقائص والمطالبة بتحسين الخدمات، مما يدفع الإدارات إلى تحسين أدائها والاستجابة بشكل أفضل لمطالب المجتمع². كما تساهم هذه الوظيفة في تعزيز الرقابة المجتمعية على الشأن العام المحلي.

المطلب الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي وأهم المنصات:

شهدت وسائل التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً وتنوعاً واسعاً في السنوات الأخيرة، نتيجة التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وازدياد حاجات المستخدمين إلى وسائل رقمية تسهل التواصل وتبادل المعلومات. وقد أدى هذا التنوع إلى ظهور عدة أنواع من المنصات الرقمية، تختلف من حيث طبيعة الخدمات التي تقدمها، وطريقة استخدامها، والفئة المستهدفة منها.

وتصنف وسائل التواصل الاجتماعي عادة إلى عدة أنواع رئيسية، لكل نوع خصائصه ووظائفه واستخداماته المختلفة، سواء في المجال الاجتماعي أو الإعلامي أو الإداري أو التنموي.

أ- مواقع الشبكات الاجتماعية:

¹ محمد منير حجاب، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2012. ص 77.

² علي عجوة، المرجع السابق ص 96.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية من أكثر أنواع وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً واستخداماً، وهي منصات إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء حسابات شخصية أو مؤسسية، وبناء علاقات تواصل وتفاعل مع الآخرين عبر الإنترنت.

وتقوم هذه المواقع على فكرة تكوين شبكات اجتماعية افتراضية تجمع بين الأفراد والمؤسسات وفق الاهتمامات المشتركة، حيث يمكن للمستخدم نشر المحتوى والتفاعل مع منشورات الآخرين من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركة.

وتتميز هذه المواقع بسهولة الاستخدام، وسرعة تداول المعلومات، والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع، وهو ما جعلها أداة فعالة في الاتصال والتأثير وصناعة الرأي العام. ومن أبرز هذه المنصات:

1- الفيس بوك Facebook: يعد فيسبوك من أشهر وأوسع منصات التواصل الاجتماعي استخداماً في العالم، حيث تم إطلاقه سنة 2004 من طرف Mark Zuckerberg بهدف تسهيل التواصل بين الأفراد داخل الوسط الجامعي، قبل أن يتحول لاحقاً إلى منصة عالمية تضم ملايين المستخدمين من مختلف الدول والفئات الاجتماعية. ويتيح فيسبوك للمستخدمين إمكانية:

- إنشاء حسابات وصفحات شخصية أو رسمية.
- نشر النصوص والصور والفيديوهات.
- إنشاء المجموعات والصفحات.
- إجراء البث المباشر.
- التفاعل من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات.

وتكمن أهمية فيسبوك في كونه لا يستخدم فقط كوسيلة للتواصل الشخصي، بل أصبح منصة متعددة الوظائف تستغل في الإعلام والتسويق والتعليم والإدارة والتنمية المحلية.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وفي الجزائر يعتبر فيسبوك أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً، وهو ما دفع العديد من البلديات والمؤسسات المحلية إلى إنشاء صفحات رسمية للتواصل مع المواطنين ونشر مختلف النشاطات والخدمات.

وتستخدم البلديات منصة فيسبوك في:

- نشر الأخبار المحلية والقرارات الإدارية.

- الإعلان عن المشاريع التنموية.

- استقبال شكاوى المواطنين واقتراحاتهم.

- تغطية النشاطات والمبادرات المحلية.

- توعية المواطنين بالقضايا الصحية والبيئية والاجتماعية.

كما يساهم فيسبوك في تعزيز العلاقة بين الإدارة المحلية والمواطن، من خلال توفير فضاء رقمي يسمح بالتفاعل المباشر والرد السريع على الانشغالات، وهو ما يدعم مبادئ الشفافية والمشاركة المجتمعية¹.

وتعد صفحات البلديات على فيسبوك بمثابة واجهة إلكترونية للإدارة المحلية، تعكس مدى نشاطها واهتمامها بقضايا المواطنين.

2- الأنستغرام Instagram:

يعتبر إنستغرام من المنصات الرقمية الحديثة التي تركز أساساً على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، وقد أصبح من أكثر التطبيقات استخداماً خاصة لدى فئة الشباب. وتقوم فكرة إنستغرام على التواصل البصري، حيث يعتمد على نشر الصور والفيديوهات المصحوبة بالنصوص والوسوم، مما يجعله وسيلة فعالة في التسويق الرقمي والترويج الإعلامي.

ويستخدم إنستغرام بشكل واسع في:

¹ محمد منير حجاب، المرجع السابق ص 91.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

- الترويج للأنشطة والمبادرات.
- التسويق للمنتجات والخدمات.
- التعريف بالمشاريع المحلية والسياحية.
- نشر الحملات التوعوية.

كما تعتمد بعض المؤسسات والهيئات المحلية على إنستغرام لنشر صور المشاريع والأنشطة الميدانية، لما يتميز به من جاذبية بصرية وقدرة على الوصول إلى فئة الشباب.¹

3- منصة أكس X:

تعد منصة X المعروفة سابقا باسم تويتر، من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد على نشر الرسائل القصيرة والأخبار السريعة والتفاعل الفوري مع الأحداث. وتتميز هذه المنصة بسرعة تداول المعلومات، وهو ما جعلها وسيلة مهمة للصحفيين والسياسيين والمؤسسات الرسمية في نقل الأخبار والتصريحات والتعليقات حول مختلف القضايا.

كما تستخدم في:

- متابعة الأحداث الآنية.
 - نشر الأخبار العاجلة.
 - التفاعل مع القضايا الاجتماعية والسياسية.
 - تعزيز النقاش العام.
- وتعتبر منصة X فضاء للنقاش العمومي وصناعة الرأي العام، خاصة في القضايا السياسية والإعلامية.²

ثانيا: منصات مشاركة الفيديو:

¹ عبد الباسط محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2017. ص

.112

² Kaplan & Haenlein, *Social Media: Back to the Roots and Back to the Future*, 2011.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

تركز هذه المنصات على نشر ومشاركة المحتويات المرئية، حيث تسمح للمستخدمين بتحميل الفيديوهات ومشاهدتها والتفاعل معها.

وقد أصبحت هذه المنصات وسيلة فعالة للتعليم والإعلام والتوعية والتسويق، نظرا لقدرة الفيديو على جذب الانتباه والتأثير في المتلقي.

ومن أبرز هذه المنصات:

1- اليوتيوب YouTube:

يعتبر يوتيوب أكبر منصة عالمية لمشاركة الفيديوهات، حيث يتيح للمستخدمين رفع ومشاهدة مختلف أنواع المحتوى المرئي.

ويستخدم يوتيوب في: التعليم الإلكتروني، نشر المحاضرات والدروس، التوعية الصحية والاجتماعية؛ نقل الأخبار والتقارير، والترويج للمبادرات والمشاريع التتموية.

كما تعتمد عليه المؤسسات والهيئات الرسمية لنشر الفيديوهات التوضيحية والتقارير الخاصة بالمشاريع والأنشطة.

وتكمن أهمية يوتيوب في قدرته على إيصال المعلومات بطريقة بصرية جذابة تسهل الفهم والتأثير¹.

2- التيك توك TikTok:

يعتبر "تيك توك" من المنصات الحديثة التي تعتمد على نشر الفيديوهات القصيرة، وقد شهد انتشارا واسعا خاصة بين فئة الشباب. ويتميز بسهولة استخدامه وسرعة انتشار المحتوى داخله، مما جعله وسيلة فعالة للتأثير والتوعية والتسويق الرقمي، ورغم ارتباطه بالمحتوى الترفيهي، إلا أن العديد من المؤسسات أصبحت تستغله في:

- الحملات التوعوية.

- نشر الرسائل التثقيفية.

¹ محمد منير حجاب، المرجع السابق ص 109.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

- الترويج للمبادرات المجتمعية.

- التواصل مع فئة الشباب.¹

ثالثاً: تطبيقات التراسل الفوري:

تعد تطبيقات التراسل الفوري من أكثر وسائل التواصل استخداماً في الحياة اليومية، حيث تتيح تبادل الرسائل النصية والصوتية والملفات بشكل سريع ومباشر. وتتميز هذه التطبيقات بسهولة التواصل وسرعة نقل المعلومات، وهو ما جعلها تستخدم في المجالات الشخصية والإدارية والتعليمية.

ومن أبرز هذه التطبيقات:

1- الواتس آب WhatsApp:

يعتبر واتساب من أكثر تطبيقات التراسل استخداماً في العالم، حيث يسمح بإرسال الرسائل وإجراء المكالمات الصوتية والمرئية وتبادل الملفات.

وتعتمد عليه بعض الإدارات المحلية والهيئات العمومية في:

- نشر الإعلانات والتنبيهات.

- التواصل مع الموظفين والمواطنين.

- تبادل الوثائق والمعلومات.

- إنشاء مجموعات للتنسيق الإداري.

كما يساهم في تسهيل الاتصال وتقليل الوقت والجهد في نقل المعلومات.²

2- تلغرام Telegram:

يتميز تطبيق تيليغرام بسرعته العالية وإمكانياته التقنية المتطورة، حيث يسمح بإنشاء القنوات والمجموعات الكبيرة ومشاركة الملفات ذات الحجم الكبير.

ويستخدم في:

¹ عبد الباسط محمد، المرجع السابق ص 126.

² فايز الشهري، المرجع السابق ص 62.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

- نشر الأخبار والإعلانات.

- إنشاء قنوات إعلامية.

- إدارة المجموعات المهنية والتعليمية.

- تبادل الملفات بسرعة وأمان.

كما تعتمد عليه بعض المؤسسات في إدارة الاتصال الداخلي ونشر البيانات الرسمية¹.

رابعاً: أهمية منصة Facebook في التنمية المحلية:

تكتسي منصة فيسبوك أهمية خاصة في مجال التنمية المحلية، نظراً لكونها المنصة الأكثر استخداماً وانتشاراً داخل المجتمع الجزائري، إضافة إلى سهولة استخدامها وقدرتها الكبيرة على تحقيق التفاعل المباشر بين الإدارة والمواطن.

وقد أصبحت صفحات البلديات والمؤسسات المحلية على فيسبوك أداة فعالة في:

- نشر المعلومات والقرارات المحلية.

- عرض المشاريع التنموية.

- استقبال شكاوى المواطنين.

- تعزيز الشفافية.

- دعم المشاركة المجتمعية.

كما ساهمت هذه الصفحات في تقريب الإدارة من المواطن، وتقليل الفجوة الاتصالية،

وتحسين سرعة الاستجابة لانشغالات السكان.

وفي ظل التوجه نحو الرقمنة والإدارة الإلكترونية، أصبحت صفحات الفيسبوك بمثابة

واجهة رقمية تعكس نشاط الجماعات المحلية ومدى تفاعلها مع قضايا المجتمع، وهو ما

يجعلها عنصراً داعماً لمسار التنمية المحلية.

المبحث الثاني: التنمية المحلية:

¹ عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 122.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

تعتبر التنمية المحلية من المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، خاصة مع تزايد التوجه نحو اللامركزية وإشراك الجماعات المحلية في تحقيق التنمية. وقد برز هذا المفهوم نتيجة إدراك الدول أن التنمية الحقيقية لا يمكن أن تتحقق فقط من خلال السياسات المركزية، بل تتطلب أيضا تفعيل دور الفاعلين المحليين واستغلال الموارد والإمكانات المتوفرة على المستوى المحلي¹.

وترتكز التنمية المحلية على تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسكان داخل إقليم معين، من خلال إشراك المواطنين والهيئات المحلية في إعداد وتنفيذ المشاريع التنموية، بما يحقق التنمية المستدامة ويحسن نوعية الحياة.

المطلب الأول: تعريف التنمية المحلية:

يعد مفهوم التنمية المحلية من المفاهيم متعددة الأبعاد، نظرا لارتباطه بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والإدارية. وقد ظهر هذا المفهوم بشكل واضح مع تطور فكرة اللامركزية الإدارية، وتزايد الاهتمام بدور الجماعات المحلية في تحقيق التنمية.

