

جامعة مولاي طاهر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
تخصص صحافة إلكترونية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

فرع العلوم الإنسانية
تخصص صحافة إلكترونية
الموضوع:

الصفحات الالكترونية المحلية تحليل
محتوى لصفحة سعيدة الالكترونية

تحت إشراف الأستاذة:

محمد بلقاسم صبرين

إعداد الطالبة :

بن قاسمي كهينة

السنة الدراسية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

"بسم الله خالقي و مسير أموري لك
كل الحمد و الإمتنان "

إلى روح أمي الغالية، التي غادرت هذه الدنيا وبقيت بركة دعواتها ونور محبتها يسكن قلبي ويرافقني في كل خطواتي... رحمك الله وجعل الفردوس الأعلى مقامك الأبدي.

إلى أبي الحبيب، سندي الأول ومصدر قوتي، كنت دائماً ملاذي وأملي...أهديك ثمرة هذا الجهد عربون حب و إمتنان .

إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء، زينة حياتي وشركاء دربي، الذين كانوا دوماً عوني وسندي، وإلى عائلتي الثانية التي منحتني الحب والدعم كأهلي تماماً... دمتم جميعاً مصدر فخر واعتزاز.

إلى إخوتي من العائلة الثانية، الذين شاركوني المحبة وصدق الأخوة، وإلى أمي من العائلة الثانية، التي غمرتني بحنانها وعطفها، فكانت لي أمّاً ثانية... لكم جميعاً أهدي هذه المذكرة بقلوب ممتنة.

إلى صديقتي العزيزات، رفيقات العمر والدرب، اللواتي أضفن لحياتي البهجة والدعم في كل المراحل، إلى أختي وصديقتي الحبيبة إيناس، التي وقفت إلى جانبي في كل الظروف، فكانت السند وقت التعب، والبلسم وقت الجراح، والفرح وقت الشدة... إيناس، لك كل الحب والعرفان.

إلى كل من ساندني بحب أو دعاء أو كلمة طيبة... أهديكم جميعاً هذا النجاح.

ملخص الدراسة

يشهد العالم المعاصر تطورًا متسارعًا في تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي، الأمر الذي أفرز أنماطًا جديدة من الممارسات الإعلامية، أبرزها الإعلام الإلكتروني المحلي الذي أصبح وسيلة للتعبير عن قضايا المجتمع ونقل انشغالاته اليومية. وفي هذا الإطار، برزت الصفحات الإلكترونية المحلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كمنصات مؤثرة، تجمع بين الطابع الإخباري والتفاعلي، وتتيح للمواطن فضاءً قريبًا منه يعكس هويته وانشغالاته.

وفي هذا السياق تتدرج هذه الدراسة التي تناولت الصفات الإلكترونية المحلية في صفحة "سعيدة الإلكترونية"، باعتبارها نموذجًا للإعلام المحلي في شكله الرقمي الجديد. وقد سعت إلى الكشف عن طبيعة المواضيع التي تتناولها الصفحة، والوسائط المعتمدة في عرضها، ولغة الخطاب المستخدمة، إضافة إلى أشكال التفاعل التي تحققها مع جمهورها.

اعتمدت الدراسة منهج تحليل المحتوى لعينة من منشورات الصفحة خلال فترة زمنية محددة، مستندة إلى مقارنة الإعلام الجديد والإعلام المحلي، من أجل رصد الخصائص التي تمنح هذه الصفحة طابعها المميز. وقد توصلت النتائج إلى أن "سعيدة الإلكترونية" تُولي اهتمامًا واسعًا بالقضايا المحلية، وتوظف وسائط متعددة (نصوص، صور، فيديو) بأسلوب يزاوج بين الرسمية والمبسطة، مما عزز مستوى التفاعل وكرّس حضورها كفاعل إعلامي محلي بارز.

إن ما تتضمنه هذه الدراسة من محاور يعكس التحولات التي يشهدها الاتصال في البيئة الرقمية، ويبرز كيف أصبح الإعلام الإلكتروني المحلي عنصرًا أساسيًا في تشكيل الهوية المحلية، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وإعادة تعريف العلاقة بين الإعلام والجمهور في السياق الجزائري.

Résumé

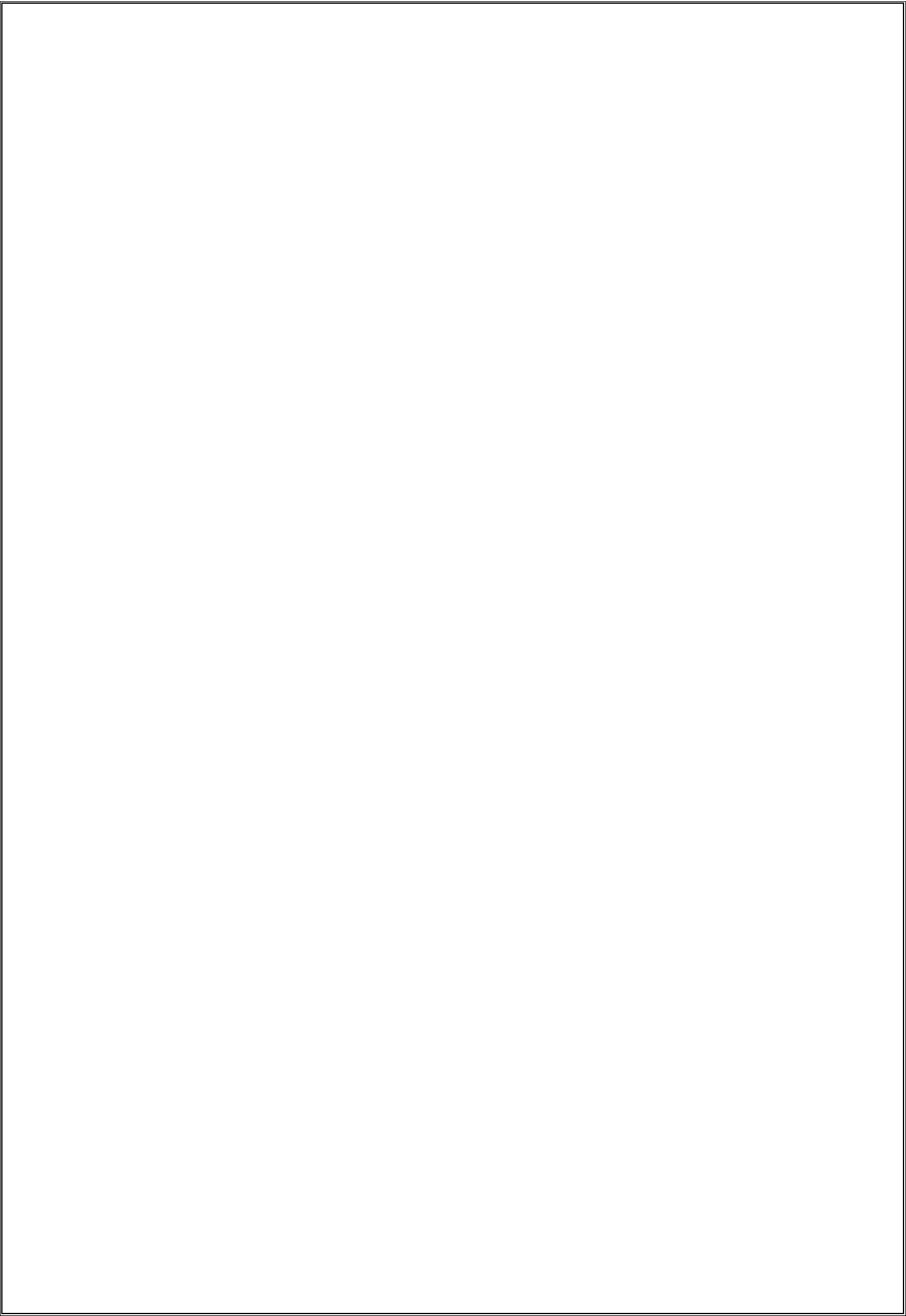
Le monde contemporain connaît un développement accéléré des technologies de la communication et des médias numériques, ce qui a engendré de nouvelles formes de pratiques médiatiques. Parmi les plus marquantes figure **le média électronique local**, devenu un moyen d'expression des préoccupations de la société et de transmission des enjeux quotidiens des citoyens. Dans ce contexte, les pages électroniques locales sur les réseaux sociaux se sont imposées comme des plateformes influentes, combinant la dimension informative et interactive, et offrant aux citoyens un espace proche qui reflète leur identité et leurs préoccupations.

C'est dans cette perspective que s'inscrit cette étude, qui a porté sur **les caractéristiques électroniques locales de la page "Saïda Électronique"**, en tant que modèle du média local dans sa nouvelle forme numérique. L'objectif était de mettre en lumière la nature des sujets abordés par la page, les supports utilisés pour leur présentation, le type de discours adopté ainsi que les formes d'interaction générées avec son public.

L'étude s'est appuyée sur la **méthode d'analyse de contenu**, appliquée à un échantillon de publications de la page durant une période déterminée, et a mobilisé les concepts des nouveaux médias et des médias locaux afin d'identifier les spécificités qui distinguent cette page. Les résultats ont montré que "Saïda Électronique" accorde une grande importance aux questions locales, utilise de manière équilibrée des supports variés (textes,

images, vidéos), et adopte un discours qui combine langue formelle et simplifiée, ce qui a renforcé le niveau d'interactivité et consolidé son rôle en tant qu'acteur médiatique local.

Ainsi, les axes de cette étude reflètent les transformations que connaît la communication dans l'environnement numérique, et mettent en évidence la place centrale qu'occupe le média électronique local dans la formation de l'identité locale, le renforcement de la participation communautaire et la redéfinition de la relation entre médias et publics dans le contexte algérien.



Abstract

The contemporary world is witnessing a rapid development in communication technologies and digital media, which has given rise to new forms of media practices. Among the most prominent is **local electronic media**, which has become a means of expressing community issues and addressing citizens' daily concerns. In this context, local electronic pages on social networks have emerged as influential platforms that combine informative and interactive dimensions, offering citizens a space that reflects their identity and concerns.

Within this framework, the present study examines the **local electronic characteristics of the “Saïda Electronic” page**, as a model of local media in its new digital form. The study aimed to identify the nature of the topics addressed by the page, the media formats it employs, the type of discourse it uses, as well as the patterns of interaction it generates with its audience.

The study relied on the **content analysis method**, applied to a sample of the page's publications over a defined period of time, and was guided by the concepts of new media and local media, in order to highlight the specific features that distinguish this page. The results revealed that “Saïda Electronic” places significant focus on local issues of direct relevance to citizens, employs multiple media formats (texts, images, videos) in a balanced manner, and adopts a discourse that combines both formal and simplified language, thereby enhancing interactivity and consolidating its role as a prominent local media actor.

Overall, the study highlights how local electronic media, through the example of “Saïda Electronic,” has become a key player in the

contemporary communication landscape, contributing to news dissemination, identity formation, community participation, and redefining the relationship between media and audiences in the Algerian context.

المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات متسارعة في مجال الاتصال والإعلام بفعل الثورة الرقمية التي أحدثتها شبكة الإنترنت، وما رافقها من ظهور وسائط جديدة غيرت شكل الممارسة الإعلامية وأساليب تداول المعلومة. فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون هي المصدر الوحيد للأخبار، بل برزت منصات التواصل الاجتماعي كفضاءات بديلة تتيح للأفراد المشاركة في صناعة المعلومة والتفاعل معها في وقت قصير، وهو ما أدى إلى نشوء ما يُعرف بالإعلام التفاعلي أو الإعلام البديل.

وفي خضم هذا التحول، أخذت الصفحات الإلكترونية المحلية مكانة مميزة ضمن المشهد الإعلامي، حيث أصبحت قريبة من المواطن أكثر من أي وقت مضى، تنقل انشغالاته اليومية وتغطي قضاياها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وحتى السياسية، مما جعلها تحظى بمتابعة واسعة وتأثير متنامٍ في تشكيل الرأي العام. ولعل أبرز ما يميز هذه الصفحات هو كونها فضاءً إعلامياً شعبياً يدار من طرف مواطنين عاديين، لكنهم استطاعوا بفضل هذه الأدوات الرقمية أن يملؤوا الفراغ الذي تركته أحياناً وسائل الإعلام التقليدية.

وعلى المستوى الوطني، لم تكن الجزائر بمنأى عن هذه التحولات، إذ عرفت هي الأخرى انتشاراً واسعاً للصفحات الإلكترونية المحلية، خاصة عبر منصة فيسبوك التي أصبحت أداة مركزية للتواصل وتبادل المعلومات. وقد انعكس هذا الانتشار على مستوى جميع ولايات الوطن، حيث تحولت هذه الصفحات إلى مرجع أساسي للمواطن في متابعة الأخبار المحلية والتعبير عن انشغالاته اليومية. وفي هذا السياق، برزت ولاية سعيدة كنموذج غني بالدراسة، نظراً لتعدد الصفحات النشطة فيها، ومنها صفحات ذات طابع شعبي مثل "سعيدة الإلكترونية"، وأخرى ذات طابع رسمي مثل صفحة "إذاعة سعيدة الجهوية".

إن دراسة مثل هذه النماذج لا تنبع فقط من أهمية الموضوع العلمية، بل أيضاً من قيمته العملية، لكونها تساعد على فهم أعمق لدور الإعلام الرقمي المحلي في حياة المواطن الجزائري. فهي محاولة للكشف عن طبيعة المحتوى الإعلامي المنشور، ومدى مساهمة هذه الصفحات في صناعة الرأي العام وتعزيز الهوية المحلية، فضلاً عن إبراز أوجه الاختلاف والتكامل بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية.

وبناءً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتضع بين يدي القارئ مقارنة علمية تجمع بين البعد النظري والتحليل الميداني، وذلك من خلال اختيار نموذجين من الصفحات

الإلكترونية في ولاية سعيدة، قصد الوقوف عند طبيعة المضامين التي تقدمها وكيفية تفاعل الجمهور معها. وستحاول الدراسة الإجابة عن الإشكالية المركزية المتعلقة بدور هذه الصفحات في نقل الأخبار والتأثير على الرأي العام، معتمدة في ذلك على منهج تحليل المحتوى باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع.

وانطلاقاً من هذا التمهيد، يُعالج الفصل الأول من هذه المذكرة الإطار المنهجي للدراسة، من خلال التعريف بالموضوع وأسباب اختياره وأهدافه وإشكاليته وحدوده، إضافة إلى استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة، بما يُمكن من وضع الأساس النظري الذي ستبنى عليه الفصول الموالية.

الفصل الأول

يشكل هذا الفصل الأساس المنهجي الذي تقوم عليه الدراسة، إذ يتناول التعريف بالموضوع وسياقه العام، مع بيان أسباب اختياره وأهدافه العلمية والعملية. كما يحدد الإشكالية والتساؤلات والفرضيات التي توجه البحث، ويعرض حدوده الزمانية والمكانية والموضوعية، إضافة إلى المنهج المعتمد في التحليل. ولا يكتمل الإطار المنهجي إلا باستعراض أبرز الدراسات السابقة ذات الصلة، لتبيان موقع هذه الدراسة ضمن الحقل المعرفي القائم وإبراز قيمتها المضافة. وبذلك يمثل هذا الفصل مدخلًا نظريًا ومرجعياً ضروريًا لفهم الفصول التطبيقية الموالية.

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية في مجال الاتصال والإعلام بفعل الثورة التكنولوجية، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون هي الفاعل الوحيد في الساحة الإعلامية، بل برزت أنماط جديدة من الاتصال الجماهيري تجسدها الوسائط الرقمية وعلى رأسها شبكة الإنترنت وما أفرزته من منصات تواصل اجتماعي وصفحات إلكترونية. لقد سمحت هذه المنصات للمواطن بأن يتحول من متلقٍ سلبي للخبر إلى منتج وفاعل في صياغته وتداوله، وهو ما أدى إلى ما يُعرف بـ "المواطن الصحفي" الذي يشارك في صناعة المعلومة وتوجيه الرأي العام. إن هذا التحول لم يقتصر على الأبعاد التقنية فحسب، بل شمل أيضًا الأبعاد الاجتماعية والثقافية والسياسية، حيث أصبحت الفضاءات الرقمية بمثابة ساحات عامة بديلة يتناقش فيها الأفراد حول قضاياهم اليومية، وتُحدد من خلاله أحيانًا السياسات العامة.

1

وفي سياق هذا التحول، برزت الصفحات الإلكترونية المحلية كأحد أهم مظاهر الإعلام الرقمي الجديد. فهي صفحات تُنشأ على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتُدار عادة من قبل أفراد أو مجموعات محلية، وتهتم بتغطية الأخبار والأحداث التي يعيشها المواطن في محيطه الجغرافي المباشر، مثل قضايا البلدية والحي والولاية. وتكمن أهميتها في قربها من المواطن وتناولها لمشاكله اليومية، ما يجعلها تحظى بمتابعة واسعة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي قد لا تمنح الحيز

¹ دانيال، بيل (2007). (المجتمع الشبكي: الإعلام والسلطة في عصر المعلومات. ترجمة: كمال المصري. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

الكافي لهذه القضايا. إنّ هذه الصفحات لم تعد مجرد فضاءات للتسلية أو الترفيه، بل تحولت إلى منصات مؤثرة في تشكيل الرأي العام المحلي، ونافذة تعكس هموم المجتمع وتطلعاته في الفضاء الرقمي.

وعلى المستوى الجزائري، عرفت السنوات الأخيرة طفرة ملحوظة في إنشاء الصفحات الإلكترونية المحلية التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام التقليدية في نقل المعلومة، بل وتتفوق عليها أحياناً من حيث السرعة والتفاعل. وتُعد ولاية سعيدة نموذجاً بارزاً لهذا التوجه، حيث انتشرت فيها العديد من الصفحات المحلية التي تواكب الأحداث وتغطي انشغالات المواطن، ومن أبرزها صفحة "سعيدة الإلكترونية" التي تنشط في فضاء الإعلام الشعبي، و صفحة "إذاعة سعيدة الجهوية" باعتبارها تمثل الإعلام الرسمي. إنّ الجمع بين هذين النموذجين في الدراسة يسمح بفهم أعمق لطبيعة الإعلام المحلي في زمن الرقمنة، وكيفية تفاعل المواطن مع مصادر مختلفة في الحصول على الأخبار المحلية.

أهمية الدراسة وإشكالياتها وأهدافها

إنّ دراسة مثل هذه النماذج لا تقتصر على الجانب الوصفي فحسب، بل تتعداه إلى محاولة فهم ديناميكيات جديدة في الاتصال والإعلام. فمن الناحية العلمية، تسهم هذه الدراسة في إثراء حقل الدراسات الإعلامية من خلال التركيز على الإعلام المحلي الإلكتروني الذي لم ينل بعد حقه من البحث الأكاديمي. أما من الناحية العملية، فهي تساعد على الكشف عن دور هذه الصفحات في نقل انشغالات المواطن وتعزيز الهوية المحلية، فضلاً عن إبراز أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الإعلام التقليدي. وبالتالي فإن لهذه الدراسة بعدين متكاملين: بعد نظري يسهم في توسيع دائرة المعرفة، وبعد عملي يساهم في تقديم قراءة واقعية حول علاقة الإعلام بالمجتمع المحلي.

إشكالية البحث الرئيسية وتساؤلاته

وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الصفحات الإلكترونية المحلية في ولاية سعيدة، من خلال المقارنة بين صفحة "سعيدة الإلكترونية" و صفحة إذاعة سعيدة الجهوية. وتنطلق الإشكالية المركزية للدراسة من التساؤل التالي:

كيف تسهم الصفحات الإلكترونية المحلية في نقل الأخبار والتأثير على الرأي العام بولاية سعيدة، وما هي أوجه الاختلاف والتكامل بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية؟

تهدف هذه الدراسة بالدرجة الأولى إلى فهم الدور الذي تلعبه الصفحات الإلكترونية المحلية في المشهد الإعلامي الجزائري، مع التركيز على ولاية سعيدة كنموذج تطبيقي. ويتفرع عن هذا الهدف العام جملة من الأهداف الخاصة، مثل التعرف على طبيعة

المحتوى الإعلامي المنشور في الصفحات المحلية، والكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين الإعلام الشعبي والإعلام الرسمي، بالإضافة إلى محاولة تقييم مدى مساهمة هذه الصفحات في تعزيز الهوية المحلية للمجتمع. كما تسعى الدراسة إلى تقديم إضافة علمية للمكتبة الجامعية الجزائرية من خلال تناول موضوع جديد نسبياً، وفي الوقت نفسه له أهمية متزايدة في الحياة اليومية للمواطن. وبذلك يمكن القول إن هذه الدراسة تسعى إلى الجمع بين الطموح الأكاديمي والإفادة العملية، بما يضمن إثراء الدراسات الأكاديمية حول الإعلام المحلي الإلكتروني في الجزائر.

تنطلق هذه الدراسة من مجموعة من الفرضيات التي تحاول اختبارها عبر التحليل والتفسير، ومن أبرزها أن الصفحات الإلكترونية المحلية تشكل امتداداً لوسائل الإعلام التقليدية لكنها أكثر سرعة وتفاعلية؛ وأن الصفحات الشعبية مثل "سعيدة الإلكترونية" تركز على الأحداث اليومية والقضايا الاجتماعية أكثر من الصفحات الرسمية؛ كما أن هذه الصفحات تساهم في تعزيز الهوية المحلية والانتماء للمجتمع؛ وأخيراً فإن العلاقة بين الصفحات الشعبية والرسمية ليست علاقة تنافس فقط، بل علاقة تكامل أيضاً في بعض الأحيان. وتبقى هذه الفرضيات بحاجة إلى البرهنة عليها ميدانياً وفق ما تسفر عنه النتائج التطبيقية¹.

إن الإشكالية التي يقوم عليها هذا البحث لا يمكن الإجابة عنها من خلال سؤال رئيسي واحد فقط، بل تتفرع عنها مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تُوجه الدراسة، ومنها: ما طبيعة الموضوعات التي تعالجها الصفحات الإلكترونية المحلية في ولاية سعيدة؟ ما الفروق الجوهرية بين الصفحات الشعبية والرسمية من حيث اللغة والأسلوب والمضمون؟ ما مدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحات وكيف يعبر عن آرائه وانشغالاته؟ إلى أي مدى تسهم هذه الصفحات في تعزيز الهوية المحلية للمجتمع؟ وكيف تتقاطع أو تختلف هذه الصفحات مع وسائل الإعلام التقليدية في نقل الأخبار وصناعة الرأي العام؟ وهل يمكن اعتبارها بديلاً حقيقياً للإعلام التقليدي أم مجرد مكمل له في ظل التطورات التكنولوجية؟ وما هي حدود تأثيرها مقارنة بوسائل الإعلام الوطنية أو العالمية؟

حدود الدراسة

إن تحديد حدود أي دراسة يُعد خطوة أساسية لضبط مسارها وتوضيح مجال اشتغالها. وفي هذا البحث، تم الاقتصار موضوعياً على دراسة الصفحات الإلكترونية المحلية

¹ عبد الحميد، كمال (2014). (مناهج البحث في الإعلام والاتصال). القاهرة: دار عالم الكتب.

دون غيرها من أشكال الإعلام الرقمي مثل المواقع الإخبارية أو القنوات الإلكترونية. أما من الناحية المكانية، فقد تم التركيز على ولاية سعيدة كنموذج تطبيقي، حيث تم اختيار صفحتين بارزتين هما: "سعيدة الإلكترونية" التي تمثل الإعلام الشعبي، و"إذاعة سعيدة الجهوية" التي تمثل الإعلام الرسمي. ويعود اختيار هذه الولاية إلى خصوصيتها الاجتماعية والثقافية، فضلاً عن وجود تنوع في الصفحات المحلية النشطة بها، مما يسمح بتحقيق أهداف الدراسة واستخلاص نتائج ذات دلالة علمية حول دور الإعلام الرقمي في الحياة المحلية، خاصة في ظل التحولات التي يشهدها المجتمع الجزائري من حيث تزايد الاعتماد على الوسائط الرقمية للتعبير عن الانشغالات والتطلعات.

أما من الناحية الزمنية، فقد حُددت فترة التحليل بسنة 2023 كاملة، وذلك قصد رصد المحتوى المنشور خلال عام كامل بما يسمح بالكشف عن اتجاهات النشر وأنماطه. وبالنسبة للحدود المنهجية، فقد تم اعتماد منهج تحليل المحتوى الذي يتيح الجمع بين البعدين الكمي والكيفي، بما ينسجم مع طبيعة الموضوع الذي يجمع بين تحليل البيانات العددية واستكشاف الدلالات والمعاني.

المنهج المعتمد في الدراسة

إن اختيار المنهج العلمي الملائم يُعدّ من أهم الخطوات التي تحدد مصداقية أي بحث. وفي هذه الدراسة، تم اعتماد منهج تحليل المحتوى¹ باعتباره الأنسب لطبيعة موضوع البحث. فالدراسة لا تقتصر على مجرد وصف الصفحات أو محتواها، بل تسعى إلى تحليل المضمون الإعلامي الذي تقدمه وكشف دلالاته واتجاهاته. كما أن هذا المنهج يسمح بالجمع بين التحليل الكمي الذي يعتمد على الإحصاء والتصنيف، والتحليل الكيفي الذي يهتم بالمعاني والسياقات. ويمتاز هذا المنهج بقدرته على معالجة النصوص الإعلامية المنشورة عبر الوسائط الرقمية، بما يضمن الوصول إلى نتائج موضوعية وقابلة للتعميم. ومن خلاله يمكن رصد طبيعة المضامين، أنماط التغطية، الأساليب اللغوية، وطبيعة التفاعل الذي تولده هذه الصفحات، مما يجعله يساهم في إثراء الأدبيات الأكاديمية حول الإعلام المحلي في الجزائر.

كما أن هذا المنهج يُمكن من الجمع بين الموضوعية والعمق في آن واحد، إذ يوفر التحليل الكمي إمكانية معرفة التكرارات والنسب المئوية للموضوعات المتناولة، بينما يوفر التحليل الكيفي إمكانية فهم أبعاد الخطاب الإعلامي واستجلاء دلالاته. وبذلك فإن

¹ Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: SAGE.

الاعتماد على تحليل المحتوى في هذه الدراسة يضمن مقاربة شاملة ومتعددة الأبعاد لموضوع البحث، ويسمح بالوصول إلى نتائج علمية دقيقة قادرة على الإجابة على إشكالياتها بشكل متكامل.

