

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر
دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. بويكر بوعزيز

إعداد الطلبة:

- شريف بن يطو

- فيروز مسيلي

السنة الجامعية: 2022 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

لا يسعنا وقد أنهينا بحثنا هذا إلا أن نقول الحمد لله رب العالمين له الشكر و المنة على ما فضله علينا من نعم. وقبل أن نمضي نتقدم بأسمى آيات الشكر و التقدير للأستاذ المشرف الدكتور "بوبكر بوعزيز" الذي غرس فينا قوة العزيمة في كل خطوة من خطوات هذا العمل دون ضجر أو ملل ولم يبخل علينا من وقته الثمين أبقاه الله عز وجل ذخرا لطلبة العلم وجزاه الله خير جزاء.

ولا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من رفقة تعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بنا جيل الغد... شكرا لكم وشكر خاص للدكتور "بدره سليم" وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد سواء بكلمة أو بفكرة أو بمرجع... !

إهداء

إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ووقرها في كتابه العزيز " أمي

زهرة قلبي "

إلى من دعمني طوال مراحل الدراسة بكل أطوارها والدي الكريم

إلى رفيقات عمري وحبيبات روعي أخواتي أسماء سمية شيماء

إلى أخي وعائلته الصغيرة

إلى فرشات قلبي جنة نور اليقين وشهد أريج إلى كل من غمرني بالحب والتقدير

والنصيحة والإرشاد وساندني ووقف معي ولو بكلمة أو دعوى صادقة في ظهر الغيب .

ف.م

إهداء

اهدي هذا البحث إلى من قال الحق تعالى فيهما

"وقل رب ارحمهما كما ربيني صغيراً"

إلى أمي العظيمة وإلى أبي الحبيب رحمه الله وأسكنه جنان خلدته.

إلى إخوتي سندي وزوجتي وأبنائي (أحمد غيث، إلياس) من كان لهم الأثر في

حياتي

إلى أصدقائي إلى كل من أحبهم قلبي

وبصفة خاصة إلى أخي وصديقي العزيز "دفاف لحسن"

بن يطو الشريف

الفهرس

شكر وعران

الإهداء

مقدمة

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة..... 5
2. مجال الدراسة:..... 6
3. أسباب اختيار الموضوع:..... 7
4. أهمية الدراسة:..... 8
5. أهداف الدراسة..... 9
6. تحديد المفاهيم والمصطلحات:..... 10
7. أدبيات الدراسة:..... 12

الفصل الثاني: العلاقات العامة الإلكترونية والادارة العمومية في الجزائر

- المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة الإلكترونية..... 14
- المطلب الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة الإلكترونية..... 14
- المطلب الثاني: التعريفات المقدمة للعلاقات العامة..... 16
- المطلب الثالث: وظائف وضوابط استعمال العلاقات العامة الإلكترونية..... 19
- المبحث الثاني: مفهوم الإدارة العمومية..... 23

23	المطلب الأول: التعريفات المقدمة للإدارة العمومية.....
24	المطلب الثاني: أهمية الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية:.....
26	المطلب الثالث: أهداف الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية الجزائرية:.....
27	المطلب الرابع: المشاكل التي تعاني منها الإدارة العمومية الجزائرية:.....

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

36	تمهيد.....
37	1.نبذة عن مقر ولاية المسيلة بمختف هياكلها كمجال للدارسة:.....
39	1.2 التحليل الكمي والكيفي لفئات الجدول للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.....
45	2.2 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.....
63	3.النتائج العامة للدارسة:.....
71	خاتمة.....
73	قائمة المراجع:.....
76	الملاحق.....

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
46	الجدول رقم 01: يمثل عدد مرات النشر في اليوم للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.
47	الجدول رقم 02 يمثل عدد الصور المرافقة لمنشورات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
48	الجدول رقم 03: يمثل الروابط المتاحة لاطلاع على الصفحة الرسمية لولاية المسيلة
49	الجدول رقم 04: يمثل مواضيع منشورات الموقع للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.
52	الجدول رقم 05: يمثل نشاطات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.
55	الجدول رقم 06: يمثل أهداف المنشورات للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.
57	الجدول رقم 07: يمثل الفاعلون في الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.
60	الجدول رقم 08: يمثل عدد المنشورات التي نالت إعجاب جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
61	الجدول رقم 09: يمثل عدد المنشورات التي شاركها جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
62	الجدول رقم 10: يمثل عدد المنشورات التي أحبها جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
63	الجدول رقم 11: يمثل عدد المنشورات التي أغضبت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
64	الجدول رقم 12: يمثل عدد المنشورات التي أدهشت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
65	الجدول رقم 13: يمثل عدد المنشورات التي أحزنت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
66	الجدول رقم 14: يمثل عدد المنشورات التي اضحكت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك
67	الجدول رقم 15: يمثل عدد المنشورات التي تحصلت على التعليقات جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

مقدمة

مقدمة

لم تعد العلاقات العامة نشاطا جامدا مقيدا بالكثير من القيود ومهملا من قبل الادارات العليا، بل اصبح اليوم النشاط الذي يقود المؤسسة الى بر الامان خصوصا المؤسسات التي يكون عملها على تماس مباشر مع الجمهور، وكان لظهور التكنولوجيا الحديثة الفضل في تغيير مسار عمل العلاقات العامة فقد تحولت من النشاطات التقليدية الى نشاطات تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تتواصل مع جماهير كبيرة في مختلف المنطق الجغرافية، بل واصبحت العلاقات العامة اليوم تبني سمعة المؤسسة الكترونيا، تتواصل مع الجماهير عبر المواقع الالكترونية، تكتشف احتياجاتهم، وتتابع شكاوهم على المستوى المحلي والمركزي، وتعالج مواضع القصور على مستوها، بحيث استخدمت التكنولوجيا الحديثة في تطوير عملها وممارسة نشاطاتها على اتم وجه، فقد وظفت العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجماهير بعد ان ادركت ان المواقع الالكترونية يتم استخدامها من طرف جميع شرائح المجتمع وفئاته حتى التي لا تستطيع التواصل معها على ارض الواقع.

ان جل الدراسات اليوم تتجه الى تسليط الضوء على المواقع الالكترونية للإدارات المركزية، والمؤسسات العمومية اللامركزية التابعة لها، حيث تهدف لمعرفة مدى توظيف الاتصال الالكتروني في ممارسة نشاطات العلاقات العامة المختلفة عبر هذه المواقع والتي تمثل وسيلة اتصال الكترونية رسمية بين هاته الادارات وجماهيرها، وفي هذا السياق يعد موقع التواصل الاجتماعي صفحة ولاية المسيلة التابع لمقر الولاية، فضاءا الكترونيا للاتصال الجماهيري، حيث سنحاول من خلاله دراسة اهمية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية.

حيث تضمن الفصل الأول الموسوم ب(الاطار المنهجي للدراسة)على: الإشكالية، التساؤلات، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، تحديد المفاهيم والمصطلحات، المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات، العينة، مجالات الدراسة، الدراسات السابقة.

فيما احتوى الفصل الثاني(الجانب النظري): فتطرقنا فيه إلى مدخل للعلاقات العامة، مفهوم العلاقات العامة، خصائصها، مبادئها، وظائفها، أهدافها، الشروط الواجب توفرها في أخصائي العلاقات العامة وكذا وسائل الاتصال في العلاقات العامة.

أما الفصل الثالث: (الجانب التطبيقي) فتطرقنا فيه إلى نبذة عن مقر ولاية المسيلة بمختلف هياكلها، عرض وتحليل الجداول، استخلاص النتائج على ضوء ما توصلنا إليه.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

للدراسة

1. إشكالية الدراسة.

أدت تقنيات الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات إلى سعي المؤسسات والمنظمات إلى الانفتاح والتفاعل مع جميع المؤسسات والتفاعل مع جمهورها لما توفره من سمات وسرعة وصولا للرسائل ومضمونها الاتصالي والاستجابة السريعة الفورية والتفاعل من قبل الجمهور عبر شبكات الانترنت، فضلا عن كونه وسيلة اتصال مهمة ومصدرا من المصادر الأساسية للنشر الالكتروني والحصول على المعلومات.

وقد انعكست هذه التطورات المتنامية لشبكة الانترنت على ممارسي العلاقات العامة الالكترونية بوصفها وظيفة ونشاطا اتصاليا للمؤسسات والمنظمات المختلفة؛ إذ أصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة الالكترونية إعادة التفكير في وضع استراتيجياتهم وبرامجهم الاتصالية في ضوء هذه التطورات للوصول إلى أسى أهدافهم ، ولاسيما أهداف المؤسسات العمومية، التي أضحت تحاول بثتى الوسائل والطرق من أجل العمل على تحسين الخدمة العمومية، ولهذا نتساءل قصد الإجابة عن إشكال جوهري مفاده: إلى أي مدى تساهم العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، صفحة ولاية المسيلة دراسة حالة؟

التساؤلات الفرعية: تدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكرها على النحو الآتي:

01- ما هي المضامين المختلفة لمفاهيم، العلاقات العامة، العلاقات العامة الإلكترونية، الخدمة العمومية.

02- ما هو واقع حال العلاقات العامة الإلكترونية والخدمة العمومية في الجزائر.

03- ما هي المضامين التي تنشرها ولاية المسيلة عبر الصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة؟

04- كيف يتم تقييم أنشطة العلاقات العامة عبر موقع الفيسبوك من طرف الولاية؟

2. مجال الدراسة:

أ. **المجال الزمني:** حدد الإطار الزمني للدراسة خلال سنوات 2022-2023، وهذا حتى نتمكن من دراسة وقياس درجة الاتصال الجماهير للصفحة في إطار العلاقات العامة الإلكترونية.

ب. **المجال المكاني للدراسة:** تمثلت في صفحة ولاية المسيلة عبر موقع فيسبوك.

3. أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب موضوعية وأخرى ذاتية تدفع الباحث لخوض غمار بحث ما، ومن أسباب اختيارنا لهذا الموضوع ما يلي:

أ- الأسباب الموضوعية:

بات موضوع العلاقات العامة الإلكترونية، من بين أهم المواضيع التي تشغل اهتمام وتفكير العديد من الباحثين، والأكاديميين، بل وأضحى اليوم البحث فيه على مستوى الإدارات العمومية مادة دسمة للبحث والتحليل، بل والأكثر من ذلك أصبح ينظر إليه بأنه حقل معرفي وجب التخصص البحثي فيه، وعليه فإن من بين أهم الأسباب الموضوعية التي دفعتنا وحفزتنا لخوض غمار هذا البحث هو حداثة هذا الموضوع أولاً، وثانياً اختلاف زوايا النظر والتحليل فيه، سواء بين الباحثين والأكاديميين، أو بين دوائر ومراكز البحث.

ب- الأسباب الذاتية:

تطرقنا إلى هذا البحث لرغبة ذاتية في التعرف على مختلف جوانبه، هذا إلى جانب محاولة إثراء مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية بمثل هذه المواضيع أي موضوع العلاقات العامة الإلكترونية، يأتي هذا باعتباره بات من أهم المواضيع التي تطرح للتحليل والنقاش في الوقت الراهن.

4. أهمية الدراسة:

تدخل هذه الدراسة في إطار تدعيم الدراسات العلمية المهمة بجانب توظيف التقنيات الالكترونية للعلاقات العامة أو ما يطلق عليه العلاقات العامة الالكترونية، لذا فيعتبر موضوع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية على قدر كبير من الأهمية، إلا أن أهمية الدراسة تكمن في أهمية الموضوع في حد ذاته، فحاجة المؤسسة اليوم لاستخدام التكنولوجيا الحديثة أصبحت ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة، خاصة أن نشاط العلاقات العامة أساسا يرتكز على عملية الاتصال وخلق جو من الثقة بين المؤسسة وجماهيرها.

ذلك أن هدف كل مؤسسة هو كسب تأييد وولاء من تتعامل معهم، وبما أن التقنيات الحديثة الالكترونية أصبحت وسيلة هامة في تحسين الخدمات العمومية والنهوض بجهودها وبالتالي فأهمية هذا الموضوع تأتي في العناصر التالية:

1. حداثة الموضوع محل الدراسة ونقص الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة الإلكترونية في بناء صورة المؤسسات والمحافظة عليها عبر العالم الافتراضي.

2. تزايد أهمية العلاقات العامة داخل المؤسسات العمومية في الجزائر وضرورة مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل على مستوى الاقتصاد العالمي والأسواق العالمية.

3. بيان دور العلاقات العامة الالكترونية والتخلص من عيوب العلاقات العامة التقليدية.

4. دراسة آليات تحسين الخدمة العمومية في المؤسسات العمومية وأساليب تطبيقها.

5. الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي الذي سمح للجمهور بالتواصل والتفاعل مع المؤسسات دون وسائط وانتقاله من مجرد مستقبل إلى صانع محتوى.

6. الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وتزايد عدد مستخدميها، جعل من المفيد للمؤسسات التوجه نحو الاعتماد عليها والبحث في طرق توظيفها وتكييف المحتوى المنشور بطريقة تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة خاصة منها ما تعلق بصورتها.

5. أهداف الدراسة.

لابد لأي بحث علمي أن يكون له أهداف محددة حول الموضوع المدروس من أجل الوصول إلى الحقائق، وعليه كانت أهداف الدراسة كما يلي:

- 1) معرفة مكانة وواقع العلاقات العامة الالكترونية في المنظمات العمومية.
- 2) محاولة معرفة التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة بمقر ولاية المسيلة.
- 3) دراسة الخدمة العمومية والصعوبات التي تواجهها.
- 4) إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة.
- 5) تسليط الضوء على اهتمامات الجمهور نحو ما تنتشره المؤسسات من مضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6) محاولة التعرف على مدى تأثير المضامين الإلكترونية على صورة المؤسسات لدى جمهورها الخارجي.

6. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

01- العلاقات العامة:

لغة: هي مفهوم مركب من كلمتين "العلاقات" و "العامة" وحسب ما ورد في المنجد الأبجدي فالعلاقات العامة هي مصدر علائق وتعني الصلات والروابط، والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما، والجماهير التي تتعامل معها، ولفظ كلمة عامة هي مؤنث ذكرها "عام «وجمعه "عوام" والعامة هي ما خالف الخاصة. (رزيقة لقصر: 2007، ص، 26).

اصطلاحاً: هي وظيفة إدارية متميزة تساعد على تكوين و بناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية وتعمل على مواجهة المشكلات التي تواجه الإدارة واقتراح الحلول المناسبة لها وإمدادها بتيار مستمر من المعلومات والبيانات مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام وتحديد مسؤولية الإدارة اتجاه اهتمامات الجماهير وتؤكددها وتساعد على أن تواكب التغير وتفيد من هـ بكفاءة كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام التنبؤ الذي يساعد في تكبير التعرف على الاتجاهات وتوقعها، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث الاتصال وطرقه ووسائله على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية. (ضاوي العتيبي: 2003، ص، 08).

وتعرف أيضا على أنها "الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويعضدونها في أهدافها، ويشجعونها في نشاطها.

ويعرفها "غريب" بأنها: مجموعة من العمليات التطبيقية للعلوم الاجتماعية، يمارسها متخصصون على مستوى مناسب من العلم والخبرة والمهارة، تستفيد منها المنظمات في إيجاد التفاهم والتكيف بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية، يستخدم فيها وسائل وأدوات الإعلام استخداما علميا، بهدف تحقيق الفائدة المشتركة للمنظمة والجماهير. (الجني: ، 2006،ص، 19).

العلاقات العامة الإلكترونية.

التعريف الاصطلاحي: هي عملية الاتصال من خلال الوسائل وتوزيع المواد كالمنشورات والمقالات بالجدول الالكتروني، بالاستفادة من أدوات وقواعد الانترنت والإنتاج التكنولوجي الحديث.