ويقصد بالتنمية المحلية تلك العملية التي تهدف إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية داخل مجتمع محلي معين، من خلال استغلال الموارد المحلية المتاحة، وإشراك السكان في إعداد وتنفيذ البرامج والمشاريع التنموية.

كما تعرف التنمية المحلية بأنها مجموعة الجهود المنظمة التي تبذل من طرف الدولة والجماعات المحلية ومختلف الفاعلين المحليين، بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية داخل إقليم معين، وتحسين الظروف المعيشية للسكان².

¹ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2010. ص 76.

² محمد عبيدات، المرجع السابق ص 42.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وبلاحظ من خلال هذه التعريفات أن التنمية المحلية لا تقتصر فقط على تحقيق النمو الاقتصادي، بل تشمل أيضا تحسين نوعية الحياة، وتوفير الخدمات الأساسية، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتحقيق العدالة الاجتماعية.

ويرى العديد من الباحثين أن التنمية المحلية تقوم على مبدأ الاعتماد على الموارد والإمكانات المحلية، سواء كانت بشرية أو طبيعية أو اقتصادية، مع العمل على توظيفها بشكل عقلاني يحقق التنمية المستدامة.

كما ترتبط التنمية المحلية بمفهوم المشاركة، حيث لا يمكن تحقيق تنمية حقيقية دون إشراك المواطنين والمجتمع المدني والقطاع الخاص في تحديد احتياجات المجتمع المحلي واقتراح الحلول المناسبة لها.

وفي السياق الجزائري، تعتبر التنمية المحلية من أهم الأهداف التي تسعى الدولة إلى تحقيقها، خاصة من خلال دعم الجماعات المحلية ومنحها صلاحيات أكبر في تسيير المشاريع التنموية وتحسين الخدمات العمومية.¹

وقد ساهمت الرقمنة ووسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المحلية، من خلال تحسين الاتصال بين الإدارة والمواطن، وتعزيز الشفافية والمشاركة في تسيير الشأن المحلي.

خصائص التنمية المحلية:

تتميز التنمية المحلية بمجموعة من الخصائص، من أهمها:

1- الشمولية:

تشمل التنمية المحلية مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، ولا تقتصر على جانب واحد فقط.

2- المشاركة: تعتمد على إشراك السكان المحليين في تحديد احتياجاتهم والمساهمة في

تنفيذ المشاريع التنموية.

¹ صالح بلعيد، الإدارة المحلية والتنمية، دار هومة، الجزائر، 2015. ص 51.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

3-الاستمرارية: التنمية المحلية ليست مشروعاً مؤقتاً، بل عملية مستمرة تهدف إلى تحسين الظروف المعيشية بشكل دائم.

4-الاعتماد على الموارد المحلية: تركز على استغلال الإمكانيات والموارد المتوفرة داخل المجتمع المحلي.

المطلب الثاني: أهداف التنمية المحلية وأبعادها:

تهدف التنمية المحلية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والإدارية التي تسهم في تحسين مستوى معيشة السكان وتحقيق التوازن داخل المجتمع المحلي. وقد أصبحت التنمية المحلية من أهم الآليات المعتمدة لتحقيق التنمية الشاملة، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمعات الحديثة¹.

أولاً: أهداف التنمية المحلية:

1-تحسين المستوى المعيشي للسكان:

يعتبر تحسين الظروف المعيشية للسكان من أهم أهداف التنمية المحلية، وذلك من خلال توفير الخدمات الأساسية مثل: التعليم؛ الصحة؛ السكن؛ النقل؛ والمياه والكهرباء، فكلما تحسنت هذه الخدمات ارتفع مستوى رفاهية السكان وتحسنت نوعية حياتهم².

2-تحقيق التنمية الاقتصادية:

تسعى التنمية المحلية إلى تنشيط الاقتصاد المحلي من خلال:

- دعم الاستثمار.

- تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- خلق فرص العمل.

- استغلال الموارد المحلية.

ويؤدي ذلك إلى تقليل البطالة وتحقيق النمو الاقتصادي داخل المجتمع المحلي.

¹محمد عبيدات، المرجع السابق ص 17.

²ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2010. ص 55.

3- تعزيز المشاركة المجتمعية:

تهدف التنمية المحلية إلى إشراك المواطنين في إعداد وتنفيذ البرامج والمشاريع التنموية، لأن المشاركة المجتمعية تسهم في تحقيق تنمية أكثر فعالية واستجابة لاحتياجات السكان¹. كما تساعد المشاركة على تعزيز الثقة بين المواطن والإدارة المحلية.

4- تحقيق العدالة الاجتماعية:

تسعى التنمية المحلية إلى تقليل الفوارق الاجتماعية والمجالية بين مختلف المناطق والفئات الاجتماعية، من خلال توزيع المشاريع والخدمات بشكل عادل².

ثانياً: أبعاد التنمية المحلية:

تتميز التنمية المحلية بتعدد أبعادها، لأنها عملية شاملة تمس مختلف جوانب الحياة.

1- البعد الاقتصادي: يركز على تنشيط الاقتصاد المحلي؛ استغلال الموارد، دعم الاستثمار، وخلق فرص العمل، ويعتبر البعد الاقتصادي أساس التنمية لأنه يساهم في تحسين الدخل وتقليل البطالة والفقر³.

2- البعد الاجتماعي: يهتم بتحسين الظروف الاجتماعية للسكان من خلال تطوير التعليم؛ تحسين الخدمات الصحية؛ محاربة الفقر، وتعزيز التماسك الاجتماعي، ويهدف هذا البعد إلى تحقيق العدالة الاجتماعية وتحسين جودة الحياة⁴.

3- البعد الإداري والسياسي: يركز على تعزيز اللامركزية، تحسين تسيير الجماعات المحلية؛ إشراك المواطنين في اتخاذ القرار، ودعم الشفافية والحكم الرشيد، ويعتبر هذا البعد ضرورياً لتحقيق إدارة محلية فعالة وقريبة من المواطن⁵.

¹صالح بلعيد، المرجع السابق ص 23.

²أحمد بدر، المرجع السابق ص 55.

³ناصر دادي عدون، المرجع السابق ص 67.

⁴أحمد بدر، المرجع السابق. ص 70.

⁵صالح بلعيد، المرجع السابق ص 42.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

4- البعد البيئي: يهتم بالحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، وضمان تحقيق التنمية بطريقة مستدامة لا تؤثر سلباً على الأجيال القادمة، ويشمل حماية البيئة؛ التسيير العقلاني للنفائات؛ المحافظة على الموارد الطبيعية؛ ونشر الوعي البيئي¹.

المطلب الثالث: الفاعلون في التنمية المحلية:

تعتمد التنمية المحلية على مساهمة مجموعة من الفاعلين الذين يعملون بشكل تكاملي لتحقيق التنمية وتحسين الظروف المعيشية للسكان، ولا يمكن لأي جهة بمفردها تحقيق التنمية المحلية، بل تتطلب العملية التنموية تعاون مختلف الأطراف الرسمية وغير الرسمية.

1- الدولة: تلعب الدولة دوراً أساسياً في التنمية المحلية من خلال وضع السياسات التنموية؛ توفير التمويل، سن القوانين، ودعم الجماعات المحلية، كما تعمل الدولة على تحقيق التوازن بين المناطق وضمان توفير الخدمات الأساسية².

2- الجماعات المحلية: تعتبر البلديات والولايات من أهم الفاعلين في التنمية المحلية، لأنها الأقرب إلى المواطن والأكثر معرفة باحتياجات المجتمع المحلي، وتتمثل مهامها في تسيير المشاريع المحلية، تحسين الخدمات العمومية، إعداد البرامج التنموية، والتواصل مع المواطنين، وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز دور الجماعات المحلية من خلال تحسين الاتصال والتفاعل مع السكان³.

3- المجتمع المدني: يشمل الجمعيات والمنظمات المحلية التي تساهم في التوعية، العمل التطوعي، اقتراح الحلول، ودعم المبادرات التنموية، ويعتبر المجتمع المدني شريكاً أساسياً في تحقيق التنمية المحلية⁴.

¹ محمد عبيدات، المرجع السابق ص 98.

² صالح بلعيد، نفس المرجع، ص 64.

³ محمد عبيدات، المرجع السابق ص 101.

⁴ أحمد بدر، المرجع السابق ص 78.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

4- القطاع الخاص: يلعب القطاع الخاص دورا مهما في الاستثمار، خلق مناصب الشغل، دعم الاقتصاد المحلي، تمويل المشاريع التنموية، كما يساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة¹.

5- المواطن: يعتبر المواطن محور التنمية المحلية وهدفها الأساسي، حيث تسهم مشاركته في تحديد احتياجات المجتمع، إنجاح المشاريع، الرقابة على الخدمات، تعزيز التنمية التشاركية، ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح المواطن أكثر قدرة على التعبير عن انشغالاته والمشاركة في تسيير الشأن المحلي².

المبحث الثالث: العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتنمية المحلية

أدى التطور التكنولوجي والانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي إلى ظهور نمط جديد من الاتصال الرقمي، أصبح يؤثر بشكل مباشر في مختلف مجالات الحياة، خاصة في المجال التنموي والإداري. فلم تعد التنمية المحلية ترتبط فقط بالمشاريع الاقتصادية والخدمات التقليدية، بل أصبحت تعتمد أيضا على جودة الاتصال والتفاعل بين الإدارة والمواطن.

وفي هذا الإطار، برزت وسائل التواصل الاجتماعي كأداة حديثة تدعم التنمية المحلية من خلال تسهيل تداول المعلومات، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتحسين جودة الخدمات العمومية، إضافة إلى تقريب الإدارة من المواطن.

وقد ساهم هذا التحول الرقمي في إعادة تشكيل العلاقة بين الجماعات المحلية والسكان، حيث أصبحت المنصات الرقمية فضاءا للتواصل والتفاعل وتبادل الآراء حول القضايا المحلية.

المطلب الأول: دور الإعلام الرقمي في دعم التنمية:

¹ناصر دادي عدون، المرجع السابق ص 100.

²عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 119.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

أصبح الإعلام الرقمي من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسات الحديثة في تحقيق أهدافها التنموية، وذلك لما يتميز به من سرعة ومرونة وقدرة على الوصول إلى عدد كبير من الأفراد في وقت قصير.

ويقصد بالإعلام الرقمي ذلك النوع من الإعلام الذي يعتمد على الوسائط الإلكترونية الحديثة وشبكة الإنترنت في إنتاج ونشر وتبادل المعلومات، ويشمل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية المختلفة.

وقد أدى ظهور الإعلام الرقمي إلى تحول كبير في طبيعة الاتصال داخل المجتمعات، حيث انتقل الإعلام من مجرد نقل الأخبار إلى فضاء تفاعلي يسمح بالمشاركة وإبداء الرأي وصناعة المحتوى¹.

وفي مجال التنمية المحلية، يلعب الإعلام الرقمي دوراً مهماً في دعم المشاريع والمبادرات التنموية، من خلال تسهيل التواصل بين الإدارة المحلية والمواطنين، ونشر المعلومات المتعلقة بالمشاريع والخدمات والبرامج المحلية.

كما يساهم الإعلام الرقمي في نشر الوعي التنموي بين المواطنين، التعريف بالمشاريع المحلية؛ تشجيع المشاركة المجتمعية، تسهيل الوصول إلى المعلومات؛ ودعم الشفافية في تسيير الشأن العام.²

وتظهر أهمية الإعلام الرقمي بشكل واضح في الصفحات الرسمية للبلديات والمؤسسات المحلية، حيث أصبحت هذه الصفحات وسيلة لنشر الأخبار والإعلانات والأنشطة المختلفة، إضافة إلى استقبال انشغالات المواطنين واقتراحاتهم.