الدراسات السابقة

إن أي بحث علمي لا يمكن أن يُبنى في فراغ معرفي، بل لابد أن يستند إلى تراكم معرفي سابق يتمثل في الدراسات السابقة. وفي موضوعنا هذا، يمكن الإشارة إلى مجموعة من الدراسات التي اهتمت بالإعلام الإلكتروني المحلي أو بالصفحات الرقمية. ومن بينها:

- دراسة **عبد القادر بن دادة (2018)** (التي ركزت على الطابع الإخباري للصفحات الإلكترونية في الجزائر، وخلصت إلى أنها أصبحت مصدرًا بديلًا للأخبار لكنها تعاني من ضعف التحقق من المعلومة¹).
- دراسة **سعاد بوشارب (2020)** (التي بحثت في العلاقة بين الصفحات الإلكترونية والهوية الثقافية، وأكدت أن هذه الصفحات تسهم في إبراز الخصوصيات المحلية والحفاظ على الموروث الثقافي²).
- دراسة **محمد الأمين خليف (2021)** (التي تطرقت إلى التفاعل الرقمي للجمهور مع الصفحات، وأثبتت أن التعليقات والمشاركات تعكس وعيًا اجتماعيًا متناميًا).
- دراسة **حكيم زروقي (2022)** (التي اهتمت بالصفحات الإذاعية الجهوية عبر فيسبوك، وبيّنت أن هذه الصفحات الرسمية تحاول التقرب من المواطن والتفاعل معه رغم بعض القيود الإدارية).

ومن خلال مراجعة هذه الدراسات، يمكن القول إنها شكلت إضافة مهمة في حقل الإعلام الرقمي المحلي، غير أنها ظلت محدودة من حيث المجال المكاني والموضوعي. إذ ركزت معظمها على ولايات معينة أو على جوانب محددة مثل الطابع الإخباري أو الهوية أو التفاعل، ولم تقدم مقاربة شاملة تجمع بين التحليل الكمي والكيفي في آن واحد.

¹ بن دادة، عبد القادر (2018). "الصفحات الإخبارية عبر فيسبوك كمصدر بديل للأخبار: دراسة ميدانية بولايات الغرب الجزائري". *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة وهران 2، العدد 12.

² بوشارب، سعاد (2020). "الإعلام الرقمي والهوية الثقافية: دراسة تحليلية لصفحات التواصل الاجتماعي". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الجزائر 3، العدد 7.

كما أنها لم تتناول ولاية سعيدة كحالة تطبيقية، ولم تجر مقارنات بين الصفحات الشعبية والرسمية في بيئة واحدة.

ومن هنا تكمن القيمة المضافة لهذه الدراسة، حيث تسعى إلى سد هذه الثغرات من خلال اختيار ولاية سعيدة كإطار مكاني، واعتماد منهجية مزدوجة تجمع بين التحليل الكمي والكيفي، مع المقارنة بين الإعلام الشعبي والإعلام الرسمي. ومن شأن هذه المقاربة أن تقدم رؤية أكثر عمقاً لفهم طبيعة الإعلام المحلي في الجزائر، وكيفية مساهمته في تشكيل الرأي العام وتعزيز الهوية المحلية.

إنّ الجانب المنهجي يُعدّ بمثابة العمود الفقري لأي بحث علمي، إذ يحدد معالمه ومساره ويوجه خطواته نحو تحقيق الأهداف المرجوة. وقد تناول هذا الفصل التعريف بموضوع الدراسة وسياقه العام، مع إبراز أهمية اختياره والأهداف المرجوة منه، فضلاً عن تحديد الإشكالية والفرضيات والتساؤلات التي يسعى البحث إلى الإجابة عنها. كما تطرق إلى حدود الدراسة من حيث الموضوع والمكان والزمان، مع تبرير اختيار منهج تحليل المحتوى باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع. إضافة إلى ذلك، عرضنا مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة، مع بيان أوجه الاستفادة منها والقصور الذي شابها، لتبرز من خلالها القيمة المضافة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقديمها. وبذلك يكون هذا الفصل قد وضع الأساس النظري والمنهجي الذي سنبني عليه الفصول الموالية، خاصة فيما يتعلق بالجانب التطبيقي الذي يهدف إلى تحليل مضمون الصفحات الإلكترونية المحلية بولاية سعيدة وفهم دورها في نقل الأخبار والتأثير على الرأي العام وتعزيز الهوية المحلية في ظل التحولات الرقمية الراهنة.

يُعدّ الجانب النظري في أي بحث علمي ضرورة لا غنى عنها، لأنه يمنح الدراسة أسسها المفاهيمية، ويؤطرها ضمن سياق أكاديمي يحدد ملامحها وحدودها. فالحديث عن الصفحات الإلكترونية المحلية لا يمكن أن يكون حديثاً مباشراً دون المرور عبر بوابة الإعلام الإلكتروني أولاً، باعتباره الإطار الأشمل الذي تنتمي إليه هذه الصفحات. ومن ثمّ يصبح من الضروري التطرق إلى مفهوم الإعلام الإلكتروني، خصائصه المميزة، وتطوراتها في الساحة العربية والجزائرية، وصولاً إلى خصوصيات الإعلام الإلكتروني المحلي.

كما أن الصفحات الإلكترونية المحلية تمثل في حد ذاتها ظاهرة إعلامية تستدعي الوقوف عند تعريفها الدقيق، وتحليل وظائفها المتعددة في خدمة المجتمع، سواء من

حيث الإخبار، التثقيف، أو بناء الهوية المحلية. ولا يمكن إغفال التحديات التي تواجهها هذه الصفحات، بما في ذلك مشكلات المصداقية، التمويل، وضعف التأطير المهني¹.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الإلكتروني

يُعتبر الإعلام الإلكتروني من أبرز التحولات التي شهدتها العالم المعاصر في مجال الاتصال والإعلام، إذ غيّر بشكل جذري من طرق إنتاج المحتوى ونشره والتفاعل معه. فبعد أن كان الإعلام التقليدي (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة الورقية) يعتمد على أحادية التدفق من المرسل إلى المتلقي، جاء الإعلام الإلكتروني ليحدث ثورة في البنية الاتصالية من خلال الاعتماد على الوسائط الرقمية والتفاعلية، مما أتاح مشاركة الجمهور بشكل فعال في صناعة الرسالة الإعلامية. ولأن موضوع دراستنا يتعلّق بالصفحات الإلكترونية المحلية، فمن الضروري أولاً الوقوف على مفهوم الإعلام الإلكتروني بصفة عامة، ثم إبراز أهم خصائصه التي تميّزه عن باقي أشكال الإعلام التقليدي.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الإلكتروني وأهم خصائصه

أولاً: تعريف الإعلام الإلكتروني

شهدت العقود الأخيرة بروز مصطلح "الإعلام الإلكتروني" كأحد المفاهيم المركزية في حقل علوم الإعلام والاتصال، وهو تعبير عن التحولات الجذرية التي عرفت في العملية الاتصالية نتيجة الثورة الرقمية. فقد أصبح الإعلام الإلكتروني يُعرّف بطرق متعددة، تبعاً لاختلاف الزاوية التي ينظر منها الباحثون إليه.

. التعريف اللغوي والاصطلاحي:

كلمة "إلكتروني" تُحيل مباشرة إلى استخدام الوسائط الرقمية أو التكنولوجيا القائمة على الحواسيب والشبكات. وعليه، فإن الإعلام الإلكتروني هو ذلك الإعلام الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لإنتاج الرسائل الإعلامية وتوزيعها عبر الوسائط الرقمية.

. التعريف الوظيفي:

يرى بعض الباحثين أنّ الإعلام الإلكتروني هو "النشاط الاتصالي الذي يتم من خلال شبكة الإنترنت والوسائط الرقمية، ويتيح نقل الأخبار والمعلومات

¹ Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

والمعارف والآراء إلى جمهور واسع في وقت قياسي، مع إمكانية التفاعل الفوري بين المرسل والمتلقي" ¹

• التعريف التاريخي:

يعتبره آخرون المرحلة الرابعة من تطور وسائل الإعلام عبر التاريخ؛ إذ انتقل الإنسان من الإعلام الشفوي، إلى الإعلام المكتوب، إلى الإعلام السمعي البصري، وصولاً إلى الإعلام الرقمي أو الإلكتروني، الذي يجمع بين جميع الأشكال السابقة ويوسع من وظائفها ²

• التعريف التفاعلي:

كما قدّم بعض الباحثين تعريفاً معاصراً أكثر دقة، مفاده أن الإعلام الإلكتروني هو "الإعلام الذي يكسر أحادية الاتصال التقليدي، ويحوّل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى فاعل مشارك في صياغة الرسالة الإعلامية، عبر التفاعل، المشاركة، وإنتاج المحتوى الموازي" ³

انطلاقاً من هذه التعريفات، يمكن أن نستخلص تعريفاً إجرائياً نعمل به في هذه الدراسة، وهو أن الإعلام الإلكتروني يمثل:

"مجمل الأنشطة الاتصالية التي تُنتج وتُوزع عبر الوسائط الرقمية وشبكة الإنترنت، والتي تتميز بسرعة الانتشار، التفاعلية، وإمكانية مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى الإعلامي".

ثانياً: أهم خصائص الإعلام الإلكتروني

يتميّز الإعلام الإلكتروني بخصائص جعلته مختلفاً جذرياً عن الإعلام التقليدي، ومن أبرزها:

1. السرعة الفائقة في نقل الأخبار:

الإعلام التقليدي، مثل الصحف المطبوعة، كان يحتاج إلى وقت طويل لإعداد المادة الصحفية وطبعها وتوزيعها. بينما الإعلام الإلكتروني ينقل الأخبار لحظة بلحظة، وقد يكون الصحفي في موقع الحدث ويبث مباشرة عبر المنصات

¹ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات، دار الكتاب الجامعي، 2012.

² محمد عبد الحميد، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة، القاهرة: عالم الكتب، 2016.

³ سعيد إسماعيل، الإعلام الرقمي والاتصال التفاعلي، دار الفكر الجامعي، 2018.

الرقمية. مثال ذلك الصفحات الإخبارية المحلية على "فيسبوك" التي تواكب الأحداث اليومية في الجزائر وتنقلها فوراً.

2. التفاعلية: (Interactivity)

بخلاف الصحافة الورقية أو نشرات التلفزيون، يتيح الإعلام الإلكتروني إمكانية الرد الفوري من الجمهور، سواء عبر التعليق، الإعجاب، أو المشاركة. وهنا يتحوّل المتلقي إلى طرف نشط في العملية الاتصالية، بل قد يؤثر في أجندة النشر عبر إبداء اهتمامه بموضوع معين.

3. التكاملية وتعدد الوسائط: (Multimedia)

الإعلام الإلكتروني لا يقتصر على النصوص المكتوبة، بل يمزج بين النص والصوت والصورة والفيديو والرسوم التوضيحية. هذا التكامل يجعل الرسالة الإعلامية أكثر وضوحاً وتأثيراً، ويمنحها قدرة إقناعية تفوق الوسائل التقليدية¹.

4. العالمية مع الطابع المحلي:

من أبرز خصائص الإعلام الإلكتروني أنّه يتجاوز الحدود الجغرافية، فبإمكان أي صفحة محلية أن تصل أخبارها إلى الجاليات في الخارج. مثلاً، صفحة "سعيدة الإلكترونية" يمكن أن يتابعها مهاجرون من مدينة سعيدة في فرنسا أو كندا.

5. إمكانية التخزين والأرشفة:

كل محتوى يُنشر عبر الوسائط الإلكترونية يمكن الاحتفاظ به والرجوع إليه لاحقاً، على عكس الصحافة المكتوبة التي قد تتلف أو تُفقد. وهذا مكّن الباحثين من دراسة المحتويات الإعلامية وتحليلها بدقة عبر الزمن.

6. انخفاض التكاليف وسهولة الإنشاء:

إنشاء جريدة ورقية أو قناة تلفزيونية يتطلب ميزانية ضخمة، بينما يمكن لشخص واحد أن ينشئ صفحة إلكترونية محلية عبر "فيسبوك" أو موقع بسيط بأدوات مجانية، مما يفسر الانتشار الكبير للصفحات الإلكترونية المحلية.

7. إمكانية التخصيص: (Customization)

بفضل الخوارزميات، يستطيع الإعلام الإلكتروني أن يوجّه الأخبار لكل فرد حسب اهتماماته. وهذا يزيد من تأثيره وارتباطه بجمهوره المستهدف.

الإعلام الإلكتروني ليس مجرد امتداد للصحافة أو التلفزيون، بل هو ثورة اتصالية متكاملة غيرت من طبيعة العلاقة بين الإعلام والمتلقي، وجعلت منه ساحة مفتوحة

¹ عبد الله الدنان، الإعلام الرقمي: نظريات وتطبيقات، دمشق: دار الفكر، 2019.

للتعبير الحر، التفاعل المباشر، والنشر الفوري، مع إمكانية الوصول إلى جماهير محلية وعالمية في آن واحد.

المطلب الثاني: تطور الإعلام الإلكتروني في الجزائر والعالم العربي

إنّ تطور الإعلام الإلكتروني لم يكن حدثاً فجائياً، بل هو مسار تراكمي ارتبط بتحويلات تقنية كبرى شهدتها العالم منذ ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي مع انتشار شبكة الإنترنت. هذا التطور أخذ طابعاً متدرجاً في المنطقة العربية عموماً، وفي الجزائر خصوصاً، حيث تداخلت عوامل متعددة: تقنية، سياسية، اجتماعية، وثقافية، لتشكّل ملامح الإعلام الإلكتروني كما نعرفه اليوم.

أولاً: التطور العالمي وتأثيره في العالم العربي

لقد بدأ الإعلام الإلكتروني عالمياً في شكل مواقع إخبارية بسيطة تُعيد نشر مضامين الصحف الورقية على الشبكة، وذلك في أوائل التسعينيات، خصوصاً في الولايات المتحدة وأوروبا. ومع اتساع نطاق الإنترنت وظهور تقنيات الويب 2.0 في بداية الألفية الثالثة، أصبح الإعلام أكثر تفاعلية، حيث أُتيحت للقراء فرصة التعليق والمشاركة، لتنتقل العلاقة بين الوسيلة والجمهور من "التلقي" إلى "التفاعل".

تأثر العالم العربي بهذه الموجة بدرجات متفاوتة، حيث كانت البداية في دول الخليج العربي ومصر ولبنان، إذ ظهرت أولى المواقع الإخبارية العربية المستقلة في منتصف التسعينيات، مثل موقع "إيلاف" (2001) الذي يُعتبر رائداً في الإعلام الإلكتروني المستقل بالعالم العربي. ومع بداية الألفية، توسع حضور القنوات الفضائية العربية (كالجزيرة والعربية) إلى الفضاء الإلكتروني، فأصبحت مواقعها الإلكترونية منصات إخبارية بحد ذاتها¹.

ثانياً: تطور الإعلام الإلكتروني في الجزائر

شهدت الجزائر دخول الإنترنت رسمياً في منتصف التسعينيات، غير أنّ ضعف البنية التحتية التقنية في البداية جعل انتشار الإعلام الإلكتروني محدوداً. ومع ذلك، ظهرت بعض التجارب الأولى لمواقع إخبارية جزائرية كانت في الغالب امتداداً للصحف الورقية، مثل "الخبر" و"الشروق"، حيث بدأت هذه المؤسسات في إطلاق مواقع إلكترونية لإعادة نشر مقالاتها.

¹ الخولي، علي عبد الفتاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس والتطبيقات. القاهرة: دار الفكر العربي، 2010.

ومع حلول العقد الثاني من الألفية (2010 فصاعدًا)، بدأ الإعلام الإلكتروني في الجزائر يأخذ طابعًا أكثر استقلالية، حيث ظهرت مواقع إخبارية رقمية لا ترتبط بالصحف التقليدية، مثل TSA "عربي (Tout sur l'Algérie)"، و"كل شيء عن الجزائر"، التي سرعان ما حازت مكانة مهمة بفضل سرعة التحديث والتغطية اللحظية للأحداث¹.

كما ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تسريع انتشار الإعلام الإلكتروني بالجزائر، خصوصًا مع الاستخدام الواسع لـ "فيسبوك" الذي تحوّل إلى منصة لنشر الأخبار، بل وحتى لبروز صفحات محلية أصبحت تمارس أدوارًا إعلامية موازية للصحف التقليدية. وقد تجلّى هذا بشكل واضح خلال الحراك الشعبي سنة 2019، حيث لعب الإعلام الإلكتروني والصفحات المحلية دورًا حاسمًا في نقل صور الاحتجاجات وتنظيم التفاعل الجماهيري².

ثالثًا: التحديات والرهانات في العالم العربي والجزائر

رغم التطور السريع، إلا أنّ الإعلام الإلكتروني في المنطقة العربية عامة، والجزائر خاصة، ما يزال يواجه تحديات متعددة، يمكن إجمالها فيما يلي:

1. غياب التشريعات الواضحة:
لم تواكب القوانين الإعلامية التطورات الرقمية، ما جعل الكثير من المواقع الإلكترونية تعمل في منطقة "فراغ قانوني".
2. المصداقية والتحقيق من الأخبار:
بسبب سرعة النشر، برزت مشكلة الأخبار الزائفة أو غير المؤكدة، وهو ما أضعف أحيانًا ثقة الجمهور في بعض المنصات.
3. التمويل والاستدامة:
أغلب المواقع الإلكترونية العربية والجزائرية تعتمد على الإعلانات كمورد أساسي، مما يجعلها عرضة لأزمات مالية متكررة.
4. المنافسة مع شبكات التواصل الاجتماعي:
حيث لم تعد المواقع الإخبارية وحدها منبعًا للمعلومة، بل صارت تنافسها صفحات محلية، مدونون، وحتى المواطن الصحفي.

¹ لعويسي، أحمد. الإعلام الجديد والتحوّلات الاجتماعية في الجزائر. مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2016.

² بوسماحة، زينب. الإعلام الإلكتروني في الجزائر: دراسة تحليلية لموقع "كل شيء عن الجزائر". مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2018.

رابعاً: ملامح التحول الرقمي الجديد

يمكن القول إنّ الإعلام الإلكتروني في الجزائر والعالم العربي دخل اليوم مرحلة جديدة مع انتشار الهواتف الذكية، التطبيقات الإخبارية، والبث المباشر عبر "يوتيوب" و"تيك توك"، حيث لم يعد الإعلام حكراً على المؤسسات، بل صار فضاءً مفتوحاً للجميع. هذه التحولات أعطت الإعلام الإلكتروني ديناميكية كبيرة، لكنها في الوقت نفسه طرحت إشكالات جديدة تتعلق بأخلاقيات المهنة، وضبط المعلومة، والحفاظ على المهنية في بيئة مفتوحة.

يتضح مما سبق أنّ تطور الإعلام الإلكتروني في الجزائر والعالم العربي لم يكن مجرد عملية تقنية مرتبطة بالإنترنت، بل هو تحول اجتماعي وسياسي وثقافي أثر بعمق في علاقة الفرد بالمعلومة، وفي دور الإعلام في تشكيل الرأي العام.

3.1.1 المطلب الثالث: الإعلام الإلكتروني المحلي وتميّزه عن الإعلام الوطني

يُعَدّ الإعلام الإلكتروني المحلي أحد الأشكال الجديدة للتواصل الرقمي الذي اكتسب مكانة متزايدة في البيئة الاتصالية الحديثة، حيث أصبح لا يكتفي بمجرد نقل الأخبار أو إعادة إنتاج محتويات الإعلام الوطني، بل يركّز بشكل خاص على القضايا ذات الطابع المحلي التي تلامس الحياة اليومية للمواطن في محيطه الجغرافي والاجتماعي المباشر. وإذا كان الإعلام الإلكتروني الوطني يتسم بالشمول والاتساع، من حيث تغطيته للقضايا الكبرى التي تهتم الدولة بكاملها، فإن الإعلام الإلكتروني المحلي يركز على الخصوصيات الدقيقة للمجتمع المحلي، ويعكس همومه وتطلعاته ومشكلاته بصورة أكثر قرباً وملازمة للواقع¹.

إن تميّز الإعلام المحلي الإلكتروني يتجلى أولاً في الطابع الجغرافي والموضوعاتي للمحتوى، إذ نجد أن الصفحات المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي، أو المنصات الإخبارية ذات الطابع الجهوي، تهتم بشكل أساسي بنقل أخبار المدينة أو الولاية: حركة المرور، مشكلات التهيئة العمرانية، قضايا الصحة المحلية، المبادرات الشبابية، الأنشطة الثقافية والفنية، وحتى الطقوس الاجتماعية والاحتفالات الشعبية. بينما يظل الإعلام الوطني موجّهاً بالدرجة الأولى إلى أجندة الأحداث السياسية والاقتصادية الكبرى ذات الطابع المركزي، مثل القرارات الحكومية، السياسات العمومية، أو التطورات الإقليمية والدولية.

¹ السعيد، منى (2016). الإعلام المحلي ودوره في التنمية المجتمعية. دار النهضة العربية، بيروت.

كذلك، يختلف الإعلام الإلكتروني المحلي عن الوطني من حيث الجمهور المستهدف . فالجمهور الذي يتابع الصفحات المحلية هو في الغالب من أبناء المنطقة أنفسهم، وهو جمهور متفاعل بقوة، يشارك بالصور والتعليقات والنقاشات، ويعتبر هذه المنصات فضاءً للتعبير عن مشكلاته واقتراح الحلول. وعلى عكس ذلك، فإن الإعلام الوطني يخاطب جمهوراً واسعاً متنوعاً من مختلف أنحاء الوطن، وقد تكون أولوياته مختلفة أحياناً عن الأولويات المحلية.

إضافة إلى ذلك، يتميز الإعلام المحلي الإلكتروني بقدر أكبر من التفاعلية والآنية . فالخبر المحلي غالباً ما يُنشر من طرف مواطنين عاديين (صحافة المواطن) عبر إرسال صور أو فيديوهات مباشرة للحدث، وهو ما يمنحه طابعاً سريعاً وموثوقاً نسبياً، باعتباره صادراً من عين المكان. أما الإعلام الوطني، فيخضع في الغالب لسلسلة تحريرية أكثر رسمية، ما يجعله أقل سرعة في نقل الحدث المحلي البسيط، وإن كان أكثر انضباطاً من حيث القواعد المهنية للتحرير.

كما يكتسب الإعلام الإلكتروني المحلي شرعية خاصة من خلال قدرته على خلق هوية مشتركة بين أبناء المنطقة، فهو يُعيد إنتاج الرموز الثقافية والعادات الاجتماعية المحلية، ويُبرزها كجزء من الحياة اليومية، مثل إبراز لهجات أهل المنطقة، أو تغطية الأكلات الشعبية، أو الاحتفالات الدينية والوطنية ذات الطابع المحلي. بينما يقدم الإعلام الوطني الهوية الوطنية الجامعة، التي تسعى إلى دمج كل المكونات المحلية في إطار كلي موحد¹.

وفي السياق الجزائري، على سبيل المثال، يمكن أن نلاحظ أن صفحات مثل “سعيدة الإلكترونية” أو “وهران نيوز” أو “سطيف اليوم” تركز على القضايا اليومية التي تشغل المواطن المحلي، مثل انقطاع المياه أو مشاكل الطرقات أو برامج الأنشطة الثقافية في دار الثقافة، في حين أن الإعلام الوطني كقناة “النهار” أو “الشروق نيوز” يعالج قضايا الإصلاحات الاقتصادية أو المفاوضات السياسية أو العلاقات الخارجية. هذا التباين يوضح أن كلاً من الإعلام المحلي والوطني يلعب دوراً مكملًا للآخر: الأول يقرب المواطن من قضاياها المباشرة، والثاني يضعه في صورة التوجهات العامة للبلاد.

ويُضاف إلى ذلك أن الإعلام المحلي الإلكتروني يتأثر كثيراً بمستوى الإمكانيات التقنية والبشرية المتاحة، فهو غالباً يعتمد على جهود فردية أو جماعية صغيرة، وقد لا يمتلك فريق تحرير متكامل مثل المؤسسات الوطنية الكبرى. ورغم هذا القصور، فإنه

¹ بن سعدة، فوزي: الإعلام الإلكتروني في الجزائر: الواقع والرهانات، مجلة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020.

يظل أكثر قرباً ومصادقية في نظر المتلقي المحلي، لأنه يعكس واقعاً معاشاً، بعيداً عن لغة البروتوكول أو الخطاب الرسمي.

إذن، يمكن القول إن الإعلام الإلكتروني المحلي يتميز عن الإعلام الوطني من خلال أربعة أبعاد أساسية:

1. البعد الجغرافي: محلي مقابل وطني.
2. البعد الموضوعاتي: قضايا يومية محلية مقابل قضايا كبرى وطنية.
3. البعد التفاعلي: مشاركة مباشرة من الجمهور المحلي مقابل معالجة مهنية رسمية.
4. البعد الهوياتي: إبراز الخصوصيات الثقافية المحلية مقابل تقديم الهوية الوطنية الجامعة.

هذا التمايز لا يعني الانفصال أو التناقض بينهما، بل يشير إلى وجود تكامل وظيفي في منظومة الإعلام الجزائري، حيث يُسهم الإعلام المحلي الإلكتروني في تغطية الفضاءات التي قد يغفل عنها الإعلام الوطني، ويمنح المواطن فرصة المشاركة في إنتاج المحتوى، وهو ما يعزز من دينامية المشهد الاتصالي ويثري التعددية الإعلامية في البلاد.

المبحث الثاني: الصفحات الإلكترونية المحلية

يُعتبر ظهور الصفحات الإلكترونية المحلية أحد أبرز مخرجات ثورة الإعلام الرقمي، إذ لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي تقتصر على الترفيه والتواصل الشخصي، بل تحولت إلى فضاءات إعلامية بديلة، تقوم بدور الصحافة المحلية في نقل الأحداث، والتفاعل مع انشغالات المواطن، وإيصال صوته في قضايا مجتمعه المباشر. وفي هذا الإطار، برزت صفحات محلية عديدة في مختلف المدن والقرى الجزائرية، مثل صفحة "سعيدة الإلكترونية"، التي شكّلت نموذجاً لهذا النوع من الإعلام الجديد، بما تحمله من سمات التغطية الآنية، والتفاعل المباشر، والتجذر في البيئة الاجتماعية المحلية.