- هي وظيفة تسيير الاتصال بين المنظمة وجمهورها باستخدام تطبيقات الاتصال الالكتروني بغرض التعريف بهويتها، تحسين صورتها، وتوطيد علاقتها بجمهورها، محققة بذلك الحوار التفاعلي المبني على المصداقية والشفافية وأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

عرفت أيضا بأنها استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الانترنت لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص، والوصول للجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني

التعريف الإجرائي: هي كل الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة داخل المنظمة عن طريق التقنيات الالكترونية من أجل تحقيق أهدافها المنشودة في المنظمة وذلك من خلال المواقع الالكترونية. (محمودي ، 2017 ،)

الإدارة العمومية: يمكن تعريف علم الإدارة العامة بأنه "ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يعنى بوصف وتفسير تكوين ونشاط المنظمات الإدارية العامة التي تعمل لتحقيق الأهداف العليا للسلطة السياسية". (عبد الوهاب، محمد: 2005، ص، 25.)
وتعرف الإدارة العامة على أنها تلك الإدارة التي تتولى أعمال الدولة المختلفة بهدف تخطيطها وتنظيمها وحتى يتم تنفيذها بما ينسجم ومطلب الفعالية وبصورة أكثر تفصيلا، تصير الإدارة العامة: تعبيراً عن الظاهرة الواعية، التي تعنى بتجميع الجهود الفردية والجماعية، وبالأشياء، وبالأوقات...، المتعلقة بالدولة ككل، لتخطيطها وتنظيمها وتوجيهها وتنسيقها ومراقبتها... بما ينسجم ومطلب الفعالية. (عساف، مسودة: 2018، ص، 64.)

7. أدبيات الدراسة:

تعتبر خطوة مراجعة الدراسات السابقة من أهم خطوات البحث العلمي، وباعتبار أن العلم تراكمي بحيث يبدأ الباحث من حيث انتهى الآخرون موفراً بذلك على نفسه الجهد، الوقت والمال وكذا إعطاء مشكلة بحثه مرجعية شرعية يقاس من خلالها. وبالتالي تعرف الدراسات السابقة على أنها عبارة "عن مسح علمي منظم يقوم به الباحث لما سبق أن أجري من بحوث ودراسات في المجال الذي يقوم بدراسته"، وفي هذا السياق ونظراً لحدثة موضوع البحث الذي يتمحور في واقع استخدام العلاقات العامة الالكترونية في الإدارة العمومية ؛ أطلعنا على مجموعة من البحوث والدراسات ذات الصلة القريبة من موضوع البحث، التي اشتركت معه في تغطية جوانب معينة من الموضوع نفسه، ولاسيما بعض الدراسات الأكاديمية العربية والأجنبية، ومن هذه الدراسات، نذكر ما يلي:

- دراسة Nina Eyrich, Monica L. Padman, Kaye D. Sweetser : هدفت الدراسة إلى تقديم أساس أكاديمي ومهني لممارسي العلاقات العامة الإلكترونية في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات الويب في العمل المؤسسي في ظل تطور تلك الوسائل التي وفرت فرص كبيرة للمؤسسات للتواصل مع فئات الجمهور المختلفة، فضلاً عن كونها أدوات مؤثرة ساعدت على كيفية انغماس واندماج المؤسسات والمنظمات في علاقاتها بينها وبين عموم الجمهور، واستخدم البحث المسح المباشر للوصول بشكلٍ دقيقٍ إلى خصائص وسمات الجمهور وقياس متغيرات البحث.

-دراسة **الدكتورة فطش خديجة**، الموسومة ب: إدارة العلاقات العامة الإلكترونية لصورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر دراسة تحليلية ميدانية للصفحة الرسمية لمؤسسة Ooredoo Algérie على الفيسبوك: هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إدارة العلاقات العامة الإلكترونية لصورة المؤسسة الاقتصادية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتخذت من موقع الفيسبوك نموذجاً لذلك لعدة اعتبارات، كما تم تسليط الضوء على مدى استغلال العلاقات العامة للتطور الحاصل في وسائل الاتصال، وكيفية الاستفادة منه في التواصل مع جمهور المؤسسة، فاتحة بذلك المجال لمختلف قنوات الاتصال للوصول إلى مختلف الجماهير، حيث تمكنت العلاقات العامة الإلكترونية من توظيف موقع الفيسبوك بما يحتويه من خصائص ومميزات في إدارة صورة المؤسسة.

-دراسة **الدكتور محمد جواد زين الدين المشيداني**، الموسومة بالعلاقات العامة الإلكترونية وعلاقتها ببناء صورة المؤسسة الجامعية: تناولت هذه الدراسة دور العلاقات العامة في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة بوصفها صرحاً علمياً، وأهم الآراء التي يحملها ممارسها العلاقات الخاصة بقدرة هذه الوظيفية الاتصالية في تعزيز دورها التربوي وإدارة سمعتها العلمية، والتواصل مع جماهيرها التي تمتاز

بمستوى ثقافي عالٍ وتحليل هذه الآراء ومعالجتها إحصائياً واستخراج أهم العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث، بالجدول الذي يحقق أهداف البحث.

-دراسة الدكتور **طاهر راجعي**، الموسومة بـ: واقع استخدام العلاقات العامة الالكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر دراسة ميدانية تحليلية للصفحة الرسمية لبلدية المسيلة عبر موقع الفيسبوك: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام العلاقات العامة الالكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر، وذلك من خلال الحديث عن استراتيجية بلدية المسيلة في استخدام موقع الفيسبوك، وتحليل المضامين التي تنشرها هذه المؤسسة. حيث تحدث الباحث بداية عن العلاقات العامة الالكترونية باعتبارها موضوع الدراسة، بحيث انقسمت هذه الأخيرة بدورها إلى العلاقات العامة، والذي تطرق فيها الباحث إلى المفهوم والنشأة والمبادئ والخصائص وأهم الوظائف التي تقدمها، وصولاً إلى أهمية استخدامها داخل المنظمة. بالإضافة إلى العلاقات العامة وشبكة الإنترنت، بحيث تم الحديث فيها عن الأهمية التي تقدمها شبكة الإنترنت للعلاقات العامة، والوظيفة الجديدة التي تقدمها العلاقات العامة عبر شبكة الإنترنت، والفائدة من وضع الثقة في العلاقات العامة عبر هذه الشبكة، والعلاقة الموجودة بين البريد الإلكتروني والتسويق الإلكتروني بالعلاقات العامة، وأهم الأخلاقيات المتبعة في ممارسة هذه الوظيفة عبر شبكة الإنترنت، والتحديات التي تواجهها. ليتطرق الباحث في الأخير إلى الإدارة العمومية في الجزائر، والتي تكلمنا فيها عن مفهوم الإدارة العمومية، نشأتها وتطورها، المراحل التاريخية التي مرت بها، خصائصها ومميزاتها، إضافة إلى أهم المبادئ والأسس التي تقوم عليها هذه الإدارة، ووصف واقع الإدارة العمومية في الجزائر من خلال الحديث عن التنظيم الإداري الداخلي الذي تشهده الإدارة العمومية الجزائرية، والصعوبات والمشاكل البيروقراطية التي لازالت تعاني منها، وأهم الحلول المناسبة لمعالجتها.

-دراسة ريان مبروك ، الموسومة ب: العلاقات العامة والتحول نحو الممارسة الإلكترونية: هدفت الدراسة إلى إبراز استطاعت العلاقات العامة كوظيفة للاستفادة من خدمات الويب من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، وتحولت ممارستها من التقليدي إلى الإلكتروني تماشياً مع متطلبات العصر الرقمي، حيث أصبحت المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي واجهة ترويجية لها، ومنصة تفاعلية مع جمهورها، كما أصبحت تعتمد على الويب في إدارة سمعتها إلكترونياً ؛ من خلال مراقبة ما ينشر عنها باستخدام مجموعة من الأدوات مثل " Googlealerts ، yooseeme ، blogpulse ، مواقع الرأي... " وتستخدمه في إجراء البحوث، إدارة أزماتها...إلخ. إلا أن هذه الممارسة تتطلب مجموعة من الضوابط كالالتزام بالمصداقية والصدق في نقل المعلومات، الالتزام الأخلاقي، وحسن الرد على الجمهور سواء كان المحتوى إيجابياً أو سلبياً... باعتبار العلاقات العامة مهنة قائمة على مبدأ الشفافية والأمانة والمسؤولية الاجتماعية.

-دراسة بن يوب حنان، الموسومة ب: فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدمانية- دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قالمة - : هدفت الدراسة إلى إبراز قدرة الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمات العمومية، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الجديد للعلاقات العامة في ظل عصر الرقمنة وقدرتها على تحسين الخدمات العمومية، وخصت كل ما يتعلق بعمليات التحسين، التسهيل، التقريب للخدمات الإدارية منها، حيث كانت مديرية الحماية المدنية لولاية قالمة هي المؤسسة التي تم اختيارها قصد دراسة حالة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على أداة استمارة مقابلة

وأداة الملاحظة لجمع البيانات، وقد أظهرت نتائج الدراسة مدى تبني مديرية الحماية المدنية لمهنة العلاقات العامة الإلكترونية كأسلوب إداري حديث تعتمد

عليه في نقل وتبادل المعلومات والخدمات بين الموظفين وكافة المواطنين بمختلف الجهات والشرائح بالمجتمع.

-دراسة إيمان سامي حسين عشري: تتبع من أهمية الدراسة في تفعيل دور العلاقات العامة الرقمية في تنمية الإدارة الالكترونية للالتزامات السياسية في نشر الوعي بين العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات السعودية بأساليب الإدارة الالكترونية في التعامل مع الأزمات، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الالكترونية للالتزامات السياسية في المجتمع السعودي ورصد أساليب العلاقات العامة الرقمية في تناولها للالتزامات السياسية وأزمة عاصفة الحزم؛ وتم اعتماد أسلوب المقابلة لجمع البيانات من العاملين بالعلاقات العامة؛ واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، فضلاً عن استخدام البحث لأداة استمارة الاستبيان وصحيفة تحليل المضمون.

8. منهج الدراسة

إذا أردنا تعريف المنهج فنقول: هو في اللغة العربية مصطلح مرادف لكلمتي: النهج والمنهاج، اللتين تعنيان الطريق الواضح.

أما في اللغة الفرنسية، فإن كلمة منهج هي: التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما، Méthode وفي البحث العلمي فإن المنهج كما عرفه: موريس أنجرس: "هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة. أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون (أحمد بن مرسل، 2005، ص، 282).

ونظرا لطبيعة الدراسات الوصفية التحليلية والتي تعتمد على وصف الظاهرة وصفا كاملا ودقيقا. ومن هنا استعنا بمنهجي دراسة الحالة، ومنهج تحليل المضمون، لكونهما منهجين يساعدان في الوصف التحليلي الدقيق للظاهرة محل الدراسة.

01-منهج دراسة الحالة: وذلك لما يتميز به هذا الأخير من مميزات كتركيزه على الوحدة لمعرفة خصائصها، وكذا التعمق في دراسة حالة معينة محددة ومضبوطة، إضافة إلى تحديده لمختلف العوامل المؤثرة والمتأثرة (رشيد زرواتي، 2008، ص157)، ولذا تم التركيز على دراسة حالة مقر ولاية المسيلة، وذلك نظرا للدور الإلكتروني الفاعل للصفحة الرسمية، التي أصبحت تنشر كل نشاطات الولاية، هذا الأمر أدى إلى تفاعل جماهيري كبير معها، سواء من خلال المتابعة والاطلاع، أو رفع وتبليغ الانتشغالات.

02- منهج تحليل المضمون: يعرف بيرنارد بيرلسون تحليل المحتوى على أنه "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظمة والكمي للمحتوى الظاهر والصريح لمضمون الاتصال"، (التائب، 2011، ص ، 357). كما يذهب محمد الوفائي إلى وصف تحليل المحتوى على أنه "طريقة مقننة، وهي ليست منهجا كما يسميه البعض، وليس منهج تفكير، وإنما هو وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبعا لظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة ما" (يوسف تمار، 2017، ص 122)، وبالتالي فتحليل المحتوى كما أورده لازويل يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين. (محمد عبد الحميد، ص ، 16).

وقدم الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة أساسية بغرض التعرف على المضامين والمحتويات الإعلامية التي تنشر عبر صفحة ولاية المسيلة والتي استقطبت كم جماهيري هائل، حيث أضحت وسيلة اتصال جماهيرية مترامية الأطراف، ساهمت في تقريب المواطن من الإدارة، كما وفرت عليه الجهد للاتصال والتواصل، ومتابعة انشغالاته.

الإطار النظري: نظرا لطبيعة دراستنا والمتمثلة في واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر، ارتأينا أن النظرية المناسبة لطبيعة هذا الموضوع هي النظرية البنائية الوظيفية، وذلك نظرا لملائمتها وموضوع الدراسة

01- النظرية النسقية: تعرف المقاربة النسقية على أنها نظام جديد يجمع بين المقاربات النظرية والعلمية والمنهجية فيما يتعلق بدراسة ما هو معقد للغاية، حيث لا يمكن التعامل معه بطريقة اختزالية كونه يطرح مشاكل الحدود والعلاقات الداخلية والخارجية أو البنية أو القوانين أو الخصائص الناشئة التي تميز النظام على هذا النحو، أو مشاكل طريقة المراقبة أو التمثيل أو النمذجة أو المحاكاة لكل وحدة معقدة (Dunnadieu & autres, septembre 2003, pp. 02-03)، كما تعرف كذلك كونها نظام جديد يسمح لنا بفك رموز الواقع المعقد الذي يحيط بنا، ومحاولة فهمه بشكل أفضل، وإذا لزم الأمر، العمل على أساسه بمزيد من الأهمية (Chelbi). (عبد الكريم بوحفص، 2017، ص 144).

من هذا المنطلق يمكن اعتبار المؤسسة نسقا مفتوحا تركز على التفاعل بينها وبين جمهورها من خلال قدرتها على تبادل المعلومات التي تهتمه وفتح

المجال أمامه للمشاركة وإبداء رايه بما تقدمه المؤسسة من معلومات وخدمات، خاصة في ضوء زيادة وعي الأفراد وتعدد حاجاته ومتطلباته مما دفع المؤسسات للبحث عن أنجع الوسائل التي تضمن لها الوصول السريع للجمهور وتسهل عليها عملية التواصل معه، وتمكنها من معرفة آرائه وردود أفعاله اتجاه سياساتها وخدماتها، خاصة في ظل اشتداد المنافسة وانفتاح الأسواق وكذا التطور الحاصل في مجال استخدام التكنولوجيات الحديثة من طرف المؤسسات، باختلاف نشاطاتها. معتمدة في ذلك على إدارة العلاقات العامة التي تعتبر هي الأخرى نسقا تنظيميا فرعيا من النسق التنظيمي الأكبر الذي تعمل من خلاله والذي ينتمي بدوره إلى نسق مجتمعي أكبر يتبادل معه التأثير والتأثر (عبودي، الجبوري، 2018، ص 130)، ويقوم على استيعاب التغيرات التي تحدث فيه ويتكيف معها ما دفع بممارسي العلاقات العامة التوجه نحو استخدام هذه التقنيات الاتصالية الحديثة والعمل على ضمان تواجد المؤسسة عبر شبكة الأنترنت ومواكبة هذا التطور والتغيير في قنوات ووسائل الاتصال ومحاولة ربط المؤسسة بجمهورها والاستفادة من خصائص هذه الوسائل التفاعلية لتكون بذلك علاقة تفاعلية، تبادلية وتشاركية بينهما منتهجة بذلك سياسة النسق المفتوح المواكب للتغيرات الحاصلة في محيطه، فتكوين علاقة تشاركية بين المؤسسة والجمهور يساهم بشكل كبير في بناء وتحسين صورة المؤسسة لديه، خاصة إذا عملت العلاقات العامة الإلكترونية على الإدارة الجيدة لمحتوى الرسائل والمعلومات الرقمية التي تقدمها عبر هذه المواقع، وبالتالي العمل على إدارة صورة المؤسسة إلكترونيا والعمل على إشراك الجمهور في إنتاج محتوى هذه الرسائل ودفعه إلى مشاركتها مع الآخرين وتوسيع دائرة التفاعل وجمهور المؤسسة الحاليين وكذا المرتقبين، وبالتالي فتواجد المؤسسة عبر

العالم الافتراضي، يجعلها نسقا أكثر انفتاحا يتأثر ويؤثر في البيئة المحيطة به منفتحا بذلك على العالم الخارجي هذا ما يتطلب منها تحسين صورتها والعمل على إدارتها بشكل أكثر فاعلية يضمن لها استمرارية البقاء في السوق وفي أذهان جماهيرها.