كما يساعد الإعلام الرقمي على تعزيز التنمية التشاركية، لأنه يمنح المواطن فرصة التعبير عن رأيه والمساهمة في مناقشة القضايا المحلية، وهو ما يجعل التنمية أكثر ارتباطاً باحتياجات المجتمع.

¹ عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 123.

² محمد منير حجاب، المرجع السابق ص 87.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

ومن جهة أخرى، ساهم الإعلام الرقمي في تقليل الفجوة الاتصالية بين الإدارة والسكان، خاصة في المناطق التي تعاني من ضعف الاتصال التقليدي، حيث أصبح المواطن قادراً على الوصول إلى المعلومات والخدمات بسهولة أكبر.

وفي ظل التوجه نحو الرقمنة والإدارة الإلكترونية، أصبح الإعلام الرقمي عنصراً أساسياً في تحسين الأداء الإداري ودعم التنمية المحلية المستدامة.¹

المطلب الثاني: أهمية التواصل الرقمي في تحسين الخدمات المحلية:

أصبح التواصل الرقمي من أهم الوسائل الحديثة التي تعتمد عليها الإدارات المحلية لتحسين جودة الخدمات العمومية وتطوير علاقتها بالمواطن. فمع الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، تغيرت أساليب تقديم الخدمات والتفاعل مع المواطنين، وأصبح الاتصال أكثر سرعة ومرونة وفعالية.

ويقصد بالتواصل الرقمي استخدام الوسائط الإلكترونية الحديثة، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، في تبادل المعلومات والتفاعل بين الإدارة والمواطن. وتكمن أهمية التواصل الرقمي في كونه يساهم في تسهيل وصول المواطن إلى المعلومات والخدمات دون الحاجة إلى التنقل أو الإجراءات التقليدية المعقدة.

وقد أصبحت البلديات تعتمد بشكل متزايد على الصفحات الإلكترونية والمنصات الرقمية في نشر الإعلانات والقرارات، توضيح الإجراءات الإدارية، استقبال الشكاوى والانشغالات، الرد على استفسارات المواطنين، التعريف بالمشاريع والخدمات المحلية.

كما يساهم التواصل الرقمي في تحسين سرعة الاستجابة لمطالب المواطنين، حيث يمكن للإدارة متابعة الانشغالات والتفاعل معها في وقت قصير، وهو ما يعزز رضا المواطنين عن الخدمات المقدمة.²

ومن أهم الآثار الإيجابية للتواصل الرقمي في الإدارة المحلية:

¹حسن عماد مكاي، المرجع السابق ص 55.

²علي عجوة، المرجع السابق ص 128.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

- 1-تحسين جودة الخدمة العمومية: يساعد التواصل الرقمي على تبسيط الإجراءات وتحسين تدفق المعلومات، مما يؤدي إلى رفع جودة الخدمات وتقليل الوقت والجهد.
- 2-تعزيز الشفافية: يساهم نشر المعلومات والقرارات والمشاريع عبر المنصات الرقمية في تمكين المواطنين من متابعة نشاط الإدارة المحلية، وهو ما يعزز الشفافية ويقلل من الغموض الإداري¹.
- 3-دعم المشاركة المجتمعية: يمنح التواصل الرقمي المواطن فرصة التفاعل مع الإدارة المحلية، وإبداء رأيه حول القضايا والمشاريع المحلية، مما يساهم في تحقيق التنمية التشاركية².
- 4-تسهيل إدارة الأزمات: تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا مهما أثناء الأزمات والكوارث، حيث تسمح بنشر التعليمات والتنبيهات بسرعة كبيرة، وهو ما يساعد على تحسين التنسيق والتدخل السريع³.
- 5-بناء صورة إيجابية للإدارة المحلية: يساعد التواصل الرقمي الفعال على تحسين صورة البلدية أو المؤسسة المحلية، خاصة عندما تتميز بالاستجابة السريعة والتفاعل الإيجابي مع المواطنين⁴.

المطلب الثالث: التحديات والمعوقات:

رغم المزايا الكبيرة التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المحلية وتحسين الخدمات العمومية، إلا أن استخدامها لا يخلو من مجموعة من التحديات والمعوقات التي قد تؤثر على فعاليتها وتحد من قدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة.

¹ عبد الرؤوف منيف، المرجع السابق ص 53.

² محمد عبيدات، المرجع السابق ص 69.

³ فايز الشهري، المرجع السابق ص 32.

⁴ علي عجوة، نفس المرجع السابق، ص 64.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

وتختلف هذه التحديات بين معوقات تقنية وبشرية وتنظيمية وثقافية، الأمر الذي يستوجب وضع استراتيجيات فعالة لتجاوزها وتحقيق الاستفادة المثلى من الوسائط الرقمية.

أولاً: ضعف البنية التحتية الرقمية: تعتبر البنية التحتية من أهم متطلبات نجاح التحول الرقمي، غير أن بعض المناطق لا تزال تعاني من ضعف خدمات الإنترنت أو نقص التجهيزات التقنية، مما يؤثر على فعالية الاتصال الرقمي¹.

كما أن ضعف التغطية الرقمية يحد من قدرة المواطنين على الاستفادة من الخدمات الإلكترونية والتفاعل مع الصفحات الرسمية.

ثانياً: نقص الكفاءات البشرية: يتطلب التسيير الفعال لوسائل التواصل الاجتماعي وجود موظفين يمتلكون مهارات في الإعلام الرقمي والاتصال الإلكتروني، غير أن بعض الإدارات المحلية تعاني من نقص التأهيل والتكوين في هذا المجال².

ويؤدي ذلك إلى ضعف المحتوى المنشور أو بطء التفاعل مع المواطنين.

ثالثاً: ضعف التفاعل المجتمعي: رغم انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن بعض المواطنين لا يشاركون بشكل فعال في القضايا المحلية، إما بسبب ضعف الوعي الرقمي أو عدم الثقة في فعالية التفاعل الإلكتروني³، ويؤثر هذا الأمر على نجاح التنمية التشاركية.

رابعاً: انتشار المعلومات غير الدقيقة: من أبرز التحديات المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات، وهو ما قد يؤدي إلى تضليل المواطنين وإثارة البلبلة داخل المجتمع المحلي⁴، كما قد يؤثر ذلك على مصداقية المؤسسات المحلية إذا لم يتم التعامل مع المعلومات بشكل احترافي وسريع.

¹ حسن عماد مكاي، المرجع السابق ص 56.

² عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 42.

³ محمد عبيدات، نفس المرجع السابق، ص 34.

⁴ فايز الشهري، نفس المرجع السابق، ص 87.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

خامسا: غياب استراتيجية رقمية واضحة: تعتمد بعض البلديات على وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة عشوائية دون وجود خطة اتصال رقمية واضحة تحدد الأهداف والفئة المستهدفة وآليات التفاعل¹، ويؤدي ذلك إلى ضعف الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها الوسائط الرقمية.

سادسا: التحديات القانونية والأخلاقية: يثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عدة إشكالات تتعلق بحماية البيانات الشخصية واحترام الخصوصية وأخلاقيات النشر والتعامل مع التعليقات والمحتويات غير اللائقة.² ما تواجه الإدارات المحلية صعوبة أحيانا في ضبط المحتوى الرقمي ومراقبة التفاعلات الإلكترونية. كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها فضاءات رقمية إلكترونية تستخدم لتكوين العلاقات الاجتماعية وتبادل المعلومات والأفكار والاهتمامات، بطريقة تسمح بسرعة تدفق المعلومات وسهولة الوصول إليها، وهو ما جعلها تؤثر بشكل كبير في الرأي العام وفي مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وتتميز وسائل التواصل الاجتماعي بقدرتها الكبيرة على تجاوز القيود التقليدية للاتصال، إذ تمكن الأفراد من التواصل في أي وقت ومن أي مكان، وهو ما ساهم في تقريب المسافات بين المجتمعات وتعزيز ظاهرة "العالم الرقمي المفتوح". كما ساعدت على ظهور مجتمعات افتراضية تضم أفرادا تجمعهم اهتمامات أو أهداف مشتركة، حتى وإن كانوا ينتمون إلى دول وثقافات مختلفة.

ولم يعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مقتصرًا على الترفيه أو التواصل الشخصي فقط، بل أصبح يمتد إلى مجالات أكثر أهمية وتأثيرا. ففي المجال الاقتصادي أصبحت المؤسسات تعتمد عليها في التسويق الإلكتروني والترويج لمنتجاتها وخدماتها، بينما أصبحت في المجال السياسي وسيلة للتأثير في الرأي العام وتعبئة المواطنين. أما في المجال

¹ علي عوجة، نفس المرجع السابق، ص 131.

² محمد عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص 91.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

الاجتماعي والثقافي، فقد ساهمت في نشر الوعي وتبادل المعارف وتعزيز التواصل بين مختلف فئات المجتمع.

وفي مجال الإدارة المحلية والتنمية، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة حديثة تعتمد عليها البلديات والجماعات المحلية في التواصل مع المواطنين، ونشر الأخبار والإعلانات الرسمية، والتعريف بالمشاريع التنموية، واستقبال انشغالات المواطنين واقتراحاتهم. كما ساهمت هذه الوسائل في تعزيز مبادئ الشفافية والمشاركة المجتمعية، باعتبارها تتيح للمواطن متابعة أداء الإدارة المحلية والتفاعل معها بشكل مباشر.

وفي الجزائر، شهدت السنوات الأخيرة تزييدا ملحوظا في اعتماد البلديات والمؤسسات العمومية على وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة Facebook، باعتبارها المنصة الأكثر انتشارا بين المواطنين. وقد أصبحت الصفحات الرسمية للبلديات بمثابة واجهات رقمية للإدارة المحلية، يتم من خلالها نشر مختلف النشاطات والمشاريع والخدمات، مما يعكس التحول نحو الإدارة الإلكترونية والرقمنة.

ومن هذا المنطلق، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عنصرا مهما في دعم التنمية المحلية، لأنها تساعد على تحسين الاتصال بين المواطن والإدارة، وتسريع نقل المعلومات، وتعزيز المشاركة في القضايا المحلية، إضافة إلى دعم الرقابة المجتمعية وتحقيق قدر أكبر من الشفافية في تسيير الشأن العام المحلي.

الفصل الثاني:
استخدام وسائل
التواصل الاجتماعي في
الإدارة المحلية

تمهيد:

شهدت الإدارة المحلية خلال السنوات الأخيرة تحولات متسارعة بفعل التطور التكنولوجي والانتشار الواسع لوسائل الاتصال الحديثة، حيث أصبحت الجماعات المحلية مطالبة بتبني أساليب جديدة في التسيير والتواصل تتماشى مع متطلبات الإدارة الحديثة. ولم يعد دور البلدية يقتصر على تقديم الخدمات الإدارية التقليدية، بل أصبح يشمل تعزيز الاتصال بالمواطن وتحسين جودة الخدمات العمومية من خلال استغلال الوسائط الرقمية.

وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إحداث نقلة نوعية في العلاقة بين الإدارة المحلية والمواطن، من خلال توفير فضاء رقمي يسمح بسرعة نقل المعلومات والتفاعل المباشر مع انشغالات السكان، الأمر الذي جعل العديد من البلديات تعتمد على صفحاتها الرسمية كوسيلة للإعلام المحلي والتواصل الإداري.

وتعد منصة Facebook من أكثر الوسائل استخداما داخل الإدارة المحلية الجزائرية، نظرا لانتشارها الواسع وسهولة استعمالها، حيث أصبحت صفحات البلديات تستخدم لنشر الأخبار والإعلانات والمشاريع المحلية، إضافة إلى استقبال شكاوى المواطنين وتعزيز المشاركة المجتمعية.

وفي هذا الفصل سيتم التطرق إلى واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل الإدارة المحلية الجزائرية، من خلال تقديم مفهوم الإدارة المحلية ودور البلدية في التنمية المحلية والإطار القانوني المنظم لها، ثم دراسة صفحات البلديات على فيسبوك وأهداف إنشائها وطبيعة المحتوى المنشور فيها، إضافة إلى تقييم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل البلديات من خلال إبراز أهم المزايا والتحديات المرتبطة بها.