المطلب الأول: تعريف الصفحات الإلكترونية المحلية

يمكن تعريف الصفحات الإلكترونية المحلية بأنها منصات إعلامية غير تقليدية، تنشأ غالباً على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك...)، ويقوم عليها أفراد أو مجموعات محلية، بهدف تغطية أخبار ومشاكل وإنجازات البيئة القريبة (المدينة، البلدية، الدائرة، أو حتى الحي). وتتميز هذه الصفحات بكونها:

1. وسيطاً إعلامياً رقمياً محلياً: أي أنها تركز على الأخبار والمواضيع ذات الصلة المباشرة بالمجتمع المحلي، مثل مشاكل الطرقات، أخبار الجمعيات، الفعاليات الثقافية، الحوادث، أو المبادرات التطوعية.
2. مبادرة شبكية غير مؤسسية: في الغالب لا تخضع هذه الصفحات لهيكلية إعلامية رسمية كما هو الحال في الصحف أو القنوات، بل يديرها شباب أو ناشطون محليون بروح تطوعية أو بدافع مجتمعي¹.
3. وسيلة للتواصل والتعبير الشعبي: إذ تمنح للأفراد العاديين فضاءً للتفاعل، إبداء الرأي، ونقل معاناتهم بشكل مباشر وفوري، ما يجعلها أحياناً بديلاً للإعلام التقليدي الذي قد يغفل عن هذه القضايا.

ومن الناحية الأكاديمية، يمكن القول إن هذه الصفحات تُشكّل حلقة وصل بين المواطن والفضاء العمومي الرقمي، حيث تتحول إلى ما يشبه "صحافة المواطن (Citizen Journalism) على المستوى المحلي. فهي تتيح مشاركة المحتوى، وتبادل المعلومات، وتُعيد صياغة العلاقة بين الإعلام والجمهور، لتجعل المتلقي مشاركاً فاعلاً لا مجرد متلقٍ سلبي.

كما أن خصوصية الصفحات الإلكترونية المحلية تكمن في:

- . الارتباط بالمجال الجغرافي المحدود: فهي تغطي نطاقاً جغرافياً ضيقاً (مدينة، بلدية...) بخلاف الصفحات الوطنية أو الدولية.
- . الطابع المجتمعي: تُركز على القضايا اليومية الملموسة التي تهمّ المواطن البسيط، ما يجعلها أكثر قرباً من الجمهور.
- . الاعتماد على التفاعلية والآنية: حيث يتم نشر الأحداث فور وقوعها، ويُتاح للجمهور التعليق والمشاركة بشكل لحظي.

وقد اعتبر العديد من الباحثين أنّ هذه الصفحات تمثل نمطاً جديداً من الإعلام المحلي الرقمي، يتجاوز النمط التقليدي للصحافة الورقية المحلية، بفضل استخدامه تقنيات الوسائط المتعددة (صور، فيديوهات، بث مباشر)، وما يتيح من سرعة في نقل الخبر وتوثيقه.

المطلب الثاني: وظائف الصفحات المحلية في خدمة المجتمع

تُعدّ الصفحات الإلكترونية المحلية إحدى أهم الأدوات الاتصالية الجديدة التي أحدثت تحوّلاً في المشهد الإعلامي المعاصر، حيث انتقلت من مجرد فضاءات للتواصل

¹ الفياض، أحمد (2018). الإعلام الجديد وإشكاليات الاتصال المعاصر. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

الاجتماعي بين الأفراد إلى منصات إعلامية حقيقية تؤدي وظائف متعددة في خدمة المجتمع المحلي. فبفضل قربها من المواطن واهتمامها بقضايا اليومية، أصبحت هذه الصفحات بمثابة "إعلام ميداني مباشر"، يواكب تفاصيل الحياة العامة، ويعكس نبض المجتمع بشكل فوري وتفاعلي.

أولاً: الوظيفة الإخبارية والتغطية الآنية للأحداث

من أبرز وظائف الصفحات المحلية أنها تؤدي دورًا إخباريًا يتمثل في نقل المستجدات والأحداث المحلية بصورة سريعة وفورية، خصوصًا في القرى والمدن الصغيرة التي قد لا تحظى بتغطية الإعلام الوطني. فبمجرد وقوع حادث مروري، أو إعلان عن مبادرة بلدية، أو حدوث أزمة في الماء والكهرباء، تبادر هذه الصفحات إلى نشر المعلومة مرفقة بالصورة أو مقاطع الفيديو، مما يجعلها مصدرًا أوليًا للأخبار بالنسبة لساكنة المنطقة. وهذا يعزز حضورها كمصدر بديل ومكمل للوسائل الإعلامية التقليدية.

ثانيًا: الوظيفة الاجتماعية والتضامنية

تساهم الصفحات المحلية في تعزيز روح التضامن والتكافل بين أفراد المجتمع، من خلال نشر نداءات المساعدة، أو الإعلان عن حملات التبرع، أو مساعدة الأسر المحتاجة، أو حتى البحث عن المفقودين. فهي بذلك تتحول إلى فضاء اجتماعي يجمع السكان حول هموم مشتركة، ويساهم في نشر قيم التعاون والدعم المتبادل.

ثالثًا: الوظيفة التنموية والتوعوية

تقوم الصفحات المحلية بدور هام في دعم التنمية المحلية، إذ تعمل على نشر المعلومات المتعلقة بالمشاريع التنموية، أو برامج الجمعيات المحلية، أو حملات التوعية البيئية والصحية، مثل الدعوة إلى تنظيف الأحياء، أو التلقيح ضد الأمراض، أو ترشيد استهلاك المياه والكهرباء. ومن هنا تبرز قيمة هذه الصفحات كأداة مساعدة في نشر الوعي وتغيير السلوكيات داخل المجتمع¹.

رابعًا: الوظيفة الرقابية ومساءلة المسؤولين

¹ Benkler, Yochai, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, 2006.

إحدى أبرز الأدوار الجديدة التي تقوم بها الصفحات المحلية هي ممارسة الرقابة الشعبية، حيث يعبر المواطنون عبرها عن شكاواهم تجاه ضعف الخدمات العمومية أو سوء التسيير المحلي، وهو ما يضع المنتخبين والسلطات المحلية تحت ضغط الرأي العام. وقد ساهم هذا الدور في بروز ما يُعرف بـ "إعلام المواطن"، الذي يمنح الأفراد سلطة رمزية لمساءلة المسؤولين وإبراز أوجه القصور في التسيير اليومي.

خامساً: الوظيفة الثقافية والترفيهية

لا تقتصر الصفحات المحلية على الأخبار الجادة أو المشكلات المجتمعية، بل تساهم أيضاً في إبراز الموروث الثقافي المحلي، من عادات وتقاليد وأمثال شعبية وصور من التراث. كما تُنشر من خلالها مواد ترفيهية خفيفة (نُكت، صور ساخرة، مسابقات محلية) تزيد من تفاعل الجمهور وتوطّد الانتماء للمجتمع.

سادساً: الوظيفة الاقتصادية والإشهارية

في السنوات الأخيرة، تحولت العديد من الصفحات المحلية إلى فضاءات اقتصادية صغيرة، حيث تُستخدم للإعلان عن محلات تجارية، أو عروض بيع وشراء، أو فرص عمل داخل المدينة. هذا الدور الاقتصادي يعكس مرونة هذه الصفحات في التكيف مع حاجات المجتمع، إذ تجمع بين الوظيفة الإعلامية والخدمات في آن واحد.

يمكن القول إن الصفحات الإلكترونية المحلية أضحت تقوم بمجموعة من الوظائف المتكاملة التي تتراوح بين الإخبار، التوعية، التضامن، الرقابة، الترفيه، والدعم الاقتصادي. وبهذا أصبحت هذه الصفحات أكثر من مجرد فضاء افتراضي، بل تحولت إلى وسيلة مجتمعية تعكس هوية السكان وتخدم مصالحهم اليومية، وهو ما يجعلها شريكاً أساسياً في التنمية المحلية.

المطلب الثالث التحديات التي تواجه الصفحات الإلكترونية المحلية

تُعدّ الصفحات الإلكترونية المحلية، بما تحمله من أبعاد إعلامية وتواصلية، وسيلة فعّالة للاقتراب من المواطن ومواكبة قضايا اليومية. غير أنّ هذه الصفحات تواجه جملة من التحديات والعراقيل التي تُعرقل قدرتها على تحقيق وظائفها على أكمل وجه، ويمكن تقسيم هذه التحديات إلى ما هو تقني وما هو مهني وتنظيمي وما هو اجتماعي واقتصادي.

أولاً: التحديات التقنية

رغم تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لا تزال الكثير من الصفحات الإلكترونية المحلية تعاني من **ضعف البنية التحتية الرقمية**، سواء من حيث محدودية سرعة الإنترنت أو نقص التجهيزات الحديثة. كما أن غالبية المشرفين على هذه الصفحات يعملون بوسائل بسيطة لا تسمح بتطوير منصات تفاعلية قادرة على استيعاب حجم المتابعين. إضافة إلى ذلك، فإن مشكلات مثل **الأعطال التقنية**، **ضعف الحماية الإلكترونية**، وصعوبة أرشفة المحتوى تشكّل عائقاً أمام الاستمرارية والمصداقية¹.

ثانياً: التحديات المهنية والتنظيمية

من أبرز العراقيل المهنية غياب **التأطير الإعلامي الاحترافي**؛ إذ إن كثيراً من الصفحات تُدار من طرف هواة أو أفراد غير مختصين، مما ينعكس على جودة المحتوى ودقته. كما أن غياب **آليات التحرير الصحفي** المتعارف عليها (التحقق من المعلومات، مراعاة أخلاقيات المهنة) قد يؤدي إلى انتشار أخبار غير دقيقة أو مضخّمة. أضف إلى ذلك أن هذه الصفحات تفتقر عادةً إلى **دعم مؤسساتي وقانوني** يُنظم عملها ويضمن استقلاليتها، فتظل رهينة مبادرات فردية قد تتوقف في أي وقت.

ثالثاً: التحديات الاجتماعية والاقتصادية

على الصعيد الاجتماعي، يواجه القائمون على الصفحات الإلكترونية المحلية **ضعف التفاعل الفعلي من طرف الجمهور**، إذ يكتفي جزء كبير من المتابعين بالاستهلاك السلبي دون المساهمة في النقاش أو إثراء المحتوى. كما أن **الثقة** في الصفحات المحلية ليست دائماً في مستوى الثقة الممنوحة لوسائل الإعلام الرسمية أو المهنية. أما اقتصادياً، فإن أغلب هذه الصفحات تفتقر إلى **موارد مالية** تتيح لها الاستمرار وتطوير محتواها، فهي تعتمد غالباً على مجهودات شخصية تطوعية، مما يجعل استمراريتها مرهونة بالظروف الفردية لأصحابها.

رابعاً: التحديات المرتبطة بالمنافسة الإعلامية

تجد الصفحات الإلكترونية المحلية نفسها في مواجهة منافسة شديدة مع وسائل الإعلام الوطنية والدولية، وحتى مع المنصات الإخبارية الكبرى عبر شبكات التواصل الاجتماعي. هذه المنافسة تجعل من الصعب جذب انتباه الجمهور المحلي، خاصة إذا كان المحتوى المحلي يفتقر إلى **الإبداع والجودة والتميز**.

¹ حمدي، عزت (2020). (وسائل الإعلام الجديد في الوطن العربي: بين التحديات والأفاق. مكتبة الأنجلو المصرية.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنّ التحديات التي تواجه الصفحات الإلكترونية المحلية ليست بسيطة، بل هي متشابكة ومعقدة، وتحتاج إلى حلول شاملة تجمع بين دعم الدولة في البنية التحتية والقوانين، وجهود القائمين على الصفحات في تطوير مهاراتهم، إضافة إلى تعزيز ثقافة إعلامية لدى الجمهور المحلي تُشجع على التفاعل الإيجابي والنقد البناء.

المبحث الثامن: الأبعاد والآثار المجتمعية للصفحات الإلكترونية المحلية

لقد تجاوزت الصفحات الإلكترونية المحلية وظيفتها التقليدية المتمثلة في تقديم الأخبار أو نشر المعلومات البسيطة، لتغدو اليوم فاعلاً اجتماعياً وثقافياً يؤثر بشكل مباشر في تشكيل الوعي الجمعي وإعادة صياغة العلاقات داخل المجتمع. فبفضل طبيعتها التفاعلية وسهولة الوصول إليها، أصبحت هذه الصفحات جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، حيث يلجأون إليها لا فقط للاطلاع على المستجدات، بل أيضاً للتعبير عن ذواتهم، وتبادل القيم، ومناقشة قضاياهم المحلية، وحتى صياغة مواقفهم تجاه الأحداث الوطنية والعالمية.

إنّ الصفحات الإلكترونية المحلية تنطوي على أبعاد متعددة، منها الثقافي والهوياتي، والاجتماعي والتواصلي، ثم البعد التنموي والخدمي. وهذه الأبعاد لا تُعدّ مجرد انعكاس لواقع المجتمع، بل هي أيضاً أداة لإعادة تشكيله؛ فهي تعزز الروابط الاجتماعية وتغذي الشعور بالانتماء، وفي المقابل قد تخلق تحديات مرتبطة بالانغلاق المحلي أو انتشار المعلومات المغلوطة أو التضارب في تمثيل الهوية.

كما أن هذه الصفحات، بحكم ارتباطها المباشر بالمجال المحلي، تساهم في إعادة إنتاج الرموز الثقافية وتجديد الذاكرة الجمعية، فضلاً عن دورها في تنمية الوعي المدني والتشاركي. وهذا يجعلها فضاءً ثرياً للدراسة والتحليل، خاصة بالنسبة للباحثين في علوم الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية، إذ تُعتبر مختبراً حياً لفهم التحولات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها المجتمع في ظل التحول الرقمي.

وبناءً على ذلك، سنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على أهم الأبعاد والآثار المجتمعية التي تفرزها الصفحات الإلكترونية المحلية، من خلال التوقف عند ثلاثة مستويات أساسية:

- **البعد الثقافي والهوياتي**، حيث تُبرز الصفحات علاقتها بالهوية المحلية والذاكرة الجماعية.
- **البعد الاجتماعي والتواصلي**، الذي يوضح دورها في تعزيز الروابط والعلاقات الاجتماعية.

. **البعد التنموي والخدمي**، الذي يتجلى في مساهمتها في نشر الوعي المدني والمشاركة في خدمة المجتمع المحلي.

المطلب الأول : البعد الثقافي والهوياتي

إنّ الحديث عن الصفحات الإلكترونية المحلية لا يمكن أن يكتمل من دون التوقف عند **البعد الثقافي والهوياتي**، باعتباره أحد أهم الأبعاد التي تجعل هذه الصفحات متميزة عن غيرها من الوسائط الرقمية. فالهوية والثقافة ليستا مجرد خلفيات نظرية أو رمزية تُستحضر بشكل ثانوي، بل هما جوهر فاعلية هذه الصفحات وسبب حضورها القوي في الحياة اليومية للمجتمعات المحلية.

فالصفحات الإلكترونية المحلية تعمل على **إعادة إنتاج الموروث الثقافي** ونقله إلى الأجيال الجديدة من خلال نشر صور، مقاطع فيديو، أو نصوص مرتبطة بالعادات والتقاليد، مثل الاحتفال بالمناسبات الدينية والوطنية أو توثيق المظاهر الشعبية المحلية. وبذلك فهي تقوم بدور مزدوج: **التوثيق من جهة، وإحياء الذاكرة الجمعية من جهة أخرى**. وهذا الدور يتجاوز مجرد عرض للثقافة نحو محاولة تأكيد الذات المحلية في مواجهة الطابع الموحد والعالمي للإعلام الرقمي.

ومن جهة أخرى، فإن هذه الصفحات تسهم في **تعزيز الهوية المحلية** عبر خلق فضاء رمزي مشترك يجتمع فيه سكان المنطقة حول ما يوحّدهم من قيم ورموز ولغة. فعلى سبيل المثال، نجد بعض الصفحات تكتب باللهجة المحلية أو تستعمل صوراً ورموزاً خاصة بالمدينة أو القرية، وهو ما يعمّق الشعور بالانتماء ويجعل المتابع يشعر أنه في فضاء "يعكسه" ويمثّله. وهنا يظهر البعد الهوياتي جلياً، حيث تتحول الصفحة إلى **مرآة للانتماء المشترك**.

كما أنّ هذه الصفحات تُعتبر **حاملة لرسائل ثقافية متجددة**، إذ لا تكتفي بتكرار الموروث بل تسعى إلى تطويره ومواكبته لمتغيرات العصر. فهي، على سبيل المثال، تُعيد تقديم الشعر الشعبي في قوالب رقمية، أو تنقل صوراً للمعمار التقليدي المحلي لكن عبر وسائط حديثة، مما يمكن الثقافة من الاستمرار في الحاضر بدل أن تظل حبيسة الماضي¹.

إضافةً إلى ذلك، فإن الصفحات الإلكترونية المحلية كثيراً ما تتحول إلى **فضاء للنقاش الثقافي والفكري**، حيث يتبادل الشباب الآراء حول قضايا الهوية والانتماء

¹ عبد السلام، إبراهيم. الإعلام والهوية الثقافية في عصر العولمة. القاهرة: دار الفكر العربي، 2012.

والعولمة. وهذا يفتح المجال أمام بناء وعي جماعي جديد، يعترف بالخصوصيات المحلية ولكنه أيضًا يتفاعل مع القيم الكونية.

غير أنّ هذا البعد الثقافي والهوياتي ليس خاليًا من التحديات، إذ قد يؤدي أحيانًا إلى تضيق الأفق والانغلاق إذا ما تحوّل التمسك بالهوية المحلية إلى نوع من الإقصاء للآخر. كما قد تبرز إشكاليات مرتبطة بتشويه أو تسطيح الثقافة، عندما يُختزل الموروث في مظاهر فولكلورية سطحية دون الغوص في عمقه التاريخي والمعرفي. ومع ذلك، فإنّ القيمة المضافة التي تقدمها هذه الصفحات في ترسيخ الهوية المحلية، وفي حماية الثقافة من الذوبان في سياق العولمة الرقمية، تظل مساهمة أساسية لا يمكن إنكارها.

إذن، يمكن القول إنّ البعد الثقافي والهوياتي للصفحات الإلكترونية المحلية يشكّل إحدى ركائز دورها المجتمعي، حيث تعمل هذه الصفحات على تثبيت الهوية، وتغذية الذاكرة الجمعية، وتجديد الرموز الثقافية في إطار رقمي حديث، بما يضمن استمراريتها ويؤهلها لمواجهة تحديات العولمة والاندماج الثقافي العالمي

المطلب الثاني : البعد الاجتماعي والتواصلي

إنّ الصفحات الإلكترونية المحلية لم تعد مجرد فضاءات لنشر الأخبار والمستجدات، بل تحوّلت إلى آليات للتواصل الاجتماعي ووسائط للتفاعل المجتمعي اليومي. فهي تشكّل قناة مباشرة بين الأفراد داخل المجتمع المحلي، وتربطهم في شبكة افتراضية تستند إلى مصالح مشتركة واهتمامات محلية، مثل متابعة القضايا التنموية، أو حلّ مشكلات الخدمات العمومية، أو تنظيم المبادرات التضامنية. ومن هنا، يمكن القول إنّ هذه الصفحات تؤدي وظيفة اجتماعية وتواصلية مزدوجة: فهي من جهة وسيلة إعلامية ناقلة للمعلومة، ومن جهة أخرى وسيلة لبناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ على الروابط الإنسانية.

فعلى المستوى الاجتماعي، تساعد الصفحات الإلكترونية المحلية في إعادة إحياء روح التضامن داخل المجتمع. إذ نجد أنّ الكثير من الصفحات تقوم بحملات لجمع التبرعات لمساعدة المحتاجين، أو تنظيم قوافل طبية، أو دعم المبادرات الخيرية خاصة في المناسبات الدينية كشهر رمضان وعيد الأضحى. كما تلعب دورًا في تعزيز التكافل بين الأفراد عبر نشر إعلانات تخص ضياع ممتلكات أو البحث عن مفقودين، وهو ما يعكس جانبًا من المسؤولية الاجتماعية لهذه الصفحات، والتي أصبحت بمثابة منبر لتكريس قيم التعاون والتكافل.

أما على المستوى **التواصلي**، فقد فتحت الصفحات المحلية المجال أمام الأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل جماعي، والتفاعل مع قضايا منطقتهم بشكل مباشر. فالمواطن لم يعد متلقيًا سلبيًا للمعلومة، بل أصبح فاعلاً في صياغتها ونشرها وإعادة إنتاجها. وهكذا تحولت الصفحات إلى فضاءات للنقاش العام حول قضايا مثل مشاكل التهيئة الحضرية، النظافة، الأمن، البطالة، وحتى القرارات السياسية المحلية. ويظهر هذا الدور مدى مساهمة هذه الصفحات في تكوين ما يُعرف بـ **الرأي العام المحلي**، الذي يمكن أن يؤثر في مسار السياسات العمومية، سواء عبر الضغط على السلطات أو عبر اقتراح حلول عملية¹.

ومن بين أهم تجليات هذا البعد التواصلي أيضاً هو بناء **جسر تفاعلي** بين المواطن والسلطات المحلية. فكثيراً ما نجد أن رؤساء البلديات أو ممثلي الإدارات يتابعون ما يُنشر في هذه الصفحات للوقوف على انشغالات المواطنين، بل وأحياناً يتم الرد مباشرة عبر التعليقات أو إصدار بيانات رسمية استجابة لما يتم تداوله. وهذا يعكس تطوراً في العلاقة بين المواطن والإدارة، حيث أصبحت الصفحات وسيلة غير رسمية ولكن فعالة للتواصل المؤسساتي.

إضافة إلى ذلك، ساهمت هذه الصفحات في تعزيز **رأس المال الاجتماعي** للمجتمع المحلي، إذ تسمح ببناء الثقة بين الأفراد، وتشجيع المبادرات الجماعية، وإحياء روح المشاركة المجتمعية. وهي بذلك تُعتبر امتداداً للروابط الاجتماعية التقليدية (كالروابط العائلية والجماعية) ولكن بصيغة رقمية حديثة أكثر مرونة وسرعة وانتشاراً.

غير أنّ هذا البعد الاجتماعي والتواصلي لا يخلو من **تحديات**، إذ قد يؤدي أحياناً إلى نشر الشائعات أو تضخيم بعض المشاكل المحلية، مما يثير التوتر بدل التلاحم. كما أنّ ضعف ثقافة الحوار في بعض المجتمعات قد يجعل من هذه الصفحات ساحة للتجاذبات والصراعات، بدل أن تكون فضاءً للتقارب وبناء التوافق. وهنا يبرز دور الوعي الإعلامي وثقافة الاستخدام المسؤول كشرط أساسي للاستفادة المثلى من هذه الصفحات في خدمة المجتمع².

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الصفحات الإلكترونية المحلية أصبحت تؤدي وظيفة مزدوجة: فهي **منابر إعلامية بديلة** من جهة، و**مساحات للتواصل الاجتماعي** من جهة أخرى. وبقدر ما تنجح هذه الصفحات في تحقيق التوازن بين نقل المعلومة وتعزيز

¹ قنديلجي، عامر. الإعلام الجديد والاتصال الاجتماعي. عمان: دار وائل، 2014.

² العزاوي، حيدر. "شبكات التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي". المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2018.

الحوار المجتمعي، بقدر ما تترسخ مكانتها كأداة أساسية في النسيج الاجتماعي والاتصالي للمجتمع المحلي.

المطلب الثالث البعد التنموي والإخباري

تؤدي الصفحات الإلكترونية المحلية وظيفة محورية في الحياة اليومية للمجتمعات، إذ لم تعد تقتصر على تقديم محتوى ترفيهي أو تواصل، بل أصبحت تقوم بدور تنموي وإخباري في غاية الأهمية. فالتحولات التكنولوجية التي شهدها العالم الرقمي منحت هذه الصفحات القدرة على أن تكون أداة تنمية مجتمعية، ووسيلة فعّالة لنقل الأخبار المحلية الآنية، بحيث أصبحت اليوم تمثل في بعض المناطق المصدر الأول للمعلومة قبل وسائل الإعلام التقليدية.

أولاً، من الناحية التنموية، يمكن القول إن هذه الصفحات تسهم في خدمة التنمية المحلية على مستويات متعددة. فهي تعمل على تسليط الضوء على احتياجات المجتمع، مثل مشكلات البنية التحتية، وضعف الخدمات الصحية أو التعليمية، ومظاهر التلوث البيئي أو انعدام المرافق العمومية. ومن خلال نشر الصور والفيديوهات والتقارير الميدانية، تتحوّل هذه الصفحات إلى "عين المواطن" التي تكشف النقائص وتنقلها للرأي العام والسلطات المحلية. وبذلك تصبح أداة رقابة اجتماعية وإعلامية، تشارك في دفع عجلة التنمية عبر الضغط على الجهات المسؤولة من أجل تحسين الخدمات.

كما تلعب الصفحات دوراً في نشر ثقافة التنمية المستدامة عبر التوعية بأهمية المحافظة على البيئة، ترشيد استهلاك الموارد، تشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وإبراز قصص النجاح المحلية التي تلهم الشباب وتدفعهم نحو الابتكار وريادة الأعمال. بل إن العديد من هذه الصفحات بادرت بتنظيم حملات تطوعية كتنظيف الأحياء، غرس الأشجار، أو جمع النفايات، وهو ما يترجم دورها الفعلي في تحريك عجلة التنمية المجتمعية خارج الإطار الافتراضي.

ثانياً، من الناحية الإخبارية، تكتسي الصفحات الإلكترونية المحلية أهمية متزايدة في ظل تراجع حضور وسائل الإعلام التقليدية (كالصحافة المكتوبة أو القنوات الوطنية) في تغطية الشأن المحلي. إذ نجد أن هذه الصفحات تقدّم للمواطن أخباراً آنية وسريعة تتعلق بالحوادث، والأنشطة الثقافية، والمباريات الرياضية المحلية، وحتى مستجدات القرارات الإدارية أو السياسية ذات الصلة المباشرة بالمواطن. وهنا تظهر ميزة القرب والسرعة، حيث يتم تداول المعلومة فور وقوعها، مما يمنح هذه الصفحات مصداقية كبيرة لدى الجمهور المحلي.