-**النظرية الحوارية في العلاقات العامة:** تعد هذه النظرية تطويرا لنموذج الاتصال ثنائي الاتجاه المتماثل حيث ركزت على التحول من التركيز على إدارة الاتصال إلى التأكيد على الاتصال كأداة أساسية للتفاوض بين المؤسسة وجماهيرها، والتركيز على الممارسة الأخلاقية للعلاقات العامة والتي تتحقق فقط من خلال الحوار والنقاش، هذا الحوار يجب أن يكون متبادلا بين المؤسسة وكل الأطراف المعنية والذي يؤدي بدوره إلى خلق نوع من التفاهم المتبادل بينهما وفقا لأسس أخلاقية (فهيم محمد العدوي، 2011، ص، 94). يرى كونت وتايلور أن الاتصال الحوارية وسيلة مهمة لإرشاد ممارسي العلاقات العامة إلى كيفية بناء علاقة تبادلية مبنية على التفاهم ووفق ممارسات أخلاقية يتحلى بها كل الأطراف بهذه العلاقة -حيث وضع كل من كونت وتايلور مفهوما للاتصال الحوارية القائم على الحوار المتبادل على أنه: "يشير الاتصال الحوارية إلى أي تبادل قائم على التفاوض للأفكار والآراء any negotiated exchange of idea and opinions (دياب، 2020، ص، 165). فالحوار يعبر عن العطاء والأخذ الاتصالي communicative give and take

عموما تم الاستعانة بهذه النظرية لقياس درجة الاتصال الجماهيري لصفحة ولاية المسيلة مع كل متابعيها والمتفاعلين معها، ومحاولة إبراز دور العلاقات العامة

الإلكترونية وأهميتها في الوقت الحالي بين الإدارة ممثلة في صفحة الفيسبوك والمواطن الذي هو متابع لها ومتفاعل معها.

النظرية البنائية الوظيفية: ترى هذه النظرية بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي ولا يستطيع المجتمع المعاصر -بالجدول الذي نعرفه- أن يستمر بدون هذه الوسائل. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف، لذلك من الواجب على وسائل الإعلام الجماهيرية أن تلتزم بأخلاقيات المهنة الإعلامية، وأن تكون مسؤولة اجتماعيا اتجاه جميع القضايا والمواضيع التي تطرحها داخل المجتمع، وذلك من خلال احترام الحياة الخاصة للأفراد، وعدم إثارة الأوضاع بالشائعات والأخبار الكاذبة، ونشر الحقيقة وكل ما هو مفيد وإيجابي لحياة الفرد والمجتمع. (مي العبد الله، 2006، ص، 175).

الفصل الثاني:

الإطار النظري

الفصل الأول: المضامين المختلفة لمفهوم العلاقات العامة الإلكترونية والإدارة العامة

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة الإلكترونية

المطلب الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة الإلكترونية

تدل الكثير من الدراسات والأبحاث على أن العلاقات العامة كانت موجودة منذ ظهور الإنسان القديم حينما طور لنفسه وسائل الاتصال المختلفة، وهي موجودة عبر جميع الحضارات القديمة، مثل الحضارات اليونانية والرومانية القديمة، وقد أشتهر الإنسان في هذه الحضارات بتقنيات ومهارات اتصال مختلفة ك (الخطب، والحفلات، وتنظيم الأنشطة، وتنظيم المعارض، والفن... الخ) كل هذه الأحداث لها ارتباطها الوثيق بالعلاقات العامة أما بخصوص العلاقات العامة بمفهومها الحديث فقد بدأت بالظهور مع بداية القرن العشرين حيث كان من نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية أن ظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير كما تضاعفت أعداد الجماهير التي تتعامل معها هذه المؤسسات الأمر الذي شكل صعوبة على أصحاب الأعمال في الاتصال بهذه الجماهير العديدة وكما حرصوا على كسب الجماهير والحصول على رضاهم وأول من يرجع إليه الفضل في ذلك في هذه الفترة هو (إيفي) الذي دعا إلى معاملة المستخدمين معاملة أخلاقية إنسانية تنبه إلى ضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية والذي يعتبر من أشهر المشتغلين بالعلاقات العامة وساعد على تطويرها وارساء قواعدها ووضع الكثير من مبادئها خلال رحلته مع هذه المهنة، والذي يستحق فعلا لقب (أبو العلاقات العامة .)

حيث كان من أوائل الذين نادوا بعدم جدوى الترويج ما لم يصاحبه أفعال طيبة، كما أنه أول من استخدم الإعلان كوسيلة من وسائل العلاقات العامة لتحقيق أهدافها. (راجعي، 2021-2022، ص 65)

و إيفي أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب مديري الشركات حيث فسرها بأنها عملية مزدوجة الاتجاه تبدأ بمعرفة اتجاهات و آراء الجمهور ونشر الحقائق والمعلومات عن الشركة بصدق وأمانة، والتي على ضوءها تقوم الشركات بإعادة النظر في خططها وسياساتها بما يتفق مع اتجاهات ال أري العام والمصلحة العامة وهو بذلك حدد مهام العلاقات العامة وقال: "أن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة تتلخص في نقل اتجاهات الرأي العام إلى المؤسسة، ونقل أخبار وسياسة المؤسسة إلى الرأي العام بصراحة وأمانة دون لف أو دوران، وليس الإعلان عنها كما يتخيل البعض، فقد مضى عهد تجاهل الجماهير واهمالها ولا بد من الاعتراف بقوة الرأي العام والتفاهم معه للفوز بثقته، وبالتالي يمكن القول أن العلاقات العامة وسيلة اتصالية قديمة ظهرت منذ عشرات السنين قبل أن تكون جهاز إداري أو وظيفة إدارية تسعى إلى الحصول على كافة المعلومات الخاصة بالجماهير، وتحاول معرفة جميع مشاكلهم ومطالبهم التي يسعون إلى تحقيقها، سواء ما تعلق بنوعية الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسة، أو بمختلف المهام والأدوار التي تؤديها اتجاه جمهورها.

ولهذا أصبحت الوظيفة الرئيسة للعلاقات العامة هي -على حد تعبير "بودوان"- "إقامة

وتطوير علاقات فعالة مع جماهير مفيدة" وهي تبذل من أجلها "جه ودا عمدية، مخططة

ومستمرة بغية تحقيق جو اجتماعي من التفهم والثقة المتبادلة بينها وبين جمهورها"

لذلك نجد أن العلاقات العامة تسعى دائما إلى محاولة الاهتمام بهذا الجمهور سواء كان

جمهورها العام أو الخاص، فهي تقوم بالاستماع لشكاويهم وانشغالاتهم وتحاول حلها بمختلف

الطرق التي تراها إيجابية ومناسبة. وهذا ما يزيد من تحسين سمعة المؤسسة ويكسبها ثقة ومودة أكبر بينها وبين هذا الجمهور. (راجعي، 2021-2022، ص66)

المطلب الثاني: التعريفات المقدمة للعلاقات العامة

إن مصطلح العلاقات العامة من أكثر المصطلحات رواجاً وانتشاراً بين الأوساط والتخصصات المختلفة، لتعدد استخدامه ما بين الممارسين والنظريين، مما أوجد العديد من التعريفات التي تناولته، والتي يحاول فيها المؤلفين تطويع هذا المفهوم للمجال الذي يدرسون فيه في إطار التخصص العلمي الدقيق، وينظرون إليه على أنه يفتقد لمجال تخصصهم، فعلى سبيل المثال هناك من يرى أن تعريف العلاقات العامة يفتقد إلى عدة عناصر أساسية أهمها أنه لا يدرس الأزمة ودور العلاقات العامة.

وهذا القول إما أن يكون إيجابياً أو سلبياً، فمن الناحية الإيجابية نجد أن تعدد التعريفات للعلاقات العامة يعطي فرص أكبر لتقديم الوصف الحقيقي لهذا العلم، ويمنحه التعريف الدقيق والمناسب له وذلك حسب التخصص والمجال وطبيعة العمل والمكان الذي يوجد ويمارس فيه هذا العلم، أما من الناحية السلبية فنجد أن هناك بعض المؤسسات والشركات عندما تمارس العلاقات العامة لا تقوم بتكييفها وتطويعها مع مجال تخصصهم الأمر الذي يجعل هذه المهنة لا ترقى إلى المستوى المطلوب وبعيدة كل البعد عن المبادئ والأسس الحقيقية التي وضعت لها.

ومن بين هذه التعريفات للعلاقات العامة نجد التعريفات التي وضعتها جمعيات العلاقات العامة الأوروبية والدولية، حيث تعرفها الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة: "أنها الجهود التي

يبدلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها

المؤسسة. (أحمد و بشير، 2017-2018، ص3)

وتعرفها مجلة العلاقات العامة الأمريكية على أنها: "الوظيفة الإدارية التي تقيم اتجاهات

وميول الجمهور، وتحدد سياسات واجراءات الفرد أو المنظمة بما يتماشى مع مصلحة

الجمهور وتخطط وتنفذ برامج عمل للحصول على فهم الجمهور وقبوله. (أحمد و بشير،

2017-2018، ص3)

أما تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة فيعرفها: "أنها الجهود المخططة والمستمرة

لإقامة وإدامة فهم متبادل بين منظمة أعمال وجماهيرها"

في حين تعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة هو وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر

وتهدف من خلالها المنشأة العامة والخاصة إلى كسب الثقة والمحافظة على تفهم وتعاطف

وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ

عن طريق المعلومات المخططة ونشرها.

ويعرفها الدكتور محمد محمود الجوهري (إدارة العلاقات العامة) في أية منشأة أو شركة،

أنها عبارة عن هيئة من الموظفين للخدمة واسداء النصيحة والتخطيط ووضع البرامج لأوجه

النشاط المختلفة للعلاقات العامة التي ترمي لإمداد الإدارة بالكفاءات المتخصصة وأدوات

الاتصال تحتاج إليها لتنفيذ سياسات العلاقات العامة.

العلاقات العامة هي وظيفة متميزة للإدارة تساعد " Rex Harlow : « ويعرفها "ريكس هارلو

على خلق وبناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين

المنشأة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وتعمل على مواجهة وحل المشكلات التي تواجه الإدارة و امدادها ببيان مستمر من المعلومات والبيانات مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة اتجاه اهتمامات الجماهير وتساعد على أن تواكب التغيير وتستفيد منه بكفاءة، كما تستخدم العلاقات العامة كنظام تنبؤ يساعد على التكبير بالتعرف على الاتجاهات وتوقعها وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق ووسائل الاتصال وقوته على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسي. (حدادي، 2018، ص101)

في حين يعرفها العالم " إيفي لي "من وجهة نظر التعريف المهني المخصص بأنها مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ثم إعلام الناس بالأمر وبهذا فإن مهمتها مزدوجة تبدأ بد راسة اتجاهات الي العام ونصح المؤسسة بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة مصالحه وهذا بغرض تحقيق الثقة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها ونيل رضاهم.

كما تعرف إدارة العلاقات العامة على أنها مجموعة الأخصائيين والمستشارين والفنيين التنفيذيين الذين يعملون في إدارة تخصص في تحقيق العلاقات الإيجابية بين هيئة من الهيئات وجمهور العاملين بها والمتعاملين معها.

وكذلك تعرف على أنها النشاط الذي يتناول علاقات أي مؤسسة بجمهورها، وكلمة جمهور تعني الجمهور العام كأفراد الشعب كله أو الجمهور الخاص كالطلب، وكل مؤسسة المؤسسة بنشاط تتأثر التي والهيئات رد الأ ف مجموعة وهو العام جمهورها لها منظمة أو

وتؤثر فيه، وهذا الجمهور يتكون من عناصر خاصة تربط بين أفراد روابط مشتركة كجمهور الموظفين والعمال الذين تستخدمهم المؤسسة، وجمهور المستفيدين من خدماتها. (راجعي، 2021-2022، ص 63)

المطلب الثالث: وظائف وضوابط استعمال العلاقات العامة الإلكترونية

1. وظائف العلاقات العامة:

لا تكمن أهمية العلاقات العامة في وجود تنظيم لها داخل المؤسسة، وإنما في النتائج التي يمكن أن تحققها، فتحقيقها لأهدافها يستند على قيامها بعدة، ووظائف ولقد حدد الباحثون والمختصون في هذا المجال خمسة وظائف أساسية، هي كما يلي:

البحث: يقصد به قيام إدارة العلاقات العامة بدراسة اتجاهات ورغبات وسلوكيات الجماهير الداخلية والخارجية قصد تحليلها وتفسيرها، من أجل التخطيط لأنشطتها وبرامجها.

التخطيط: يعني التخطيط وضع التصورات المستقبلية حول الأهداف التي تنشدها، وحول الجماهير التي تستهدفها، ومن ثم رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة في ضوء ذلك، من أجل تصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية اللازمة للإنفاق على نشاط العلاقات العامة وتوزيعها على الأنشطة المختلفة بناء على التصورات أو الخطة التي تم وضعها. (حدادي، 2018، ص 112)

الاتصال: يقصد به القيام بتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور ومن ثم تحديد أسلوب الاتصال بالجمهور المستهدف كالهيئات والأفراد المتطوعين وقاده الرأي، ومصادر التمويل، وكل الفئات المعنية بنشاط المؤسسة، وذلك من أجل القيام بتنفيذ الخطط المختلفة التي درست من قبل.

التنسيق: يقصد به الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجمهير في الخارج بهدف تزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات وخاصة ما يؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها.

التقييم: وتشمل تقييم النتائج التي وصلت إليها الخطط والبرامج ودرجة فاعليتها بشكل عام، إضافة إلى درجة فاعلية الأساليب والأدوات المستخدمة، وتسعى هذه الوظيفة إلى التحري عن أوجه القصور في الخطة والعمل على تلافيها مستقبلاً.

إذن فتكامل الوظائف السابقة من شأنه أن يساهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة ونجاحها، بحيث تساهم وظيفة البحوث في استعلام الجماهير حول رغباتها وتطلعاتها واتجاهاتها، وفي ضوء المعلومات المتحصل عليها تتم عملية التخطيط لبرامج وأنشطة العلاقات العامة، ثم تليها عملية تقييم هذه الخطة، وذلك للوقوف على أوجه القصور فيها من أجل تعديلها وإعادة صياغتها من جديد، إضافة إلى أن إدارة العلاقات العامة بحاجة إلى التنسيق بين وحداتها وبينها وبين الوحدات الإدارية الأخرى، وفي الأخير تبقى وظيفة الاتصال هي محور كل الوظائف السابقة وهي جوهر العلاقات العامة، بحيث لا يمكن أن تتم أي وظيفة بدونها.

2. ضوابط العلاقات العامة الإلكترونية:

تتمثل في

- الأفكار وتكثيف الاتصال، ومعرفة الشريحة التي يخاطبونها.
- البعد عن اللغة الطنانة والإيجاز في عرض البيانات والمعلومات على شبكة الويب.
- منع إساءة استخدام البريد الإلكتروني E-Mail سواء لإرسال عروض أسعار أو دعايات لا يرغبها المستخدم، وهو ما عرف اصطلاحاً باسم البريد المهمل والذي ينتشر بشكل كبير في الدول المتقدمة.

- ينبغي لموظفي العلاقات العامة في ظل التحول الهائل والسريع للعالم توظيف هذه الثورة الهيكلية
- منع استخدام أو إرسال الرسائل التي تخدش الحياء، ومراعاة عدم إرسال الصور المخلة بالآداب العامة والتي تخدش حياء الجمهور.
- الالتزام بالمصداقية والصدق في نقل المعلومات وإرسالها إلى المستغلين المحيطين أو الزبائن، ومراعاة الوضوح والإيجاز في العرض.
- كفالة أمن البيانات والمعلومات وسريتها، وفي بعض الاحيان مراعاة الخصوصية واحترامها. .

المطلب الرابع: خصائص العلاقات العامة الالكترونية

للعلاقات العامة الالكترونية عدة خصائص نذكر منها:

- ✓ عالمية الأداء أو الممارسة أي الخروج عن المحلية.
- ✓ العلاقة التبادلية أو التشاركية عبر الشبكة.
- ✓ البعد عن الأنشطة والمصداقية الداعمة للثقة.
- ✓ رفع سقف المنافسة والتميز.
- ✓ زيادة الجمود نحو تقوية وتعزيز السمعة.
- ✓ تنمية المهارات الإبداعية في مجال العلاقات العامة.
- ✓ تحفيز دور التفكير الإبداعي الخلاق في المجال.
- ✓ الاستفادة من سهولة تطبيقات استخدام الانترنت.
- ✓ تفعيل مجالات التواصل في العلاقات العامة عبر الانترنت.

✓ إتاحة المزيد من الفرص التسويقية والثقافية والاجتماعية في التواصل عبر الانترنت.