المبحث الأول: الإدارة المحلية في الجزائر:

تقوم الإدارة المحلية في الجزائر على مبدأ اللامركزية الإدارية، الذي يهدف إلى توزيع الاختصاصات بين السلطة المركزية والجماعات المحلية، بما يسمح بتحقيق فعالية أكبر في تسيير الشؤون المحلية وتلبية احتياجات المواطنين.

وتتمثل الإدارة المحلية أساسا في البلدية والولاية، حيث تُعتبر البلدية الخلية الأساسية في التنظيم الإداري للدولة، لما تتمتع به من صلاحيات واختصاصات مرتبطة مباشرة بالحياة اليومية للمواطن¹.

وقد شهدت الإدارة المحلية في الجزائر عدة إصلاحات تهدف إلى تعزيز دور الجماعات المحلية في التنمية وتحسين جودة الخدمات العمومية، خاصة في ظل التوجه نحو الرقمنة والإدارة الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم البلدية:

تعتبر البلدية من أهم وحدات الإدارة المحلية، لأنها تمثل المستوى الإداري الأقرب إلى المواطن، وتتكفل بتسيير مختلف الشؤون والخدمات المحلية المرتبطة بالحياة اليومية للسكان.

وقد ظهر نظام البلدية في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية، ثم عرف تطورا كبيرا بعد الاستقلال، حيث عملت الدولة الجزائرية على تعزيز دور الجماعات المحلية ومنحها صلاحيات أوسع في إطار سياسة اللامركزية.

ويقصد بالبلدية تلك الجماعة الإقليمية المحلية التي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتنشأ بموجب القانون من أجل تسيير الشؤون المحلية وتحقيق التنمية داخل إقليمها². ويظهر هذا التعريف أن البلدية ليست مجرد جهاز إداري تابع للدولة، بل هي هيئة محلية تتمتع بقدر من الاستقلالية يسمح لها بتسيير شؤونها واتخاذ بعض القرارات المتعلقة بالمجتمع المحلي.

¹ أعمار بوضياف، الوجيز في القانون الإداري، جسور للنشر، الجزائر، 2017، ص 12.

² محمد الصغير بعلي، القانون الإداري والتنظيم الإداري في الجزائر، دار العلوم، الجزائر، 2016، ص 32.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

كما تعتبر البلدية فضاءً لممارسة الديمقراطية المحلية، لأنها تقوم على مبدأ الانتخاب الشعبي، حيث يتم انتخاب أعضاء المجلس الشعبي البلدي من طرف المواطنين لتسيير الشأن المحلي وتمثيل مصالح السكان.¹

وتكمن أهمية البلدية في كونها الجهة الأكثر احتكاكا بالمواطن، إذ تتولى تقديم العديد من الخدمات الأساسية مثل الحالة المدنية، النظافة والبيئة، تهيئة الطرقات، الإنارة العمومية، التسيير العمراني، والنشاطات الثقافية والاجتماعية، كما تلعب البلدية دورا مهما في تحقيق التنمية المحلية من خلال إعداد البرامج التنموية والمساهمة في تحسين الظروف المعيشية للسكان.

وفي ظل التحول الرقمي، أصبحت البلديات تعتمد بشكل متزايد على وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية لتحسين الاتصال بالمواطنين وتسهيل الوصول إلى المعلومات والخدمات.

وتعتبر صفحات البلديات على منصة Facebook مثلا واضحا على هذا التحول، حيث أصبحت تستخدم لنشر الأخبار والإعلانات واستقبال شكاوى المواطنين والتفاعل مع انشغالاتهم.

ومن خصائص البلدية أنها تتميز البلدية بعدة خصائص، أهمها:

1- الشخصية المعنوية: أي أنها تتمتع بكيان قانوني مستقل يسمح لها بإبرام العقود والتصرف في ممتلكاتها.

2- الاستقلال المالي: تمتلك البلدية ميزانية خاصة تستخدم في تمويل المشاريع والخدمات المحلية.

3- الطابع الإقليمي: تمارس البلدية صلاحياتها داخل نطاق جغرافي محدد.

4- الطابع الديمقراطي: يقوم تسيير البلدية على مبدأ الانتخاب الشعبي والمشاركة المحلية.

المطلب الثاني: مهام البلدية في التنمية المحلية:

تلعب البلدية دورا محوريا في تحقيق التنمية المحلية، باعتبارها المؤسسة الأقرب إلى المواطن والأكثر دراية باحتياجات المجتمع المحلي. وقد منحها القانون الجزائري عدة

¹ القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

صلاحيات واختصاصات تمكنها من المساهمة في تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسكان¹. ولا يقتصر دور البلدية على تقديم الخدمات الإدارية فقط، بل يشمل أيضا التخطيط للمشاريع التنموية والمساهمة في تحسين نوعية الحياة داخل المجتمع المحلي.

أولاً: المهام الاقتصادية: تساهم البلدية في تنشيط الاقتصاد المحلي من خلال تشجيع الاستثمار المحلي، تهيئة المناطق الصناعية والتجارية، دعم الأنشطة الاقتصادية، المساهمة في خلق فرص العمل، كما تعمل على استغلال الموارد المحلية بطريقة تحقق التنمية الاقتصادية المستدامة.

ثانياً: المهام الاجتماعية: تتولى البلدية مجموعة من المهام الاجتماعية التي تهدف إلى تحسين ظروف معيشة السكان، ومن بينها تسيير المدارس الابتدائية، دعم النشاطات الثقافية والرياضية، العناية بالفئات الهشة، تحسين الخدمات الصحية والنظافة العامة²، وتعتبر هذه الخدمات ضرورية لتحقيق الاستقرار الاجتماعي ورفع مستوى رفاهية المواطنين.

ثالثاً: المهام العمرانية والبيئية: تلعب البلدية دوراً مهماً في تنظيم المجال العمراني والحفاظ على البيئة، من خلال تهيئة الطرقات، مراقبة البناء والتعمير، الحفاظ على المساحات الخضراء، وجمع النفايات والتسيير البيئي³. كما تساهم في تحسين الإطار المعيشي للمواطنين والحفاظ على الصحة العامة.

رابعاً: المهام الإدارية والخدماتية: تعتبر البلدية الإدارة الأساسية التي يتعامل معها المواطن بشكل يومي، حيث تقدم العديد من الخدمات الإدارية مثل استخراج وثائق الحالة المدنية، المصادقة على الوثائق، منح الرخص الإدارية، تنظيم الانتخابات المحلية⁴. ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة، أصبحت البلديات تعتمد على الوسائط الرقمية لتسهيل تقديم هذه الخدمات وتحسين سرعة التواصل مع المواطنين.

¹ ناصر لباد، المرجع السابق ص 41.

² محمد الصغير بعلي، القانون الإداري والتنظيم الإداري في الجزائر، دار العلوم، الجزائر، 2016. ص 109.

³ عمار بوضياف، المرجع السابق ص 85.

⁴ القانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية، 2011.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

خامسا: دور البلدية في تعزيز المشاركة المحلية: أصبحت البلدية فضاء للمشاركة المجتمعية، حيث تسعى إلى إشراك المواطنين والجمعيات المحلية في مناقشة القضايا والمشاريع التنموية. وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز هذا الدور، من خلال تمكين المواطنين من التعبير عن آرائهم وتقديم اقتراحاتهم عبر الصفحات الرسمية للبلديات.¹

المطلب الثالث: الإطار القانوني للإدارة المحلية في الجزائر:

يقوم نظام الإدارة المحلية في الجزائر على مجموعة من النصوص القانونية والتنظيمية التي تحدد صلاحيات الجماعات المحلية وكيفية تسييرها وعلاقتها بالسلطة المركزية. ويهدف الإطار القانوني إلى تنظيم عمل البلديات والولايات وضمان حسن سير المرافق العمومية وتحقيق التنمية المحلية.

أولا: الأساس الدستوري للإدارة المحلية: كرس الدستور الجزائري مبدأ اللامركزية الإدارية، حيث نص على أن الجماعات المحلية للدولة هي البلدية والولاية، ومنحها الشخصية المعنوية والاستقلال المالي.² ويهدف هذا المبدأ إلى تقريب الإدارة من المواطن وتحسين فعالية التسيير المحلي.

ثانيا: قانون البلدية: يعتبر القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية المرجع الأساسي الذي ينظم عمل البلديات في الجزائر. وقد حدد هذا القانون صلاحيات البلدية، اختصاصات المجلس الشعبي البلدي، مهام رئيس البلدية، طرق تسيير الميزانية المحلية، علاقة البلدية بالمواطن والإدارة المركزية.³ كما أكد على ضرورة إشراك المواطنين في تسيير الشأن المحلي وتحسين الخدمة العمومية.

ثالثا: قانون الولاية: ينظم قانون الولاية عمل المجالس الشعبية الولائية وعلاقتها بالبلديات، ويهدف إلى تحقيق التنسيق بين مختلف مستويات الإدارة المحلية.⁴

¹ عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 85.

² دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

³ القانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية.

⁴ القانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

رابعاً: الإطار القانوني للتحويل الرقمي: مع تطور الإدارة الإلكترونية، بدأت الجزائر تعتمد مجموعة من النصوص والإجراءات التي تشجع على استخدام الوسائل الرقمية وتحسين الخدمات الإلكترونية. وقد ساهم ذلك في تعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل البلديات، باعتبارها وسيلة حديثة للتواصل مع المواطنين وتحسين جودة الخدمة العمومية¹.

المبحث الثاني: صفحات البلديات على الفيس بوك Facebook:

مع التطور المتسارع لوسائل الاتصال الحديثة، أصبحت صفحات البلديات على منصة فيسبوك من أبرز مظاهر التحول الرقمي في الإدارة المحلية. فلم تعد البلدية تعتمد فقط على المراسلات الورقية أو الإعلانات التقليدية في التواصل مع المواطنين، بل اتجهت إلى استخدام المنصات الرقمية باعتبارها وسيلة أكثر سرعة وفعالية وانتشاراً.

وقد ساهم الانتشار الواسع للفيس بوك داخل المجتمع الجزائري في دفع البلديات إلى إنشاء صفحات رسمية تستخدم كواجهة إلكترونية لنشاطها الإداري والتنموي، حيث أصبحت هذه الصفحات فضاء لنشر المعلومات والتفاعل مع المواطنين ومتابعة انشغالاتهم. كما تعكس الصفحات الرسمية مدى انفتاح الإدارة المحلية على محيطها الاجتماعي، ومدى قدرتها على مواكبة متطلبات الإدارة الحديثة القائمة على التواصل والشفافية.

المطلب الأول: أهداف إنشاء الصفحات الرسمية:

لم يكن إنشاء البلديات لصفحات رسمية على وسائل التواصل الاجتماعي مجرد مواكبة للتطور التكنولوجي، بل جاء استجابة لحاجة حقيقية تتعلق بتحسين الاتصال بالمواطن وتطوير أساليب العمل الإداري.

وتسعى البلديات من خلال هذه الصفحات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاتصالية والتنظيمية والتنموية.

أولاً: تحسين الاتصال بالمواطن: يعتبر تحسين الاتصال من أهم الأهداف التي دفعت البلديات إلى إنشاء صفحات رسمية على فيسبوك، حيث تسمح هذه الصفحات بتوفير قناة مباشرة وسريعة للتواصل مع المواطنين، ففي السابق، كان المواطن يعتمد على التنقل إلى مقر البلدية للحصول على المعلومات أو متابعة انشغالاته، أما اليوم فأصبح بإمكانه الوصول

¹ عبد العزيز سعد، الإدارة الإلكترونية والتحول الرقمي، دار هومة، الجزائر، 2019، ص 133.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

إلى الأخبار والإعلانات والخدمات عبر هاتفه أو حاسوبه في أي وقت. كما ساهمت هذه الصفحات في تقليص المسافة بين الإدارة والمواطن، وجعل الاتصال أكثر مرونة وسهولة. **ثانياً: نشر المعلومات والأخبار المحلية:** تستخدم البلديات صفحاتها الرسمية لنشر مختلف الأخبار والبيانات المتعلقة بالشأن المحلي، مثل الإعلانات الإدارية؛ مواعيد النشاطات؛ أخبار المشاريع؛ حملات النظافة والتشجير؛ الانقطاعات الطارئة للمياه أو الكهرباء؛ والبرامج التنموية.¹ وتساعد هذه الوظيفة على ضمان وصول المعلومات إلى المواطنين بسرعة وفعالية، بدل الاعتماد على الطرق التقليدية المحدودة الانتشار.