إضافة إلى ذلك، تساهم هذه الصفحات في سد فجوة إعلامية كانت موجودة لسنوات طويلة، إذ غالبًا ما كانت القضايا المحلية لا تجد طريقها للنشر في الجرائد الوطنية أو القنوات الكبرى، لكن الصفحات الإلكترونية المحلية ملأت هذا الفراغ من خلال التركيز على "الإعلام القريب من المواطن". فهي تعكس نبض الشارع المحلي، وتنقل تفاصيل الحياة اليومية التي قد تبدو بسيطة، لكنها تعني الكثير لأبناء المنطقة.

ومن أبرز مظاهر البعد الإخباري كذلك هو المصادقية الاجتماعية التي تمنحها هذه الصفحات، إذ إنّ أغلب المعلومات يتم التحقق منها عبر شهود عيان أو مشاركات مباشرة من المواطنين أنفسهم. غير أنّ هذا الجانب يبقى سلاحًا ذا حدين، حيث قد يؤدي غياب المهنية أو ضعف التحقق من المعلومات إلى انتشار الشائعات أو الأخبار غير الدقيقة، مما يستدعي تعزيز آليات التحقق الرقمي ونشر الوعي الإعلامي¹.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إنّ الصفحات الإلكترونية المحلية أصبحت بمثابة وكالات أنباء مصغرة مرتبطة بالمجتمع المحلي، وفي الوقت نفسه فضاءات للتنمية المجتمعية التي تواكب قضاياها وتعمل على تحسين ظروف عيشه. فهي لا تنقل الخبر فحسب، بل تساهم في تغييره عبر جعل المواطن فاعلاً وشريكاً في مسار التنمية. وهذا ما يجعلها ركيزة أساسية في بناء مجتمع واعٍ، متماسك، ومطلع على قضاياها.

¹ McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage, 2010.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: الجانب المنهجي

يعدّ الجانب المنهجي في أي دراسة علمية بمثابة العمود الفقري الذي يقوم عليه البناء البحثي، إذ إنه يحدد الكيفية التي سيتعامل بها الباحث مع موضوعه، ويرسم له خارطة طريق واضحة تضمن له بلوغ أهدافه بدقة وموضوعية. فلا يمكن لبحث أن يكتسب صفة العلمية إلا من خلال التزامه بمنهج محدد، وأداة مدروسة، وخطوات إجرائية متسقة مع طبيعة الظاهرة المدروسة. ومن هذا المنطلق، فإن هذا الفصل يسعى إلى إرساء الأساس المنهجي الذي اعتمدت عليه الدراسة، وذلك من خلال تحديد المنهج

العلمي الملائم لموضوع الصفحات الإلكترونية المحلية، وتوضيح أداة الدراسة التي تُمكن من جمع البيانات والمعلومات الضرورية.

إنّ اختيار المنهج لم يكن اعتباطيًا، بل انبثق من طبيعة الإشكالية التي تبحث في الصفات الإلكترونية المحلية وما تحمله من أبعاد إعلامية، ثقافية، واجتماعية، وهو ما يفرض على الباحث انتهاج أسلوب علمي موضوعي ينسجم مع الأهداف والفرضيات المطروحة. كما أنّ اختيار أداة الدراسة جاء ليكمل هذا البناء المنهجي، حيث تُمثل الأداة الوسيلة العملية التي بواسطتها يتم الانتقال من المستوى النظري إلى المستوى الميداني أو التطبيقي، بما يمنح البحث المصداقية والجدية.

وبذلك فإن هذا الفصل سيتناول بالعرض والتحليل محورين أساسيين: الأول يتعلق بالمنهج المعتمد، مع إبراز مفهومه وتبرير اختياره وبيان مزاياه وحدوده، أمّا الثاني فيتصل بأداة الدراسة من حيث طبيعتها وخصائصها ومبررات توظيفها. وبهذا يكون الفصل بمثابة تمهيد إجرائي يمهد لفصول الدراسة اللاحقة التي تقوم على تحليل النتائج ومناقشتها في ضوء الأطر النظرية والمفاهيمية المطروحة سابقًا.

مبحث الأول: المنهج وأداة الدراسة

إنّ أيّ دراسة علمية جادة لا يمكن أن تبلغ غاياتها إلا إذا تأسست على منهج واضح وأداة دقيقة، لأن المنهج هو الذي يرسم الطريق للباحث في مقارنة موضوعه، ويوجّه خطواته من مرحلة جمع البيانات إلى مرحلة التحليل واستخلاص النتائج. أما الأداة فهي الوسيلة العملية التي يُطبّق من خلالها ذلك المنهج على الواقع المدروس. ومن ثمّ فإن الجمع بين وضوح المنهج ودقة الأداة يُعدّ ضمانًا أساسيًا لبلوغ المصداقية والصرامة العلمية.

وفي ضوء موضوع هذه الدراسة الذي يتمحور حول الصفات الإلكترونية المحلية في صفحة "سعيدة الإلكترونية"، كان من الضروري اختيار منهج قادر على استيعاب خصوصية الظاهرة الإعلامية الرقمية المدروسة، بما تحمله من مضامين تفاعلية ورموز ثقافية محلية، وبما تطرحه من إشكالات تتصل بالهوية، الاتصال، والخطاب الإعلامي المحلي. فالصفحات الإلكترونية المحلية ليست مجرد نصوص إعلامية جامدة، بل هي فضاءات دينامية للتواصل الاجتماعي، تتقاطع فيها الأبعاد الإعلامية والثقافية والتنموية. وهذا ما يجعل عملية دراستها تتطلب منهجًا يسمح بـ **الوصف الدقيق** لهذه المضامين من جهة، و**التحليل المنهجي** لدلالاتها وأبعادها من جهة أخرى.

لذلك، وقع الاختيار على **المنهج الوصفي** باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية، لأنه يقوم على رصد الظاهرة كما هي في الواقع،

بعيداً عن التعميمات المجردة أو الافتراضات النظرية غير المرتبطة بالواقع. غير أن الوصف وحده لا يكفي، إذ تقتضي طبيعة الظاهرة الإعلامية محل الدراسة اعتماد أسلوب أكثر دقة في تفكيك النصوص الإعلامية والكشف عن معانيها، وهو ما تحقق من خلال تبني تقنية تحليل المحتوى التي تُعدّ من الأدوات الأساسية في حقل علوم الإعلام والاتصال.

وبناءً على ذلك، سيتناول هذا المبحث المنهج والأداة المعتمدين في هذه الدراسة، حيث نتوقف أولاً عند المنهج الوصفي وتحليل المحتوى كخيارين علميين يوجهان الدراسة، ثم نتطرق ثانياً إلى الأداة العملية المتمثلة في تحليل المحتوى بما يتيح من إمكانيات لتفكيك بنية الخطاب الإعلامي الرقمي وفهم خصائصه. وبهذا التأسيس المنهجي يمكن للباحث أن ينتقل لاحقاً إلى تحليل النتائج بثقة أكبر، مستنداً إلى منهجية علمية صارمة وأداة دقيقة.

المطلب الأول: المنهج الوصفي وتحليل المحتوى كمنهج معتمد

يُعدّ المنهج الوصفي من أكثر المناهج العلمية استخداماً في البحوث الإعلامية والاجتماعية، نظراً لما يتيح من إمكانية رصد الظواهر كما هي في الواقع، وتوصيفها توصيفاً دقيقاً يمكن الباحث من فهمها واستجلاء أبعادها. فالمنهج الوصفي لا يكتفي بتقديم صورة سطحية للظاهرة، بل يسعى إلى تحديد عناصرها، إبراز علاقاتها الداخلية والخارجية، والبحث في الدلالات التي تكمن وراء مكوناتها المختلفة. ومن هنا، يُعتبر هذا المنهج مناسباً لدراسة الصفحات الإلكترونية المحلية التي تشكّل مجالاً خصباً من حيث المضامين الإعلامية، والرموز الثقافية، والأنماط التواصلية التي تستحق رصدًا وتحليلًا.

إن اختيار هذا المنهج في هذه الدراسة لم يكن اعتباطياً، بل استند إلى طبيعة الإشكالية التي تتمحور حول فهم "الصفات الإلكترونية المحلية" وإبراز آثارها الإعلامية والمجتمعية. ولأن هذه الظاهرة ذات أبعاد متشابكة تتعلق بالإعلام، الثقافة، المجتمع والتنمية، فقد كان من الضروري اعتماد منهج يسمح بالجمع بين الوصف الدقيق للظاهرة والتحليل العميق لمحتواها. وهنا يبرز دور تحليل المحتوى بوصفه الأداة الأساسية ضمن المنهج الوصفي.

ويُعتبر تحليل المحتوى من التقنيات العلمية المعترف بها في ميدان علوم الإعلام والاتصال، حيث يتيح للباحث تفكيك النصوص الإعلامية – سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو سمعية – وفق معايير محددة ومنظمة، بهدف الكشف عن المعاني الصريحة والضمنية التي تحملها. وقد تطوّر هذا الأسلوب ليصبح أداة منهجية راسخة تُستخدم في

دراسة الخطابات الإعلامية، الرسائل الإعلانية، التغطيات الصحفية، والمضامين الرقمية، بما فيها الصفحات الإلكترونية المحلية التي تشكّل موضوع هذه الدراسة¹.

ومن بين الأسباب التي دفعت إلى اعتماد تحليل المحتوى في هذا البحث ما يلي:

1. **الانسجام مع طبيعة البيانات:** حيث إن الظاهرة المدروسة تتمثل في محتوى الصفحات الإلكترونية المحلية، وهو نصوصي/خطابي بالدرجة الأولى، مما يجعل تحليل المحتوى الأداة المثلى.
2. **إمكانية الجمع بين التحليل الكمي والكيفي:** إذ يتيح هذا الأسلوب حصر المواضيع الأكثر تداولاً (البُعد الكمي)، وفي الوقت نفسه تحليل الخطاب ورصد دلالاته الثقافية والاجتماعية (البُعد الكيفي).
3. **ضمان الموضوعية والدقة:** بفضل اعتماده على خطوات إجرائية واضحة وقابلة للتكرار، ما يساعد على تجاوز الانطباعات الذاتية للباحث.
4. **مرونة التطبيق:** حيث يمكن توظيفه لدراسة قضايا مختلفة مثل اللغة المستعملة، الصور المرافقة، طبيعة التفاعلات، أو الرموز المحلية التي يتم استدعاؤها.

إذن، يمكن القول إن الجمع بين المنهج الوصفي وتحليل المحتوى يمكن من بناء رؤية شمولية متكاملة حول الصفحات الإلكترونية المحلية، فهو من جهة يصف بدقة خصائصها وأشكال حضورها، ومن جهة أخرى يُحلّل البنى الخطابية والدلالية التي تنتجها هذه الصفحات وتؤثر من خلالها في المجتمع المحلي. وبذلك يوفر هذا المنهج أرضية صلبة لتحليل النتائج لاحقاً وربطها بالأطر النظرية التي تناولناها في الفصل السابق.

المطلب الثاني: أداة تحليل المحتوى – تعريفها ووظيفتها

تُعَدّ أداة تحليل المحتوى من أبرز الأدوات البحثية التي يعتمد عليها الدارسون في ميدان الإعلام والاتصال، وذلك لما تتيحه من إمكانية التعامل المنهجي مع النصوص والخطابات الإعلامية، سواء كانت مكتوبة، مسموعة أو مرئية. فهي أداة علمية منظمة، تسعى إلى تفكيك المادة الإعلامية إلى عناصرها الأساسية وفق معايير موضوعية محدّدة، بهدف الوصول إلى مؤشرات كمية وكيفية تساعد في تفسير الظاهرة المدروسة والكشف عن أبعادها المختلفة.

¹ Berelson, Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press, 1952.

وقد عرّفها العديد من الباحثين بتعريفات متقاربة في جوهرها، إذ يرى برلسون (1952) أن تحليل المحتوى هو "أسلوب بحثي يهدف إلى الوصف الموضوعي والمنتظم والكمي للمضامين الصريحة للاتصال"، في حين يذهب كلاوس كريبندورف (2013) إلى اعتباره "تقنية بحثية تهدف إلى استخلاص استنتاجات قابلة للتكرار وصالحة عن النصوص ضمن السياقات التي أنتجت فيها". أما في الدراسات العربية، فيُنظر إلى تحليل المحتوى بوصفه منهجًا وأداة في آن واحد، فهو من جهة منهج يوجّه مسار البحث، ومن جهة أخرى أداة تقنية تمكّن الباحث من فحص المادة الإعلامية بطرائق عملية دقيقة¹.

تتجلى وظيفة أداة تحليل المحتوى في عدة مستويات:

1. **الوصف المنهجي للمضامين:** فهي تمكّن الباحث من تصنيف المواد الإعلامية إلى فئات محدّدة (موضوعات، قضايا، رموز، شخصيات، قيم...) بشكل يسمح بفهم الصورة الكاملة للظاهرة المدروسة.
2. **القياس الكمي للمعلومات:** حيث تساعد في حصر تكرار المفردات، الموضوعات أو الصور، ما يتيح للباحث استخلاص مؤشرات رقمية دقيقة تكشف عن الاتجاهات الغالبة في المادة الإعلامية.
3. **الكشف عن الدلالات العميقة:** إلى جانب الأبعاد الكمية، تسمح الأداة بالتحليل الكيفي، أي تفسير الخطاب واستجلاء الرسائل الضمنية، مثل القيم الثقافية أو الإيديولوجية التي تنطوي عليها النصوص.
4. **إتاحة المقارنة:** إذ يمكن من خلال تطبيق هذه الأداة على عينات متعددة عقد مقارنات زمنية (بين فترات مختلفة) أو مكانية (بين وسائط أو صفحات مختلفة)، مما يعزز من قوة النتائج.
5. **خدمة أغراض تطبيقية:** كدراسة اتجاهات الإعلام المحلي، فهم طبيعة التفاعل مع القضايا المجتمعية، أو تقييم دور الصفحات الإلكترونية المحلية في تشكيل الرأي العام.

وبالنتيجة، فإن أداة تحليل المحتوى تُمثل حلقة الوصل بين المادة الإعلامية الخام والنتائج العلمية التي يسعى الباحث إلى صياغتها، إذ تتيح الانتقال من ملاحظة الظاهرة بشكل عام إلى معالجتها وفق مؤشرات كمية وكيفية قابلة للتفسير والتوظيف.

¹ Berelson, Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press, 1952.

المطلب الثالث :المحدود أداة تحليل المحتوى وصعوباتها

رغم ما تتمتع به أداة تحليل المحتوى من مزايا علمية تجعلها من أكثر الأدوات استخدامًا في البحوث الإعلامية والاتصالية، إلا أنها تبقى – شأنها شأن أي أداة منهجية – محكومة بمجموعة من الحدود والإكراهات التي ينبغي على الباحث أن يكون واعيًا بها حتى يتعامل معها بموضوعية وصرامة منهجية.

أول هذه الحدود يتمثل في **الطبيعة الاختزالية للأداة**، إذ أن تحليل المحتوى، وخاصة في جانبه الكمي، يعتمد على تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ضمن فئات محددة مسبقًا، مما قد يفقد النصوص شيئًا من ثرائها ودلالاتها العميقة، خصوصًا إذا لم يُدعم بالتحليل الكيفي. فالخطاب الإعلامي ليس مجرد ألفاظ متكررة أو صور شائعة، بل هو نسق متكامل من الرموز والإيحاءات التي قد لا تلتقطها الأداة إذا اقتصرنا على الجانب الإحصائي¹.

ثانيًا، يواجه الباحث صعوبة تتعلق بـ **الذاتية في عملية التصنيف والتأويل**. فعلى الرغم من أن تحليل المحتوى يقدم كأداة موضوعية، إلا أن اختيار الوحدات التحليلية (كلمة، جملة، فكرة، موضوع...) أو وضع الفئات التحليلية، يظل محكومًا برؤية الباحث وخلفيته المعرفية والثقافية. وهذا ما قد ينعكس على النتائج فيجعلها نسبية أكثر من كونها مطلقة.

ثالثًا، من بين الصعوبات أيضًا **تحديد مجتمع الدراسة وحجم العينة**. فالمحتوى الإعلامي، خاصة في البيئة الرقمية، واسع ومتجدد باستمرار، الأمر الذي يضع الباحث أمام تحدٍّ منهجي كبير: ما الذي يجب تحليله بالضبط؟ وعلى أي أساس يتم اختيار العينة التي تمثل المجتمع الإعلامي الأكبر؟ عدم وضوح هذه الخطوة قد يؤدي إلى نتائج غير دقيقة أو غير قابلة للتعميم.

رابعًا، من الحدود المرتبطة بالأداة وجود **صعوبات تقنية وإجرائية**؛ مثل حجم المادة الضخم الذي يتطلب وقتًا وجهدًا كبيرين في عملية الجمع والتصنيف والترميز، إضافة إلى احتمال وقوع الأخطاء أثناء عملية الترميز أو إدخال البيانات. ولهذا فإن العديد من الباحثين أصبحوا يميلون إلى الاستعانة بالبرمجيات المخصصة لتحليل المحتوى لتقليل نسبة الخطأ وضبط العملية.

¹ عويسي، محمد. **مناهج البحث الإعلامي: بين النظرية والتطبيق**. عمان: دار صفاء، 2015.

خامساً، هناك إشكالية الصدق والثبات، حيث إن إعادة تطبيق الأداة على المادة نفسها من قبل باحثين مختلفين قد يعطي نتائج متباينة، خاصة إذا لم تكن الفئات التحليلية محددة بشكل دقيق. ولهذا فإن ضبط الإجراءات وتوضيح معايير التصنيف والتفسير يعد شرطاً أساسياً لزيادة موثوقية الأداة.

وأخيراً، يمكن القول إن حدود وصعوبات أداة تحليل المحتوى لا تقلل من قيمتها، بل تدفع الباحث إلى التعامل معها بوعي نقدي ومنهجي، وذلك عبر الجمع بينها وبين أدوات وأساليب أخرى (مثل المقابلة، الملاحظة، الاستبيان...) لتعزيز شمولية النتائج وعمقها.

المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

تُعتبر الإجراءات الميدانية من الركائز الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي تطبيقي، إذ تمثل الجانب العملي الذي يُترجم فيه الباحث مقاربتة النظرية إلى خطوات إجرائية ملموسة، تمكنه من الاقتراب أكثر من الظاهرة المدروسة في سياقها الواقعي. فإذا كان الجانب النظري قد وُفّر الإطار المفاهيمي والمعرفي لفهم موضوع "الصفات الإلكترونية المحلية"، فإن هذا المبحث يهدف إلى الانتقال من مستوى التصور والتجريد إلى مستوى التطبيق والملاحظة المباشرة، من خلال تحديد مجتمع الدراسة، واختيار العينة المناسبة، وتوظيف الأداة المنهجية المتمثلة في تحليل المحتوى.

إن خصوصية الظاهرة المدروسة – والمتمثلة في الصفحات الإلكترونية المحلية – تفرض على الباحث ضرورة التعامل معها بطريقة منهجية دقيقة، ذلك أن هذه الصفحات تشكل فضاءً دينامياً متغيراً باستمرار، وتتسم بتعددية في المضامين، وأنماط الخطاب، وأشكال التفاعل. ومن هنا، فإن ضبط الإجراءات الميدانية يُعتبر شرطاً أساسياً لتحقيق المصداقية العلمية وضمان موضوعية النتائج المتوصل إليها.

كما أن هذه المرحلة تكتسي أهمية مضاعفة بحكم أن البحث في الإعلام الرقمي – بخلاف الدراسات التقليدية في الإعلام الورقي أو السمعي البصري – يواجه تحديات إضافية، مثل كثافة المحتوى، سرعة تجدد المعلومات، وصعوبة حصر الجمهور المتفاعل بدقة. ومن ثم فإن اختيار مجتمع الدراسة وعينتها لم يكن خطوة عشوائية، بل جاء وفق معايير علمية تراعي تمثيل الظاهرة المدروسة بشكل كافٍ، وتسمح في الوقت ذاته بالتحليل العميق دون الوقوع في إشكالية التشبث أو التضخم في البيانات.

وعليه، يهدف هذا المبحث إلى توضيح الإجراءات الميدانية التي اعتمدها في هذه الدراسة، بدءاً من تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، مروراً بآليات جمع البيانات وتنظيمها، وصولاً إلى الأساليب التي ضمنت الصدق والثبات في عملية التحليل. وبهذا،

يكون هذا المبحث بمثابة الجسر الذي يصل بين الإطار النظري للفصل الأول ونتائج التحليل التطبيقي التي سيتم عرضها لاحقاً.

المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها

يُعدّ تحديد مجتمع الدراسة وعينتها خطوة محورية في أي بحث ميداني، إذ إن وضوح هذه العناصر يضمن للباحث إمكانية الوصول إلى نتائج دقيقة وقابلة للتعميم. فالمجتمع في البحث العلمي لا يُقصد به المعنى الديمغرافي الواسع فقط، بل هو كل الأفراد أو الوحدات أو الظواهر التي تشترك في خاصية أو أكثر، وتندرج ضمن نطاق الظاهرة المدروسة. ومن ثم، فإن ضبط مجتمع البحث يشكّل الأساس المنهجي الذي يُبنى عليه اختيار العينة وأداة الدراسة.

في هذه الدراسة، يتمثل **مجتمع البحث** في الصفحات الإلكترونية المحلية في مدينة سعيية، والتي تنشط عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، ولا سيما موقع "فيسبوك" باعتباره الأكثر انتشاراً واستخداماً محلياً. ويدخل ضمن هذا المجتمع كل الصفحات التي تُعرّف نفسها بأنها "محلية" أو "إخبارية اجتماعية" وتستهدف الجمهور السعيدي بمضامينها، سواء كانت رسمية (تابعة لمؤسسات محلية) أو غير رسمية (يديرها أفراد أو مجموعات تطوعية).

غير أنّ شساعة هذا المجتمع وصعوبة حصره بدقة نظراً للطابع المتغيّر للفضاء الرقمي (ظهور صفحات جديدة واختفاء أخرى باستمرار)، جعلت من الضروري اللجوء إلى **اختيار عينة محدودة** تمثل المجتمع الأصلي وتعكس أهم ملامحه. ولأجل ذلك، اعتمد الباحث على معايير أساسية في اختيار العينة، أهمها:

1. **الانتظام في النشر:** أي أن تكون الصفحة نشطة وتقوم بتحديث محتواها بشكل مستمر خلال فترة الدراسة.
2. **عدد المتابعين:** بحيث تعكس الصفحة درجة من الانتشار والتأثير داخل المجتمع المحلي.
3. **طبيعة المضامين:** إذ يجب أن تكون المضامين متصلة بالشأن المحلي لمدينة سعيية (ثقافة، أخبار، قضايا اجتماعية، تنمية...).
4. **التفاعل الجماهيري:** بما في ذلك التعليقات، الإعجابات، والمشاركات، مما يبرز قوة تأثير الصفحة في الرأي العام المحلي.

وانطلاقاً من هذه المعايير، تم اختيار **عينة قصدية** (Purposive Sample) تتكون من عدد من الصفحات الإلكترونية المحلية الأكثر نشاطاً وتأثيراً في مدينة سعيية، وذلك

لتمكين الباحث من إجراء تحليل معمق للمضامين المنشورة فيها، بدل التشتت بين عدد هائل من الصفحات ذات الطابع العابر أو غير المنتظم¹.

إنّ هذا الاختيار يُعتبر مناسباً لطبيعة البحث الذي يسعى إلى الكشف عن الصفات الإلكترونية المحلية ودورها في خدمة المجتمع، حيث تُعد الصفحات المنتقاة نموذجاً تمثيلاً يعكس طبيعة الخطاب المحلي، ومستوى تفاعل الجمهور معه، والآثار الثقافية والاجتماعية التي تنتج عنه.

المطلب الثاني: خطوات جمع البيانات وتфриغها

إن عملية جمع البيانات تُعدّ من أهم المراحل المنهجية التي يقوم بها الباحث في دراسته الميدانية، فهي تمثل النقطة التي ينتقل فيها البحث من الطابع النظري التجريدي إلى الطابع العملي التطبيقي. ولأن طبيعة هذه الدراسة تركز على تحليل محتوى الصفحات الإلكترونية المحلية، فإن جمع البيانات لم يكن مجرد عملية تقنية، بل اتسم بالدقة والانتقاء وفق معايير محددة، بما يضمن سلامة النتائج ومصادقية التحليل.

لقد تمت عملية جمع البيانات وفق خطوات متسلسلة ومنظمة على النحو الآتي:

أولاً: تحديد الإطار الزمني لجمع البيانات

حرص الباحث على تحديد فترة زمنية مضبوطة تُعتمد كأساس في اختيار المحتوى المراد تحليله. فالإطار الزمني يُعدّ عنصراً حاسماً، لأن الصفحات الإلكترونية تتجدد باستمرار ويصعب حصرها في جميع أبعادها. وبناءً على ذلك، تم تحديد فترة زمنية (.....) [يُذكر هنا المدة التي غطتها الدراسة: مثل ثلاثة أشهر، ستة أشهر، أو سنة] باعتبارها فترة كافية لتمثيل الظاهرة وملاحظة الأنماط الاتصالية التي تتكرر في هذه الصفحات.

ثانياً: معايير اختيار المحتوى

لم يكن جمع البيانات عشوائياً، بل تم وفق معايير دقيقة، من بينها:

- الارتباط بالموضوع: حيث وقع الاختيار على المواد المنشورة ذات الصلة المباشرة بالصفات الإلكترونية المحلية.
- التكرار والأهمية: أي التركيز على المضامين التي تكررت بشكل ملحوظ أو أثارت تفاعلاً جماهيرياً واسعاً.

¹ كنعان، أحمد. مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والاتصال. عمان: دار المسيرة، 2019.

- . **التنوع:** شمل التحليل مختلف أشكال المحتوى (نصوص مكتوبة، صور، مقاطع فيديو، تعليقات) بهدف رصد تعددية الرسائل الاتصالية.

ثالثاً: آليات جمع البيانات

اعتمد الباحث على تقنيات متعددة لجمع البيانات، أبرزها:

- . **الملاحظة المباشرة للصفحات الإلكترونية** من خلال التصفح الدوري وتسجيل المحتويات المنشورة خلال فترة الدراسة.
- . **الاستعانة ببرامج الحفظ والأرشفة الرقمية** لحماية المواد المختارة من التغيير أو الحذف المحتمل من قبل القائمين على الصفحات.
- . **تنظيم المحتوى في جداول أولية** تسهّل عملية الفهرسة والتصنيف لاحقاً.