سهولة الاتصال. (عمر، عماد الدين، 2013، ص 183)

المبحث الثاني: مفهوم الإدارة العمومية

المطلب الأول: التعريفات المقدمة للإدارة العمومية

تتعدد تعريف الإدارة العمومية بتعدد وجهات نظر الباحثين وزاوية المعالجة، فقد عرفها **Woodrow Wilson** بأنها الهدف العملي الذي يتعلق بإنجاز المشروعات العامة، بما يتفق مع رغبات الناس، وحاجاتهم. فعن طريق الإدارة العامة توفر الحكومات حاجات المجتمع التي يعجز النشاط الفردي عن الوفاء بها. (قطيش، 3013، ص 23) أما **Dr. Leonard, D.White** يريان أن الإدارة العامة هي جميع العمليات التي غرضها تحقيق وتنفيذ السياسة العامة التي تعلنها السلطات المختصة، و**Prof. Pfifner** يضيف بأنها: تنسيق الجهود الجماعية لتنفيذ السياسة العامة، في حين يرى **Harvey Walker** بأن العمل الذي تقوم به الحكومة من أجل تفعيل القانون يسمى الإدارة.

أما **Marshal E. Dimock** على حسبه الإدارة معنية بـ "ماذا" و "كيف" للحكومة؛ "ما" تُعنى بالموضوع والمعرفة الفنية للمجال والتي تمكن المسؤول من أداء مهمته، "كيف" ويقصد بها تقنية الإدارة والمبادئ التي يتم بموجبها تنفيذ البرامج الشاملة بنجاح. (**pruthi, 2005, p 27**)

وعليه فالإدارة العامة هي مجموع الجهود الجماعية والعمليات الإدارية التي تسهر عليها مجموعة من المؤسسات الخدمائية العمومية، الغرض منها تنفيذ السياسة العامة للحكومة وتحقيق الصالح العام في المجتمع.

ومن تعريفات الإدارة العامة أيضا، تعريف **Waldo** الذي يعرفها على أنها: " فن وعلم الإدارة كما هو مطبق على شؤون الدولة "، وعلى غرارها يعرفها **Luther Gulick** الإدارة

العامة هي جزء من علم الإدارة الذي له علاقة بالحكومة، وبالتالي فإن الأمر يتعلق في المقام الأول بالفرع التنفيذي حيث يتم عمل الحكومة. (pruthi, 2005, p 27)

نلاحظ من خلال هذين التعريفين أن الإدارة العامة ليست مجرد مجموعة من الأنشطة والعمليات والمهام الإدارية فقط، بل هي علم كغيره من العلوم الاجتماعية تنحصر تطبيقاته على الشؤون الحكومية العامة بالدرجة الأولى.

أما المجموعة الثالثة من التعريفات فإن تركزها ينصب على العلاقة بين الإدارة وأجهزتها الإدارية، ومن بين

الباحثين في هذا الاتجاه نجد **Charles Debbasch**، الذي قسم مهام الإدارة العامة إلى قسمين رئيسيين، قسم أول يتعلق بالمهام الخارجية للإدارة، وقسم ثان يتعلق بمهامها الداخلية.

فالمهام الخارجية تضعها في اتصال مباشر مع المواطنين والمقيمين على أرض الوطن، وتشمل مهام سيادية، كالدفاع والأمن الداخلي والقضاء، مهام اقتصادية، تتولاها وزارات المال والاقتصاد والصناعة والزراعة...، مهام تعليمية وثقافية تتولاها وزارات التربية والتعليم والثقافة... إلخ، مهام اجتماعية تتولاها وزارات الشؤون الاجتماعي والعمل.

أما المهام الداخلية فهي التي تهدف إلى التنظيم الداخلي للإدارة، بهيكلياتها الإدارية، وسلسلة الرتب والرواتب، وشروط التوظيف، والترقية، والنقل، إضافة إلى التجهيزات المادية والتقنية والمالية، مع إخضاعها لرقابات متعددة، بدءاً من

الرقابة التسلسلية نهاية إلى الرقابة القضائية.

المطلب الثاني: أهمية الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية:

من أهمية الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية ما يلي تحسين مستوى الخدمات يهدف نظام الإدارة الإلكترونية إلى تقديم الخدمات إلى الجمهور والعملاء بشكل لائق وبمواصفات تتفق وجود الإدارة الإلكترونية ذاتها، وبالتالي تقادي الأخطاء اليدوية التي قد تحدث عند تأدية الخدمة بالطرق التقليدية، كما أن إنجاز المعاملات بشكل إلكتروني لا يستغرق سوى دقائق معدودة، الأمر الذي يوفر الوقت الضائع في الانتقال إلى مقر الإدارة والبحث عن الموظف المختص وانتظار الدور، وقيام الموظف بإنجاز المعاملة، والسبب في ذلك أن الحاسب الآلي وقاعدة البيانات الإلكترونية تعطي نتائج يقينية مما يختصر الإجراءات الكثيرة والمراحل الطويلة التي تستغرقها المعاملة توفير الجهد والوقت والنفقات أن إجراء معاملة إدارية بالطريقة التقليدية يستغرق وقتا لاسيما وأن إنجاز المعاملات لا يتم في مصلحة واحدة، وإنما في عدة مصالح، وأحيانا داخل مدن مختلفة مما يتطلب على صاحب المعاملة إهدار وقت ونفقات مختلفة، خاصة وإن كان المواطن يجهل التعامل الجهات المذكورة، لكن في ظل نظام الإدارة الإلكترونية فإنه يتم توفير الوقت والجهد والمال، الأمر الذي يساعد على سرعة أداء الخدمة العامة بأسهل الطرق، ويمكن إنهاء الخدمة مع الإدارة في ثوان أو دقائق معدودة القضاء على بيروقراطية العمل الإداري: تهدف الإدارة الإلكترونية في مجال العمل الحكومي إلى التخلص من البيروقراطية، والقضاء على التعقيدات الإدارية التي تؤدي إلى إهدار الوقت والجهد والمال؛ فالإدارة الإلكترونية تمكن من القضاء على كمية النماذج الورقية والمستندات والتوقيعات المطلوب استيفائها في هذه النماذج، وطلبها مرة أخرى معا في معاملات جديدة.

كما أن الموظف في نظام الإدارة الإلكترونية يخضع لنظام رقابي أسهل وأدق لعدم وجود مستويات إدارية أو تعدد في الرؤسيات، الأمر الذي يساعد على سرعة صنع واتخاذ القرار، وتقديم الخدمة العامة أليا في أسرع وقت ممكن الشفافية والوضوح الإداري: يمكن لأي متعامل في نظام الإدارة الإلكترونية أن يعلم كافة الأمور التي تتعلق بمعاملته وأين تقع

والمرحلة التي قطعتها، وذلك من خلال الإتاحة الكاملة والمتساوية لكافة المعلومات المرتبطة بالقرارات والإجراءات الحكومية لكافة المؤسسات والمواطنين ومن الأمور التي تحقق الشفافية والوضوح الإداري في نظام الإدارة الإلكترونية. (سامية و زرقة، 2020، ص37)

المطلب الثالث: أهداف الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية الجزائرية:

تسعى الدولة الجزائرية إلى تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية من خلال تطبيق الإدارة الإلكترونية وتعزيز استعمالها على مستواها، وقد نجم عن تطبيق هذا المحور تغيير هام لأنماط التنظيمية للإدارة العمومية، وحملها على تبسيط نمط سيرها، وخدمة المواطنين بالطريقة الأكثر ملاءمة، خاصة من خلال مختلف خدماتها عبر الانترنت، وتهدف الحكومة الجزائرية من خلال استخدام وتطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

- عصنة الإدارة؛
- تعزيز فعالية نشاطات الإدارة المحلية والمركزية؛
- استعمال وسائل الدفع الإلكتروني؛
- إدراج التجارة الإلكترونية لتعزيز شفافية الصفقات التجارية والمساهمة في تقليص السوق الموازية؛
- منح خدمات أكثر سرعة وأقل دقة وأكثر فعالية؛
- تسهيل وتسريع الاستغلال الأمثل لقواعد المعلومات؛
- تمكين المواطنين من القيام بعدة خدمات عبر شبكة الانترنت كالتسجيل في مسابقة أو جامعة الاطلاع على ملف التعبير عن شكوى وغيره من الخدمات؛

- إمكانية الاطلاع والمشاركة في الصفقات العمومية.

وفي هذا الصدد قامت الحكومة الجزائرية بالقيام بعدد من المشاريع على مستوى الإدارات الجزائرية أساسا في الرقمنة وتوثيق الوثائق الإدارية، وتنصيب أنظمة إعلامية مدمجة، وكذا إدراج بعض الخدمات لصالح المواطن.

إلا أن الإدارة الجزائرية اصطدمت بواقع عدم تحقيق أغلب هذه الأهداف نتيجة لاعتبارات مختلفة عما التحديات والرهانات التي صاحبت مشروع الإدارة الإلكترونية مع غياب التخطيط الاستراتيجي له وحتمية التطبيق دون تجهيز البنى التحتية التي تتطلبها الأعمال الإلكترونية والجهل بآلياته نتيجة لغياب الثقافة الإلكترونية لدى بعض الم وحتى الموظفين أو المسيرين، وهذا أثر على الكثير من مبادرات الاصلاح والتطوير التي عرفتها الإدارات العمومية إلا

أنه بالرغم من ذلك لم تتوقف المجهودات وعمليات العصرية التي تشهدها مختلف المرافق العمومية والسعي إلى خدماتها بما يتوافق ومتطلبات العصر واحتياجات. (سامية و زرقة، 2020، ص3)

المطلب الرابع: المشاكل التي تعاني منها الإدارة العمومية الجزائرية:

تبذل الحكومة الجزائرية جهودا كبيرة وترصد إمكانيات ضخمة لترقية الخدمة العمومية لمختلف الإدارات المعنية بتقديمها، إلا أنه رغم تلك المجهودات والإصلاحات التي تشهدها خاصة في السنوات الأخيرة، لا تزال الإدارات العمومية الجزائرية تعرف وتواجه بعض المشكلات، التي أثرت على سمعتها ومستوى خدماتها، وحسب بعض الباحثين في المجال الإداري فإن أهم مشكل يورق الإدارة العمومية في الجزائر البيروقراطية بمفهومها العلمي أو كما تسمى البيروقراطية السلبية المرتبطة أساسا بالتعقيدات الإدارية، والروتين والجمود الإداري، وغيره من المشكلات التي يمكن اختصارها في

النقاط الآتية: (زوامبية، 2013، ص 122 - 124)

- **البيروقراطية المتصلبة:** وتعني تمسك القادة الإداريين بالحرفية الشديدة في تطبيق أوامر القيادات العليا، مما وسع الفجوة بينهم وبين المرؤوسين من جهة وبينهم وبين المواطنين من جهة أخرى، ونتج عن ذلك عائق الاتصال بين القاعدة والقمة، بطء في اتخاذ القرارات وتنفيذها لتعدد المستويات التنظيمية الإدارية، وهذا ما أدى في معظم الأحيان إلى الشلل الإداري والجمود وتعدد الإجراءات.

المركزية الشديدة: يميل بعض القادة الإداريين في الإدارات العمومية الجزائرية إلى الابتعاد عن تفويض السلطة والمسؤولية لمن هم دونهم، كما ويميلون أيضا نحو المركزية للتمكن من السيطرة على زمام الأمور بأنفسهم، إلا أن هذا الأمر خلف الكثير من المشكلات على المستوى التنفيذي، مما يجعل المنفذين للسياسات المتخذة في صعوبة التوفيق بين الالتزام بالإجراءات المسطرة والاستجابة للاحتياجات الاجتماعية كونهم الأقرب من المواطنين.

التهرب من المسؤولية: غياب الضمير المهني الذي يشعر الأفراد بضرورة الالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية نتج عنه غياب الالتزام والوعي بالمسؤولية لدى الكثير من الإداريين في الإدارات الحكومية الجزائرية، بالإضافة لهذه المشكلة برزت من جهة أخرى مشكلة عدم تطابق المسؤولية مع السلطة المخولة للموظفين، وهذا ما يتدرج به غالبية المسؤولين حتى يتملصوا من مسؤولياتهم الكاملة عن أعمالهم. وتزداد هذه المشكلة تعقيدا في الإدارات المحلية، خاصة مع عدم وضوح القوانين المحددة لخطوط السلطة للقادة المحليين، ما يجعلهم يبتعدون عن الابداع واتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويكتفون بتنفيذ القرارات التي يتلقونها من السلطات والقيادات العليا، كذلك يمكن ارجاع هذه الظاهرة إلى نقص كفاءة المسؤولين وتخوفهم من العقاب.

استغلال النفوذ: القاعدة العامة تقوم على أن المسؤولية تكليف لا تشريف، لكن واقع الإدارة الجزائرية يعكس هذه القاعدة، حيث لا يخفى على أحد أن الكثير من القادة الإداريين يسعون لبلوغ المناصب العليا لتحقيق المصالح الشخصية والأهداف الذاتية، وبسط النفوذ من خلال موقعهم وسلطتهم، وهذا ما انعكس على الأتباع، وجعل الظاهرة منتشرة في أوساط المسيرين والأعوان العموميين.

الولاء للرئيس وليس للوظيفة: تنتشر هذه الظاهرة كثيرا في الدول النامية، وترتب عنها التبعية التامة للرؤساء، من خلال محاولة تقرب المرؤوسين من رؤسائهم والتودد والتغاضي عن أخطائهم وعيوبهم للحصول على دعمهم.

- هجرة الكفاءات من القطاع العام: تعاني الإدارة العمومية الجزائرية من ظاهرة هجرة الإطارات والقادة الأكفاء إلى القطاع الخاص أو خارج الوطن، أين يتم رد الاعتبار لهم ماديا ومعنويا (رواتب أعلى، مناخ مشجع على العمل...)، وهذا ما يفقد تلك الإدارات العناصر الحيوية من الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية والقادرة على الرقي بقطاع الخدمات.

الرتين الإداري: رغم أن الروتين الإداري من شأنه تجنب العمل الفوضوي وتسهيل الأداء الإداري وفق قواعد عامة موحدة، إلا أن تعقيد الإجراءات أصبحت معيقة للعمل، وأصبح الروتين الإداري حالة مرضية خطيرة تغلغت بشكل كبير في الإدارة الجزائرية.

ضعف واخلل الإدارة: يبدو العجز واضحا في الإدارة العمومية الجزائرية، في تحقيق الأهداف المسطرة لها، ويترجم ذلك من خلال نفور المواطنين وتذمرهم منها.

انتشار ظاهرة التسبب واللامبالاة: كثير ما تعرف الإدارات العمومية الجزائرية ظاهرة التسبب، التي تظهر في مختلف المستويات الإدارية، خاصة المستويات الدنيا التي تتعامل مباشرة مع جمهور المواطنين. كما تشهد أيضا التراخي في العمل والتماطل في تقديم الخدمات، والأخطاء الكثيرة المرتكبة خاصة عند ملئ الوثائق الإدارية.

الفساد الإداري: كثيرا ما نسمع في الإدارات العمومية تردد عبارات " الأقربون أولى بالمعروف، أنا وأبن عمي على الغريب، أنا وأخي على ابن عمي... إلخ، إضافة لانتشار الرشاوي التي تطلب عند انجاز بعض المعاملات الإدارية، ويبلغ الفساد أشده عند تحالف الفساد الإداري بالفساد السياسي، لتصبح بذلك الدولة محلا للنصب والنهب والسرقة، وحسب الخطابات السياسية فإن الإدارة الجزائرية تعرف كل هذه الأنواع من الفساد.

يمكن تلخيص مختلف المشكلات التي تعرفها الإدارات العمومية في الجزائر في خطاب رئيس الجمهورية الموجه للأمة، والذي يؤكد فيه على الفساد الإداري المنتشر في الإدارات العمومية الجزائرية بصفة عامة: "...إن الدولة مريضة معتلة، إنها مريضة في إدارتها، مريضة بممارسة المحاباة، مريضة بالمحسوبية، والتعسف والنفوذ والسلطة، وعدم فدوى الطعون والتظلمات، مريضة بالامتيازات التي لا رقيب ولا حسيب، مريضة بتبذير الموارد العامة، ونهبها بلا ناه ولا رادع، كلها أعراض أضعفت الروح المدنية لدى الأفراد والجماعات، وأبعدت القدرات... وهجرت الكفاءات، ونفرت أصحاب الضمائر الحية، والاستقامة وحالت

بينهم وبين الإسهام في تدبير الشؤون العامة، وشوهت مفهوم الدولة، وغاية الخدمة العمومية ما بعده تشويه..."(طاشمة، 2008، ص 9)

إن الإدارات الحكومية في الجزائر كمعظم الإدارات العمومية في الدول العربية، رغم محاولات تحسينها وإصلاحها تعرف الكثير من العراقيل والتحديات التي أخرت تحقق أهداف تلك المحاولات، وساهم في تدني مستوى خدماتها وانتشار الكثير من المشكلات على المستوى التنظيمي والإداري، وما زاد من حدة تلك المشكلات غياب التخطيط الهيكلي والاستراتيجي المنهج القائم على قواعد علمية وعملية، تنطلق من واقع البيئة المجتمعية للكثير من السياسات والإصلاحات، ما أوصلها إلى واقع يتسم باعتباطية التطبيق، وانتشار المعضلات الإدارية كالفساد، المحسوبية، البيروقراطية بمفهومها السلبي، وغيره من السلبيات. ومن الأسباب والمشاكل التي أدت إلى هذه النتائج السلبية في الإدارات الحكومية، يذكر "المشهداني وزملائه" ما يلي: (المشهداني، والعبيدي، ص 108 - 109)

- **طبيعة النظام السياسي:** الإدارة ليست إلا أداة لتطبيق السياسات التي يصنعها النظام السياسي، هذا الأخير في معظم الدول العربية نظام مشلول ما أدى إلى شلل الإدارة وتقسيمها على أساس حصصي، مما ساهم في انتشار المحسوبية، وإهمال مبدأ الكفاءة في التعيين.