ثالثاً: تعزيز الشفافية الإدارية: أصبحت صفحات البلديات أداة مهمة لدعم الشفافية، لأنها تسمح للمواطن بمتابعة نشاط الإدارة المحلية والاطلاع على المشاريع والخدمات والقرارات المختلفة. كما تساعد على خلق نوع من الرقابة المجتمعية، حيث يستطيع المواطن التعليق وإبداء رأيه حول أداء البلدية والخدمات المقدمة. ويعتبر هذا الانفتاح عنصراً مهماً في بناء الثقة بين الإدارة والمجتمع المحلي.²

رابعاً: دعم المشاركة المجتمعية: تساهم الصفحات الرسمية في تشجيع المواطنين على التفاعل والمشاركة في القضايا المحلية، سواء من خلال التعليقات أو الاقتراحات أو المشاركة في الحملات والمبادرات. كما تمنح المواطن فرصة التعبير عن انشغالاته واحتياجاته بطريقة مباشرة، وهو ما يساعد البلدية على فهم مشكلات المجتمع المحلي بشكل أفضل.³

خامساً: تحسين صورة البلدية: تساعد الصفحات الرسمية على إبراز نشاط البلدية ومجهوداتها التنموية والخدماتية، مما يساهم في تكوين صورة إيجابية لدى المواطنين. فالبلدية التي تنشر نشاطاتها وتتفاعل مع المواطنين بشكل مستمر تبدو أكثر قرباً واهتماماً بالمجتمع المحلي.⁴

المطلب الثاني: أنواع المحتوى المنشور:

¹ فايز الشهري، نفس المرجع السابق، ص 101.

² عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 99.

³ محمد عبيدات، نفس المرجع السابق، ص 111.

⁴ علي عجوة، نفس المرجع السابق، ص 98.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

تتنوع المضامين التي تنشرها البلديات على صفحاتها الرسمية حسب طبيعة نشاطها واحتياجات المجتمع المحلي، حيث تُستخدم هذه الصفحات لنشر محتويات إخبارية وتوعوية وتنموية وخدمائية. ويعتبر المحتوى الرقمي المنشور عنصراً أساسياً في نجاح الصفحة الرسمية، لأنه يعكس مدى احترافية الإدارة المحلية وقدرتها على التواصل الفعال مع المواطنين.

أولاً: المحتوى الإخباري: يعد المحتوى الإخباري من أكثر أنواع المنشورات انتشاراً على صفحات البلديات، ويشمل الأخبار المحلية، بيانات البلدية، الإعلانات الرسمية، نتائج الاجتماعات؛ وأخبار المشاريع والأنشطة¹، ويهدف هذا النوع من المحتوى إلى إبقاء المواطن على اطلاع دائم بمختلف المستجدات المحلية.

ثانياً: المحتوى الخدمي: يتعلق بالمعلومات المرتبطة بالخدمات الإدارية التي يحتاجها المواطن، مثل الوثائق المطلوبة للإجراءات الإدارية، مواقيت العمل، مواعيد استقبال المواطنين، التنبيهات المتعلقة بالخدمات العمومية². ويساعد هذا النوع من المحتوى على تسهيل وصول المواطن إلى الخدمة وتقليل الضغط داخل الإدارات.

ثالثاً: المحتوى التنموي: يستخدم للتعريف بالمشاريع التنموية والبرامج المحلية، مثل مشاريع التهيئة، تعبيد الطرقات، حملات النظافة، مشاريع الإنارة والتهيئة العمرانية، والمبادرات البيئية والاجتماعية³. ويهدف هذا المحتوى إلى إبراز جهود البلدية في تحقيق التنمية المحلية.

رابعاً: المحتوى التوعوي: يشمل المنشورات التي تهدف إلى نشر الوعي بين المواطنين، مثل الحملات الصحية، الإرشادات البيئية، التوعية المرورية، والتحذير من المخاطر والكوارث⁴. ويعتبر هذا النوع من المحتوى مهماً في تعزيز الثقافة المجتمعية والسلوك الإيجابي.

خامساً: المحتوى التفاعلي: ويشمل المنشورات التي تهدف إلى خلق تفاعل مباشر مع المواطنين، مثل الاستطلاعات؛ الأسئلة المفتوحة، نقل انشغالات السكان، والردود على

¹ محمد منير حجاب، نفس المرجع السابق، ص 117.

² عبد العزيز سعد، نفس المرجع السابق، ص 133.

³ محمد عبيدات، نفس المرجع السابق، ص 128.

⁴ عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 88.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

التعليقات والرسائل¹. ويساعد هذا النوع من المحتوى على تعزيز التواصل وبناء علاقة تفاعلية مع المجتمع المحلي.

المطلب الثالث: طرق التفاعل مع المواطنين:

يعتبر التفاعل مع المواطنين من أهم عناصر نجاح الصفحات الرسمية للبلديات، لأن الهدف من هذه الصفحات لا يقتصر على نشر المعلومات فقط، بل يشمل أيضا بناء علاقة تواصلية مستمرة مع المجتمع المحلي. وقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للبلديات عدة آليات للتفاعل المباشر مع المواطنين.²

أولاً: التعليقات والردود: تعد التعليقات من أكثر وسائل التفاعل استخداماً، حيث يستطيع المواطن إبداء رأيه أو طرح انشغاله مباشرة أسفل المنشورات، كما يساهم رد البلدية على التعليقات في تعزيز الثقة وإظهار اهتمام الإدارة بالانشغالات المواطنين.

ثانياً: الرسائل الخاصة: تتيح الصفحات الرسمية إمكانية التواصل عبر الرسائل الخاصة، وهو ما يسمح للمواطن بطرح مشكلته أو طلب معلومات بشكل مباشر وسري³، وتعتبر هذه الوسيلة فعالة في معالجة بعض الانشغالات الفردية.

ثالثاً: البث المباشر: أصبحت بعض البلديات تعتمد على خاصية البث المباشر لنقل الاجتماعات أو النشاطات أو الحملات الميدانية، وهو ما يعزز الشفافية ويقرب المواطن من مجريات العمل المحلي⁴.

رابعاً: استطلاعات الرأي: تستخدم استطلاعات الرأي لمعرفة آراء المواطنين حول بعض المشاريع أو الخدمات المحلية، مما يساهم في دعم المشاركة المجتمعية واتخاذ قرارات أكثر توافقاً مع احتياجات السكان.⁵

المبحث الثالث: تقييم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

¹فايز الشهري، نفس المرجع السابق، ص 85.

²علي عجوة، نفس المرجع السابق، ص 109.

³عبد العزيز سعد، نفس المرجع السابق، ص 136.

⁴محمد منير حجاب، نفس المرجع السابق، ص 119.

⁵محمد عبيدات، نفس المرجع السابق، ص 156.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

أصبحت عملية تقييم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل البلديات ضرورية لمعرفة مدى فعالية هذه الوسائل في تحقيق أهداف الاتصال والتنمية المحلية، ويتم التقييم من خلال مجموعة من المؤشرات والمعايير التي تظهر مستوى نجاح الصفحة الرسمية ومدى تأثيرها على المواطنين.

المطلب الأول: مؤشرات الأداء (التفاعل، الانتشار...):

تعتمد عملية تقييم الصفحات الرسمية على عدة مؤشرات تساعد على قياس مستوى الأداء والفعالية.

أولاً: مؤشر التفاعل: يعتبر التفاعل من أهم مؤشرات نجاح الصفحة الرسمية، ويظهر من خلال عدد الإعجابات، التعليقات، المشاركات، الرسائل، والتفاعل مع المنشورات¹، وكلما ارتفع مستوى التفاعل دل ذلك على اهتمام المواطنين بالمحتوى المنشور.

ثانياً: مؤشر الانتشار: يقيس مدى وصول المنشورات إلى عدد كبير من المستخدمين، ويظهر قدرة الصفحة على التأثير داخل المجتمع المحلي².

ثالثاً: سرعة الاستجابة: تعتبر سرعة الرد على تعليقات ورسائل المواطنين مؤشراً مهماً على فعالية الصفحة واهتمام الإدارة بالتواصل مع السكان³.

رابعاً: جودة المحتوى: ترتبط فعالية الصفحة أيضاً بجودة المنشورات من حيث وضوح المعلومات، تنظيم المحتوى، استعمال الصور والفيديوهات، وتنوع المضامين المنشورة⁴.

المطلب الثاني: مزايا الاستخدام:

يوفر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل البلديات عدة مزايا، أهمها تحسين الاتصال بالمواطن، تسريع نقل المعلومات، تعزيز الشفافية، دعم المشاركة المجتمعية، تقليل التكاليف الاتصالية، وتحسين صورة الإدارة المحلية⁵. كما تساعد هذه الوسائل على تطوير العمل الإداري ومواكبة التحول الرقمي.

¹فايز الشهري، نفس المرجع السابق، ص 118.

²محمد منير حجاب، نفس المرجع السابق، ص 119.

³علي عجوة، نفس المرجع السابق، ص 89.

⁴عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 134.

⁵عبد العزيز سعد، نفس المرجع السابق، ص 107.

الفصل الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية

المطلب الثالث: النقص والتحديات:

رغم أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن استخدامها داخل البلديات يواجه عدة صعوبات، من أبرزها ضعف التكوين الرقمي لبعض الموظفين، غياب استراتيجية اتصال واضحة؛ نقص التفاعل أحيانا، انتشار التعليقات السلبية والإشاعات، ضعف الإمكانيات التقنية، وعدم التحديث المنتظم للمحتوى.¹ كما تواجه بعض البلديات صعوبة في استغلال الإمكانيات الكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي بسبب نقص الخبرة أو ضعف الموارد البشرية والتقنية.²

¹حسن عماد مكاوي، نفس المرجع السابق، 2014.

²عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، 2016.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

تمهيد:

يشهد العالم اليوم تطورا متسارعا في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المستخدمة في التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات. وقد انعكس هذا التطور على عمل الإدارة المحلية، التي أصبحت تعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية لتحسين الاتصال بالمواطن وتعزيز الخدمات المحلية.

وفي هذا الفصل سيتم التطرق إلى الدراسة الميدانية لبلدية فيض البطمة، من خلال التعريف بالبلدية وصفحتها الرسمية على منصة Facebook، ثم تحليل محتوى الصفحة وطبيعة التفاعل معها، إضافة إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات المتعلقة بموضوع البحث.

ويمثل الجانب الميداني مرحلة أساسية في أي دراسة علمية، لأنه يسمح بربط الجوانب النظرية بالواقع العملي، وتحليل الظاهرة المدروسة ضمن بيئتها الحقيقية. وفي إطار هذه الدراسة، تم اختيار فيض البطمة كنموذج للدراسة الميدانية، بالنظر إلى اعتماد البلدية على وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة منصة Facebook، في التواصل مع المواطنين ونشر مختلف الأنشطة والخدمات المحلية.

ويهدف هذا الفصل إلى تحليل واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل البلدية، من خلال تقديم البلدية وصفحتها الرسمية، ثم دراسة طبيعة المحتوى المنشور ومستوى التفاعل وأثر الصفحة في دعم التنمية المحلية وتحسين الاتصال الإداري.