رابعاً: تفريغ البيانات

بعد جمع المواد الخام، انتقل الباحث إلى عملية **تفريغ المحتوى** وفق خطوات منهجية منظمة:

1. **تصنيف المواد** حسب طبيعتها (خبر، مقال، إعلان، صورة، فيديو، منشور تفاعلي...).
2. **ترميز البيانات** عبر وضع رموز أو مؤشرات دلالية تساعد على تتبع الموضوعات الأكثر تداولاً والصفات البارزة.
3. **إعداد جداول تحليلية** تتضمن الأعمدة الخاصة بنوع المحتوى، تاريخه، موضوعه، وعدد التفاعلات المرتبطة به (إعجابات، تعليقات، مشاركات).
4. **استخراج الوحدات التحليلية** (مثل الكلمات المفتاحية، الصور الرمزية، أو الأساليب اللغوية) التي سبّنى عليها عملية التحليل الكمي والكيفي لاحقاً¹.

خامساً: ضبط المصداقية والموضوعية

لتفادي الانحياز أو الانتقائية غير العلمية، التزم الباحث بالمعايير التالية:

- . توثيق كل مادة بجانب تاريخ نشرها ورابطها الأصلي.
- . مقارنة البيانات التي جُمعت من مصادر مختلفة للتأكد من اتساقها.

1 أبو حمادة، نادية (2018)، تحليل المضمون: الأسس النظرية والخطوات العملية، عمان: دار وائل للنشر.

- اعتماد أسلوب موضوعي في اختيار العينة وعدم الاقتصار على المواد التي تتوافق مع الفرضيات المسبقة للبحث.

المطلب الثالث: الصدق والثبات في أداة التحليل

تُعد مسألة **الصدق والثبات** من أبرز المعايير المنهجية التي تُقاس بها جودة الأداة البحثية ومصدقية نتائجها، خصوصاً في الدراسات الإعلامية التي تعتمد على تحليل المحتوى. فإذا كان الهدف من البحث العلمي هو الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية يمكن الاستناد إليها في بناء معرفة علمية رصينة، فإن ضمان الصدق والثبات يصبح ضرورة منهجية لا يمكن الاستغناء عنها.

أولاً: الصدق (Validity)

الصدق يعني مدى قدرة الأداة على قياس ما وضعت فعلاً لقياسه. ففي سياق تحليل المحتوى، يتحقق الصدق عندما تعكس فئات التحليل المفاهيم والظواهر المدروسة بصورة دقيقة.

- **الصدق الظاهري:** ويتعلق بمدى وضوح أداة التحليل وملاءمتها للموضوع المدروس. على سبيل المثال، إذا كان الهدف هو دراسة "الصفات الإلكترونية المحلية"، يجب أن تكون فئات التحليل (مثل: اللغة المستعملة، الرموز الثقافية، التفاعلات المجتمعية) مرتبطة فعلياً بموضوع البحث.
- **الصدق المحتوى:** وهو قدرة الأداة على تغطية مختلف أبعاد الظاهرة المدروسة دون إغفال عناصر جوهرية. فالباحث هنا يسعى للتأكد من أن الفئات المختارة لا تُقصي جوانب مهمة من مضامين الصفحات الإلكترونية المحلية.
- **الصدق البنائي:** ويتعلق بمدى تطابق الأداة مع الإطار النظري للبحث. فإذا كان الباحث يستند إلى مقارنة الهوية الثقافية في تفسير "المحتوى المحلي"، فإن فئات التحليل يجب أن تتماشى مع هذا الإطار النظري¹.

ثانياً: الثبات (Reliability)

الثبات يعني قدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج إذا ما استُخدمت أكثر من مرة وفي ظروف متشابهة. وهو معيار يضمن أن النتائج ليست وليدة الصدفة أو التقدير الشخصي للباحث. ويتحقق الثبات في تحليل المحتوى عبر:

¹ أبو حمادة، نادية (2018). (تحليل المضمون: الأسس النظرية والخطوات العملية). عمان: دار وائل للنشر.

- **إعادة الاختبار:** أي إعادة تطبيق أداة التحليل على نفس العينة في أوقات مختلفة للتأكد من استقرار النتائج.
- **اتفاق المحللين: (Intercoder Reliability)** حيث يقوم أكثر من باحث بتحليل نفس المادة وفق نفس الفئات، ثم تُقارن النتائج لقياس درجة الاتفاق بينهم. وتُستخدم لهذا الغرض معاملات إحصائية مثل معامل "هولستي (Holsti)" أو معامل "كوهن كابا (Cohen's Kappa)"
- **وضوح الفئات والمعايير:** إذ إن الثبات لا يمكن تحقيقه ما لم تكن فئات التحليل محددة بدقة، ومشروحة بشكل يسمح لأي محلل آخر بفهمها وتطبيقها بنفس الطريقة¹.

إن تحقيق الصدق والثبات في أداة التحليل يساهم في رفع القيمة العلمية للبحث، ويُعطي مصداقية أكبر للنتائج المستخلصة، خاصة وأن مجال الإعلام والاتصال يتسم بتعقيد الظواهر وتشابكها مع البعد الثقافي والاجتماعي والسياسي. ومن ثمّ، فإن أي خلل في هذين الشرطين سينعكس سلبيًا على النتائج، ويجعلها عرضة للشك والتأويل الذاتي. وعليه، فإن عملية جمع البيانات وتفريغها لم تكن مجرد خطوة إجرائية، بل شكلت مرحلة أساسية سمحت بتهيئة المادة العلمية للتحليل لاحقًا، وضمنت في الوقت ذاته أن النتائج المستخلصة ستعكس بدقة الظاهرة المدروسة دون تشويه أو اختزال.

المبحث الثالث: أساليب تحليل البيانات ومعالجتها

تُعدّ عملية تحليل البيانات ومعالجتها خطوة محورية في أي دراسة علمية، إذ تشكّل المرحلة التي ينتقل فيها الباحث من مستوى **جمع المعطيات الخام** إلى مستوى **صياغة المعرفة العلمية المنظمة**. فالمعطيات التي يتم جمعها – سواء كانت نصوصًا، خطابات، إحصاءات أو تفاعلات – لا تحمل في ذاتها معنى علميًا ما لم تخضع لعمليات تحليل دقيقة تسمح بالكشف عن بنيتها الداخلية، واستخراج الدلالات التي تحتويها، وربطها بالإطار النظري والمنهجي للبحث. ومن ثمّ، فإن التحليل لا يُعتبر مجرد نشاط تقني لاحق لمرحلة جمع البيانات، بل هو عنصر جوهري في البناء العلمي للبحث، يُحدد مستوى مصداقيته ودرجة إسهامه في تطوير المعرفة.

في الدراسات الإعلامية والاجتماعية على وجه الخصوص، يكتسب تحليل البيانات أهمية مضاعفة، لأن موضوعها غالبًا ما يتسم بالتعقيد والتشابك بين الأبعاد الكمية (مثل

¹ Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.

حجم التفاعلات أو تكرار المواضيع) والأبعاد الكيفية (مثل الدلالات الثقافية والرموز المحلية). ولهذا السبب، لا يمكن الاكتفاء بأسلوب واحد أو بعد واحد في التحليل، بل يصبح من الضروري توظيف مزيج من التحليل الكمي والتحليل الكيفي من أجل بناء صورة متكاملة عن الظاهرة المدروسة.

إن دراسة الصفحات الإلكترونية المحلية – باعتبارها فضاءً إعلاميًا جديدًا يختزن محتويات نصية وبصرية وتفاعلية – تفرض على الباحث اعتماد مقاربات تحليلية دقيقة، تسمح أولاً بفهم طبيعة المحتوى المنشور من حيث تكراره وموضوعاته، وثانيًا باكتشاف الرموز والمعاني التي يستبطنها الخطاب الإعلامي الموجه للجمهور المحلي. ومن هنا تنبع الحاجة إلى التطرق في هذا المبحث إلى أهم الأساليب التي يمكن توظيفها لتحليل البيانات ومعالجتها، مع التركيز على مفهوم تحليل البيانات وأهدافه في البحث العلمي، والأسلوبين الكمي والكيفي، بالإضافة إلى أهمية الدمج بينهما لضمان الموضوعية والشمولية.

المطلب الأول : مفهوم تحليل البيانات وأهدافه في البحث العلمي

يُقصد بتحليل البيانات في البحث العلمي تلك العملية المنهجية التي يقوم من خلالها الباحث بتنظيم المعطيات الخام، وفحصها، وتبويبها، ثم معالجتها إحصائيًا أو دلاليًا، بهدف استخلاص المؤشرات والمعاني التي تساعد على الإجابة عن إشكالية البحث وتأكيد أو نفي فرضياته. فالبيانات في صورتها الأولية لا تحمل قيمة علمية كبيرة، إذ تبقى مجرد معلومات متناثرة وغير مترابطة، لكن عندما تُحلَّل وفق منهج علمي صارم، تتحوَّل إلى نتائج قابلة للتفسير العلمي والمناقشة الأكاديمية.

ويتضمن مفهوم التحليل مرحلتين أساسيتين:

- **مرحلة المعالجة الأولية**، حيث يتم ترتيب البيانات وتصنيفها في جداول أو فئات وفق معايير محددة مسبقًا.
- **مرحلة التفسير العميق**، حيث يسعى الباحث إلى ربط تلك البيانات بالأطر النظرية للبحث، واستنتاج العلاقات والأنماط والاتجاهات التي تفسّر الظاهرة المدروسة¹.

أما عن أهداف تحليل البيانات في البحث العلمي، فيمكن إجمالها فيما يلي:

¹ أبو علام، رجاء محمود (2006). (مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

1. **استخلاص المعاني والدلالات**: إذ يساعد التحليل على الانتقال من الكم الهائل من المعلومات إلى معطيات ذات قيمة تفسيرية، تكشف عن اتجاهات معينة في الموضوع.
2. **اختبار الفرضيات**: يمثل التحليل الأداة الأساسية للتحقق من مدى صحة الفرضيات التي انطلق منها الباحث، أو تعديلها إذا لزم الأمر.
3. **توليد المعرفة الجديدة**: فالتحليل لا يقتصر على تأكيد ما هو معلوم مسبقاً، بل قد يقود إلى اكتشافات جديدة، أو إلى طرح تساؤلات إضافية تفتح آفاقاً بحثية لاحقة.
4. **تفسير الظواهر المعقدة**: خاصة في مجال الإعلام والاتصال، حيث تتداخل الأبعاد الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، ما يجعل من التحليل أداة لتفكيك هذا التشابك وفهم آلياته.
5. **توفير قاعدة صلبة لصياغة النتائج والتوصيات**: إذ إن أي توصيات أو استنتاجات علمية لا يمكن أن تكون مقبولة إلا إذا استندت إلى عملية تحليل بيانات دقيقة ومنهجية.

وفي ضوء ذلك، يُنظر إلى تحليل البيانات بوصفه **الجسر الذي يربط بين الواقع (المعطيات) والنظرية (الإطار التفسيري)**. وبدونه، يظل البحث مجرد سرد وصفي غير قادر على الإسهام في بناء المعرفة. ولهذا، فإن نجاح أي دراسة أكاديمية – سواء في العلوم الاجتماعية أو الإعلامية أو غيرها – يتوقف بدرجة كبيرة على مستوى الدقة والصرامة التي يتم بها تحليل البيانات ومعالجتها.

المطلب الثاني: الأسلوب الكيفي في تحليل المحتوى (الدلالات والسياقات)

إذا كان التحليل الكمي يعتمد على العدّ والتكرار لإبراز حضور المفاهيم والموضوعات في النصوص الإعلامية، فإن التحليل الكيفي يتجاوز ذلك إلى محاولة فهم المعنى العميق، واستكشاف الدلالات الرمزية، والكشف عن السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية التي تحكم إنتاج الخطاب الإعلامي. فالتحليل الكيفي لا يكتفي بالسؤال: كم مرة تكررت هذه الكلمة أو الفكرة؟، بل يذهب أبعد من ذلك إلى التساؤل: كيف استعملت هذه الكلمة؟ في أي سياق جاءت؟ وما الرسالة التي توحى بها للقارئ أو المتلقي؟

يقوم هذا الأسلوب على منهجية تفاعلية بين النص والباحث، إذ يُسعى إلى الغوص في أبعاد النصوص لاستخراج **المضامين الضمنية** التي قد لا تظهر بشكل مباشر من خلال التكرار العددي. وهو بهذا يُعنى بالكيفية التي تُبنى بها المعاني، وبالآليات الرمزية التي

تُستخدم لإقناع الجمهور أو للتأثير في وعيه، مثل الاستعارات، الصور البلاغية، الرموز الثقافية، أنماط السرد، وأشكال التمثيل¹.

خطوات التحليل الكيفي:

1. **قراءة النصوص قراءة متعمقة:** يقوم الباحث بدراسة النصوص أكثر من مرة، للوقوف على البنية الخطابية واللغة المستخدمة والإيحاءات الكامنة.
2. **تحديد الوحدات الدلالية:** بدلاً من الاقتصار على الكلمات المفردة، ينظر التحليل الكيفي إلى الجمل، الأفكار، أو حتى الخطابات الكاملة باعتبارها وحدات حاملة للمعنى.
3. **تأويل المعاني:** يتم البحث عن المعاني المضمرة، مثل القيم الثقافية، الأيديولوجيات، أو الرسائل السياسية التي تنطوي عليها النصوص.
4. **ربط النص بالسياق:** لا يُفهم النص الإعلامي في معزل عن بيئته، بل يتم تفسيره في ضوء السياق الاجتماعي والتاريخي والسياسي الذي صدر فيه.

مميزات الأسلوب الكيفي:

- . **القدرة على التعمق في المعاني:** حيث يتيح للباحث استكشاف ما وراء الألفاظ من رسائل أعمق.
- . **المرونة المنهجية:** إذ يمكن توظيفه في دراسة مختلف أنواع النصوص (مكتوبة، بصرية، سمعية).
- . **الكشف عن البنية الثقافية والأيديولوجية:** فهو أداة فعّالة لفهم كيف تُبنى الهويات، وكيف تُدار علاقات القوة في الخطاب الإعلامي.

حدود التحليل الكيفي:

رغم قيمته، إلا أن هذا الأسلوب يواجه بعض التحديات؛ أهمها الطابع الذاتي الذي قد يطغى على عملية التأويل، مما يستدعي من الباحث أن يكون موضوعياً قدر الإمكان، وأن يدعم تفسيراته بالقرائن والأمثلة. كما أن نتائجه قد يصعب تعميمها على نطاق واسع، لكونها مرتبطة بخصوصية السياق المدروس².

¹ عبد الحميد، وحيد (2010). *مناهج البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية*. القاهرة: دار الفكر العربي.

² عبد الحميد، وحيد (2010). *مناهج البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية*. القاهرة: دار الفكر العربي.

المطلب الثاني: الدمج بين التحليل الكمي والكيفي كخيار منهجي

لقد أظهرت التجارب البحثية في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية أن الاعتماد على منهج واحد، سواء أكان كميًا أو كيفيًا، قد يحدّ من القدرة على الوصول إلى صورة شاملة ودقيقة للظاهرة المدروسة. فالكمي يقدّم معطيات دقيقة من حيث الحصر العددي، بينما الكيفي يفتح المجال أمام فهم المعاني والدلالات والسياقات. ومن هنا برزت الحاجة إلى اعماد المقاربة التكاملية أو ما يُعرف بالدمج بين الأسلوبين، باعتباره خيارًا منهجيًا يسعى إلى الاستفادة من نقاط القوة في كل منهما وتجاوز محدوديتهما عند الفصل بينهما.

أولاً: مبررات الدمج بين الكمي والكيفي

1. تكامل الأبعاد: التحليل الكمي يجيب على سؤال "كم؟"، أما الكيفي فيجيب على سؤال "كيف ولماذا؟"، وبالتالي فإن الجمع بينهما يقدّم معرفة كمية دقيقة ومعرفة نوعية عميقة.
2. زيادة المصداقية والموضوعية: عندما تؤكد النتائج الكمية ما توصل إليه التحليل الكيفي (أو العكس)، يزداد مستوى الثقة في الاستنتاجات البحثية.
3. التعامل مع النصوص المعقدة: الخطابات الإعلامية المعاصرة غالبًا ما تكون محمّلة بالرموز والمعاني المتعددة، وهو ما يتطلب آلية تحليلية مزدوجة تكشف تكرارها من 3 جهة، ومعناها من جهة أخرى.
4. الاستجابة لتعدد الأهداف البحثية: فبعض الدراسات تسعى إلى الإحصاء والتوصيف، وأخرى إلى التفسير والتأويل، والجمع بين المنهجين يتيح للباحث تغطية أهدافه كافة.

ثانيًا: خطوات الدمج بين التحليل الكمي والكيفي

- تحديد أهداف واضحة للدراسة: على الباحث أن يبيّن منذ البداية الحاجة إلى استخدام كلا المنهجين.
- إجراء التحليل الكمي أولاً: غالبًا يبدأ الباحث بإحصاء الكلمات أو الموضوعات أو المفردات، للكشف عن التكرار والانتشار.
- توظيف التحليل الكيفي تاليًا: بعد جمع الأرقام، يتم الانتقال إلى دراسة دلالاتها وسياقاتها الاجتماعية والثقافية.

- **الربط بين النتائج:** يتم في الأخير دمج النتائج الرقمية والتفسيرية في إطار واحد، لبناء استنتاجات أكثر شمولاً¹.

ثالثاً: مزايا المقاربة التكاملية

- تمنح رؤية شمولية للظاهرة الإعلامية من حيث الكم والكيف.
- تتيح التوازن بين الدقة العددية وعمق الفهم.
- تُعدّ من أكثر المقاربات قبولا في الأبحاث المعاصرة، خاصة في الدراسات متعددة التخصصات.

رابعاً: حدود هذا الخيار المنهجي

رغم فوائده، إلا أن الدمج بين الأسلوبين يتطلب:

- **مهارة منهجية عالية** لدى الباحث، نظراً لتعقيد الإجراءات.
- **وقتاً وجهداً مضاعفين**، لأن الباحث يجمع بين عمليتين تحليليتين مختلفتين.
- وجود احتمالية بروز **تعارض في النتائج**، مما يستلزم قدرة على التوفيق بينها.

وعليه، فإن **الدمج بين التحليل الكمي والكيفي** لا يُعد مجرد خيار إضافي، بل أصبح توجهاً منهجياً متصاعداً في البحوث الإعلامية والاجتماعية المعاصرة، نظراً لمرونته وقدرته على تقديم صورة أكثر اتساعاً وعمقاً للخطاب المدروس، بما يتلاءم مع طبيعة الظواهر الإعلامية التي تتميز بالتعدد والتعقيد.

المطلب الثالث: الأدوات الإحصائية والبرمجية المستعملة في التحليل

لقد ساهم التطور التكنولوجي والرقمي في إحداث نقلة نوعية في مجال البحث العلمي، خاصة فيما يتعلق بعمليات جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها. فبعدما كان الباحث يعتمد في الماضي على الطرق اليدوية التقليدية في العد والتصنيف والتفسير، أصبح اليوم أمام ترسانة من الأدوات الإحصائية والبرمجية التي توفر له سرعة في الإنجاز ودقة في النتائج، وتفتح أمامه آفاقاً جديدة للتعامل مع المعطيات الضخمة والمعقدة. وفي إطار هذه الدراسة التي تجمع بين التحليل الكمي والكيفي لمضامين الصفحات الإلكترونية المحلية،

¹ Creswell, John (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition. Sage.

كان من الضروري التوقف عند أهم البرمجيات المتداولة في ميدان العلوم الاجتماعية والإعلامية، مع تبرير سبب اختيار الأداة الأنسب.

يُعدّ برنامج **SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)** من أبرز البرامج وأكثرها استخدامًا في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، نظرًا لقدراته المتقدمة في إجراء التحليلات الإحصائية (الانحدار، التباين، الارتباط...)، والتعامل مع عينات كبيرة ومتنوعة، فضلًا عن إنتاجه لجداول ورسوم بيانية دقيقة تسهّل تفسير النتائج. كما يتميز بسهولة نسبية في الاستخدام، مما جعله أداة مفضلة لدى الباحثين. وفي المقابل، لا يزال برنامج **Excel** يحتل مكانة مهمة، خاصة في المراحل الأولى من إدخال البيانات وتنظيمها، إذ يتيح إنشاء جداول ومعادلات إحصائية بسيطة مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما يوفر رسومًا بيانية أولية تساعد في استكشاف التوجهات العامة قبل الانتقال إلى التحليل العميق عبر **SPSS**. أما بالنسبة للتحليل الكيفي للنصوص والخطابات، فإن برنامج **NVivo** يُعدّ أداة متطورة وفعالة، حيث يوفر إمكانية الترميز المنهجي للنصوص، واستخراج الأنماط والمعاني المتكررة، وربط المفاهيم والسياقات، مع دمج مختلف أشكال البيانات (نصوص، صور، فيديو، ملفات صوتية).

غير أنّ اعتماد أكثر من برنامج دون مبرر منهجي قد يُربك مسار البحث ويُضعف انسجامه، لذلك ارتأينا في هذه الدراسة أن يكون الاعتماد الرئيس على **منهج تحليل المحتوى مدعومًا ببرنامج Excel** لكون البيانات الميدانية في معظمها تقتصر على رصد التكرارات والنسب المئوية للأشكال الاتصالية (نصوص، صور، فيديو) والموضوعات المتداولة. وقد وقع هذا الاختيار لسببين أساسيين: أولهما أنّ طبيعة البيانات لا تتطلب اختبارات إحصائية متقدمة تستدعي الاستعانة بـ **SPSS**، بل يكفي عرضها في جداول ورسوم بيانية مبسطة توضح نسب الحضور والتكرار. وثانيهما أنّ الهدف من الدراسة لا ينحصر في الجانب الكمي، وإنما يتعداه إلى التحليل الكيفي للنصوص والرموز الثقافية، وهو ما يجعل المزج بين التباين الكمي عبر **Excel** والتفسير الكيفي عبر التحليل اليدوي للنصوص أكثر انسجامًا مع طبيعة البحث.

وعليه، فإن القيمة المضافة لهذه الأدوات الرقمية لا تكمن في تسريع عمليات التحليل فحسب، بل أيضًا في ضمان دقة النتائج وتقليل هامش الخطأ، وإمكانية التحقق من الصدق والثبات عبر إعادة التحليل، فضلًا عن تعزيز مصداقية البحث عند عرضه على لجان أكاديمية أو نشر نتائجه في مجلات علمية. إن هذا التوظيف المتوازن للأدوات البرمجية يعكس تطور مناهج وأساليب البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال، ويوفر للباحث جسرًا بين الدقة العددية والعمق التفسيري، بما يسمح بقراءة شاملة للظاهرة المدروسة من زوايا متعددة.

المطلب الرابع : معايير تفسير النتائج وضبط الموضوعية

يُعدّ تفسير النتائج إحدى أهم المراحل في أي دراسة علمية، إذ تُترجم فيها البيانات الخام إلى مؤشرات ومعانٍ علمية تسمح بفهم الظاهرة المدروسة وتوضيح أبعادها. غير أنّ خطورة هذه المرحلة تكمن في كونها مجالاً قد يتأثر بالذاتية أو التحيز، ما يستدعي التزام الباحث بجملة من المعايير الصارمة التي تكفل الحفاظ على الموضوعية والمصداقية.

أولاً: اعتماد التفسير على المعطيات لا على الافتراضات

يجب أن يكون التفسير مبنياً على البيانات الفعلية التي تم جمعها وتحليلها، لا على التصورات المسبقة للباحث أو ميوله الشخصية. فالموضوعية العلمية تقتضي أن يترك الباحث النص أو البيانات تتكلم بنفسها، وأن تكون استنتاجاته ثمرة مباشرة لما أفرزته الأرقام أو ما كشفتها الدلالات.

ثانياً: الالتزام بالمنهج العلمي

تفسير النتائج لا ينفصل عن المنهج المتبنى في الدراسة. فإذا اعتمد الباحث على المنهج الوصفي أو تحليل المحتوى، فإن تفسيره يجب أن يظل محكوماً بقواعد هذا المنهج، دون الخلط بين أساليب أخرى قد تؤدي إلى نتائج غير دقيقة أو غير قابلة للتحقق¹.

ثالثاً: تجنّب التعميم المفرط

من أبرز المخاطر في هذه المرحلة الميل إلى التعميم، أي إسقاط نتائج جزئية على مجتمع أوسع دون سند علمي. لذلك، يتعين على الباحث أن يظل واعياً بحدود العينة وحدود الأداة، وأن يوضح بدقة ما يمكن تعميمه وما يبقى محصوراً في نطاق الدراسة.

رابعاً: المقارنة مع الدراسات السابقة

يُعتبر ربط النتائج بالدراسات السابقة معياراً مهماً لفحص مدى قوتها واتساقها مع التراكم العلمي. فالتفسير الموضوعي يستلزم وضع النتائج في سياق معرفي أوسع، عبر

¹ عثمان، حسن (2020). (البحث العلمي: مناهجه وتقنياته. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

المقارنة بين ما توصل إليه الباحث وما أثبتته بحوث أخرى، سواء اتفقت معها أو اختلفت.

خامساً: الشفافية في عرض النتائج

لا يخلو أي بحث من نتائج قد تكون غير متوقعة أو متناقضة مع الفرضيات الأولية. والموضوعية هنا تتطلب أن يعرض الباحث هذه النتائج بشفافية، دون إقصاء أو إخفاء، مع تقديم تفسير علمي مقنع لها.

سادساً: ضبط اللغة التفسيرية

على الباحث أن يتجنب في تفسير النتائج استعمال لغة انفعالية أو حكمية (مثل: جيد، سيئ، خطير...) وأن يلتزم بدلاً من ذلك بلغة وصفية تحليلية، تُركّز على عرض الوقائع والأنماط والعلاقات.

سابعاً: توظيف أدوات التحقق من الصدق والثبات

لضبط الموضوعية، ينبغي أن يعتمد الباحث إلى إعادة اختبار النتائج أو إخضاعها للمراجعة عبر خبراء أو باحثين آخرين (peer review)، بما يعزز من مصداقيتها ويحد من التحيز الفردي¹.