عدم كفاءة الموظفين: هذا العنصر متصل بالسبب السابق، حيث أن الكثير من الموظفين غير متخصصين، يختارون على أساس حزبي أو عشائري أو طائفي، ما أدى إلى التنفيذ الاعتباطي للمعاملات وعدم التقيد بالقوانين، وازدراء المواطنين.

البيروقراطية الشديدة: البيروقراطية في معظم الدول العربية يتم تطبيقها بالمعنى السلبي، حيث تشهد الأجهزة البيروقراطية غياب القانون في كثير من الأحيان، واعتماد الارتجال في المعاملات لدرجة أنه نجد مثلا معاملتين لها نفس الموضوع والخصائص إلا أن تنفيذها يتم بطريقتين مختلفتين.

تدني مستوى الدخل: يؤثر هذا العامل على بعض الموظفين، حيث يدفعهم لقبول الرشاوي مقابل تسيير المعاملات وتسهيلها، ما يؤدي إلى تدني مستوى الإدارة العامة.

المركزية الإدارية الشديدة: تشكو هيكلية الإدارة العامة في معظم الدول العربية من المركزية الشديدة، وعدم الترابط الفعال بين إداراتها على المستوى المركزي والمحلي. هذه الأسباب في عموميتها لا تختلف عن الأسباب والمشاكل التي تعاني منها الإدارة العامة في الجزائر، التي ترجمت نتائجها على مستوى ونوعية خدماتها، وخلق نوع من الحذر بينها وبين المواطن، إلا أنه أمام هذا الواقع ومع التطورات الحاصلة في مفهوم الخدمة العمومية، في ضوء تطورات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، وسيطرتها على الكثير من جوانب الحياة الاجتماعية، كان لا بد من العمل على تحسين وتطوير المؤسسات العمومية، من خلال مجموعة من المشاريع الإصلاحية والتطويرية، بدءا من الإصلاح الإداري الذي شهدته ولاتزال تلك الإدارات، وصولا للعصرنة من خلال تطبيق الإدارة الإلكترونية كخطوة لتفعيل التشاركية الديمقراطية الإلكترونية، لدعم فكرة الحكومة الإلكترونية التي تسعى الدولة الجزائرية للوصول إليها من خلال ترقية خدماتها العمومية لتقريب المواطن من الإدارة، وإعادة الثقة في المؤسسات الحكومية. (المشهداني، والعبودي، ص 111 - 113)

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns in black ink, framing the central text. The border consists of four corners with elaborate designs, connected by straight lines on the top and bottom.

الفصل الثالث:
الجانب التطبيقي

تمهيد

تكلّمتنا في السابق عن الجانب النظري والمتعلق بالعلاقات العامة الإلكترونية وما تحتويه من وسائل ووسائط كشبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية والبريد الإلكتروني وغيرها من الأشكال الإلكترونية، إضافة إلى حديثنا عن الإدارة العمومية من المفهوم والنشأة والتطور والمراحل التاريخية التي مرت بها، إلى خصائصها ومميزاتها والوظائف التي تؤديها، وصولاً إلى الواقع الذي تعيش فيه هذه الإدارة في الجزائر. لنتطرق في الفصل الثالث والأخير إلى الجانب التطبيقي والذي قمنا فيه بدراسة واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى ولاية المسيلة، والتي اخترنا فيها الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك باعتبارها فرع هام من فروع الإدارة العمومية والجماعات المحلية إلى جانب الولاية والدائرة، إضافة إلى أنها تعتبر بمثابة الفضاء العمومي الإداري الأكثر إقبالا من طرف المواطنين.

1. نبذة عن مقر ولاية المسيلة بمختلف هياكلها كمجال للدراسة:

هذه الادارة يترأسها الوالي ويشرف عليها سلميا، ويتولى تنظيمها من اجل تنفيذ أحسن لمداولات المجلس الشعبي الولائي وقرارات الحكومة.

من المهام التي تقوم بها الولاية مايلي:

طبقا لاحكام القانون 90-09 ولاسيما المادة الاولى "الولاية" هي جماعات عمومية اقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتشكل مقاطعة ادارية للدولة، وتتشأ هذه الاخيرة بموجب قانون، توكل لها المهام الآتية:

-السهر على تلبية حاجات ورغبات المواطنين وهذا بتأمين الحقوق والواجبات.

-تنفيذ القوانين والتنظيمات التي تضمن السير الحسن لشؤون ومصالح الولاية.

-التنسيق بين مختلف الاعمال والخدمات التي تقوم بها المديرات والاسلاك التابعة لها على مستوى الولاية.

-تقوم الحكومة تعليمات للوالي وهو بدوره يقوم بتوجيهها لمسؤولي المديرات والاسلاك التابعة لها على مستوى الولاية.

هيكل الولاية طبقا لما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 215/94 المؤرخ في: 23/07/1994 المحدد لأجهزة وهياكل ادارة الولاية:

1-الامانة العامة: فيما يخص تنظيم الامانة العامة للولاية، أو كما تسمى الكتابة العامة، صدرت التعليمات الوزارية المؤرخة في 03 ماي 1992 الجريدة الرسمية رقم 28 الصادرة في 2 ماي 1993 والتي تقسم الامانة الى 03 مصالح هي: مصلحة التلخيص ونجد بها مكتب الصفقات العمومية ومكتب التنسيق ومكتب التنظيم، مصلحة التوثيق وبها مكتب التوثيق وبنك المعلومات ومكتب التلخيص، مصلحة الارشيف والمحفوظات وبها مكتب الاعلام والمساعدة،مكتب الحفظ.

2-الديوان: هو هيئة تحت اشراف الوالي مباشرة، ورئيس الديوان الذي يساعده في ممارسة وتنفيذ مهامه بالولاية وهو مكلف بما يلي:

*العلاقات الخارجية والبروتوكولات.

*العلاقات مع اجهزة الاعلام والصحافة.

*انشطة مصلحة الاتصالات السلكية واللاسلكية والشفرة.

ينبثق عن الديوان كل من: 1/خلايا(خلية الاعلام والتصال، خلية المشاريع الكبرى، خلية التنمية البشرية، خلية التنمية الريفية، خلية التضامن والتشغيل، خلية السكن والاطار المعيشي، خلية النشاط الاقتصادي)، 2/مكتب الوسيط الاداري بمثابة الوسيط بين المواطن والديوان، 3/مكتب التنظيم مكلف بنشاط مصلحة الاتصال والارقام.

من اهم مهام ديوان الوالي مايلي:

-المكلف بالتشريفات مسؤول عن: الامور البروتوكولية، تنظيم الزيارات، الرسائل والردود..

-المكلف بالاعلام والاتصال مسؤول عن: العلاقات مع الصحافة المكتوبة، الاذاعة والتلفزيون،مسؤول عن تسيير الموقع الالكتروني للولاية، العلاقات مع المؤسسات الشركات الاعلانية والاعلانات، متابعة ملفات البريد والتكنولوجيات الجديدة للاعلام والاتصال، متابعة العلاقات مع المواصلات السلكية واللاسلكية...

3-المفتشية العامة: يعين موظفيها بمرسوم رئاسي حيث تتولى تحت سلطة الوالي مهمة عامة ودائمة لتقويم نشاط الاجهزة والهيكل والمؤسسات، يسيرها مفتش عام يساعده مفتشان او ثلاثة.

4-مديرية التنظيم والشؤون العامة.

5-مديرية الادارة المحلية.

6-مديرية المواصلات السلكية واللاسلكية.

1.2 التحليل الكمي والكيفي لفئات الجدول للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

الجدول رقم 01: يمثل عدد مرات النشر في اليوم للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.

ولاية المسيلة		عدد مرات النشر
النسب المئوية	التكرار	
15%	06	مرة واحدة
45%	18	مرتان
7.5%	3	ثلاث مرات
20%	8	أربع مرات
12.5%	5	أكثر من أربع مرات
100%	40	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه عدد مرات النشر في اليوم على الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال الجدول أن نشر المنشورات مرتين تصدر القائمة بنسبة 45% ، يليها النشر أربعة مرات بنسبة 20% ، ثم النشر مرة واحدة بنسبة 15% ثم يليها النشر ثلاث مرات في اليوم بنسبة 7.5%، وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.72% حيث نلاحظ مما سبق أن ولاية المسيلة تقوم أكثر من أربعة مرات بنسبة 12.5% بنشر منشوراتها أكثر من أربع مرات في اليوم بنسبة كبيرة وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي النسب، وهذا راجع ربما إلى رغبة ولاية المسيلة في التعريف بنشاطاتها وأعمالها اليومية

بصفة أكبر، وكذلك راجع إلى تزامن الأحداث الهامة مع بعضها البعض مما جعلها تقوم بنشر عدد كبير من المنشورات والمقدر ب أربعة منشورات في اليوم، أما بالنسبة للنشر مرة واحدة في اليوم فجاءت في المرتبة الثانية وهذا يرجع ربما إلى طبيعة بعض المنشورات والمواضيع خاصة تلك التي تتعلق بالإعلانات والتهنئات وبعض المنشورات البسيطة التي تحتوي على صورة واحدة أو منشور واحد، أما بالنسبة للمنشورات التي تنشر مرتان في اليوم فكانت متساوية مع المنشورات التي تنشر أربع مرات في اليوم والتي كانت خاصة بالمنشورات المتعلقة غالبا بعرض بعض التوضيحات كالمناقصات أو الزيادات أو عرض بعض النشاطات كالاكتامعات والندوات التي تحتوي على أربع صور، في حين تأتي المنشورات التي تنشرها المؤسسة ثلاث مرات في اليوم جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة جدا والتي كانت تخص تلك المنشورات الخاصة ببعض القضايا والمواضيع الغير أساسية.

الجدول رقم 02 يمثل عدد الصور المرافقة لمنشورات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		عدد الصور المرافقة لمنشورات
النسب المئوية	التكرار	الموقع
00%	00	صورة واحدة
0.75%	01	صورتان
0.75%	01	ثلاث صور
98.50%	132	أكثر من ثلاث صور
100%	134	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه عدد الصور المرفقة لمنشورات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المؤسسة قامت بنشر أكثر من ثلاث صور في منشوراتها بنسبة 22.22 % كأعلى نسبة، يليها صورتان وثلاث صور بنسبة 7.32 %، ثم صورة واحدة بنسبة 77 %، والتي كانت منعدمة تماما.

حيث نلاحظ مما سبق أن هذه المؤسسة تعمدت نشر أكثر من ثلاث صور إلى جانب منشوراتها بنسبة كبيرة جدا وهذا من أجل توضيح جميع النشاطات والأعمال التي تقوم بها، وكذلك تأكيدها وترسيخها في أذهان جمهورها، بغرض إقناعهم وتبيان مدى قيامها بمسؤولياتها الوظيفية والاجتماعية. وكذلك بهدف نقل أكبر عدد ممكن من الأحداث والنشاطات من أجل ضمان تغطية أفضل لأكبر عدد ممكن من الجماهير. أما بخصوص نشر صورتان أو ثلاث صور والتي حققت نسبة نشر ضعيفة وقليلة جدا، فهذا يرجع إلى اعتقاد هذه المؤسسة أن المنشورات التي تحتوي على عدد أقل من الصور لها فاعلية قليلة جدا ومحدودة التأثير ولا تبين ولا توضح الأحداث بجميع تفاصيلها، وبالنسبة للمنشورات التي تحتوي على صورة واحدة فقط فكانت منعدمة تماما، وهذا بسبب أن هذه المؤسسة لا تهتم بهذا النوع من المنشورات، نظرا لأنها غير كافية ولا تغطي جميع مواضيع وأحداث هذه المؤسسة.

الجدول رقم 03 يمثل الروابط المتاحة لاطلاع على الصفحة الرسمية لولاية المسيلة

ولاية المسيلة		الروابط المتاحة لاطلاع على الصفحة الرسمية لولاية المسيلة
النسب المئوية	التكرار	
50%	01	روابط داخلية
50%	01	روابط خارجية
100%	02	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه الروابط المتاحة للاطلاع على الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن كلا من الروابط الداخلية والخارجية كانت حاضرة بتكرار مرة واحدة فقط أي بنسبة 50 %، حيث نجد أن هذه الروابط لها أهمية وفائدة كبيرة جدا في توفير المعلومة والبيانات بالنسبة لزائر الصفحة، وتساعد على تقديم التفاصيل الدقيقة لجميع المواضيع والأحداث التي تعرضها هذه الصفحة، فما على الزائر إلا الدخول لهذه الروابط والاطلاع على المحتوى الذي يرغب قرائته أو مشاهدته. كما تعزز أيضا هذه الروابط العملية التفاعلية بين الزائر والصفحة، وتوضح جميع الاستفسارات وتزيل الغموض الذي يمكن أن يقع فيه هذا الزائر. غير أن لهذه الروابط عدة عيوب وسلبيات يمكن أن تؤثر كثرتها على سمعة الصفحة وتزيد من إرهاق وتعب الزائر لها، حيث في كل مرة من المرات نجد أن الصفحة تحيل للزائر إلى الربط، وبالتالي هذا ما يجعله يشعر بالقلق والتوتر اتجاه هذا النوع من الأساليب. أما قلة هذه الروابط أو انعدامها فهذا يجعل الزائر الصفحة يقع في بعض الأحيان في الغموض وعدم الفهم الكامل خصوصا في المواضيع والمنشورات الهامة لولاية المسيلة تتطلب الشرح والتفسير، الأمر الذي يؤثر على هذه الصفحة الرسمية الخاصة بهذه المؤسسة، ويضعف طريقة تعاملها مع المحتويات الإلكترونية.

الجدول رقم 04: يمثل مواضيع منشورات الموقع للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.

ولاية المسيلة		مواضيع منشورات الموقع
النسب المئوية	التكرار	
37.5%	180	إعلانات الموقع
3.12%	15	نشر الاخبار الخاصة بولاية المسيلة
1.25%	06	عرض المقاطع الإخبارية للقنوات التلفزيونية
24.58%	118	التسلية والترفيه
19.79%	95	نشاطات الموقع

2.70%	13	التهاني
1.25%	06	الاهتمام بالفئات ذوي الاحتياجات الخاصة
0.41%	02	البيانات الصحفية
6.87%	33	التعزية
0.83%	04	عرض الأحداث
1.66%	08	عرض المناطق السياحية
100%	480	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه مواضيع منشورات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نشاطات المؤسسة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 21 % كأعلى نسبة، ثم إعلانات الموقع بنسبة 37.50 %، لتأتي بعدها التسلية والترفيه بنسبة قدرت ب 24.58 %، ونشاطات الموقع بنسبة 19.79 %، ثم التعزية بنسبة 6.87% أما نشر الاخبار الخاصة بولاية المسيلة فجاءت بنسبة 3.12 %، في حين جاءت التهاني بنسبة 2.70 %، والمنشورات الخاصة بعرض الأحداث جاءت بنسبة 0.83 %، بينما المنشورات التي تهتم بحالة ووضعية الفئات الخاصة الموجودة داخل المجتمع كذوي الاحتياجات الخاصة، المعاقين، والمرضى) وعرض بعض المناطق السياحية فكانت نسبتها 1.25 %، بينما المنشورات الخاصة بالبيانات الصحفية والمنشورات الخاصة بعرض أهم مقاطع الأخبار التي تبثها 0.41% بعض القنوات التلفزيونية جاءت بنسبة 1.25%.