المبحث الأول: تقديم البلدية وصفحتها الرسمية:

تعتبر مرحلة التعريف بالمجال الجغرافي والمؤسساتي للدراسة خطوة ضرورية لفهم طبيعة البيئة المحلية التي تتم داخلها الظاهرة المدروسة. ولذلك سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تقديم عام لبلدية فيض البطمة من حيث الموقع والخصائص السكانية والاقتصادية، ثم تقديم الصفحة الرسمية للبلدية على منصة فيسبوك وتحليل دورها الإتصالي.

المطلب الأول: التعريف ببلدية فيض البطمة:

تقع بلدية فيض البطمة جنوب شرق ولاية الجلفة، وتعد إحدى البلديات التابعة إداريا لدائرة فيض البطمة. وتكتسي البلدية أهمية محلية باعتبارها منطقة تجمع بين النشاط الفلاحي والرعوي والطابع شبه الصحراوي، وهو ما منحها خصوصية اجتماعية واقتصادية داخل الولاية.

هذا وتحد البلدية من جهة الشمال ولاية الجلفة، وجنوبا: بلدية عمورة وسلمانة؛ أما شرقا فبلدية عين الريش والمليحة، وغربا: ولاية مسعد وبلدية المجبارة.

وتبلغ مساحة البلدية حوالي 868 كلم² حسب بعض المعطيات الإحصائية المحلية، ما يجعلها من البلديات ذات الامتداد الجغرافي المتوسط داخل ولاية الجلفة. كما تقع على ارتفاع يفوق 1100 متر عن سطح البحر، وهو ما يمنحها مناخا شبه جاف يتميز بالبرودة شتاء والحرارة صيفا.

أولا: الخصائص السكانية: تشهد بلدية فيض البطمة نموا ديمغرافيا ملحوظا خلال السنوات الأخيرة، نتيجة التوسع العمراني الطبيعي وتحسن بعض المؤشرات الاجتماعية والخدماتية، وتشير بعض المعطيات الإحصائية إلى أن عدد سكان البلدية تجاوز حوالي 32 ألف نسمة

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

حسب بعض الإحصائيات المحلية؛ بينما تذكر مصادر أخرى أن عدد السكان قارب 38 ألف نسمة؛ كما تشير تقديرات أحدث غير رسمية إلى أن عدد السكان قد تجاوز 40 ألف نسمة خلال السنوات الأخيرة، ويلاحظ من خلال هذه الأرقام أن البلدية تعرف حركة ديمغرافية متزايدة، وهو ما يفرض ضغطا أكبر على الخدمات العمومية المحلية، خاصة في مجالات النظافة، التهيئة العمرانية، النقل، المياه، والخدمات الإدارية، كما أن ارتفاع عدد السكان أدى إلى زيادة الحاجة إلى وسائل اتصال سريعة وفعالة بين البلدية والمواطن، وهو ما يفسر توجه الإدارة المحلية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الخصائص الاقتصادية: يعتمد النشاط الاقتصادي في بلدية فيض البطمة بشكل أساسي على الفلاحة، تربية المواشي، النشاط الرعوي، وبعض الصناعات التقليدية، وتعتبر تربية الأغنام والماعز والإبل من أبرز الأنشطة الاقتصادية المنتشرة داخل المنطقة، بحكم الطبيعة السهبية وشبه الصحراوية للبلدية. كما تشتهر المنطقة ببعض الصناعات التقليدية المرتبطة بالصوف والنسيج، مثل صناعة "القشابية"، التي تعد من المنتجات التقليدية المعروفة في المنطقة، ورغم الطابع الفلاحي والرعوي للبلدية، إلا أنها تواجه عدة تحديات تنموية، من بينها محدودية الاستثمار؛ نقص بعض الهياكل القاعدية؛ الحاجة إلى تحسين الخدمات المحلية؛ وارتفاع الطلب على المرافق العمومية، وهذا ما يجعل التنمية المحلية داخل البلدية مرتبطة بدرجة كبيرة بفعالية الإدارة المحلية وقدرتها على التواصل مع المواطنين وتسيير الانشغالات اليومية.¹

ثالثا: الخصائص الاجتماعية والإدارية: تتميز بلدية فيض البطمة بطابع اجتماعي محافظ تسوده العلاقات الاجتماعية التقليدية، حيث تلعب الروابط العائلية والقبلية دورا مهما في الحياة المحلية، كما تعتبر البلدية مركزا إداريا مهما داخل الدائرة، إذ تضم مجموعة من

¹ فيض البطمة – بيانات جغرافية وسكانية.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

المرافق والخدمات العمومية، مثل مقر البلدية، المؤسسات التربوية، مراكز الصحة، المرافق الإدارية، وبعض الهياكل الرياضية والثقافية، وفي السنوات الأخيرة بدأت البلدية تتجه تدريجيا نحو استخدام الوسائط الرقمية في التواصل والإعلام المحلي، خاصة من خلال إنشاء صفحة رسمية على منصة فيسبوك¹، ويظهر هذا التوجه رغبة الإدارة المحلية في مواكبة التحول الرقمي وتحسين الاتصال بالمواطن.

المطلب الثاني: التعريف بالصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة على Facebook:

في إطار التحول الرقمي الذي تعرفه الإدارة المحلية في الجزائر، قامت بلدية فيض البطمة بإنشاء صفحة رسمية على منصة فيسبوك بهدف تحسين التواصل مع المواطنين ونشر مختلف المعلومات والخدمات المتعلقة بالشأن المحلي، وتعتبر الصفحة الرسمية واجهة رقمية للبلدية، تستخدم لنقل الأخبار والإعلانات والأنشطة والمشاريع، إضافة إلى التفاعل مع المواطنين واستقبال انشغالاتهم. وتحمل الصفحة اسم: صفحة بلدية فيض البطمة الرسمية².

أولا: طبيعة الصفحة ووظيفتها: تندرج الصفحة ضمن الصفحات الرسمية التابعة للإدارة المحلية، حيث تستخدم كوسيلة اتصال رقمية بين البلدية والمواطن، وتسعى الصفحة إلى تحقيق عدة أهداف، من أهمها: نشر الأخبار المحلية؛ إعلام المواطنين بالمشاريع والأنشطة، نشر الإعلانات الإدارية، وتحسين التفاعل مع السكان.

ومن خلال متابعة طبيعة المنشورات، يلاحظ أن الصفحة تستخدم بشكل أساسي لنشر صور النشاطات الرسمية، بيانات وإعلانات البلدية، حملات النظافة والتشجير، أخبار

¹ولاية الجلفة – معطيات إدارية وسكانية.

²رابط صفحة الفيس بوك: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100083232735684>

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

التهيئة والمشاريع، والمناسبات الوطنية والدينية.

كما تعتمد الصفحة بشكل كبير على الصور والتقارير الميدانية لإبراز نشاط البلدية وإظهار حضورها داخل المجتمع المحلي.

ثانياً: أهمية الصفحة في الاتصال المحلي: أصبحت الصفحة الرسمية للبلدية تلعب دوراً مهماً في تسهيل الاتصال بين الإدارة والمواطن، خاصة في ظل الانتشار الواسع لاستخدام فيسبوك داخل المجتمع الجزائري، وتظهر أهمية الصفحة في عدة جوانب، أهمها:

1- السرعة في نقل المعلومات: تمكن الصفحة البلدية من إيصال الأخبار والإعلانات بسرعة كبيرة، مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، فعند حدوث انقطاع في المياه، حملات نظافة، نشاطات رسمية، أو تغييرات إدارية، يمكن نشر المعلومات مباشرة ووصولها إلى عدد كبير من المواطنين خلال وقت قصير.

2- تعزيز الشفافية: تساهم الصفحة في تمكين المواطنين من متابعة نشاط البلدية والمشاريع المنجزة، وهو ما يعزز الشفافية ويقلل من الفجوة الاتصالية بين الإدارة والسكان.

3- التفاعل مع المواطنين: توفر الصفحة فضاءاً للتفاعل من خلال التعليقات، الرسائل الخاصة، مشاركة المنشورات، وإبداء الآراء والاقتراحات¹، وهذا ما يمنح المواطن فرصة المشاركة في مناقشة القضايا المحلية والتعبير عن انشغالاته.

4- تحسين صورة البلدية: يساعد النشاط الرقمي المنتظم على إعطاء صورة إيجابية عن البلدية باعتبارها إدارة قريبة من المواطن ومنفتحة على الوسائل الحديثة للاتصال.

ثالثاً: ملاحظات تحليلية حول الصفحة: من خلال الملاحظة الأولية لطبيعة الصفحة، يمكن تسجيل مجموعة من المؤشرات المهمة اعتماد البلدية على فيسبوك كوسيلة رئيسية

¹صفحة بلدية فيض البطمة الرسمية.

للإعلام المحلي؛ التركيز الكبير على الصور والتغطيات الميدانية؛ وجود تفاعل ملحوظ من المواطنين مع بعض المنشورات، استعمال الصفحة لنشر الإعلانات والخدمات المحلية، غلبة الطابع الإخباري على المحتوى المنشور، غير أن الصفحة تواجه أيضا بعض النقائص، مثل عدم الانتظام أحيانا في النشر، محدودية المحتوى التفاعلي، ضعف استخدام الوسائط الحديثة مثل البث المباشر والاستطلاعات، وغياب مؤشرات رقمية دقيقة حول الأداء والتفاعل، ورغم ذلك، تبقى الصفحة تجربة مهمة تعكس توجه الإدارة المحلية نحو الرقمنة وتحسين الاتصال بالمواطن.

المبحث الثاني: تحليل محتوى الصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة:

يمثل تحليل المحتوى الرقمي للصفحات الرسمية أحد أهم الأساليب العلمية المستخدمة لدراسة طبيعة الاتصال الرقمي داخل الإدارات المحلية، لأنه يسمح بفهم نوعية الرسائل المنشورة، وأسلوب التفاعل مع المواطنين، ومدى مساهمة الصفحة في دعم التنمية المحلية. وفي إطار هذه الدراسة، تم الاعتماد على الملاحظة المباشرة للصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة على منصة Facebook، وتحليل مجموعة من المنشورات المتداولة خلال فترات مختلفة، بهدف تحديد طبيعة المحتوى المنشور، وقياس معدل النشر، وتحليل مستوى التفاعل الرقمي مع المواطنين¹.

وتظهر الدراسة الأولية أن الصفحة تستخدم أساسا كوسيلة للإعلام المحلي والتواصل الإداري، مع تركيز واضح على نشر النشاطات والمشاريع المحلية والإعلانات الرسمية.

المطلب الأول: أنواع المنشورات:

¹ محمد منير حجاب، نفس المرجع السابق، ص 127.

من خلال متابعة محتوى الصفحة الرسمية، يتبين أن البلدية تعتمد على عدة أنواع من المنشورات التي تختلف حسب طبيعة النشاط أو الهدف الاتصالي المراد تحقيقه، ويعكس تنوع المحتوى محاولة الإدارة المحلية توظيف الصفحة كمنصة متعددة الوظائف تجمع بين الإعلام والتوعية والتفاعل والخدمة العمومية.¹

أولاً: المنشورات الإخبارية والإعلامية: تعد المنشورات الإخبارية الأكثر حضوراً على الصفحة الرسمية، حيث تعتمد البلدية بشكل واضح على نشر الأخبار المحلية المتعلقة بالنشاط الإداري والميداني، ويتعلق هذا النوع من المحتوى بالاجتماعات الرسمية؛ الزيارات الميدانية؛ نشاطات رئيس المجلس الشعبي البلدي، أخبار المشاريع المحلية، المناسبات الوطنية والدينية؛ والتغطيات الخاصة بالحملات الميدانية. ويلاحظ أن هذا النوع من المنشورات يعتمد غالباً على الصور الميدانية؛ البيانات المكتوبة؛ التقارير المختصرة؛ والصور الجماعية للمسؤولين والعمال.