ثامناً: مراعاة السياق الاجتماعي والثقافي

تفسير النتائج لا يمكن أن يكون مجرد قراءة تقنية للبيانات، بل يجب أن يتم في ضوء السياق الاجتماعي والثقافي للظاهرة المدروسة. غير أن هذا لا يعني الانحياز، بل إدراك أن المعطيات تكتسب معناها الحقيقي حين تُوضع في إطارها الواقعي.

¹ Flick, Uwe (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition. Sage.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

بعد استعراض الإطارين النظري والمنهجي في الفصلين السابقين، يصبح من الضروري الانتقال إلى الجانب التطبيقي من البحث، قصد اختبار الفرضيات المطروحة ميدانيًا، والتأكد من مدى انسجامها مع الواقع. فالعمل العلمي لا يكتمل بمجرد بناء

أرضية مفاهيمية ومنهجية، بل يتطلب المرور إلى مرحلة التطبيق العملي الذي يسمح بتجسيد ما تم تناوله نظرياً على عينة محددة من الدراسة. ومن هذا المنطلق، جاء هذا الفصل الثالث ليُخصص للتحليل الميداني لمحتوى صفحة إذاعة سعيدة الجهوية عبر تطبيق أداة تحليل المحتوى التي سبق توضيحها في الجانب المنهجي.

إن اختيار صفحة إذاعة سعيدة الجهوية لم يأت من فراغ، بل ارتبط بجملته من الاعتبار العلمية والعملية. فهي صفحة رسمية تمثل مؤسسة إعلامية محلية عريقة، ذات ارتباط وثيق بالمجتمع السعيدي من خلال تغطيتها لمختلف الفعاليات المحلية، ونقلها للأحداث اليومية التي تهم المواطن، فضلاً عن كونها وسيطاً اتصالياً يربط بين الجمهور المحلي والفضاء الإعلامي الوطني. كما أن الصفحة تعد من بين أهم الفضاءات الإلكترونية التي تحتضن مزيجاً من المضامين الإخبارية، الثقافية، التنموية والاجتماعية، مما يجعلها ميداناً غنياً للتحليل وفهم الخصائص المحلية للإعلام الرقمي.

يكتسي هذا الفصل أهمية مضاعفة لأنه لا يقتصر على الوصف الكمي للمضامين المنشورة عبر الصفحة، بل يتجاوز ذلك إلى تفكيك بنيتها الشكلية والمضمونية، ورصد أنماط التفاعل التي تنتجها، ثم الوقوف عند الصفات الإلكترونية المحلية التي تعكس الهوية الثقافية والاجتماعية لسعيدة. ولتحقيق ذلك، تم اعتماد **10 جداول تحليلية** وزعت بين بعدين أساسيين:

- . **البعد الشكلي:** ويشمل خمسة جداول ترصد الوسائط المستعملة، طرق التحرير، طبيعة النشر، أشكال التفاعل، وتوظيف الوسائط المتعددة.
- . **البعد المضموني:** ويشمل خمسة جداول أخرى تتعلق بموضوعات المحتوى، طبيعة المادة الإعلامية، القضايا المطروحة، إبراز الهوية المحلية، وحضور الرموز والشخصيات المحلية.

إن تقسيم الدراسة بهذا الشكل يسمح ببناء رؤية متكاملة حول الصفحة، بدءاً من عناصرها الشكلية الظاهرة، وصولاً إلى بنيتها المضمونية العميقة، وانتهاءً باستخلاص ملامح الهوية الإلكترونية المحلية. كما يُمكن هذا التحليل من تحديد نقاط القوة التي تميز الصفحة باعتبارها وسيلة إعلامية محلية فاعلة، إلى جانب النقائص والتحديات التي قد تُعيق أدائها في خدمة المجتمع.

وعليه، فإن هذا الفصل سيقسم إلى ثلاثة مباحث رئيسية: المبحث الأول يعرض التحليل الشكلي للصفحة، المبحث الثاني يتناول التحليل المضموني، بينما يُخصص المبحث الثالث لاستخلاص الاستنتاجات العامة من نتائج التحليل.

المبحث الأول: تحليل الشكل العام للصفحة

إن دراسة الصفحات الإلكترونية لا يمكن أن تقتصر على مضمونها فقط، بل ينبغي أن تبدأ بتحليل شكلها وبنيتها الخارجية، لأن الشكل يُعدّ بوابة المتلقي إلى المحتوى، وهو الذي يحدد في كثير من الأحيان مدى انجذاب الجمهور للصفحة أو عزوفه عنها. فالصفحة الإلكترونية الناجحة هي التي توفّق بين التصميم الشكلي والمحتوى المضموني، إذ إن الشكل الجيد يعكس احترافية القائمين عليها، ويمنحها هوية بصرية خاصة تميزها عن غيرها.

وفي هذا السياق، يحتل التحليل الشكلي لصفحة إذاعة سعيدة الجهوية أهمية خاصة، لأنه يمكن من رصد الوسائط المستعملة، طرق التحرير، طبيعة النشر، مستويات التفاعل، وكذا مدى استثمار الوسائط المتعددة. هذه العناصر لا تمثل مجرد تفاصيل تقنية، بل تعكس في جوهرها طبيعة التوجه التحريري للصفحة، وأسلوبها في بناء العلاقة مع الجمهور.

إن اعتماد أداة تحليل المحتوى في هذا الجانب سمح لنا بإعداد مجموعة من الجداول الإحصائية التي ترصد أبرز الملامح الشكلية للصفحة. وسنحاول من خلال هذا المبحث تقديم وصف كمي ونوعي للخصائص الشكلية، ثم تفسير دلالاتها الاتصالية والاجتماعية، باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من "الصفات الإلكترونية المحلية" التي تميز الصفحة المدروسة.

وعليه، فإن المبحث الأول سيُقسم إلى ثلاثة محاور رئيسية: تقديم عام للصفحة (النشأة، طبيعتها، أهدافها)، تحليل فئات الشكل عبر خمسة جداول إحصائية، ثم استخلاص الصفات الشكلية العامة للصفحة.

المطلب الأول: تقديم عام للصفحة (النشأة، طبيعتها، أهدافها)

تُعدّ صفحة إذاعة سعيدة الجهوية على موقع "فيسبوك" من أبرز الصفحات الإعلامية المحلية التي أنشئت لتكون امتداداً للنشاط الإذاعي التقليدي في الفضاء الرقمي. وقد ظهرت هذه الصفحة في إطار التحولات الكبرى التي يشهدها الإعلام الجزائري مع توسّع استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث سعت المؤسسات الإعلامية الوطنية والجهوية إلى إنشاء منصات إلكترونية رسمية تُعزز من حضورها في الوسط الرقمي وتتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً¹.

نشأت الصفحة في سياق الحاجة إلى مواكبة التغيرات التكنولوجية التي فرضت نفسها على واقع الممارسة الإعلامية، فالمتلقي لم يعد يكتفي بمتابعة البث الإذاعي

¹ صفحة إذاعة سعيدة الجهوية – فيسبوك (2023).

التقليدي، بل أصبح يطالب بوسائل أسرع وأكثر تفاعلية للحصول على المعلومة ومشاركتها والتعليق عليها. ومن هنا، جاءت صفحة إذاعة سعيدة كوسيلة لدمج البعد الإذاعي المسموع مع البعد الرقمي التفاعلي، حيث لم تعد الإذاعة تكتفي بالبث عبر الأثير، بل فتحت لنفسها فضاءً افتراضيًا يتسم بالسرعة، الاستمرارية، والانفتاح على جميع فئات الجمهور.

من الناحية الطبيعية الإعلامية، تُصنّف هذه الصفحة ضمن الصفحات الرسمية للمؤسسات الإعلامية العمومية، إذ إنها تخضع لإشراف هيئة تحريرية تابعة لإدارة الإذاعة الجهوية، وتلتزم بضوابط النشر المرتبطة بالعمل الصحفي الرسمي. وهذا ما يمنحها مصداقية أكبر مقارنة بالصفحات الفردية أو غير الرسمية، ويجعلها مصدرًا موثوقًا للمعلومة، خاصة فيما يتعلق بالشأن المحلي لولاية سعيدة وما جاورها¹.

أما من حيث الأهداف، فتسعى الصفحة إلى تحقيق جملة من المقاصد الإعلامية والمجتمعية، يمكن تلخيصها في ما يلي:

1. **الإخبار:** تقديم آخر الأخبار المحلية، الوطنية، وحتى الدولية بصفة آنية وسريعة.
2. **التوعية والتثقيف:** نشر مضامين هادفة مرتبطة بالصحة، التربية، البيئة، الثقافة، وغيرها من المجالات التي تهم المواطن.
3. **التنمية المحلية:** إبراز النشاطات التنموية التي تشهدها الولاية، من مشاريع اقتصادية واجتماعية وثقافية.
4. **الحفاظ على الهوية المحلية:** من خلال التركيز على الشخصيات البارزة في المجتمع السعيد، وتغطية المناسبات التراثية والثقافية.
5. **تعزيز التفاعل:** توفير فضاء للتواصل المباشر بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، عبر خاصية التعليقات والمشاركات والإعجابات.

وبذلك يمكن القول إن صفحة إذاعة سعيدة الجهوية لا تمثل مجرد امتداد رقمي لإذاعة تقليدية، بل أضحت منبرًا تواصلياً تفاعلياً يجمع بين الوظيفة الإخبارية والتوعوية من جهة، والبعد الاجتماعي والثقافي من جهة أخرى، وهو ما يجعلها موضوعاً مثاليًا للتحليل ضمن هذه الدراسة.

إذاعة سعيدة الجهوية هي محطة إذاعية محلية تابعة للإذاعة الجزائرية، تبث برامجها باللغة العربية وتغطي ولاية سعيدة والمناطق المجاورة. تأسست الإذاعة في 24 فبراير 2008، وتبث يوميًا من الساعة 06:55 صباحًا حتى 20:00 مساءً عبر الموجات FM 94.5 و FM 101.3، بالإضافة إلى البث عبر القمر الصناعي AB3 بتردد MKZ 11059.5 باستقطاب أفقي.

¹ المؤسسة العمومية للبث الإذاعي والتلفزيون الجزائري (TDA).

تسعى إذاعة سعيدة الجهوية إلى تقديم محتوى إعلامي متنوع يشمل الأخبار المحلية، البرامج الثقافية، الترفيهية، الاجتماعية، والرياضية، مع التركيز على قضايا المجتمع المحلي. كما تنظم الإذاعة حملات توعوية ومبادرات اجتماعية، مثل حملة "محفظة صغيرة آمال كبيرة" لجمع الأدوات المدرسية لفائدة التلاميذ الفقراء والمعوزين .

المطلب الثاني: تحليل فئات الشكل

الوسائط المستعملة

تلعب الوسائط الإعلامية دورًا محوريًا في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، إذ تحدد طبيعة التواصل مع الجمهور المحلي وطريقة إيصال الرسائل الإعلامية. وتتنوع هذه الوسائط بين النصوص المكتوبة، التي تُظهر الطابع الرسمي والمعلوماتي للصفحة، وبين الصور والفيديوهات التي تمنح المحتوى بعدًا بصريًا وحركيًا، كما تُستخدم الروابط والمرفقات لتوسيع نطاق المعلومات، والرموز والملصقات لإضفاء طابع تفاعلي يسهل التواصل مع الجمهور.

تحليل هذه الوسائط يتيح فهم استراتيجية التواصل الرقمي للإذاعة، وقياس فعالية كل وسيلة في جذب التفاعل ونقل المعلومة بوضوح.

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	فئة الوسائط
تشمل الأخبار المحلية، الإعلانات اليومية، تحديثات البرامج. النصوص هي الوسيلة الرئيسية لنقل المعلومة وتوفير وسيلة للتفاعل عبر التعليقات والمشاركة.	50%	15	النصوص
صور من التغطيات الميدانية، الفعاليات الثقافية والرياضية، والمناسبات المحلية. تعمل على جذب الانتباه بصريًا وتعزز من فهم الأحداث بشكل أسرع.	27%	8	الصور
مقاطع برامج قصيرة، مقابلات، تغطيات مباشرة للأحداث. يضيف بعدًا ديناميكيًا	13%	4	الفيديو

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	فئة الوسائط
ويزيد من التفاعل عبر المشاهدات والتعليقات والمشاركة.			
نشرات إذاعية مسجلة، برامج صوتية، مقاطع موسيقية. يتيح متابعة المحتوى أثناء التنقل ويعزز الطابع الإذاعي التقليدي للصفحة.	7%	2	الصوت/البودكاست
روابط لمواقع رسمية، مستندات PDF أو نشرات مرفقة. تعمل على تعميق المحتوى وزيادة مصداقيته بالإحالة لمصادر موثوقة.	3%	1	الروابط/المرفقات

بين الجدول المتعلق بفئات الوسائط المستعملة على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية أنّ **النصوص** جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (50%) وب (15) تكراراً، وهو ما يعكس هيمنة الشكل الكتابي في عملية التواصل الرقمي. ويظهر هذا المعطى أنّ الصفحة لا تزال تستند إلى الوسيلة التقليدية الأكثر شيوعاً في الفضاء الرقمي، إذ يشكّل النص الدعامة الأساسية لنقل الأخبار المحلية، والإعلانات اليومية، وتحديثات البرامج. ويعكس ذلك من جهة أولى حرص الصفحة على الموضوعية والسرعة في إيصال المعلومة، ومن جهة ثانية توفير مساحة للتفاعل مع الجمهور عبر خاصية التعليقات والمشاركة. هذه النتيجة تتماشى مع ما أشار إليه عبد القادر بن دادة (2018) حين أكد أنّ النصوص هي الوعاء الأكثر تداولاً في الصفحات المحلية الجزائرية، نظراً لبساطتها وسهولة تداولها.

أما **الصور** فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة (27%) وب (8) مرات ظهور، وهو حضور بصري معتبر، إذ تسهم الصور في توثيق التغطيات الميدانية، والفعاليات الثقافية والرياضية، والمناسبات المحلية، كما تعمل على جذب انتباه المتابعين وتعزيز فهم الأحداث بسرعة أكبر. ويظهر هذا المعطى أنّ الصفحة تستثمر في البعد البصري كأداة للتقريب بين المحتوى والجمهور، وهو ما يتوافق مع ما ذهب إليه سعاد بوشارب (2020) في دراستها عن الصفحات الثقافية، حيث لاحظت أنّ الصورة أصبحت وسيلة أساسية في إبراز الخصوصية المحلية والرموز الثقافية.

فيما يتعلق بـ **الفيديوهات** فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (13%)، وهي عبارة عن مقاطع برامجية قصيرة أو مقابلات أو تغطيات مباشرة للأحداث. ورغم أن نسبتها أقل مقارنة بالنصوص والصور، فإنها تضيف بُعدًا ديناميكيًا للحضور الرقمي، حيث تتيح للمتابعين مشاهدة الأحداث كما تجري، وتزيد من التفاعل عبر المشاهدات والتعليقات والمشاركة. وهذا يؤكد ما طرحه محمد الأمين خليف (2021) حول الدور المتنامي للفيديو في تعزيز الطابع التفاعلي للصفحات الإلكترونية المحلية، رغم أن استغلاله لا يزال محدودًا نسبيًا.

أما **المواد الصوتية** (البودكاست والنشرات المسجلة) فقد شكّلت نسبة (7%) بمرتبتين ظهور، وهو ما يعكس امتداد الطابع الإذاعي التقليدي للصفحة إلى المجال الرقمي. وتُعدّ هذه النسبة ضعيفة نسبيًا إذا ما قورنت بالوسائل الأخرى، ما يشير إلى أن الصفحة لم تستثمر بشكل كافٍ في إعادة توظيف مادتها الصوتية عبر الفضاء الإلكتروني، رغم أن هذا النوع من الوسائل يتيح متابعة المحتوى أثناء التنقل ويعزز الهوية الإذاعية. وقد لاحظ حكيم زروقي (2022) في دراسته أن الصفحات الإذاعية الجزائرية لا تزال مترددة في تبني البث الصوتي الرقمي بشكل منتظم، مكتفية بأدوار تقليدية.

وأخيرًا، جاءت **الروابط والمرفقات** بنسبة (3%)، وهي نسبة هامشية، حيث اقتصرَت على روابط لمواقع رسمية أو مستندات مرفقة (PDF) تهدف إلى تعميق المحتوى وزيادة مصداقيته عبر الإحالة لمصادر موثوقة. ويمكن تفسير هذا الضعف بكون جمهور الصفحة يبحث بالأساس عن محتوى مباشر وسريع، ما يجعل التفاعل مع الروابط المرفقة محدودًا.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنّ نتائج هذا الجدول تعكس أولويات الصفحة في توظيف الوسائل: إذ يظل النص هو الوعاء الرئيس للمعلومة، يليه حضور بصري معتبر عبر الصور، ثم بعد ديناميكي عبر الفيديو، بينما يبقى الصوت والمرفقات في مراتب ثانوية. وتؤكد هذه النتائج أن صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تمزج بين الحفاظ على الطابع التقليدي للنصوص والصوتيات وبين الانفتاح على الوسائل الحديثة كالصور والفيديو، في انسجام مع الإطار النظري الذي يرى أن الإعلام المحلي في البيئة الرقمية يتميز بتداخل الأشكال الاتصالية وتكاملها بدل الاختصار على وسيط واحد.

تحليل طريقة التحرير (لغة، أسلوب...)

تعد طريقة التحرير من العناصر الأساسية التي تعكس هوية الصفحة وتوجهها الإعلامي. فهي تعكس الأسلوب الذي تتبناه إذاعة سعيدة في تقديم محتواها للجمهور، سواء من حيث اللغة المستخدمة أو أسلوب العرض. يمكن ملاحظة أن الصفحة تستخدم

لغة بسيطة وواضحة تُسهّل وصول المعلومة إلى شريحة واسعة من المتابعين، مع اعتماد أسلوب سردي إعلامي يجمع بين الموضوعية والتقريب من القارئ. كما يمكن أن نلاحظ تباين الأساليب حسب نوع المحتوى، فالمقالات الإخبارية غالباً ما تتسم بالجدية والرصانة، بينما المنشورات التفاعلية أو الترفيهية تعتمد على أسلوب أكثر حيوية وشبابية، يشجع على المشاركة والتفاعل.

ولتحليل هذه الظاهرة بشكل منهجي، تم رصد طريقة التحرير عبر مجموعة من المنشورات، وتصنيفها حسب اللغة والأسلوب المستخدمين، وهو ما يظهر في الجدول التالي:

الجدول (2): طريقة التحرير (لغة، أسلوب...)

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	فئة طريقة التحرير
تُستخدم في الأخبار المحلية والتحديثات اليومية، لتسهيل الفهم لجميع الفئات العمرية.	40%	12	لغة بسيطة وواضحة
يبرز في المقالات والبرامج الطويلة، يركز على تقديم المعلومات بدقة وموضوعية.	33%	10	أسلوب سردي إعلامي
يظهر في المنشورات التفاعلية، كالاستطلاعات والمسابقات، لتشجيع المشاركة والتعليق.	17%	5	أسلوب تفاعلي / حوار
تُستخدم في محتوى ثقافي أو فني، كالقصص المحلية أو تغطيات الفعاليات، لإضفاء جمالية على النص.	10%	3	لغة فنية / أدبية

يُظهر الجدول المتعلق بطرق وأساليب التحرير على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية أنّ اللغة البسيطة والواضحة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (40%) وبـ (12) مرة ظهور، وهو ما يعكس رغبة الصفحة في تبسيط الخطاب الإعلامي وتيسير فهمه لجميع الفئات العمرية والمستويات التعليمية. وهذا التوجه ينسجم مع الطبيعة المحلية للصفحة، حيث يكون الجمهور متنوعاً من حيث الخلفية الثقافية والمعرفية، مما يستلزم لغة

مباشرة وسهلة الاستيعاب. وقد أشار عبد القادر بن دادة (2018) في دراسته إلى أن الصفحات الفيسبوكية المحلية غالبًا ما تلجأ إلى البساطة في الصياغة، باعتبارها أداة فعالة في ضمان وصول المعلومة بسرعة وتعزيز التفاعل الفوري.

أما الأسلوب السردى الإعلامي فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة (33%) وب (10) مرات ظهور، وهو يبرز بشكل خاص في المقالات والبرامج الطويلة، حيث يتم التركيز على تقديم المعلومات بدقة وموضوعية، مع الالتزام بالمعايير الصحفية التقليدية. هذا الحضور القوي للأسلوب السردى يعكس البعد المهني لصفحة إذاعة سعيدة الجهوية، ويُظهر حرصها على أن تظل امتدادًا للخطاب الإعلامي الرسمي الذي يُراعى الدقة والموضوعية. وهو ما يتقاطع مع ما ذكره حكيم زروقي (2022) في دراسته حول الصفحات الإذاعية، إذ لاحظ أنّ هذه الصفحات تحافظ على "جدية الطرح" و"رصانة اللغة" كجزء من هويتها المؤسسية.

أما الأسلوب التفاعلي/الحواري فقد حلّ في المرتبة الثالثة بنسبة (17%)، حيث يظهر في المنشورات التي تهدف إلى تشجيع الجمهور على المشاركة مثل الاستطلاعات والمسابقات والأسئلة المباشرة. ورغم أنّ نسبته أقل من اللغة البسيطة والأسلوب السردى، إلا أنه يكتسب أهمية كبيرة لأنه يعكس وعي الصفحة بضرورة إشراك الجمهور في صناعة المحتوى وتعزيز التواصل ثنائي الاتجاه. وقد أشار محمد الأمين خليف (2021) إلى أنّ الطابع التفاعلي يُمثل من أبرز خصائص الصفحات الإلكترونية المحلية، وأنّ حضوره even بنسبة أقل—يُظهر تحولًا من الاتصال الأحادي إلى الاتصال التفاعلي الذي يشارك فيه المتلقي بدور فعال.

وأخيرًا، جاءت اللغة الفنية/الأدبية في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%) وب (3) مرات ظهور فقط، حيث يقتصر استخدامها على المحتوى الثقافي والفني مثل القصص المحلية أو تغطيات الفعاليات الثقافية. ورغم أنّ حضورها محدود، إلا أنها تضيف بعدًا جماليًا للخطاب الإعلامي وتسمح بإبراز الهوية الثقافية للمنطقة. وقد لاحظت سعاد بوشارب (2020) في دراستها عن الصفحات الثقافية أنّ اللغة الفنية تُسهم في إحياء الرموز المحلية وتثمين الموروث الثقافي، حتى وإن كان حضورها هامشيًا مقارنة بالأنماط الأخرى من الخطاب.

وبناءً على ما سبق، يتضح أنّ صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تعتمد بدرجة أولى على التبسيط والوضوح لضمان وصول المعلومة إلى أكبر شريحة ممكنة، مع الحفاظ على السرد الإعلامي المهني كعلامة على هويتها المؤسسية، والانفتاح على التفاعل باعتباره أحد متطلبات الإعلام الرقمي المعاصر، وأخيرًا تخصيص مساحة محدودة للغة الفنية لإبراز البعد الثقافي والجمالي. وهذا التوازن بين البساطة والجدية والتفاعلية

يعكس طبيعة الصفحة كمزيج بين إعلام رسمي يلتزم بالمعايير المهنية، وإعلام رقمي يسعى إلى الانفتاح على الجمهور المحلي عبر قوالب حديثة.

لفهم "طول المحتوى" على صفحة إذاعة سعيدة، يمكن إعداد جدول يوضح توزيع المنشورات حسب حجم النص أو مدة الفيديو، مع تحليل لكل فئة:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد المنشورات	طول المحتوى
غالبًا أخبار سريعة، تحديثات يومية، منشورات عاجلة؛ يسهل استيعابها بسرعة ويزيد التفاعل اللحظي.	50%	15	قصير (أقل من 100 كلمة / فيديو أقل من 1 دقيقة)
مقالات إعلامية، برامج قصيرة، تحليلات خفيفة؛ تسمح بالتفصيل دون فقد انتباه الجمهور.	33%	10	متوسط (100-300 كلمة / فيديو 1-3 دقائق)
مقالات موسعة، برامج تفصيلية، تغطيات أحداث؛ موجه للجمهور الباحث عن معلومات معمقة، لكنه أقل شيوعًا بسبب محدودية وقت المتابعين.	17%	5	طويل (أكثر من 300 كلمة / فيديو أكثر من 3 دقائق)

يبين الجدول المتعلق بطول المحتوى المنشور على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية أنّ المحتوى القصير (أقل من 100 كلمة أو فيديو أقل من دقيقة واحدة) استحوذ على النسبة الأكبر بـ (50%)، أي ما يعادل (15) منشورًا. وهذه النتيجة تؤكد هيمنة الطابع السريع والمكثف على المحتوى الإعلامي الرقمي، إذ تميل الصفحة إلى تقديم أخبار عاجلة وتحديثات يومية قصيرة، بما يتوافق مع متطلبات التصفح السريع لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي. ويسمح هذا النمط بجذب انتباه المتابعين بسهولة ويزيد من التفاعل اللحظي (الإعجابات، التعليقات، والمشاركات). وهذا ما أشار إليه عبد القادر بن دادة (2018) حين لاحظ أنّ الطابع الغالب على الصفحات المحلية الجزائرية هو التركيز على الأخبار القصيرة والمباشرة نظرًا لانسجامها مع سلوك الجمهور الرقمي الذي يفضل السرعة والاختصار.

أما المحتوى المتوسط الطول (100-300 كلمة أو فيديو من 1 إلى 3 دقائق) فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة (33%) بواقع (10) منشورات. وغالبًا ما يتمثل هذا النوع في مقالات إعلامية موجزة أو برامج قصيرة أو تحليلات خفيفة، حيث يسمح بتقديم قدر أكبر من التفاصيل مقارنة بالمحتوى القصير، مع الحفاظ على توازن يجعل المتابع قادرًا على استيعاب الرسالة دون أن يفقد اهتمامه. ويظهر هذا أن الصفحة تسعى أحيانًا إلى تعميق المعالجة الإعلامية، لكنها تفعل ذلك بجرعات محسوبة حتى لا تثقل على المتابع. هذه النتيجة تتقاطع مع ما لاحظته حكيم زروقي (2022) في تحليله لمحتوى الصفحات الإذاعية عبر الفيسبوك، حيث أكد أن النصوص المتوسطة الطول تمثل خيارًا وسطًا يوازن بين الرغبة في التفصيل والحاجة إلى الحفاظ على انتباه الجمهور.