حيث نلاحظ مما سبق أن ولاية المسيلة ركزت في نشر منشوراتها على نشاطات المؤسسة بنسبة كبيرة جدا بحيث جاءت في المرتبة الأولى، ويعود السبب في ذلك إلى أهمية وقيمة هذه النشاطات المؤسساتية من زيارات ميدانية تفتيشية، وحملات تحسيسية، واجراءات وقائية خاصة في أوقات الأزمات مثل أزمة فيروس كورونا العالمية التي مست وأثرت على هذه المؤسسة، بالإضافة إلى عرضها لمختلف الإعلانات سواء الإعلانات الخاصة بالتوظيف أو الإعلانات الخاصة بالمزيدات والمناقصات الوطنية أو

الإعلانات التي تخص شؤون الموظفين وغيرها من النشاطات الهامة، وبالتالي هذا ما جعل هذه المنشورات تأتي في المرتبة الأولى.

أما بالنسبة لإعلانات المؤسسة فجاءت في المرتبة الثانية وبدرجة أقل من نشاطات المؤسسة ونسبة نشر تحت المتوسط، ويرجع تفسير هذا الأمر إلى عدم أهمية وقيمة هذه الإعلانات مقارنة بنشاطات المؤسسة، حيث أن هذه الأخيرة هي نشاطات يومية وأعمال وممارسات تندرج ضمن الوظيفة الرئيسية لولاية المسيلة، في حين أن إعلانات المؤسسة فنجدها في أوقات المناسبات فقط وليس بصفة يومية، كإعلانات التوظيف وابرار الصفقات وتوضيح شؤون العمل. وبخصوص منشورات التسلية والترفيه فكانت نسبة النشر فيها ضعيفة نوعا ما، لكن إذا ما قارناها مع جميع مواضيع منشورات ولاية المسيلة فنجد أنها احتلت المرتبة الثالثة من مجموع إحدى عشر موضوع، وهذا إن دل فإنما يدل على أن هذه المؤسسة تولي اهتمام كبير بتسلية جمهورها، وتسعى جاهدة إلى إمتاعه والترفيه عنه عن طريق تخصيص مساحة ووقت كاف لنشر هذه المنشورات. بينما احتلت منشورات التعزية المرتبة الرابعة ونسبة نشر ضعيفة نوعا ما أيضا، وهذا مؤشر وعلامة ايجابية تدل على قلة نسبة الوفيات بهذه المؤسسة. أما بالنسبة لمنشورات التهئة فجاءت في الم رتبة الخامسة بنسبة نشر ضئيلة جدا، وهذا يعتبر عيب من عيوب هذه الإدارة وربما يرجع هذا الأمر إلى طبيعة المؤسسة باعتبارها مؤسسة إدارية عمومية تقدم خدمة عمومية وليس اقتصادية وبالتالي هذا ما جعلها تفتقر نوعا ما إلى الدعم المالي والمبالغ الكبيرة من أجل تخصيصها لميزانية مالية معتبرة تقوم من خلالها بتهئة وتقديم الهدايا لموظفيها وعمالها. أما المنشورات الخاصة بنشر أخبار ولاية المسيلة والمنشورات الخاصة بعرض الأحداث والأفلام التاريخية لها جاءت على الترتيب في المرتبة السادسة والسابعة ونسبة نشر ضعيفة جدا، ويرجع هذا الأمر ربما إلى قلة اهتمام ورغبة هذه المؤسسة في الحديث والكلام عن تفاصيل أحداثها ومواضيعها بصفة كثيفة. أو قلة الإمكانيات اللازمة للقيام بذلك. بينما المنشورات التي تهتم بحالة ووضعية الفئات الخاصة الموجودة داخل المجتمع (كذوي الاحتياجات الخاصة، المعاقين، والمرضى (وعرض بعض المناطق السياحية فكادت أن تنعدم، وهذا يشكل عيب كبير على سمعة وقيمة مقر ولاية المسيلة باعتبارها مؤسسة عمومية اجتماعية تؤدي خدمة عمومية مجانية سواء من ناحية إعطاء القيمة السياحية لجميع الأماكن بمدينة المسيلة أو من ناحية ضرورة الاهتمام بحالة المرضى والمعاقين أوذوي الاحتياجات الخاصة.

أما بالنسبة للمنشورات الخاصة بالبيانات الصحفية والمنشورات الخاصة بعرض أهم مقاطع الأخبار التي تبثها بعض القنوات التلفزيونية جاءت منعدمة تماماً، وهذا يعود ربما إلى عدم اهتمام هذه القنوات التلفزيونية وعدم متابعتها لنشاطات وأعمال هذه المؤسسة.

2.2 التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون للصفحة الرسمية لولاية المسيلة

عبر موقع الفيسبوك

الجدول رقم 05 يمثل نشاطات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.

ولاية المسيلة		نشاطات الموقع
النسب المئوية	التكرار	
44.90%	172	نشاط الموقع في مجال المسؤولية الاجتماعية
3.91%	15	المعارض
10.98%	42	اتصال جوارى
3.39%	13	زيارات
6.78%	26	العلاقات مع الصحافة
0.28%	01	افتتاح وتدشين
00%	00	الأبواب المفتوحة
29.76%	114	أخرى
100%	383	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه نشاطات موقع ولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نشاطات موقع ولاية المسيلة في مجال المسؤولية الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى بنسبة نشر 44.90% كأعلى نسبة، ثم أحداث المؤسسة في المرتبة الثانية بنسبة 32.21 ، لتأتي

المنشورات الخاصة بالاتصال الجوّاري في المرتبة الثالثة وبنسبة 2.30 %، والمنشورات الخاصة بالعلاقات مع الصحافة في المرتبة الرابعة وبنسبة 4.22 %، أما المنشورات الخاصة بالزيارات إلى المؤسسة جاءت في المرتبة الخامسة وبنسبة 7.21 %، في حين جاءت منشورات المعارض والصالونات، الأبواب المفتوحة، وافتتاح وتدشين في المرتبة السادسة % والأخيرة وبنسبة نشر منعدمة تماما 77 حيث نلاحظ مما سبق أن موقع ولاية المسيلة ركز في نشر منشوراته على نشاطات المسؤولية الاجتماعية بنسبة كبيرة جدا بحيث جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة نشر كبيرة مقارنة بباقي المنشورات، ويعود السبب في ذلك إلى مدى أهمية وقيمة هذه الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها هذه المؤسسة اتجاه المواطنين، فنجد أنها تسعى لخدمة مواطنيها من خلال تحقيق وتلبية انشغالاتهم ومطالبهم ولو بدرجة أقل، وتساهم في نظافة البيئة والمحيط، وفي التوعية من مخاطر الأمراض والأزمات، من خلال تقديم النصائح والتوجيهات وتسويق الحملات التحسيسية حول كيفية الوقاية منها وطرق تفاديها. أما بالنسبة لأحداث المؤسسة فجاءت في المرتبة الثانية وبنسبة نشر أقل من المتوسط وهذا يعود أيضا إلى مكانة هذه الأحداث داخل المؤسسة بالرغم من أنها معظمها سلبية وتحدث تأثيرات سلبية على استقرار هذه المؤسسة، والمتمثلة في جميع المشاكل والصعوبات التي يمكن أن تقع فيها سواء نقص الإمكانيات المادية كالأجهزة والأدوات الإدارية والأموال أو الإمكانيات البشرية كغياب الكفاءة في بعض الأحيان ونقص عامل الخبرة.

وبخصوص المنشورات الخاصة بالاتصال الجوّاري فنجد أنها جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة نشر ضعيفة، وهذا يعتبر أيضا خطأ وعيب من عيوب صفحة ولاية المسيلة ، نظرا لأن الاتصال الجوّاري هو بمثابة الوسيلة الرئيسية التي تربط وتقوي العلاقة الاتصالية بين هذه المؤسسة والمواطن، وتزيد من قوة الثقة والرابطة بين بعضهم البعض، وتجعل هذه المؤسسة أكثر قرابة من جميع انشغالات ومطالب مواطنيها. لكن قلة وضعف نشاطات الاتصال الجوّاري هذا ما يجعل الصفحة الرسمية لولاية المسيلة تفقد العلاقة الاتصالية بينها

وبين مواطنيها، وتتراجع رابطة الثقة وتضعف أكثر فأكثر. أما المنشورات الخاصة بالعلاقات مع الصحافة فجاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة نشر ضعيفة جداً، وهذا يدل على الغياب الشبه تام وضعف العلاقة بين صفحة ولاية المسيلة والصحافة، وهذا يعتبر شيء سلبي لأن هذا الأمر يجعل المواطن لا يعلم بما يحدث داخل هذه المؤسسة ويعيد كل البعد عنها وتجعله لا يتحصل على المعلومة التي يسعى للوصول إليها

الجدول رقم 06: يمثِل أهداف المنشورات للصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.

ولاية المسيلة		اهداف منشورات الموقع
النسب المئوية	التكرار	
07.05%	06	تسويق الخدمة
03.52%	03	التعريفات بالمناطق السياحية
08.23%	07	تقديم التهئة و التمني
02.35%	02	تقديم توضيح
47.05%	40	تثقيف الجمهور
05.88%	05	تزويد الجمهور بالمعلومات
15.29%	13	التعريف بالمناطق السياحية
02.35%	02	تسليية الجمهور
08.23%	07	تزويد الجمهور بالآخبار الرياضية
100%	85	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه أهداف المنشورات لصفحة ولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المنشورات الخاصة بتثقيف الجمهور احتلت المرتبة الأولى بنسبة 47.05 %، ثم التعريف بالمناطق السياحية بنسبة 15.29 %، ثم تقديم التهئة و التمني و تزويد الجمهور بالآخبار الرياضية بنسبة 08.23 %، ثم تزويد تسويق الخدمة بنسبة 7.05 %، ثم تزويد الجمهور بالمعلومات بنسبة

5.88% ، ثم تسلية الجمهور والترفيه عنه بنسبة 4.17 %، ثم التعريفات بالمناطق السياحية بنسبة 03.52% ، ثم تزويد الجمهور بالمعلومات بنسبة 1.31 %، ثم تزويد الجمهور بأخبار الرياضة الجزائرية بنسبة 2.21 %، لتأتي في الأخير تقديم توضيح وتسلية الجمهور بنسبة 02.35% حيث نلاحظ مما سبق أن صفحة ولاية المسيلة ركزت في نشر منشوراتها على المنشورات الخاصة بتقديم توضيح بحيث جاءت في المرتبة الأولى، فنجد أن المؤسسة تهتم بتوضيح أغلب الأحداث والقضايا التي تحدث لها يوميا، فتسعى إلى تفسير جميع هذه الأحداث وتزيل الغموض واللبس الذي يمكن أن تقع فيه هذه المؤسسة، ثم لتأتي منشورات تثقيف الجمهور في المرتبة الثانية ويظهر ذلك من خلال نشر المعلومات المتعلقة بالثقافة العامة، كعرض المعلومات الصحية التي يمكن أن تفيد صحة المواطن أو الصحة العامة، والاهتمام بالأحداث التاريخية وتوصيلها للجمهور، إضافة إلى عرض كل المعلومات الهامة التي تفيد المواطن وجمهور هذه المؤسسة، سواء ما تعلق بوضعية الأحوال الجوية أو أخبار الرياضة أو حتى الشأن التربوي وغيرها. أما بالنسبة للتعريف بنشاطات المؤسسة فجاءت في المرتبة الثالثة بحيث أن صفحة ولاية المسيلة تقوم دائما بتقديم وعرض أبرز النشاطات والأعمال اليومية التي تقوم بها، وهذا بهدف إعلام الجمهور بوظائف هذه المؤسسة واطهار مدى التزامها بجميع مسؤولياتها، وكذلك هو الحال بالنسبة لمنشورات تزويد الجمهور بأخبار الرياضة الجزائرية فنجد أنها احتلت المرتبة الرابعة باعتبار أن الرياضة نشاط مهم داخل المجتمع بحيث الاهتمام بها يعكس الصورة أو السمعة الطيبة عن الدولة بصفة عامة وتفيد الفرد بصفة خاصة، وذلك باعتبارها بمثابة الرئة التي يتنفس منها الشباب نظرا للقيمة الترفيهية والصحية التي تمتلكها هذه الأخيرة، ثم لتأتي تقديم التهنة والتمني في المرتبة الخامسة والتي تظهر على شكل منح الهدايا أو الهبات للعمال والموظفين، وارسال التمنيات والتهنئات عبر الشبكات الاجتماعية خاصة الفيسبوك إلى بعض الفئات الخاصة الموجودة داخل المجتمع أثناء المناسبات: كذوي الاحتياجات الخاصة، تكريم المرأة، الاهتمام بالنساء المطلقات والأرامل، وحتى مساعدة الفئات المعوزة والمحتاجة، أما تسلية الجمهور والترفيه عنه فأنت في المرتبة السادسة بحيث أن صفحة ولاية المسيلة تسعى دائما إلى استخدام المنشورات الترفيهية والتي يمكن أن تأتي على شكل ألعاب تسلية أو عرض بعض المناطق السياحية المميزة والموجودة على مستوى الرقعة الجغرافية الجزائرية بصفة عامة، وهذا بهدف إبعاد الضغط النفسي الذي يمكن أن يحدث للمواطن خلال حياته اليومية.

أما بخصوص تسويق الخدمة فجاءت في المرتبة السابعة حيث يتضح هذا الأمر من خلال ترويج مختلف المنتجات والخدمات التي تهتم المواطن من الدرجة الأولى، وهذا بهدف إعطاء وتوفير جميع حاجات ومتطلبات جمهور ولاية المسيلة، لتأتي تزويد الجمهور بالمعلومات في المرتبة الثامنة وهي تعتبر إستراتيجية جد هامة نظرا لأهمية الجمهور في الحصول على المعلومة، لذلك منا الواجب على صفحة ولاية المسيلة ضرورة توفير المعلومة الجديدة بطريقة آنية وفي أسرع وقت ممكن للجمهور دون أي تماطل أو تأخير من أجل عدم التأثير على سمعة المؤسسة، ثم لتأتي تزويد الجمهور بأخبار الرياضة الجزائرية في المرتبة التاسعة وما قبل الأخيرة وهي مرتبة غير مشرفة بالنسبة لمؤسسة مثل ولاية المسيلة، باعتبار أن مدينة مسيلة مدينة رياضية ولها فرق رياضية - نجم مقرة - معروف على الساحة الجزائرية وحتى، ولها جمهور رياضي يحب ويعشق الرياضة خاصة كرة القدم، لكن نقص المعلومة الرياضية أو الأخبار الرياضية هذا ما يجعل هذا الجمهور يفتقد إلى الوعي والفهم الرياضي، ويصبح غير محيط ومدرك لجميع الأحداث الرياضية والمناسبات الرياضية التي قد تحدث، لتأتي في الأخير التعريف بالمناطق السياحية في المرتبة العاشرة والأخيرة والتي تمثلت في شكل ترويج لأبرز وأهم المناطق السياحية الموجودة في إقليم ولاية المسيلة، سواء كانت مناطق جبلية ثلجية أو خضراء، أو حمامات معدنية، أو شلالات وحدائق تسلية وفنادق ذات معايير معتمدة.

الجدول رقم 07: يمثل الفاعلون في الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك.

ولاية المسيلة		الفاعلون
النسب المئوية	التكرار	
11.11%	03	المواطن العادي
25.95%	07	المدير العام
18.51%	05	موظفو المؤسسة
7.40%	02	رياضيون
3.70%	01	فنانون

11.11%	03	مسؤولون
22.22%	06	صحافيون
00%	00	أطفال
00%	00	ذوي الاحتياجات الخاصة
00%	00	طلبة جامعيون
100%	27	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه الجمهور المستهدف من طرف صفحة ولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الجمهور المستهدف الذي ركزت عليه صفحة ولاية المسيلة في مخاطبتها هي المدير العام والتي احتل المرتبة الأولى بنسبة 25.95 %، ثم صحافيون بنسبة 22.22 %، ثم موظفو المؤسسة بنسبة 18.51 %، ثم المواطن العادي والمسؤولون بنسبة 11.11 %، ثم رياضيون بنسبة 07.40 %، ثم فنانون بنسبة 03.70 %.