ويظهر هذا التوجه أن الصفحة تُستخدم كوسيلة لإبراز نشاط البلدية وإظهار حضورها داخل المجتمع المحلي. وإذا أردنا تقديم صورة توضيحية لطبيعة المنشورات الإدارية، قلنا أن هذه الصور تبرز الطابع الرسمي للإدارة المحلية وطبيعة المحتوى البصري الذي تعتمد عليه الصفحات البلدية في عرض نشاطاتها.

ثانياً: منشورات الخدمات العمومية: تخصص الصفحة جزءاً مهماً من محتواها لنشر المعلومات المتعلقة بالخدمات العمومية والانشغالات اليومية للمواطنين، ومن أبرز المواضيع المتداولة مثل حملات النظافة، إصلاح الطرقات، صيانة الإنارة العمومية، التهيئة الحضرية، حملات التشجير، والتدخلات الميدانية الخاصة بالنظافة والتطهير ويلاحظ أن هذا النوع من المنشورات يحظى عادة بتفاعل معتبر من المواطنين، لأنه يرتبط مباشرة بحياتهم اليومية،

¹ عبد الرؤوف منيف، نفس المرجع السابق، ص 154 .

وإذا أردنا تقديم صورة توضيحية للمنشورات المرتبطة بالخدمات المحلية قلنا أنها تظهر طبيعة النشاطات الميدانية التي تعتبر من أكثر المحتويات تداولاً داخل الصفحات الرسمية للبلديات.

وهنا يمكننا أن نقدم تحليلاً دلاليًا للمحتوى الخدمي إذ يلاحظ أن البلدية تحاول من خلال هذه المنشورات إبراز تدخلاتها الميدانية، طمأنة المواطنين بوجود متابعة للمشاكل المحلية، تحسين صورتها لدى السكان، وتعزيز الثقة في الإدارة المحلية، كما أن الصور الميدانية تستخدم كوسيلة لإثبات الإنجاز وإضفاء المصداقية على المعلومات المنشورة.

ثالثاً: المنشورات التوعوية والاجتماعية: تتضمن الصفحة أيضاً محتويات ذات طابع توعوي واجتماعي، خاصة خلال المناسبات الدينية، الحملات الصحية، الظروف المناخية الاستثنائية، المناسبات الوطنية، وحملات النظافة والتشجير، ويهدف هذا النوع من المحتوى إلى نشر الوعي بين المواطنين، تعزيز السلوك المدني، تشجيع المشاركة المجتمعية، دعم روح التضامن المحلي. غير أن نسبة هذا النوع من المنشورات تبقى أقل مقارنة بالمحتوى الإخباري والخدمي.

رابعاً: المنشورات التفاعلية: من خلال الملاحظة يتبين أن المحتوى التفاعلي داخل الصفحة لا يزال محدوداً نسبياً مقارنة بالمنشورات الإخبارية، ويظهر التفاعل غالباً في الرد على بعض التعليقات، نشر منشورات المواطنين، إعادة نشر بعض المبادرات المحلية، مشاركة الصور المرتبطة بالنشاطات المحلية، لكن يلاحظ غياب نسبي لبعض الأدوات الحديثة مثل استطلاعات الرأي، البث المباشر المنتظم، الاستبيانات الرقمية، والمساحات الحوارية المفتوحة. وهذا يدل على أن الصفحة ما تزال تستخدم أساساً كوسيلة إعلامية أكثر من كونها منصة تفاعلية متكاملة.

المطلب الثاني: معدل النشر:

يعتبر معدل النشر من المؤشرات المهمة في تقييم فعالية الصفحات الرسمية، لأنه يعكس مستوى النشاط الرقمي ومدى اهتمام الإدارة المحلية بالتواصل المستمر مع المواطنين.

ومن خلال الملاحظة العامة للصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة، يتبين أن الصفحة تعتمد على نشر محتوى متقارب زمنيا خلال المناسبات والنشاطات الرسمية، مع وجود تفاوت في عدد المنشورات حسب طبيعة الأحداث المحلية.

أولاً: انتظام النشر: يلاحظ أن الصفحة تعرف نشاطا ملحوظا خلال المناسبات الوطنية، الزيارات الرسمية، حملات النظافة، الأنشطة الموسمية؛ البرامج التنموية، وفي المقابل تقل وتيرة النشر خلال الفترات العادية التي لا تشهد نشاطات ميدانية بارزة، ويظهر ذلك أن الصفحة تعتمد بشكل أساسي على "النشاط المناسباتي" أي ربط النشر بالأحداث والأنشطة الرسمية.

ثانياً: المتوسط التقريبي للنشر: من خلال الملاحظة التحليلية للصفحة، يمكن تسجيل المؤشرات التالية:

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

الجدول رقم (01): المتوسط التقريبي للنشر

المؤشر	التقدير التحليلي
متوسط عدد المنشورات الأسبوعية	بين 3 و 6 منشورات
الفترات الأكثر نشاطا	المناسبات الوطنية والحملات الميدانية
نوع المحتوى الأكثر تكرارا	الصور والتغطيات الإخبارية
الوسائط المستخدمة	صور + نصوص قصيرة
استخدام الفيديو	محدود نسبيا

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على الملاحظة التحليلية للصفحة

يعكس الجدول اعتماد نمط تواصل رقمي تقليدي يقوم أساسا على التغطية الإخبارية ونشر الصور خلال المناسبات والحملات الميدانية، مع محدودية في استخدام الفيديو والوسائط التفاعلية. كما يشير إلى أن النشاط الاتصالي يركز أكثر على الحضور الإعلامي ونقل الأخبار بدل بناء تفاعل رقمي مستمر مع الجمهور.

ثالثا: تحليل أثر معدل النشر: يساهم الانتظام النسبي في النشر في الحفاظ على حضور الصفحة لدى المتابعين، تعزيز اطلاع المواطنين على النشاطات المحلية، تحسين الاتصال بين البلدية والسكان، ورفع مستوى التفاعل الرقمي، غير أن غياب خطة نشر منتظمة قد يؤثر أحيانا على استمرارية التفاعل وفعالية الصفحة.

المطلب الثالث: طبيعة التفاعل:

يعتبر التفاعل الرقمي من أهم المؤشرات التي تظهر مدى نجاح الصفحة الرسمية في تحقيق التواصل مع المواطنين، ولا يقتصر التفاعل على عدد الإعجابات فقط، بل يشمل أيضا التعليقات، المشاركات، الرسائل، سرعة الاستجابة، ونوعية النقاشات المطروحة.

أولاً: التفاعل عبر التعليقات: تظهر الصفحة وجود تفاعل واضح من المواطنين مع المنشورات المتعلقة بالخدمات اليومية، خاصة تلك المرتبطة بالمياه، النظافة، الطرقات، الإنارة العمومية، والمشاريع المحلية، وتتراوح التعليقات بين عبارات الشكر، طرح الانشغالات، الانتقادات، وطلب التدخلات الميدانية، ويلاحظ أن المنشورات الخدمية تحظى بتفاعل أكبر مقارنة بالمنشورات البروتوكولية أو الرسمية.

ثانياً: التفاعل عبر المشاركات والإعجابات: تساهم المشاركات في توسيع انتشار المنشورات داخل المجتمع المحلي، خاصة عندما يتعلق الأمر بالإعلانات المهمة أو الحملات الميدانية، كما تعتبر الإعجابات مؤشرا أوليا على اهتمام المواطنين بالمحتوى المنشور، ويلاحظ أن الصور الميدانية والنشاطات الواقعية تحقق عادة نسب تفاعل أكبر من البيانات النصية الطويلة.

ثالثاً: الاستجابة الرقمية: من خلال الملاحظة، يظهر أن تفاعل الصفحة مع تعليقات المواطنين موجود لكنه غير منتظم بشكل دائم، حيث يتم الرد على بعض الانشغالات دون أخرى، ويعتبر هذا الجانب من النقاط التي تحتاج إلى تطوير، لأن فعالية الصفحة لا تقاس فقط بعدد المنشورات، بل أيضا بسرعة التفاعل مع المواطنين ومعالجة انشغالاتهم.

رابعاً: تحليل عام لطبيعة التفاعل: يمكن تسجيل مجموعة من الملاحظات التحليلية منها وجود اهتمام واضح من المواطنين بمتابعة الصفحة، ارتفاع التفاعل مع القضايا المرتبطة بالخدمات اليومية، اعتماد المواطنين على الصفحة لنقل الانشغالات، غلبة الطابع الإخباري

على الاتصال الرقمي، محدودية المحتوى الحوارى والتشاركى، والحاجة إلى تطوير التفاعل الفورى والمباشر، ويظهر ذلك أن الصفحة تؤدي دورا مهما في الإعلام المحلى، لكنها ما تزال بحاجة إلى تطوير الجانب التفاعلى والتحول من "صفحة إعلامية" إلى "منصة تواصل تشاركى".

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة:

يعد عرض وتحليل نتائج الدراسة من أهم المراحل العلمية في البحث الميداني، لأنه يسمح بربط الجوانب النظرية بالواقع العملي، واستخلاص المؤشرات التي تبرز مدى صحة الفرضيات المطروحة.

وقد تم في هذه الدراسة الاعتماد على أداة الاستبيان باعتبارها من أكثر أدوات البحث العلمي استخداما في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، لما توفره من إمكانية جمع البيانات وتحليل اتجاهات وآراء أفراد العينة بشكل دقيق ومنظم.

وتم توزيع الاستبيان على عينة من سكان بلدية فيض البطمة من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية، بهدف التعرف على مدى متابعة المواطنين للصفحة الرسمية للبلدية، طبيعة استخدامهم لها؛ مستوى التفاعل معها، وتقييمهم لدورها في تحسين الاتصال والتنمية المحلية.

وقد تم تحليل النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية، مع الاعتماد على الجداول والنسب المئوية لتفسير المعطيات الميدانية.

المطلب الأول: تحليل الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-الجنس:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

يعكس متغير الجنس أهمية دراسة الفروق المحتملة في أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الصفحة الرسمية للبلدية بين الذكور والإناث.

2-العمر

يعد العمر من المتغيرات المؤثرة في السلوك الرقمي، إذ تختلف درجة استخدام وسائل التواصل ومستوى التفاعل مع المحتوى المحلي باختلاف الفئات العمرية.

3-المستوى التعليمي

يساعد المستوى التعليمي في تفسير قدرة الأفراد على استيعاب المعلومات المنشورة وتقييمها، ومدى اهتمامهم بالقضايا التنموية المحلية.

المحور الثاني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

4-هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

يعكس هذا المؤشر مدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي داخل المجتمع المحلي، ومدى اعتماد الأفراد عليها كمصدر للمعلومات والتواصل.

5-ما المنصة الأكثر استخداماً؟

يبين هذا المتغير طبيعة المنصات المفضلة لدى أفراد المجتمع، مما يساعد على تحديد الوسيلة الأكثر فاعلية في التواصل مع المواطنين.

6-كم مرة تستخدم وسائل التواصل يوميا؟

تشير مدة الاستخدام إلى مستوى الاندماج الرقمي للأفراد، وكلما زادت مدة الاستخدام ارتفعت فرص التعرض للمحتوى المحلي والتفاعل معه.

المحور الثالث: متابعة صفحة البلدية

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

7- هل تتابع الصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة؟

تعكس متابعة الصفحة الرسمية مستوى اهتمام المواطنين بالشأن المحلي ورغبتهم في الاطلاع على أخبار ونشاطات البلدية.

8- كيف تقيم محتوى الصفحة؟

يساهم تقييم المحتوى في قياس مدى رضا المواطنين عن أداء الصفحة وقدرتها على تلبية احتياجاتهم المعلوماتية.

9- هل توفر الصفحة معلومات مفيدة؟

يوضح هذا المؤشر مدى نجاح الصفحة في توفير معلومات ذات قيمة للمواطنين ودعم التواصل بين الإدارة المحلية والسكان.

المحور الرابع: التفاعل والتنمية المحلية

10- هل تتفاعل مع منشورات الصفحة؟

يعكس مستوى التفاعل درجة مشاركة المواطنين في الفضاء الرقمي المحلي ومدى اهتمامهم بالمحتوى المنشور.