أما المحتوى الطويل (أكثر من 300 كلمة أو فيديو يتجاوز 3 دقائق) فقد حل في المرتبة الأخيرة بنسبة (17%) فقط، أي (5) منشورات. ويظهر هذا النمط عادة في المقالات الموسعة أو التغطيات التفصيلية للبرامج والأحداث، حيث يُوجّه بالأساس إلى الجمهور الباحث عن معلومات معمقة وتحليلات معمّقة. ومع ذلك، فإن ضعف نسبته يعكس محدودية استعداد الجمهور المحلي لقضاء وقت أطول في التفاعل مع محتوى مطوّل على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تهيمن ثقافة "الوجبات الإعلامية السريعة". وقد أكدت سعاد بوشارب (2020) في دراستها أن المحتوى المطوّل يجد جمهورًا متخصصًا أكثر من كونه جماهيريًا، وهو ما يجعله أقل شيوعًا لكنه يظل مهمًا لتعزيز العمق المعرفي والهوية الثقافية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تميل بشكل واضح إلى اعتماد المحتوى القصير والمتوسط كاستراتيجية أساسية لضمان التفاعل السريع والمباشر مع الجمهور، في حين يظل المحتوى الطويل حاضرًا بنسبة أقل لكنه يعكس البعد المعرفي والثقافي للصفحة. وهذا التدرج في طول المحتوى ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أن الإعلام الرقمي المعاصر يقوم على تعددية الأنماط لتلبية احتياجات جماهير مختلفة: جمهور يبحث عن السرعة، وآخر يرغب في التعمق. وهكذا تجمع الصفحة بين الاستجابة الفورية لمتطلبات اللحظة الرقمية وبين تقديم محتوى أعمق يُسهم في تثمين دورها الإعلامي والتثقيفي على المستوى المحلي.

لفهم لغة الخطاب على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكننا إعداد جدول يوضح أنواع الخطاب الأكثر استخدامًا مع أمثلة وتحليل دقيق:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد المنشورات	نوع لغة الخطاب
تستخدم في الأخبار العاجلة والتقارير الرسمية، تركز على الموضوعية والدقة، وتعكس المهنية والجدية في نقل المعلومة.	47%	14	لغة إعلامية رسمية
تظهر في المنشورات اليومية والتفاعلية، لتقريب المحتوى من المتابع العادي، وتسهيل فهم الأخبار والتحديثات.	33%	10	لغة مبسطة وعامية
تستعمل في المنشورات التوعوية، المبادرات الاجتماعية أو الثقافية، لتشجيع المشاركة والتفاعل الإيجابي.	13%	4	لغة تحفيزية / تشجيعية
تستخدم في القصص المحلية والتغطيات الثقافية، لإضفاء طابع جمالي على المحتوى، لكنها نادرة مقارنة باللغات الأخرى.	7%	2	لغة فنية / أدبية

يبين الجدول المتعلق بلغة الخطاب المستعملة في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية أنّ اللغة الإعلامية الرسمية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (47%)، أي (14) منشورًا. وهذا يعكس الطابع المؤسسي للصفحة باعتبارها تابعة لإذاعة رسمية، حيث يكون التركيز على الأخبار العاجلة والتقارير الموضوعية. هذه النتيجة تكشف أنّ الصفحة تحرص على الالتزام بالمعايير الصحفية في نقل المعلومات بدقة وموضوعية، بما يعكس المهنية والجدية. وهو ما يتفق مع ما ذكره حكيم زروقي (2022) الذي لاحظ أنّ الصفحات الإذاعية الرسمية تحافظ على الأسلوب الرسمي الجاد باعتباره عنصرًا هوياتيًا يميزها عن الصفحات غير الرسمية أو الشعبية.

أما اللغة المبسطة والعامية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (33%) وبـ (10) منشورات، حيث تظهر في المنشورات اليومية والتفاعلية التي تهدف إلى تقريب المحتوى من المتابع العادي وتسهيل فهم الأخبار والتحديثات. ويشير هذا الاستخدام إلى محاولة الصفحة التخفيف من الطابع الرسمي الجامد عبر إدراج لغة سهلة الاستيعاب، بما يضمن جاذبية أكبر لدى الجمهور المتنوع. هذه النتيجة تتماشى مع ما توصل إليه

عبد القادر بن دادة (2018) الذي أكد أنّ الصفحات المحلية الجزائرية تميل إلى إدماج العامية والبساطة في الخطاب من أجل بناء علاقة أقرب مع الجمهور وضمان سرعة التلقي.

فيما يتعلق بـ **اللغة التحفيزية/التشجيعية** فقد شكّلت نسبة (13%) بواقع (4) منشورات، حيث استُخدمت في الحملات التوعوية والمبادرات الاجتماعية والثقافية. وتُعدّ هذه اللغة وسيلة لتعزيز التفاعل الإيجابي وتشجيع المتابعين على المشاركة في الفعاليات أو تبني سلوكيات معينة. ورغم أنّ نسبتها ليست مرتفعة، إلا أنّ حضورها يدل على وعي الصفحة بأهمية الجانب التحفيزي في بناء علاقة تواصلية أكثر إنسانية مع جمهورها. وقد لاحظ محمد الأمين خليف (2021) أنّ الصفحات المحلية توظف هذا النمط من اللغة بدرجات متفاوتة لتعزيز الطابع التفاعلي ولتحويل المتلقي من مجرد مستقبل إلى مساهم في النشاط الاجتماعي أو الثقافي.

أما **اللغة الفنية/الأدبية** فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (7%) فقط بواقع (2) منشورين، حيث يقتصر حضورها على القصص المحلية والتغطيات الثقافية. ورغم أنّها لغة نادرة في الصفحة مقارنة بالأنماط الأخرى، إلا أنّها تضيف بعداً جمالياً على الخطاب وتُساهم في إبراز الهوية الثقافية للمنطقة. وهذا ما أكدته سعاد بوشارب (2020) حين أشارت إلى أنّ اللغة الأدبية والفنية، وإن كانت هامشية، إلا أنها تمثل رافداً مهماً في تنمية الموروث الثقافي وإحياء الرموز المحلية في الفضاء الرقمي.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنّ لغة الخطاب في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين الرسمي والمبسّط بشكل أساسي، مع حضور ثانوي للغة التحفيزية والفنية. وهذا التوزيع يعكس ازدواجية الهوية الاتصالية للصفحة: فمن جهة هي مؤسسة رسمية تلتزم بالموضوعية والدقة، ومن جهة أخرى هي فاعل رقمي يحاول التكيف مع متطلبات الجمهور عبر تبسيط اللغة أو تحفيزه للمشاركة. وهو ما يتفق مع الإطار النظري الذي يؤكد أنّ الإعلام المحلي في البيئة الرقمية يتسم بتعدد مستويات الخطاب، تبعاً لاختلاف السياقات والغايات التواصلية.

لفهم العناصر البصرية على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكننا إعداد جدول يوضح أنواع العناصر البصرية المستخدمة، تكرارها، ونسبتها مع التحليل:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع العنصر البصري
تستخدم لتغطية الأخبار المحلية، الفعاليات، والأنشطة اليومية؛ تضيف مصداقية وتفاعل بصري مع المتابعين.	40%	12	الصور الفوتوغرافية
تُستعمل لتبسيط المعلومات والإحصائيات، تسهّل فهم المحتوى المعقد، وتزيد من جاذبية المنشورات.	27%	8	الرسوم التوضيحية / الإنفوغرافيك
تشمل تقارير قصيرة، مقابلات أو فعاليات حية، تساعد على نقل الأحداث بشكل حي وتجذب التفاعل الفوري.	20%	6	الفيديوهات
تُستخدم في المنشورات التفاعلية، كالاستطلاعات والمسابقات، لإضفاء طابع مرح وجذب الانتباه.	13%	4	الرموز والملصقات

يبين الجدول المتعلق بالعناصر البصرية المستعملة في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية أنّ **الصور الفوتوغرافية** جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (40%)، أي (12) مرة ظهور. وهذا يؤكد اعتماد الصفحة على الصور كوسيلة أساسية في تغطية الأخبار المحلية والفعاليات والأنشطة اليومية، حيث تضيف الصور مصداقية أكبر للمحتوى وتجعل المتابع أكثر قرباً من الحدث. كما أنها تُعتبر من أكثر الوسائط قدرة على جذب انتباه الجمهور وإثارة تفاعله البصري. هذه النتيجة تتماشى مع ما لاحظته سعاد بوشارب (2020) في دراستها، حين أكدت أن الصورة في الصفحات الثقافية والمحلية لم تعد مجرد مرافقة للنص، بل تحولت إلى عنصر رئيسي لإبراز الهوية والرموز الاجتماعية.

أما **الرسوم التوضيحية (الإنفوغرافيك)** فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (27%) بواقع (8) مرات ظهور، حيث يتم توظيفها لتبسيط المعلومات والإحصاءات المعقدة وتقديمها بشكل بصري سهل الفهم. ويمثل هذا التوجه محاولة من الصفحة لمواكبة الأساليب الحديثة في الإعلام الرقمي، التي تعتمد على الدمج بين المعلومة والصورة لإيصال الرسالة بأقل جهد ذهني من طرف المتلقي. ويظهر هذا الاستخدام أنّ الصفحة

تدرك أهمية جعل المحتوى أكثر جاذبية وتنظيمًا، وهو ما يؤكد ما ذهب إليه عبد القادر بن دادة (2018) حين بيّن أنّ تبني الإنفوغرافيك في الصفحات المحلية يساعد على رفع مستوى الفهم ويُعزز من التفاعل الإيجابي.

أما **الفيديوهات** فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (20%) وبـ (6) مرات ظهور. وتشمل هذه الفيديوهات تقارير قصيرة، مقابلات مع شخصيات محلية أو تغطيات مباشرة للفعاليات. ورغم أنّ حضورها أقل من الصور والرسوم، إلا أنها تمنح الصفحة بعدًا ديناميكيًا وتتيح للمتابع مشاهدة الأحداث كما تجري، وهو ما يزيد من فرص التفاعل الفوري (التعليقات، الإعجابات، المشاركات). وقد أشار محمد الأمين خليف (2021) إلى أنّ الفيديو أصبح أحد أهم أشكال الوسائط في الإعلام المحلي عبر الفضاء الرقمي، غير أن استثماره لا يزال محدودًا مقارنة بالإمكانات التي يتيحها.

وأخيرًا، جاءت **الرموز والملصقات** بنسبة (13%) بواقع (4) مرات ظهور، حيث تستعمل بالأساس في المنشورات التفاعلية مثل الاستطلاعات والمسابقات. وتُضيف هذه العناصر طابعًا مرحًا يخفف من الطابع الرسمي ويجذب الانتباه خصوصًا لدى فئة الشباب. ورغم أنّها وسيلة بسيطة، إلا أنها تحمل قيمة تواصلية مهمة لأنها تفتح المجال لتفاعل خفيف وسريع. وهذا يتفق مع ما ذكره حكيم زروقي (2022) الذي لاحظ أنّ إدماج الرموز التعبيرية والملصقات في الصفحات الإذاعية يهدف إلى جعلها أقرب إلى ثقافة الجمهور الرقمي الذي يميل إلى التفاعل عبر الوسائط الرمزية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنّ العناصر البصرية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين التقليدي (الصور الفوتوغرافية) والحديث (الإنفوغرافيك والفيديوهات)، مع حضور تفاعلي مرح عبر الرموز والملصقات. هذا التوزيع يعكس إدراك الصفحة لأهمية البعد البصري في الإعلام الرقمي، حيث لم يعد النص وحده كافيًا لجذب المتابع، بل أصبح المزج بين الصور والفيديو والرسوم والرموز ضرورة لضمان حضور قوي ومؤثر. وهكذا، فإن الصفحة تمثل نموذجًا لتكامل العناصر البصرية في خدمة الرسالة الإعلامية، بما ينسجم مع الإطار النظري الذي يؤكد أنّ وسائل الإعلام الحديثة تُبنى على "التواصل متعدد الوسائط" لتحقيق أكبر قدر من الفعالية والجاذبية.

لفهم **درجة التفاعل** على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكننا إعداد جدول يوضح مستويات التفاعل المختلفة، عدد المنشورات لكل مستوى، ونسبتها مع التحليل:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد المنشورات	درجة التفاعل
تشمل المنشورات التي تحظى بعدد كبير من التعليقات، الإعجابات والمشاركات، غالبًا الأخبار العاجلة أو المواضيع المثيرة للجدل.	27%	8	عالي
المنشورات التي تحقق تفاعلًا جيدًا ولكن ليس كبيرًا، مثل الأخبار المحلية، التحديثات اليومية، أو بعض البرامج القصيرة.	47%	14	متوسط
المنشورات التي تحظى بتفاعل قليل، غالبًا المحتوى الطويل جدًا، أو المحتوى الفني/الثقافي الذي قد يهم فئة محدودة من المتابعين.	26%	8	منخفض

يبين الجدول أنّ **درجة التفاعل المتوسطة** جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47%) وبـ (14) منشورًا، حيث تضم هذه الفئة الأخبار المحلية والتحديثات اليومية وبعض البرامج القصيرة. وهذا يعكس أنّ أغلب محتوى الصفحة يلقي قبولًا واستجابة من المتابعين، لكنه لا يصل إلى مستوى الانتشار الواسع أو النقاشات الكبيرة. هذه النتيجة تؤثر على أنّ الصفحة تؤدي وظيفتها في تزويد الجمهور المحلي بالمعلومة بشكل منظم، لكنها في الوقت نفسه لا تراهن على إثارة الجدل أو البحث عن الشهرة السريعة. وهو ما يتماشى مع ما أشار إليه حكيم زروقي (2022) الذي لاحظ أنّ الصفحات الإذاعية في الجزائر تحقق غالبًا تفاعلًا متوسطًا لأنها توازن بين الطابع الرسمي والجانب التفاعلي.

أما **درجة التفاعل العالية** فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (27%) بواقع (8) منشورات، وهي تشمل بالأساس الأخبار العاجلة أو المواضيع المثيرة للجدل التي تثير اهتمامًا واسعًا. وتؤكد هذه النسبة أنّ الجمهور المحلي يتجاوب بشكل أكبر مع الأحداث الساخنة أو المستجدات المفاجئة، وهو سلوك شائع في بيئة الإعلام الرقمي حيث تكون المواضيع الطارئة أسرع في الانتشار وأعلى في نسب التفاعل. هذه النتيجة تتوافق مع ما توصل إليه عبد القادر بن دادة (2018) الذي أشار إلى أنّ الأخبار العاجلة والموضوعات الخلافية غالبًا ما تُحدث قفزات في معدلات التفاعل داخل الصفحات المحلية، باعتبارها مرتبطة بالحياة اليومية المباشرة للجمهور.

أما **درجة التفاعل المنخفضة** فقد شكّلت نسبة (26%) بواقع (8) منشورات، وغالبًا ما ترتبط بالمحتوى الطويل جدًا أو بالمحتوى الفني/الثقافي الذي قد يهتم فئة محدودة فقط من المتابعين. ورغم أنّ هذه النسبة ليست قليلة، إلا أنّها تعكس طبيعة سلوك الجمهور الرقمي الذي يميل إلى التفاعل مع المحتوى السريع والبسيط أكثر من المحتوى المتخصص أو المطوّل. ومع ذلك، فإن هذا النمط من المنشورات يظل مهمًا لأنه يخدم جانبًا معرفيًا وثقافيًا لا ينبغي إغفاله. وهذا ما أكدته سعاد بوشارب (2020) عندما أشارت إلى أنّ المحتوى الثقافي في الصفحات المحلية لا يستقطب الجمهور العريض، لكنه يساهم في بناء هوية ثقافية رقمية متماسكة تخدم أهدافًا بعيدة المدى.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنّ درجة التفاعل في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين **هيمنة التفاعل المتوسط** كطابع عام، ووجود **قفزات في التفاعل العالي** مرتبطة بالأحداث العاجلة، في مقابل **تراجع التفاعل** عند المحتويات المطوّلة أو الثقافية. وهذا التوزيع يعكس طبيعة جمهور الإعلام المحلي في البيئة الرقمية، حيث يسود منطق التفاعل اللحظي والسريع، مع وجود فئة أقلية تميل إلى المحتوى المعمّق. وهو ما يتقاطع مع الإطار النظري الذي يرى أنّ التفاعل في الفضاء الرقمي ليس مجرد مؤشر كمي، بل هو انعكاس لمدى توافق المحتوى مع اهتمامات الجمهور وسلوكه الاتصالي.

لفهم **الفئات الموضوعية** للمحتوى المنشور على صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكننا تقسيم المواضيع الرئيسية التي تتكرر عادةً في منشوراتها، ثم تقديم جدول يوضح عدد مرات الظهور، النسبة، مع أمثلة وتحليل:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	الفئة الموضوعية
تتعلق بالتغطيات اليومية للأحداث في مدينة سعيدة (أنشطة رسمية، حوادث، قضايا اجتماعية)؛ تعكس تركيز الإذاعة على الطابع المحلي.	35%	14	الأخبار المحلية
تشمل بيانات حكومية أو أحداث وطنية كبرى؛ تبرز ارتباط الصفحة بالسياق العام للبلاد.	20%	8	الأخبار الوطنية

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	الفئة الموضوعية
تغطية معارض، مهرجانات، أمسيات شعرية، عروض فنية؛ تضيف بعدًا ثقافيًا يرسخ الهوية المحلية.	18%	7	الأخبار الثقافية والفنية
متابعة مباريات الفرق المحلية أو الوطنية؛ تجذب فئة واسعة من الشباب والمهتمين بالرياضة.	15%	6	الأخبار الرياضية
مسابقات، استطلاعات رأي، نصائح صحية أو اجتماعية؛ تركز على تشجيع التفاعل المباشر مع الجمهور.	12%	5	منشورات تفاعلية/توعوية

يبين الجدول أنّ الأخبار المحلية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (35%) بواقع (14) مرة ظهور، حيث تركز على التغطيات اليومية للأحداث في مدينة سعيدة مثل الأنشطة الرسمية، الحوادث، أو القضايا الاجتماعية. هذه النتيجة تكشف أنّ الصفحة تولي اهتمامًا بارزًا للطابع المحلي، وهو ما ينسجم مع طبيعة الإذاعة الجهوية التي تهدف بالأساس إلى ربط الجمهور ببيئته المباشرة وتعزيز شعوره بالانتماء. وقد أشار عبد القادر بن دادة (2018) في دراسته إلى أنّ الطابع المحلي يمثل العمود الفقري للصفحات الجهوية، إذ يُعطيها خصوصيتها ويميزها عن باقي وسائل الإعلام الوطنية ذات الطابع العام.

أما الأخبار الوطنية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (20%) بواقع (8) مرات ظهور. وتشمل هذه الفئة البيانات الحكومية أو التغطية الخاصة بالأحداث الوطنية الكبرى. ويدل ذلك على أنّ الصفحة لا تكتفي بالتركيز على البعد المحلي فقط، بل تسعى أيضًا إلى ربط جمهورها بالسياق الوطني الأوسع. ويظهر هذا التوجه أنّ الإذاعة الجهوية تؤدي وظيفة مزدوجة: فهي محلية من حيث المجال الجغرافي، لكنها وطنية من حيث الارتباط بالمشهد الإعلامي العام. وهذا ما لاحظته حكيم زروقي (2022) حين أكد أنّ وسائل الإعلام المحلية، خصوصًا الصفحات الإذاعية عبر الفيسبوك، تعمل على خلق توازن بين الاهتمام المحلي والانفتاح على القضايا الوطنية.

أما **الأخبار الثقافية والفنية** فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (18%) بواقع (7) مرات ظهور. وتشمل هذه الفئة تغطية المهرجانات والمعارض والأمسيات الشعرية والعروض الفنية، وهو ما يعكس دور الصفحة في تثمين البعد الثقافي للمنطقة وإبراز هويتها الرمزية. ورغم أن نسبتها أقل من الأخبار المحلية والوطنية، إلا أنها تضيف قيمة جمالية ومعرفية للمحتوى المنشور. وقد أكدت سعاد بوشارب (2020) أن إدراج الأخبار الثقافية في الصفحات المحلية يساهم في ترسيخ الهوية الثقافية الرقمية، حتى وإن لم يكن هذا النوع من المحتوى هو الأكثر جماهيرية.

أما **الأخبار الرياضية** فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة (15%) بواقع (6) مرات ظهور، حيث تركز بالأساس على متابعة مباريات الفرق المحلية والوطنية. ورغم أنها لا تمثل الفئة الأكثر حضوراً، إلا أنها تكتسي أهمية كبيرة لأنها تجذب فئة واسعة من الشباب والمهتمين بالشأن الرياضي، وتُعزز الطابع الحيوي للصفحة. وقد أشار محمد الأمين خليف (2021) إلى أن المحتوى الرياضي يُعتبر أحد عناصر الجذب الأساسية للجمهور في الصفحات الإلكترونية المحلية، خاصة بين الفئات العمرية الشابة.

وأخيراً، جاءت **المنشورات التفاعلية/التوعوية** في المرتبة الأخيرة بنسبة (12%) بواقع (5) مرات ظهور، وتشمل مسابقات أو استطلاعات رأي أو نصائح اجتماعية وصحية. ورغم أن حضورها محدود نسبياً، إلا أنها تمثل بُعداً تفاعلياً مهماً لأنها تتيح للجمهور المشاركة المباشرة وتعزز من ديناميكية الصفحة. وهذا ما يتماشى مع ما ذكره بن دادة (2018) حول أهمية دمج البعد التوعوي والتفاعلي كجزء من هوية الصفحات المحلية في البيئة الرقمية.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنَّ الفئات الموضوعية للمحتوى في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين الطابع المحلي المهيمن، والانفتاح على القضايا الوطنية، مع حضور معتبر للثقافي والفني، إلى جانب محتوى رياضي يجذب الشباب، ومحتوى تفاعلي يعزز المشاركة. وهذا التوزيع يعكس سعي الصفحة إلى أداء وظائف متعددة : **إخبارية، ثقافية، رياضية، وتفاعلية**، بما ينسجم مع الإطار النظري الذي يؤكد أن وسائل الإعلام المحلية الناجحة هي التي تستطيع الجمع بين أبعاد متعددة لتلبية حاجات جمهور متنوع.

بالنسبة لـ **المواضيع الأمنية** في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، فهي عادةً جزء مهم من محتوى الصفحات الإخبارية المحلية، لأنها ترتبط بشكل مباشر بحياة المواطن اليومية. يمكن أن نعرضها في جدول كالآتي:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع الموضوع الأمني
تتناول حوادث الطرق، حملات التوعية المرورية، وإعلانات مصالح الأمن حول السلامة الطرقية؛ تحظى بتفاعل واسع لأنها تمس حياة الناس اليومية.	35%	6	أخبار الحوادث المرورية
تغطية توقيفات، عمليات أمنية، أو بيانات رسمية من الأمن الوطني؛ تهدف لبث الطمأنينة وإبراز جهود السلطات.	30%	5	أخبار الجريمة والشرطة
منشورات حول الوقاية من المخدرات، العنف، أو السرقة؛ تأتي غالباً بصيغة تحسيسية وتدعو المواطنين للتعاون.	23%	4	الحملات الأمنية التوعوية
تتعلق بتدخلات الإطفاء والإنقاذ؛ تُظهر الجانب الوقائي والخدمات للجهاز الأمني.	12%	2	أخبار الحماية المدنية

يبين الجدول أنّ أخبار الحوادث المرورية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (35%) بواقع (6) مرات ظهور، حيث تركز على حوادث الطرق، الحملات المرورية التوعوية، وإعلانات مصالح الأمن حول السلامة الطرقية. هذه النتيجة تكشف أنّ الصفحة تولي اهتماماً كبيراً بهذا النوع من الأخبار نظراً لصلته المباشرة بحياة المواطنين اليومية، وهو ما يفسر التفاعل الواسع معها. فالمواضيع المرورية لا تقتصر على الجانب الإخباري فقط، بل تمس أبعاداً اجتماعية ونفسية لأنها ترتبط بسلامة الأفراد وأمنهم في التنقل. وقد أكد حكيم زروقي (2022) أنّ التركيز على القضايا المرورية يُعدّ من أبرز سمات الصفحات المحلية، نظراً لكونها قضايا "لموسة" يجد فيها المتلقي انعكاساً مباشراً لواقعه.

أما أخبار الجريمة والشرطة فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (30%) بواقع (5) مرات ظهور. وتشمل تغطية توقيفات وعمليات أمنية أو نشر بيانات رسمية صادرة عن

الأمن الوطني. هذه الفئة من الأخبار تهدف إلى بث الطمأنينة في المجتمع عبر إبراز جهود السلطات الأمنية في مكافحة الجريمة. وهي تسهم أيضًا في تعزيز صورة الدولة كضامنة للأمن والنظام. وقد لاحظ عبد القادر بن دادة (2018) أنّ تغطية القضايا الأمنية في الصفحات الجهوية تحمل بعدًا مزدوجًا: إخباريًا توثيقًا من جهة، واتصاليًا استراتيجيًا من جهة أخرى، إذ ترسخ الثقة في الأجهزة الأمنية.

أما الحملات الأمنية التوعوية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (23%) بواقع (4) مرات ظهور، وتشمل منشورات توعوية حول الوقاية من المخدرات أو العنف أو السرقة. هذا النوع من المنشورات يتجاوز مجرد نقل الخبر ليؤدي وظيفة تحسيسية مباشرة، حيث يُخاطب الجمهور بصفته شريكًا في الحفاظ على الأمن. وهو ما ينسجم مع المقاربة الاتصالية الحديثة التي ترى المواطن طرفًا فاعلاً في العملية الأمنية. وقد أشارت سعاد بوشارب (2020) إلى أنّ الإعلام المحلي حين يدمج البعد التوعوي في معالجته الأمنية فإنه يسهم في بناء وعي جماعي يساند المجهودات الرسمية.