حيث نلاحظ مما سبق أن الجمهور الأول الذي ركزت على مخاطبته صفحة ولاية المسيلة هو المؤسسات والتي جاءت في المرتبة الأولى بحيث نرى أن جمهور المؤسسات تميزت عن باقي الجماهير الأخرى، وهذا يعود بطبيعة الحال إلى مكانة وقيمة المؤسسة في هذا القرن بحيث أصبحت المؤسسة الحديثة المحرك الأساسي للتنمية الاقتصادية، وتزيد من قوة ومتانة الثقة بين الفرد والحكومة، وهذا ما يساعد على بناء نسيج اجتماعي قوي ومتماسك، ثم لتأتي محبي الغناء والموسيقى في المرتبة الثانية ويعود هذا الأمر إلى وجود نسبة كبيرة من الشباب في ولاية المسيلة مما يجعل هذه الفئة من الجماهير تهتم بهذا النوع من أنواع التسلية، وهذا بهدف التخفيف من الضغوطات والمتاعب التي تواجه هذه الفئة وكذلك بهدف الخروج عن الروتين اليومي الممل والذي قد يرهق الشاب، ليأتي الجمهور الرياضي في المرتبة الثالثة وهي مرتبة متوسطة نوعا ما بحيث نجد أن المؤسسة لها رغبة كبيرة في مخاطبة كل

الرياضيين سواء كانوا محبي الرياضة أو المناصرين أو اللاعبين أو حتى مسيري الرياضة وما شابه ذلك، ثم ليأتي الجمهور العام في المرتبة الرابعة والذي يتمثل في مختلف فئات المجتمع سواء كان تلاميذ وطلبة جامعيين أو أطباء وأساتذة أو مهندسين أو عمال أو مواطنين عاديين، ومخاطبة الجمهور العام يعتبر استراتيجية مهمة جدا لولاية المسيلة باعتبار أن هذا الجمهور يمثل كل الفئات وكل الشرائح الموجودة في المجتمع.

أما بالنسبة لموظفو المؤسسة فجاءت في المرتبة الخامسة حيث أن صفحة ولاية المسيلة غالبا ما تخاطب الموظفين سواء كانوا موظفيها أو موظفي جميع المؤسسات التابعة لها، وهذا بهدف التذكير بأدوارهم وواجباتهم ومسؤولياتهم المهنية التي يجب أن يؤديونها أثناء عملهم، مما يساعد ذلك على تطوير المنظومة الإدارية وبالتالي زيادة الرضى الوظيفي، ثم لتأتي الأفراد في المرتبة السادسة بحيث تسعى المؤسسة إلى مخاطبة هذه الفئة من الجماهير بهدف التأثير على عقولهم وعواطفهم وبالتالي إرشادهم وتوجيههم إلى ما هو أفضل وأحسن سواء في مجال عملهم أو مسؤولياتهم المهنية، أما بالنسبة للصحفيون والمرأة فجاءت في المرتبة السابعة بحيث تقوم ولاية المسيلة بالتركيز على فئة الصحفيين بدرجة أكبر وهذا نظرا لقيمة الدور الذي تؤديه هذه المهنة خاصة في صناعة الراي العام والتأثير عليه، لكن إحتلالها للمركز السابع هذا يعتبر شيء سلبي ولا يعطي القيمة الحقيقية لها، وبخصوص فئة المرأة فنجد أنها هي نواة المجتمع وهي صمام أمانه لذلك وجب على هذه المؤسسة اختيار الطريقة التي تراها مناسبة ومتوازنة للاعتناء بها وكيفية التعامل معها.

وبخصوص الطلبة والتلاميذ فنجد أنها جاءت في المرتبة الثامنة باعتبار أن هذه الفئة هامة جدا داخل المجتمع إلا أن ولاية المسيلة لم تمنح لها قيمتها الحقيقية، ويعود هذا السبب إلى درجة البعد الموجودة بين الولاية والطلبة فنجد هناك عدم وجود علاقة كبيرة ومقنعة تربط بعضهما البعض، لتأتي في الأخير أصحاب المهن الحرة، الفرق الرياضية، واللاعبين في المرتبة التاسعة والأخيرة وبنسبة نشر منعدمة تماما، بحيث نجد أن صفحة ولاية المسيلة لا تخاطب العمال ذات المهن الحرة كالتجار والحرفيين وأصحاب المحلات التجارية وغيرها من

المهن، ويرجع هذا ربما إلى عدم قدرتها على التواصل مع أكبر عدد ممكن من هؤلاء العمال، وبخصوص مخاطبة الفرق الرياضية والملاعبين فنرى انعدام تام من ناحية مخاطبة هذه الفئة، وهذا يرجع ربما إلى عدم إعطاء الاهتمام الحقيقي للفرق الرياضية والرياضيين إلى للضرورة القصوى، كحدوث الأزمات المالية لهذه الفرق وتراكم الديون وبالتالي هذا ما يجعل هذه الفرق من الممكن أن تتضرر جراء هذه الصعوبات التي تواجهها.

الجدول رقم 08 يمثل عدد المنشورات التي نالت إعجاب جمهور الصفحة الرسمية

لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات الاعجاب
النسب المئوية	التكرار	
%44.90	172	10-1
%3.91	15	20-10
%10.98	42	30-20
%3.39	13	40-30
%6.78	26	50-40
%0.28	01	60-50
%00	00	70-60
%29.76	114	من 70 فأكثر
%100	383	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي نالت إعجاب جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي تحصلت على أكبر عدد من حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي نالت إعجاب جمهور في المجال 05-1

بعدد 172 منشور كأكثر تكرار، 15 منشور في المجال 5-10، و في المجال 30-20 بعدد 42 منشور ، وفي المجال 30-40 بعدد 13 منشور وفي المجال 40-26 منشور 50، و 70 فأكثر بعدد 114 منشور.

الجدول رقم 09 يمثل عدد المنشورات التي شاركها جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات المشاركات
النسب المئوية	التكرار	
91.37%	180	5-1
5.58%	11	10-5
3.04%	6	20-10
00%	00	30-20
00%	00	40-30
00%	00	50-40
00%	00	من 50 فأكثر
100%	197	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي تحصلت على عدد مشاركات الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي تحصلت على عدد مشاركات في المجال 1-05 بعدد 180 منشور كأكبر تكرار، 11 منشور في المجال 5-10، وأقل عدد في المجالات 20-30، 30-40 ومن 40-50، و 50 فأكثر .

الجدول رقم 10 يمثل عدد المنشورات التي أحبها جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات التي أحبها الجمهور
النسب المئوية	التكرار	
88.70%	55	5-1
11.30%	07	10-5
00%	00	20-10
00%	00	30-20
00%	00	40-30
00%	00	50-40
00%	00	من 50 فأكثر
100%	62	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي أغضبت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي أحبها الجمهور في المجال 1-05 بعدد 55 منشور

كأكبر تكرار، وبعده 07 منشور في المجال 5-10، وأقل عدد في المجالات 30-40 ومن 40-50، و 50 فأكثر .

الجدول رقم 11 يمثل عدد المنشورات التي أغضبت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات التي أغضبت الجمهور
النسب المئوية	التكرار	
%73.47	13	5-1
%05.88	01	10-5
%00	00	20-10
%05.88	01	30-20
%00	00	40-30
%00	00	50-40
%11.76	02	من 50 فأكثر
%100	17	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي أغضبت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي أغضبت الجمهور في المجال 1-05 بعدد 13 منشور كأكثر تكرار، ومنشور واحد في المجال 5-10، وأقل عدد في المجالات 30-40 ومن 40-50، وبعده 2 منشور في المجال 50 فأكثر.

الجدول رقم 12 يمثل عدد المنشورات التي أدهشت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات التي أدهشت الجمهور
النسب المئوية	التكرار	
77.77%	07	5-1
00%	00	10-5
00%	00	20-10
22.23%	2	30-20
00%	00	40-30
00%	00	50-40
00%	00	من 50 فأكثر
100%	09	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي أدهشت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ

من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي أدهشت الجمهور في المجال 05-1

بعدد 07 منشور كأكبر تكرار، ومنشورين في المجال 30-20.

الجدول رقم 13 يمثل عدد المنشورات التي أحزنت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		
النسب المئوية	التكرار	فئات التي احزنت الجمهور
38.46%	10	5-1
00%	00	10-5
50%	13	20-10
07.69%	02	30-20
00%	00	40-30
00%	00	50-40
01.61%	01	من 50 فأكثر
100%	26	مجموع التكرارات

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي أحزنت جمهور بالصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي أحزنت الجمهور في المجال 20-10 بعدد 13 منشور كأكبر تكرار، وبعده 10 منشور في المجال 05-01، وأقل عدد في المجالات 30-20 بعدد منشورين، ومن 50-40، و بعدد منشور واحد في المجال من 50 فأكثر .

الجدول رقم 14 يمثل عدد المنشورات التي أضحت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		فئات التي أضحت الجمهور
النسب المئوية	التكرار	
56.25%	09	5-1
31.25%	05	10-5
6.25%	01	20-10
00%	00	30-20
00%	00	40-30
00%	00	50-40
6.25%	01	من 50 فأكثر
100%	16	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي أضحت جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ:

من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي أضحت الجمهور في المجال 1-05 بعدد 09 منشور كأكبر تكرار، وبعدد 05 منشور في المجال 5-10، و بعدد منشور واحد في المجال 50 فأكثر.

الجدول رقم 15 يمثل عدد المنشورات التي تحصلت على التعليقات جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة عبر موقع الفيسبوك

ولاية المسيلة		الفئات التي تحصلت على التعليقات
النسب المئوية	التكرار	
62.11%	200	5-1
10.86%	35	10-5
12.42%	40	20-10
07.45%	24	30-20
01.86%	06	40-30
01.55%	05	50-40
03.72%	12	من 50 فأكثر
100%	322	التكرارات مجموع

يبين الجدول أعلاه عدد المنشورات التي تحصلت على تعليقات جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المنشورات التي علق عليها الجمهور في المجال 05-1 بعدد 200 منشور كأكبر تكرار، و35 منشور في المجال 10-5، و 40 منشور في المجال 20-10، وبعدها 24 منشور في المجال 30-20، وبعدها 06 منشور في المجال 40-30 وبعدها 05 منشور في المجال 50-40، وبعدها 12 منشور في المجال 50 فأكثر .

. من بين المواضيع التي نالت إعجاب جمهور المؤسسة بدرجة أكبر هي: التسلية والترفيه، والتهاني، وتقديم الجوائز، وعرض بعض المناطق السياحية، والاهتمام بالرياضة، أما المواضيع التي نالت بدرجة أقل إعجابهم هي نشاطات المؤسسة.

. المواضيع التي حققت أكبر قدر ممكن من المشاركات بلغت 137 منشور كأكبر عدد، بينما المواضيع التي حققت أصغر قدر ممكن من المشاركات فقدت ب 71 منشورات فقط.

حيث تمثلت المواضيع التي حققت أكبر قدر ممكن من المشاركات في: مواضيع القيم، مواضيع التهاني، مواضيع التسلية والترفيه.

. بينما المواضيع التي حققت أصغر قدر ممكن من المواضيع هي: مواضيع المسؤولية الاجتماعية، نشاطات المؤسسة، أهداف منشورات المؤسسة، مواضيع التنمية المستدامة، ومواضيع منشورات المؤسسة.

. تبين أن عدد المشاركات قليل جدا مقارنة بعدد المعجبين بالصفحة، حيث بلغ عدد المشاركين 142 مشارك بينما عدد المعجبين 110 معجب.

. قد تعود قلة عدد مشاركة الجمهور للمنشورات إلى:

- عدم وصول المنشورات إلى كل المعجبين.

- لم تعجبهم المنشورات ولم تثر انتباههم.

-عدم اهتمامهم بمشاركة المنشورات مع الآخرين.

. من بين المواضيع التي أحبها جمهور صفحة ولاية المسيلة بدرجة أكبر هي نشاطات المؤسسة لاسيما تلك التي تعلقت بالأعمال الخيرية وتقديم المساعدات والقيام بحملات التوعية والوقاية من مختلف الأمراض خاصة فيروس كورونا كوفيد 19 ، إضافة إلى مواضيع التسلية والترفيه وتقديم التمني والتهاني، وكذلك كل ما تعلق بتسويق الخدمات والمعلومات التي تهتم المؤسسة.

. مثلت المواضيع المتعلقة بتكريم الفنانين وكذلك محبي الغناء والموسيقى والمسرح أكثر المواضيع التي أغضبت جمهور الصفحة.

. تعتبر تكريم التلاميذ بمناسبة نجاحهم في المنافسات والمسابقات العلمية، وتكريم الفائزين في مسابقات القرآن الكريم أكثر المواضيع إثارة لدهشة جمهور الصفحة.

. قد يرجع حزن جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة على بعض المنشورات إلى وجود الكثير من منشورات التعازي، وقلة منشورات التنمية المحلية.

. لم يستطع الباحث تفسير ضحك جمهور الصفحة على المنشورات إلا على أنها ضحكة استهتار على بعض المنشورات التي تنشرها هذه الصفحة ، والتي تعلقت بمختلف النشاطات والأعمال التي تقوم بها بهدف تحقيق انشغالات المواطن، والتي قابلها الجمهور بنوع منالضحك أو الاستهتار والاستهانة بهذه المؤسسة.

. أما بالنسبة لمنشورات التعليقات فعند إطلاع الباحث على عدد كبير من التعليقات لاحظ

ما يلي:

1. بلغ عدد منشورات الصفحة التي تحصلت على أكبر عدد من التعليقات) من 1

134 منشور.

2. بلغ عدد منشورات الصفحة التي تحصلت على أقل عدد من التعليقات) من 37

71 منشورات فقط.

. يعلق جمهور الصفحة الرسمية لولاية المسيلة بدرجة أكبر على نشاطات المؤسسة، نشاطاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وتكريم الفنانين.

. يطرح الجمهور مكان التعليق على المنشورات: الانشغالات، الاستفسارات، الشكاوى، الشكر، عبارات سخرية، تعليقات لها علاقة بالمنشور.

. تجيب الصفحة الرسمية لولاية المسيلة جمهورها باستخدام اللغة العربية الفصيحة، واللغة الفرنسية حسب لغة السؤال، فإذا كان السؤال باللغة العربية الفصيحة فهنا تجيب المؤسسة باللغة العربية الفصيحة، وإذا كان السؤال باللغة الفرنسية فتجيب باللغة ذاتها وهي اللغة الفرنسية، أما إذا كان السؤال المطروح باللغة العامية فهنا نجد أن المؤسسة تجيب باللغة العربية الفصيحة باعتبارها اللغة الرسمية لهذه المؤسسة .

. يختلف رد الصفحة الرسمية لولاية المسيلة على التعليقات الواردة من الجمهور، حيث أنه عندما تكون تعليقات الجمهور:

. ايجابية) استفسار، شكر وثناء، تعليق، إبداء رأي، انتقاد، إلخ(:تجيب على التساؤل

والاستفسار الوارد، تقوم بتبادل الحوار بينها وبين الجمهور والمتمثلة على شكل تساؤلات

تفاعلية للفهم أكثر، تشكر الجمهور على تواصله ووضعه لثقتة في هذه المؤسسة.

. سلبية) الاستهزاء، سب وشتم، سخرية، التحريض لمقاطعة هذه الصفحة،... إلخ(:تكون

ردة فعل المؤسسة إما تجاهل هذه التعليقات، أو تقديم اعتذارات، أو التبرير، أو حتى حذف

بعض المنشورات المسيئة إذا تطلب الأمر ذلك.

3. النتائج العامة للدراسة:

- يسمى المسؤول على استخدام موقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة بولاية المسيلة ،

بـ "مسؤول مكتب الدي وان والعلاقات الخارجية". والذي يتفرع عنه فرعين أساسيين هما:

مكتب خلية الإعلام والاتصال والعلاقات العامة. ومكتب الإصغاء.

الأهداف التي تسعى ولاية المسيلة إلى تحقيقها من خلال استخدامها لموقع الفيسبوك في

مجال العلاقات العامة هي:

* الاستماع إلى انشغالات المواطنين من أجل تحسين الخدمة العمومية.

* القيام بدور الوساطة بين الإدارة) الولاية (والمواطن.

* إعادة الثقة الغائبة بين الولاية والمواطن.

* تحسين الحياة المعيشية للمواطنين.

* تحقيق التنمية المستدامة التي يطمح إليها المسؤول والمواطن معا.

* تحسين صورة الولاية باعتبارها الخلية الأساسية في خدمة المجتمع. وإدارة صورتها أو سمعتها حيث تمارس لصالح المنظمة وتركز على إدراك الواقع.

*التواصل بين المسؤول والمواطن حتى يمكن تفعيل الاتصال المباشر بينه وبين الإدارة.