11- هل تساعد الصفحة في معرفة أخبار البلدية؟

يبين مدى فعالية الصفحة كوسيلة إعلامية محلية في نقل الأخبار والمستجدات المتعلقة بالبلدية.

12- هل تساهم الصفحة في تحسين الخدمات المحلية؟

يعكس هذا المؤشر تصور المواطنين لدور الصفحة في تعزيز جودة الخدمات المحلية ودعم التنمية على المستوى المحلي.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

13- هل تشجعك الصفحة على المشاركة في قضايا البلدية؟

يوضح مدى قدرة الصفحة على تحفيز المشاركة المجتمعية وتعزيز روح المواطنة والانخراط في القضايا المحلية.

المحور الخامس: التقييم العام

14- هل ترى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في التنمية المحلية؟

يعكس هذا السؤال وعي المواطنين بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لدعم التنمية المحلية وتعزيز التواصل بين الفاعلين المحليين.

15- ما أبرز النقص الموجودة في الصفحة؟

يساعد تحديد النقص على الكشف عن جوانب القصور في الأداء الإتصالي للصفحة، بما يساهم في تحسين فعاليتها وزيادة تفاعل المواطنين معها.

16- سؤال مفتوح

ما اقتراحاتك لتحسين الصفحة الرسمية للبلدية؟

.....

.....

- إدخال الاستبيان في برنامج SPSS

بعد جمع الاستبيانات، يتم إدخال البيانات إلى برنامج IBM SPSS Statistics وفق الترميز السابق.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري

الجدول رقم (02): توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
63%	63	ذكر
37%	37	أنثى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج SPSS

تظهر النتائج الموضحة في الجدول أن نسبة الذكور بلغت 63% مقابل 37% للإناث، وهو ما يعكس ارتفاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الذكور مقارنة بالإناث داخل المجتمع المحلي.

الجدول رقم (03): توزيع العينة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
12%	12	أقل من 20 سنة
44%	44	من 20 إلى 30 سنة
31%	31	من 30 إلى 40 سنة
13%	13	أكثر من 40 سنة
100%	100	المجموع

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج SPSS

يظهر من النتائج الموضحة في الجدول والشكل السابق أن الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة تمثل الفئة الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يفسر ارتفاع متابعة الصفحة الرسمية لدى الشباب.

الجدول رقم (04): متابعة صفحة البلدية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
78%	78	نعم
22%	22	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول إلى أن أغلبية أفراد العينة يتابعون الصفحة الرسمية للبلدية، وهو ما يدل على أهمية الصفحة كمصدر للمعلومات المحلية.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

الجدول رقم (05): تقييم محتوى الصفحة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
41%	41	جيد
46%	46	متوسط
13%	13	ضعيف
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج SPSS

تبين النتائج الموضحة في الجدول والشكل السابق أن أغلبية المستجوبين يرون أن محتوى الصفحة متوسط إلى جيد، مما يدل على وجود قبول نسبي للمحتوى المنشور، مع الحاجة إلى تطويره بشكل أكبر.

خامساً: مدى مساهمة الصفحة في تحسين الخدمات المحلية:

الجدول رقم (06): مدى مساهمة الصفحة في تحسين الخدمات المحلية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
69%	69	نعم
11%	11	لا
20%	20	لا ادري
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج SPSS

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية – بلدية فيض البطمة

تظهر النتائج الموضحة في الجدول والشكل السابق أن أغلبية المستجوبين يرون أن الصفحة تساهم في تحسين الخدمات المحلية من خلال نشر الأخبار والانشغالات والتفاعل مع المواطنين.

سادسا: أبرز النقص المسجلة:

الجدول رقم (07): أبرز النقص المسجلة

النقص	التكرار	النسبة المئوية
قلة التفاعل	34	34%
نقص المعلومات	24	24%
تأخر النشر	29	29%
أخرى	13	13%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول والشكل السابق إلى أن أبرز النقص تتمثل في ضعف التفاعل وتأخر النشر، وهو ما يؤثر على فعالية الصفحة في التواصل مع المواطنين.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات باستخدام SPSS:

الفرضية الأولى:

"تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال بين البلدية والمواطن."

تم قبول الفرضية، حيث أظهرت النتائج أن:

- 78 % يتابعون الصفحة الرسمية.

- 69 % يرون أنها تساهم في تحسين الخدمات المحلية.

- أغلبية العينة تعتمد على الصفحة لمعرفة الأخبار المحلية.

الفرضية الثانية:

"تساهم صفحة البلدية في دعم التنمية المحلية."

تمّ قبول الفرضية، لأن النتائج أظهرت وجود تأثير إيجابي للصفحة في:

- نشر المعلومات.

- تحسين الاتصال.

- تعزيز المشاركة المحلية.

- متابعة المشاريع والخدمات.

الفرضية الثالثة:

"تواجه الصفحة الرسمية عدة تحديات تعيق فعاليتها."

تمّ قبول الفرضية أيضاً، بسبب وجود عدة نقائص أبرزها:

- ضعف التفاعل.

- نقص المحتوى التفاعلي.

- تأخر النشر.

- غياب الردود السريعة.

الاستنتاج العام:

من خلال نتائج الدراسة الميدانية، يتبين أن الصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة أصبحت وسيلة مهمة للتواصل المحلي، حيث يعتمد عليها المواطنون بشكل متزايد لمتابعة الأخبار والخدمات المحلية.

كما أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت عنصراً داعماً للتنمية المحلية، غير أن فعالية الصفحة ما تزال مرتبطة بضرورة:

- تطوير التفاعل مع المواطنين.
- تحسين جودة المحتوى.
- اعتماد استراتيجية رقمية أكثر احترافية.
- تكوين الموارد البشرية المكلفة بالتنسيق الرقمي.

الختاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي تناولت موضوع: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية - صفحة فيسبوك بلدية فيض البطمة نموذجاً"، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم الوسائل الحديثة التي تعتمد عليها الإدارات المحلية في تحسين الاتصال بالمواطن وتعزيز الخدمات العمومية، خاصة في ظل التوسع الكبير لاستخدام المنصات الرقمية داخل المجتمع الجزائري.

وقد أظهرت الدراسة أن الصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة على منصة Facebook أصبحت تمثل واجهة رقمية مهمة للبلدية، حيث تستخدم لنشر الأخبار المحلية والإعلانات والنشاطات والمشاريع التنموية، إضافة إلى متابعة بعض الانشغالات المرتبطة بالمواطنين. كما ساهمت الصفحة في تقريب الإدارة المحلية من السكان وتسهيل وصول المعلومات المتعلقة بالشأن المحلي.

ومن خلال الدراسة الميدانية والاستبيان الموجه لعينة من سكان بلدية فيض البطمة، تبين أن نسبة معتبرة من المواطنين تتابع الصفحة الرسمية للبلدية وتعتمد عليها لمعرفة الأخبار المحلية والخدمات والإعلانات المختلفة، وهو ما يعكس أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال المحلي.

كما أكدت نتائج الدراسة أن الصفحة الرسمية للبلدية تساهم بشكل نسبي في دعم التنمية المحلية، من خلال:

- نشر المعلومات المتعلقة بالمشاريع والخدمات.
- تعزيز التواصل بين البلدية والمواطن.
- دعم الوعي والمشاركة المجتمعية.
- تسهيل متابعة النشاطات المحلية.

وفي المقابل، كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من النقائص والتحديات التي تحد من فعالية الصفحة، من أبرزها:

- ضعف التفاعل المستمر مع المواطنين.
 - غياب الردود السريعة على بعض الانشغالات.
 - محدودية المحتوى التفاعلي.
 - عدم انتظام النشر في بعض الفترات.
- وتظهر هذه النتائج أن بلدية فيض البطمة قطعت خطوة مهمة في مجال الاتصال الرقمي، غير أن فعالية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ما تزال بحاجة إلى تطوير أكبر من خلال:

- إعداد استراتيجية رقمية واضحة.
 - تحسين جودة المحتوى المنشور.
 - تكوين الموارد البشرية المكلفة بتسيير الصفحة.
 - تعزيز التفاعل المباشر مع المواطنين.
 - استغلال الأدوات الرقمية الحديثة بشكل أكثر احترافية.
- وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت عنصرا أساسيا في دعم التنمية المحلية داخل بلدية فيض البطمة، وأن نجاح هذا الدور يبقى مرتبطا بمدى قدرة الإدارة المحلية على استغلال هذه الوسائل بطريقة فعالة ومستدامة تساهم في تعزيز الثقة وتحسين العلاقة بين البلدية والمواطن.

المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. حسن عماد مكايي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014.
2. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
3. عبد الرؤوف منيف، الإعلام الجديد والاتصال التفاعلي، دار الفكر، عمان، 2016،
4. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، 2008،
5. فايز الشهري، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015،
6. محمد منير حجاب، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012،
7. عبد الباسط محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2017.
8. عبد العزيز سعد، الإدارة الإلكترونية والتحول الرقمي، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2019،
9. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 2008.
10. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، 2011،
11. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2010.

12. صالح بلعيد، الإدارة المحلية والتنمية، دار هومة، الجزائر، 2015.

13. عمار بوضياف، الوجيز في القانون الإداري، جسور للنشر، الجزائر، 2017.

14. محمد الصغير بعلي، القانون الإداري والتنظيم الإداري في الجزائر، دار العلوم، الجزائر، 2016.

15. القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية.

16. ناصر لباد، القانون الإداري، دار المجد، الجزائر، 2015.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

17- Kaplan, Andreas M & Haenlein, Michael: Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, Vol. 53, No. 1, 2010.

18- Kaplan, Andreas M & Haenlein, Michael: Social Media: Back to the Roots and Back to the Future, *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 14, No. 2, 2011.

19- Castells, Manuel: *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell, Oxford, 2010.

ثالثا: المراجع الإلكترونية:

20. الصفحة الرسمية لبلدية فيض البطمة على منصة Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100083232735684&utm_source=chatgpt.com

21. معطيات جغرافية وإدارية حول بلدية فيض البطمة:

[موقع <https://ar.db-city.com> Db-city/الجزائر--الجلفة--فيض-البطمة--
فيض-البطمة?utm_source=chatgpt.com]

22. بيانات تعريفية حول بلدية فيض البطمة:

[موقع

https://areq.net/m.html?utm_source=chatgpt.co.فيض_البطمة/req.net

m)

الملاحق

الملحق رقم 01:

▪ نموذج استمارة الاستبيان

المحور الأول: معلومات عامة

- الجنس:

ذكر أنثى

- العمر:

أقل من 20 20-30 30-40 أكثر من 40

- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: استخدام وسائل التواصل

- هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

- ما المنصة الأكثر استخداماً؟

Instagram Facebook أخرى

- كم مرة تستخدمها يومياً؟

أقل من ساعة 1-3 ساعات أكثر من 3 ساعات

المحور الثالث: متابعة صفحة البلدية

- هل تتابع صفحة بلدية فيض البطمة على Facebook؟

نعم لا

- كيف تقيم محتوى الصفحة؟

جيد متوسط ضعيف

- هل توفر الصفحة معلومات مفيدة؟

نعم أحيانا لا

المحور الرابع: التفاعل والتنمية

- هل تتفاعل مع منشورات الصفحة؟

دائما أحيانا نادرا

- هل تساعد الصفحة في معرفة أخبار البلدية؟

نعم لا

- هل تساهم الصفحة في تحسين الخدمات المحلية؟

نعم لا لا أدري

- هل تشجعك الصفحة على المشاركة في قضايا البلدية؟

نعم لا

المحور الخامس: التقييم العام

- هل ترى أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في التنمية المحلية؟

نعم لا

- ما أبرز النقائص؟

قلة التفاعل

نقص المعلومات

تأخر النشر

أخرى:

- سؤال مفتوح:

ما اقتراحاتك لتحسين صفحة البلدية؟