- القسم الإداري الذي يعمل فيه مسؤول مكتب العلاقات العامة أو كما يسمى مكتب "الديوان والعلاقات الخارجية"، هو مكتب مستقل ومنفصل عن باقي الأقسام والمكاتب الإدارية الأخرى، لكن هو في اتصال دائم وفي تنسيق مستمر مع باقي الأقسام والمكاتب الإدارية الأخرى أثناء تأدية مهامه خاصة فيما تعلق في الحصول على المعلومة. أما بالنسبة لعدد الأشخاص والمسؤولين المكلفين باستخدام موقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة بولاية المسيلة، فيوجد شخصين أو مسؤولين فقط مكلفين باستخدام الصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك بهذه المؤسسة، وهما مدير "مكتب الديوان والعلاقات الخارجية" والذي ينقسم إلى مكتبين كما سبق ذكرهما وهما: مكتب خلية الإعلام والاتصال ومكتب خلية الإصغاء والذي يتحكم فيهما بصفة عامة.

- الإسهامات والتطورات الجديدة التي قدمتها الصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك بولاية المسيلة في مجال العلاقات العامة أنها كانت بمثابة النافذة الخارجية التي تطل من خلالها الولاية على ما يجري خارج أروقة الولاية ، وذلك من خلال الحصول على مجمل الانشغالات والمشاكل التي يعاني منها المواطن ومحاولة حلها بثتى الطرق والأساليب. أما بالنسبة لتخصصات الطاقم المكلف بإدارة الصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك بهذه الولاية، والمتمثل في مدير "مكتب الديوان والعلاقات الخارجية"، فهو متحصل على شهادة علمية أكاديمية في الإعلام والاتصال، وهو ما يتماشى مع متطلبات المهنة والممارسة.

- تعمل ولاية المسيلة دائما على تحسين سمعتها وبالتالي تحسين الخدمة العمومية، وهذا من خلال وجود استراتيجية تحتوي على مجموعة من العناصر والتي جاءت على شكل أسئلة تم الإجابة عنها.
- الوسائل التي تعتمد عليها ولاية المسيلة في إدارة وتحسين سمعتها بدرجة أكبر هي موقع الفيسبوك، باعتباره الوسيلة الأساسية والأكثر استخداما من قبل هذه المؤسسة مقارنة بباقي الوسائل الأخرى.
- تسعى ولاية المسيلة إلى مخاطبة جميع المواطنين القاطنين بولاية المسيلة، من جميع ومختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، وذلك مهما اختلفت مستوياتهم العلمية والاجتماعية والاقتصادية ومهما اختلفت أصولهم وأع ارقهم وحتى وظائفهم ومهنتهم. سواء كانوا أطباء أو أساتذة أو مهندسون أو معلمون أو موظفون إداريون أو عمال أو حرفيون أو مقاولون وتجار أو حتى مواطنون بطالون. ذلك أن ولاية المسيلة هي إدارة عمومية حكومية تسعى دائما إلى خدمة مواطنيها مجانا دون تقاضي أي منفعة مالية، وهذه هي المهمة الأساسية التي تظغى على ولاية المسيلة.
- المواضيع التي يحبها جمهور ولاية المسيلة هي كل المواضيع التي لها علاقة بتحسين الإطار المعيشي الخاص به مثل: تعبيد الطرقات، تنقية البيئة والمحيط، إصلاح قنوات صرف المياه، توسيع شبكة الإنارة العمومية، الاهتمام بصيانة المساحات الخضراء، التنمية بجميع أنواعها. وغيرها من الخدمات التي تقوم بها هذه الإدارة.
- تسعى ولاية المسيلة لخدمة مواطنيها بشتى الطرق والأساليب، وهذا بهدف كسب ثقتهم ونيل رضاهم. غير أن بعض الفئات من المواطنين قد يشعرون بنوع من السخط وعدم تقبل نوعية الخدمات التي تقدمها لهم هذه المؤسسة. وبالتالي هذا ما جعل هذه المؤسسة تتضرر

من هذه التصرفات الغير لائقة والتي تخذش وتشوه سمعتها. الأمر الذي جعل هذه المؤسسة تتعامل مع جميع هذه الشكاوى والتعليقات بعدة طرق مختلفة نذكر منها:

* القيام بتلبية جميع الانشغالات والاستفسارات التي يطرحها المواطن، مثل إصلاح الإنارة العمومية داخل الشوارع الشعبية مباشرة بمجرد تلقي رسائل اتصالية سواء عبر الصفحة الرسمية أو الهاتف النقال. إضافة إلى خدمة جميع ومختلف الانشغالات الأخرى.

* الرد أو الإجابة على جميع التساؤلات والاستفسارات التي يطرحها الجمهور ومجاوبتهم، سواء ما تعلق بالتنمية المحلية أو البنية التحتية.

* القيام بإرسال رسائل تشجيعية وتحفيزية بهدف تهدئة هذا المواطن من جميع أشكال الغضب والقلق الذي ياروده في حياته اتجاه بعض الخدمات السيئة التي تقوم بها هذه المؤسسة.

- بالنسبة لنوع التعليقات التي يرسلها هذا الجمهور، نجد أن ولاية المسيلة استطاعت أن تتعامل مع جميع أنواع هذه التعليقات بمرونة وباحت ارفية، حيث نجد أن التعليقات التي تحتوي على التساؤلات والاستفسارات العادية تجيب عليها بطريقة عادية وبسيطة ولباقة دون إطالة أو تقصير، وبالنسبة للتعليقات التي تحتوي على نصائح واقتراحات فتجيب عليها الإدارة بكل تقبل واحت ارم مع إمكانية تطبيقها في الواقع إذا اقتضى الأمر ذلك. أما بخصوص التعليقات المسيئة والتي تحتوي على الكلام السيء مثل (السب- الشتم- السخرية- الإساءة للموظفين والمسؤولين) فيتم حظرها جميعا دون أي إنذار مسبق.

- السلوكيات والتصرفات السلبية التي واجهت ولاية المسيلة من قبل مواطنيها والتي نجد أنها لا تعبر عن المستوى الأخلاقي لجمهور ولاية المسيلة تمثلت في: سخط وغضب هذا الجمهور وعدم رضاه عن بعض خدماتها وذلك مهما بذلت هذه المؤسسة من مجهودات

ومهما قدمت من خدمات. هذا بالإضافة إلى مختلف التصرفات السلبية التي يمكن أن تسببها بسمعة هذه المؤسسة مثل: (السخرية، الاستهزاء، الضحك على بعض المنشورات، السب، الشتم والقذف.... وغيرها من التصرفات الغير لائقة).

- تعمل ولاية المسيلة على تقديم مختلف الخدمات للمواطنين، وذلك مهما كانت أصنافهم وهويتهم وأصولهم، وتبذل قصارى جهدها لتوفير الأجواء المناسبة لهم، وكل هذا لا يتأتى إلا من خلال وجود ميزانية معتبرة تمتلكها هذه المؤسسة من أجل تحقيق جميع مصالحها وأهدافها. لذلك من خلال حديثنا مع المكلف بالإعلام والاتصال، والمسمى بمدير "مكتب الديوان والعلاقات الخارجية" وجدنا أن ولاية المسيلة تخصص ميزانية محددة لإدارة وتسيير هذا القسم الاتصالي وذلك حسب الحاجات والمستلزمات أو المتطلبات الخاصة باقتناء الإمكانيات المادية، كالأجهزة الإلكترونية مثل: الحواسيب، الطابعات، المكاتب، الهواتف الثابتة... وغيرها.

- النقائص التقنية أو التكنولوجية التي تخص ولاية المسيلة تمثلت في بعض الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل: الكاميرات، الهواتف الذكية، بعض الآلات الرقمية الحديثة... وغيرها.

- الصعوبات والمشاكل التي تواجه ولاية المسيلة أثناء استخدامها لموقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة، هي نقص في كمية الإنترنت وتدفعها على مستوى جميع المكاتب والأقسام الإدارية وذلك بشكل متناوب ومنقطع. إضافة إلى حدوث عمليات القرصنة لموقع الفيسبوك الخاص بالصفحة الرسمية لهذه المؤسسة من قبل جهات مجهولة.

خاتمة

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام العلاقات العامة الالكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر، وذلك من خلال الحديث عن استراتيجية ولاية المسيلة في استخدام موقع الفيسبوك، وتحليل المضامين التي تنشرها هذه المؤسسة. حيث تحدثنا بداية عن العلاقات العامة الالكترونية باعتبارها موضوع الدراسة، بحيث انقسمت هذه الأخيرة بدورها إلى العلاقات العامة، والتي تطرقنا فيها إلى المفهوم والنشأة والمبادئ والخصائص وأهم الوظائف التي تقدمها، وصولاً إلى أهمية استخدامها داخل المنظمة. بالإضافة إلى العلاقات العامة وشبكة الإنترنت بحيث تم الحديث فيها عن الأهمية التي تقدمها شبكة الإنترنت للعلاقات العامة، والوظيفة الجديدة التي تقدمها العلاقات العامة عبر هاته الشبكة، والفائدة من وضع الثقة في العلاقات العامة من خلالها، والعلاقة الموجودة بين البريد الإلكتروني والتسويق الإلكتروني بالعلاقات العامة، وأهم الأخلاقيات المتبعة في ممارسة هذه الوظيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتحديات التي تواجهها. كما تطرقنا في الأخير إلى الإدارة العمومية في الجزائر، والتي تكلمنا فيها عن مفهوم الإدارة العمومية، نشأتها وتطورها والمراحل التاريخية التي مرت بها، خصائصها ومميزاتها، إضافة إلى أهم المبادئ والأسس التي تقوم عليها هذه الإدارة، ووصف واقع الإدارة العمومية في الجزائر من خلال الحديث عن التنظيم الإداري الداخلي الذي تشهده الإدارة العمومية الجزائرية، والصعوبات والمشاكل البيروقراطية التي لازالت تعاني منها، وأهم الحلول المناسبة لمعالجتها. ومن خلال تحليل مضمون الصفحة الرسمية لولاية المسيلة، خاصة ما تعلق بالمواضيع المنشورة نجد أنها تنوعت بين نشاطات المؤسسة من إعلانات المؤسسة، التهاني، التسلية والترفيه والتعازي، البيانات الصحفية، عرض الأحداث والأفلام التاريخية، الاهتمام بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة، عرض بعض المناطق السياحية، نشر الأخبار الخاصة بولاية المسيلة، وعرض أهم مقاطع الأخبار التي تبثها بعض القنوات التلفزيونية. أما بخصوص

إجراء المقابلة الميدانية مع مدير العلاقات العامة بذات المؤسسة توصلنا إلى نتيجة عامة مفادها أن جهاز العلاقات العامة بمقر ولاية المسيلة يسمى بمكتب الديوان والعلاقات الخارجية" ولا يزال هذا الموضوع بحاجة إلى أبحاث ودراسات جديدة أخرى تساعد على فهم استخدام الإدارات العمومية الجزائرية للعلاقات العامة الالكترونية، من خلال التعرض لأبعاد أخرى لم نتطرق إليها، كدراسة دور العلاقات العامة الالكترونية في إدارة العلاقة بين المؤسسة والجمهور، وغيرها من المواضيع وهذا من أجل فتح المجال للباحثين للبحث في هذا الموضوع.

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns, featuring leaves, flowers, and butterflies, framing the central text.

قائمة المراجع

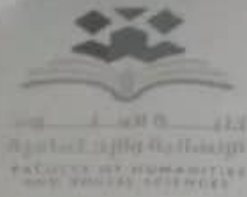
قائمة المراجع:

1. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005.
2. رزيقة لقصر: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة منتوري قسنطينة، 2007.
3. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ط1، الجزائر، دار النهضة للنشر والتوزيع، 2008.
4. عبد الكريم بوحفص، تطور الفكر التطبيقي الرواد والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017.
5. عبد المعطي محمد عساف ومازن عبد العزيز مسودة: أساسيات الإدارة في منظمات الأعمال المعاصرة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، 2018.
6. علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط1، مركز الدراسات والبحوث الرياض، 2006.
7. علي عبودي، نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر. والتوزيع، عمان-الأردن، الطبعة الأولى، 2018.
8. فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011.
9. محمد رفعت عبد الوهاب وحسين عثمان محمد: أساسيات الإدارة العامة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2005.
10. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
11. محمد مصلح ضاوي العتيبي: دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الإدارية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2003.

12. محمود رمضان دياب، موسوعة العلاقات العامة في عصر المعلومات والإنترنت، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2020.
13. محمودي محمد بشير، العلاقات العامة الإلكترونية وتطور المنظمة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد 3، جامعة بسكرة، 2017.
14. مسعود حسين التائب، البحث العلمي قواعده- إجراءاته- مناهجه، ط1، الناشر المكتب العربي للمعارف، مصر، 2011.
15. مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1 دار النهضة العربية، 2006.
16. يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية - الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017.
17. الطاهر راجعي. (2021-2022). واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى العمومية في الجزائر. أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في فرع علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال عمومي. المسيلة، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد لمين دباغين المسيلة.
18. كريمة حاج أحمد، و محمد بشير. (2017-). العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والانسانية تخصص الإعلام والاتصال. وهران، الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران2.
19. منزر سامية، و بولقواس زرقة. (31 03، 2020). الإدارة العمومية في الجزائر واستراتيجية تطبيق الإدارة الإلكترونية فيها. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الصفحات 1121-2170.
20. وليدة حدادي. (30 5، 2018). العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي: الواقع والتحديات. مجلة العلوم الاجتماعية.
21. تاج السر فقير عمر، عماد الدين (2013) إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون.

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns, featuring leaves, flowers, and butterflies, framing the central text.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Chancellorship of the College for Studies and
Student Services

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نائب المادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2023/

تصريح شرقي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): بن زيهو شريف

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم)، طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 101455867

الصادرة بتاريخ: 21-10-2016 عن دائرة: بلدية المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية قسم: علوم الإعلام والاتصال
بالإختصاص
تخصص: الإعلام وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل:

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى

الإدارة العمومية في - دراسة ميدانية تحليلية

لصحة الرسالة لولاية المسيلة عبر موقع الفيسوك -

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني(ة):



مرجع، القرار الوزاري رقم، 933 المؤرخ في، 28-07-2016 المحدد للتواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 People's Democratic Republic of Algeria
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 Ministry of Higher Education and Scientific Research
 جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
 University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
 Vice-Dean's Office of the College for Studies and
 Student Services

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
 نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
 الرقم، 2023/

تصريح شرقي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضى أدناه :

السيد(ة) :

قيصر مصيلح

الصفة(طالب، استاذ بالبحث، باحث دأتم)، طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

201131770

الصادرة بتاريخ :

26/02/2017 عن دائرة :

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية، علم الاعلام والاتصال

تخصص: ارسال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 1064100753

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه)

عنوانها: واقع امتصاص العلاقات العامة الالكترونية لدى الادارة

الصريحة في الجزائر اذ دراسة ميدانية تحليلية لصفة الرسمية
 لولاية المسيلة عبر مرقع المسؤولية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة
 كاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعنى (ة):

Messali

القرار الوزاري رقم، 933 المؤرخ في، 28-07-2016 المحدد للقاء، المتعلق، وقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الملخص:

تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر من خلال النظر إلى أهمية العلاقات العامة للمؤسسة خاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وما تقدمه من امكانيات التفاعل والمشاركة مع الجمهور، وذلك انطلاقا من إجراء دراسة تحليلية ميدانية للصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك ولاية المسيلة، حيث تم الاعتماد على المنهج المسحي واختير تحليل المحتوى الإلكتروني كأداة رئيسية في جمع البيانات ومعالجتها، كما تم الاعتماد أيضا على أداة المقابلة وذلك بهدف معرفة استراتيجية مقر ولاية المسيلة في استخدام موقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة. أما عن النتائج فقد توصلت الدراسة إلى نتيجة عامة مفادها أن مقر ولاية المسيلة تستخدم صفحة الفيسبوك في نشر إعلاناتها وذلك بنسبة 70.55%

**الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الشبكات الاجتماعية الفيسبوك - العلاقات العامة،
الإلكترونية ولاية المسيلة**

Summary:

The current study seeks to reveal the reality of the use of electronic public relations in the public administration in Algeria by looking at the importance of public relations for the institution, especially through social networks, and the possibilities of interaction and participation with the public, based on conducting a field analytical study of the official Facebook page. M'sila state, where the survey method was relied upon and electronic content analysis was chosen as a main tool in data collection and processing, and the interview tool was also relied upon in order to know the strategy of the M'sila state headquarters in using Facebook in the field of public relations. As for the results, the study reached a general conclusion that the headquarters of M'sila state uses the Facebook page to publish its advertisements, with a rate of 70.55%.

Keywords: public relations, social networks, Facebook, public relations, electronic state of M'sila