وأخيرًا، جاءت أخبار الحماية المدنية في المرتبة الأخيرة بنسبة (12%) بواقع (2) مرات ظهور، حيث تركز على تدخلات الإطفاء والإنقاذ. ورغم محدودية حضورها مقارنة بباقي الفئات، إلا أنها تبرز جانبًا وقائيًا وخدميًا مهمًا يميز عمل الأجهزة الأمنية، حيث لا يقتصر دورها على الردع والسيطرة وإنما يشمل أيضًا الإنقاذ وتقديم المساعدة. وهو ما لاحظته محمد الأمين خليف (2021) الذي اعتبر أنّ أخبار الحماية المدنية تضيف بعدًا إنسانيًا للعمل الأمني وتجعل المواطن أكثر وعيًا بأهمية الأجهزة الخدمية في حياته اليومية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنّ الموضوعات الأمنية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين البعد الإخباري التوثيقي (الحوادث المرورية، الجريمة والشرطة)، والبعد التوعوي الوقائي (الحملات الأمنية، الحماية المدنية). وهذا التوزيع يعكس إدراك الصفحة لحساسية القضايا الأمنية وحرصها على الموازنة بين الإعلام بالخبر من جهة والتحسيس بخطورة الظاهرة من جهة أخرى. وهو ما ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أنّ الإعلام المحلي لا ينقل الوقائع فحسب، بل يسهم في صناعة الأمن المجتمعي من خلال بناء وعي جماعي يساند السلطات ويعزز ثقافة المسؤولية المشتركة.

بالنسبة لـ **المواضيع الثقافية** في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، فهي جزء مهم من هويتها الإعلامية لأنها تعكس الطابع المحلي وتبرز خصوصية المجتمع. يمكن تنظيمها في جدول على هذا النحو:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع الموضوع الثقافي
مثل مهرجانات الفنون الشعبية، العروض الموسيقية والمسرحية؛ تساهم في إبراز الهوية الثقافية المحلية وجذب الزوار.	30%	5	تغطية المهرجانات المحلية
تتعلق باللباس التقليدي، الصناعات الحرفية، أو الاحتفالات الشعبية؛ تُعزز الانتماء المحلي وتُبرز موروث المنطقة.	25%	4	الأنشطة التراثية
تغطية أمسيات شعرية أو جلسات قراءة، تُظهر دعم الصفحة للأدب المحلي وتشجيع المواهب.	20%	3	الأمسيات الأدبية والشعرية
مثل معارض الرسم والتصوير الفوتوغرافي والفنون التشكيلية؛ تُبرز دور الفن في التعبير عن قضايا المجتمع.	20%	3	المعارض والأنشطة الفنية
مبادرات مرتبطة بالقراءة أو أيام وطنية (مثل يوم العلم)؛ تسعى لترسيخ قيم ثقافية وفكرية لدى الجمهور.	5%	2	حملات ثقافية/توعوية

يبين الجدول أنّ **تغطية المهرجانات المحلية** جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%) بواقع (5) مرات ظهور، وتشمل مهرجانات الفنون الشعبية والعروض الموسيقية والمسرحية. هذا التركيز يعكس اهتمام الصفحة بإبراز الجانب الاحتفالي من الثقافة المحلية، بما يساهم في التعريف بالموروث الفني للمنطقة ويعزز مكانتها كوجهة ثقافية وسياحية. وقد أكدت سعاد بوشارب (2020) أنّ تغطية المهرجانات في الصفحات الجهوية لا تقتصر على الترفيه، بل تساهم في صناعة "ذاكرة جماعية رقمية" تعكس هوية المكان.

أما **الأنشطة التراثية** فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (25%) بواقع (4) مرات ظهور، وتشمل اللباس التقليدي، الصناعات الحرفية، والاحتفالات الشعبية. هذا النمط

من التغطيات يُبرز البعد التراثي الذي يشكل ركيزة أساسية في الهوية المحلية، كما يعزز الانتماء الجماعي من خلال إعادة إحياء الرموز الثقافية القديمة في الفضاء الرقمي. وهو ما يتوافق مع ما ذهب إليه عبد القادر بن دادة (2018) حين أكد أن الصفحات المحلية تلعب دوراً محورياً في إعادة تدوير الموروث التراثي ليبقى حاضراً في وعي الأجيال الجديدة.

أما **الأمسيات الأدبية والشعرية** فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (20%) بواقع (3) مرات ظهور. هذا التوجه يعكس اهتمام الصفحة بالأدب المحلي وتشجيع المواهب الشابة في مجال الشعر والكتابة. ورغم أن جمهورها يظل محدوداً مقارنة بالمهرجانات أو الأنشطة التراثية، إلا أنها تضيف قيمة معرفية وفكرية للمحتوى المنشور. وقد لاحظ محمد الأمين خليف (2021) أن إدراج الأنشطة الأدبية في الصفحات المحلية يمثل رهاناً على بناء نخبة ثقافية جديدة داخل المجتمع الرقمي، حتى وإن لم يكن هذا المحتوى واسع الانتشار.

وبنفس النسبة (20%) جاءت **المعارض والأنشطة الفنية** بواقع (3) مرات ظهور، وتشمل معارض الرسم والتصوير الفوتوغرافي والفنون التشكيلية. وهي تبرز البعد التعبيري والإبداعي في الثقافة المحلية، حيث يصبح الفن وسيلة لطرح قضايا المجتمع وصياغتها بصرياً. وقد أشار حكيم زروقي (2022) إلى أن الاهتمام بالفنون التشكيلية في الصفحات الرقمية يعكس تحولاً في الذائقة البصرية للجمهور، حيث لم يعد مقتصرًا على النص والصورة التقليدية فقط.

وأخيراً، جاءت **الحملات الثقافية/التوعوية** بنسبة (5%) بواقع (2) مرات ظهور، وتشمل مبادرات القراءة أو إحياء المناسبات الوطنية مثل يوم العلم. ورغم محدودية حضورها، إلا أنها تحمل بعداً استراتيجياً مهماً لأنها تهدف إلى ترسيخ القيم الثقافية والفكرية لدى الجمهور وربط الحاضر بالماضي. وقد لاحظت بوشارب (2020) أن هذه المبادرات، وإن كانت قليلة، تُسهم في بناء وعي ثقافي طويل الأمد لدى الجمهور المحلي.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الموضوعات الثقافية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين البعد الاحتفالي (المهرجانات)، البعد التراثي (الحرف واللباس)، البعد الأدبي (الشعر والكتابة)، والبعد الفني (المعارض)، مع حضور محدود للبُعد التوعوي. وهذا التوزيع يعكس تنوعاً في الاهتمامات الثقافية للصفحة، كما يكشف عن دورها المزدوج: فمن جهة توثق التراث والهوية المحلية، ومن جهة أخرى تفتح المجال للتعبيرات الفنية الحديثة. وهو ما ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أن الإعلام

المحلي يُسهم في بناء هوية ثقافية رقمية هجينة، تجمع بين الماضي التراثي والحاضر الفني المعاصر.

المواضيع الاجتماعية تُعتبر من بين الركائز الأساسية في محتوى صفحة إذاعة سعيدة الجهورية، لأنها تمس الحياة اليومية للمواطن وتعكس انشغالات المجتمع. يمكن عرضها في جدول تحليلي على هذا النحو:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع الموضوع الاجتماعي
انشغالات مرتبطة بالنقل، النظافة، الخدمات العمومية، أسعار المواد الأساسية؛ تهدف إلى نقل صوت المواطن المحلي.	30%	7	قضايا المواطن اليومية
تغطية حملات التبرع بالدم، قوافل خيرية، مساعدات اجتماعية؛ تُبرز روح التضامن والتكافل داخل المجتمع.	22%	5	المبادرات التضامنية
منشورات حول التلقينات، النصائح الصحية، الوقاية من الأمراض؛ تعكس الطابع التوعوي للصفحة.	18%	4	الصحة والوقاية
مواضيع تخص الأنشطة الشبابية، التشغيل، التكوين المهني؛ تمثل فئة مهمة من جمهور الصفحة.	18%	4	قضايا الشباب والرياضة
محتويات حول دور المرأة، التربية، رعاية الأسرة؛ تُظهر بعداً إنسانياً واجتماعياً في الخطاب الإعلامي.	12%	3	قضايا الأسرة والمرأة

يبين الجدول أنّ قضايا المواطن اليومية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%) بواقع (7) مرات ظهور. وتشمل هذه القضايا النقل، النظافة، الخدمات العمومية، وأسعار المواد الأساسية. هذه النتيجة تكشف عن انشغال الصفحة بنقل هموم المواطن العادي

وإبراز صوت الفئات المحلية في حياتها اليومية. وهو ما يعزز الدور الرقابي للإعلام المحلي باعتباره حلقة وصل بين المواطن وصاحب القرار. وقد أكد عبد القادر بن دادة (2018) أنّ معالجة القضايا المعيشية اليومية تُعتبر أحد أعمدة الإعلام الجهوي، لأنها تمنحه المصداقية وتجعله أقرب إلى جمهوره.

أما المبادرات التضامنية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (22%) بواقع (5) مرات ظهور، وتشمل حملات التبرع بالدم، القوافل الخيرية، والمساعدات الاجتماعية. هذا النوع من المحتوى يُبرز روح التكافل داخل المجتمع، كما يساهم في نشر قيم التضامن الجماعي. ورغم أنّه ليس الأكثر حضوراً، إلا أنّه يحمل قيمة معنوية عالية، حيث يربط الصفحة بديناميكيات المجتمع المدني. وقد لاحظت سعاد بوشارب (2020) أنّ إدراج مبادرات التضامن في الصفحات المحلية يعكس بعداً إنسانياً مهماً يجعل الإعلام شريكاً في التنمية الاجتماعية.

أما الصحة والوقاية فقد جاءت بنسبة (18%) بواقع (4) مرات ظهور، وتشمل مواضيع التلقيحات والنصائح الصحية والوقاية من الأمراض. هذه الفئة تكشف عن الطابع التوعوي للصفحة، خصوصاً في ظل التحديات الصحية (مثل جائحة كوفيد-19 سابقاً). وهي تُمثل مكوناً أساسياً من الخطاب الاجتماعي لأنها تسعى إلى تغيير السلوكيات الإيجابية. وقد أشار محمد الأمين خليف (2021) إلى أنّ الإعلام المحلي حين يتبنى مواضيع صحية فإنه يضطلع بدور تثقيفي وقائي يرفع من وعي المواطن، حتى وإن لم يكن المحتوى الأكثر تفاعلاً.

وبنفس النسبة (18%) جاءت **قضايا الشباب والرياضة** بواقع (4) مرات ظهور، وتشمل الأنشطة الشبابية، التشغيل، والتكوين المهني. هذا التوجه يعكس وعي الصفحة بأهمية فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكثر نشاطاً على وسائل التواصل الاجتماعي. ورغم أنّ المحتوى المرتبط بالرياضة قد لا يهيمن رقمياً كما هو الحال في الإعلام الوطني، إلا أنّه يحتل مكانة معتبرة لأنه يلامس اهتمامات أساسية لدى جمهور محلي واسع. وهذا ما أشار إليه حكيم زروقي (2022) حين أكد أنّ الإعلام المحلي لا يمكن أن يغفل عن فئة الشباب لأنها تمثل القاعدة الأكبر لمستهلكي المحتوى الرقمي.

وأخيراً، جاءت **قضايا الأسرة والمرأة** بنسبة (12%) بواقع (3) مرات ظهور. وتشمل موضوعات حول دور المرأة، التربية، ورعاية الأسرة. ورغم محدودية حضورها مقارنة بباقي الفئات، إلا أنّها تكشف عن بعد إنساني واجتماعي يعزز شمولية الصفحة في معالجة القضايا المحلية. فهي تُظهر أنّ الإعلام لا يقتصر على الأخبار والسياسة، بل يمتد إلى عمق العلاقات الاجتماعية والأسرية. وقد لاحظت بوشارب (2020) أنّ

إدراج قضايا المرأة والأسرة، ولو بنسبة قليلة، يُضيف بُعدًا إنسانيًا مهمًا في بناء الخطاب الإعلامي المحلي.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إنّ الموضوعات الاجتماعية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتوزع بين قضايا معيشية مباشرة (الخدمات، الأسعار، النقل)، وقضايا قيمية وإنسانية (التضامن، الأسرة)، وقضايا توعوية وتنموية (الصحة، الشباب). هذا التوزيع يعكس طبيعة الدور المتعدد الذي تؤديه الصفحة: فهي من جهة تُعبر عن انشغالات المواطن اليومية، ومن جهة أخرى تُسهم في التوعية والتنمية الاجتماعية. وهو ما ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أنّ الإعلام المحلي ليس مجرد ناقل للخبر، بل هو أداة لإنتاج خطاب اجتماعي يُعزز التماسك المجتمعي ويقوي روابط الانتماء المحلي.

المواضيع الاقتصادية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية لها حضور معتبر لأنها تمس الحياة المعيشية للمواطن وتواكب المستجدات التنموية بالمنطقة. يمكن تنظيمها في جدول كما يلي:

نوع الموضوع الاقتصادي	عدد مرات الظهور	النسبة المئوية	أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة
الأسعار والقدرة الشرائية	6	30%	نشرات حول أسعار المواد الغذائية في الأسواق المحلية، تقارير عن ارتفاع أو انخفاض الأسعار؛ تعكس ارتباط الإذاعة باهتمامات المواطن اليومية.
التشغيل والاستثمار	5	25%	أخبار فرص العمل، مشاريع استثمارية جديدة بالمنطقة، افتتاح مؤسسات اقتصادية؛ تعكس الدور التنموي للإعلام.
الفلاحة والأنشطة الزراعية	4	20%	مواضيع حول مواسم الحصاد، أسعار الحبوب والخضر، مشاكل الفلاحين؛ مهمة لكون سعيدة منطقة فلاحية بامتياز.

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع الموضوع الاقتصادي
متابعة الأسواق الأسبوعية، الرقابة التجارية، محاربة المضاربة؛ تمس النشاط الاقتصادي المباشر للمواطن.	15%	3	التجارة المحلية
أخبار مشاريع الطرق، الكهرباء، الغاز، الماء؛ توضح تأثير البنية الاقتصادية على تحسين حياة المواطن.	10%	2	البنية التحتية والخدمات

يبين الجدول أنّ الأسعار والقدرة الشرائية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%) بواقع (6) مرات ظهور. وتشمل هذه الفئة نشرات حول أسعار المواد الغذائية في الأسواق المحلية أو تقارير عن تقلب الأسعار. هذه النتيجة تعكس اهتمام الصفحة بالبعد المعيشي المباشر للمواطن، حيث تشكل القدرة الشرائية أبرز انشغالات الأسر. فالتركيز على هذا الجانب يجعل الصفحة قريبة من الجمهور، لأنها تنقل همومه اليومية بشكل مباشر. وقد أكد عبد القادر بن دادة (2018) أنّ الإعلام المحلي حين يتناول الأسعار والخدمات الاستهلاكية فإنه يعزز مصداقيته، لارتباطه بالاحتياجات الأساسية للمجتمع.

أما التشغيل والاستثمار فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (25%) بواقع (5) مرات ظهور، وتشمل أخبار فرص العمل أو المشاريع الاستثمارية الجديدة في المنطقة. هذا النوع من التغطيات يعكس الدور التنموي للإعلام، إذ يساهم في التعريف بالفرص الاقتصادية ويدعم جهود السلطات في جلب الاستثمار. وهو ما يتماشى مع مقاربة التنمية المحلية التي ترى في الإعلام شريكاً فاعلاً في الترويج لمشاريع الاقتصاد المحلي. وقد أشار حكيم زروقي (2022) إلى أنّ الإعلام المحلي من خلال نشر أخبار الاستثمار يساهم في تعزيز صورة المنطقة كفضاء جاذب للتنمية.

أما الفلاحة والأنشطة الزراعية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (20%) بواقع (4) مرات ظهور. وبالنظر إلى أن سعيمة منطقة فلاحية بامتياز، فإن هذا الحضور يعكس خصوصية اقتصادية محلية مرتبطة بالزراعة ومواسم الحصاد وأسعار الحبوب والخضر. هذه التغطيات مهمة لأنها لا تنقل فقط أخبار الإنتاج الزراعي، بل تكشف

أيضًا عن مشاكل الفلاحين والتحديات التي تواجه القطاع. وهو ما ينسجم مع ما لاحظت سعاد بوشارب (2020) من أنّ الإعلام المحلي يميل إلى عكس الخصوصيات الاقتصادية للمنطقة، سواء كانت فلاحية أو صناعية.

أما **التجارة المحلية** فقد جاءت بنسبة (15%) بواقع (3) مرات ظهور، وتشمل متابعة الأسواق الأسبوعية والرقابة التجارية ومحاربة المضاربة. ورغم أنّ نسبتها أقل من الفئات الأخرى، إلا أنها تمثل بعدًا أساسيًا لأنها تمس النشاط الاقتصادي المباشر للمواطن وتؤثر على يومياته. فهي تُعطي صورة عن ديناميكيات السوق المحلية وتعكس العلاقة بين العرض والطلب. وقد لاحظ محمد الأمين خليف (2021) أنّ الإعلام الجهوي حين يغطي التجارة المحلية فإنه يضطلع بدور رقابي غير مباشر، عبر فضح الممارسات السلبية مثل المضاربة أو الغش.

وأخيرًا، جاءت **البنية التحتية والخدمات** في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%) بواقع (2) مرات ظهور، وتشمل أخبار مشاريع الطرق، الكهرباء، الغاز والماء. ورغم محدودية حضورها، إلا أنها تكتسي أهمية بالغة لأنها تُظهر كيف يؤثر الاستثمار في البنية التحتية على تحسين حياة المواطن. فالمحتوى المرتبط بالبنية الاقتصادية يساهم في إبراز جهود التنمية وتوضيح أثرها الملموس على الحياة اليومية. وهو ما أشار إليه زروقي (2022) حين أكد أنّ الإعلام المحلي يساهم في تعزيز ثقة المواطن في مشاريع الدولة من خلال نقل إنجازاتها.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنّ الموضوعات الاقتصادية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تعكس بوضوح التوازن بين **البعد المعيشي المباشر** (الأسعار، التجارة)، و**البعد التنموي الاستراتيجي** (التشغيل، الاستثمار، البنية التحتية)، إلى جانب خصوصية المنطقة الفلاحية. هذا التوزيع يعكس أن الصفحة لا تكتفي بإعطاء صورة آنية عن السوق والأسعار، بل تسعى أيضًا إلى ترسيخ خطاب تنموي يُبرز إمكانات المنطقة ومشاريعها المستقبلية. وهو ما ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أنّ الإعلام المحلي يؤدي وظيفة مزدوجة: توعوية/رقابية تجاه القضايا اليومية، وترويجية/تنموية تجاه المشاريع الكبرى.

المواضيع **السياسية** في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تُعد من بين الفئات الأساسية لأنها ترتبط بالأحداث الوطنية والقرارات الرسمية التي تؤثر على حياة المواطن. إليك جدول تفصيلي:

أمثلة وملاحظات تحليلية مفصلة	النسبة المئوية	عدد مرات الظهور	نوع الموضوع السياسي
تغطية زيارات الوالي، اجتماعات المجالس المحلية، تدشين مشاريع حكومية؛ تعكس الطابع الرسمي للصفحة ودورها في مواكبة قرارات السلطات.	30%	6	النشاطات الرسمية المحلية
نشر بيانات حكومية، قوانين جديدة، أو إصلاحات اقتصادية/اجتماعية؛ تبين ربط الصفحة بين المستوى المحلي والوطني.	25%	5	القرارات والسياسات الوطنية
بيانات رسمية أو تصريحات لمسؤولين؛ لغة إعلامية جديّة تبرز الطابع المؤسسي.	20%	4	الخطاب السياسي الرسمي
متابعة أنشطة البرلمان، الأحزاب السياسية أو الانتخابات؛ أقل حضوراً لكنها مهمة لشرح التعددية السياسية.	15%	3	التغطية البرلمانية/الحزبية
مثل الاحتفالات الرسمية (عيد الاستقلال، يوم الشهيد) أو برامج حكومية استراتيجية؛ تساهم في تعزيز الهوية الوطنية والانتماء.	10%	2	المبادرات الوطنية الكبرى

يبين الجدول أنّ **النشاطات الرسمية المحلية** جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%) بواقع (6) مرات ظهور، وتشمل تغطية زيارات الوالي، اجتماعات المجالس المحلية، وتدشين المشاريع الحكومية. هذا الحضور المرتفع يعكس الطابع المؤسسي للصفحة، باعتبارها جزءاً من الإعلام العمومي المكلف بمتابعة نشاطات السلطات المحلية وتوثيقها. وهو ما يبرز التوجه الرسمي للخطاب الإعلامي الذي يحرص على إبراز جهود الدولة في تسيير الشأن العام. وقد أشار عبد القادر بن دادة (2018) إلى أنّ الإعلام المحلي، حين يركز على النشاطات الرسمية، يرسخ صورة الدولة كفاعل أساسي في الحياة اليومية للمواطن.

أما القرارات والسياسات الوطنية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (25%) بواقع (5) مرات ظهور، وتشمل نشر بيانات حكومية أو قوانين جديدة وإصلاحات اقتصادية/اجتماعية. هذا النوع من التغطية يكشف عن وظيفة أخرى للصفحة، وهي الربط بين المستويين المحلي والوطني، بحيث تُظهر كيف تنعكس القرارات الكبرى على حياة المواطن في محيطه المباشر. وهو ما يتوافق مع ما أكدته سعاد بوشارب (2020) من أنّ الإعلام الجهوي يؤدي دور الوسيط بين الدولة والمجتمع، عبر تبسيط السياسات العمومية وتكييفها مع اهتمامات الجمهور المحلي.

أما الخطاب السياسي الرسمي فقد جاء بنسبة (20%) بواقع (4) مرات ظهور، ويتعلق ببيانات رسمية أو تصريحات لمسؤولين، غالبًا بلغة إعلامية رسمية وجادة. هذا المحتوى يعكس الطابع المؤسسي للصفحة، إذ يرسخ صورة الإعلام كقناة ناقلة لخطاب الدولة الرسمي دون كثير من التحليل أو النقد. وهو ما يجعل الصفحة تُمارس وظيفة "التوثيق السياسي" أكثر من "النقاش العمومي". وقد لاحظ محمد الأمين خليف (2021) أنّ الطابع الرسمي للخطاب السياسي في الإعلام العمومي يظل حاضرًا بقوة، مما يحدّ أحيانًا من مساحة التفاعل النقدي.

أما التغطية البرلمانية/الحزبية فقد جاءت بنسبة (15%) بواقع (3) مرات ظهور، وتشمل متابعة أنشطة البرلمان أو الأحزاب السياسية والانتخابات. ورغم محدودية حضورها مقارنة بالفئات الأخرى، إلا أنها مهمة لأنها تُبرز التعددية السياسية في البلاد. غير أن نسبتها الضعيفة قد تعكس طغيان البعد الرسمي على حساب البعد التعددي، وهو ما يتماشى مع طبيعة الإعلام الجهوي الخاضع لسياسة التحرير الرسمية. وقد أشار حكيم زروقي (2022) إلى أنّ الإعلام المحلي غالبًا ما يعطي مساحة أقل للخطاب الحزبي مقارنة بالخطاب الرسمي، حفاظًا على حياده المؤسسي.

وأخيرًا، جاءت المبادرات الوطنية الكبرى بنسبة (10%) بواقع (2) مرات ظهور، وتشمل الاحتفالات الرسمية (عيد الاستقلال، يوم الشهيد) أو البرامج الحكومية الاستراتيجية. ورغم أنها الأقل حضورًا، إلا أنّ لها قيمة رمزية كبيرة لأنها تُعزز الهوية الوطنية والانتماء، وتجعل المواطن يعيش الذاكرة الوطنية عبر وسائط الإعلام الرقمي. وقد لاحظت بوشارب (2020) أنّ هذه المبادرات، رغم محدوديتها، تؤدي وظيفة رمزية مهمة في تعزيز الشعور بالانتماء الجماعي.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنّ الموضوعات السياسية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تتميز بتركيز واضح على الطابع المؤسسي الرسمي (النشاطات المحلية، الخطاب الرسمي) مع حضور ثانوي للبعد التعددي (البرلمان/الأحزاب) والبعد الرمزي (المبادرات الوطنية). وهذا يعكس طبيعة الإعلام العمومي الذي يميل إلى توثيق

الخطاب السياسي للدولة أكثر من الانخراط في نقاش سياسي مفتوح. وهو ما ينسجم مع الإطار النظري الذي يرى أنّ الإعلام المحلي في البلدان النامية غالبًا ما يلعب دور

"الناقل" لسياسات الدولة، مع الحفاظ على صورة الحياد السياسي المؤسسي.

المطلب الثالث: أبرز نقاط القوة في الصفحة

من خلال تحليل مختلف الأبعاد الشكلية والموضوعية لصفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكن تسجيل مجموعة من نقاط القوة التي تبرز مكانتها كوسيلة إعلامية محلية ذات تأثير معتبر في محيطها الاجتماعي والثقافي والسياسي. ومن أهم هذه النقاط ما يلي:

1. **التركيز على الطابع المحلي:**
تُعد الصفحة قناة فاعلة في نقل انشغالات المواطن اليومي وقضاياها، خصوصًا في مجالات الخدمات، النقل، الأسعار، والحوادث، وهو ما يجعلها قريبة من الجمهور وتؤدي دورًا تكميليًا للبرامج الإذاعية التقليدية.
2. **تنوع الفئات الموضوعية:**
يظهر في الصفحة حضور متوازن لمواضيع متعددة (اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، أمنية، سياسية)، ما يمنحها شمولية في المعالجة، ويجعلها تلبي اهتمامات شرائح مختلفة من المتابعين.
3. **اعتماد لغة خطاب متنوعة:**
بين اللغة الرسمية الجادة واللغة المبسطة الموجهة للجمهور العريض، إضافة إلى اللغة التفاعلية والتحفيزية، ما يتيح للصفحة مخاطبة مختلف الفئات العمرية والاجتماعية.
4. **توظيف العناصر البصرية:**
اعتماد الصفحة على الصور الفوتوغرافية، الفيديوهات، والإنفوغرافيك، منح المحتوى جاذبية وساعد على تبسيط المعلومة وتعزيز انتشارها، خصوصًا في المواضيع الإخبارية والتوعوية.
5. **درجة تفاعل معتبرة مع الجمهور:**
برزت الصفحة كمُنبر تفاعلي من خلال التعليقات والمشاركات والإعجابات، مع تسجيل حضور ملحوظ للمسابقات والاستطلاعات، ما يعكس نجاحها في بناء علاقة تواصلية مع جمهورها.
6. **الحفاظ على المصداقية والجدية:**
يُلاحظ التزام الصفحة بخط تحريري يقوم على الموضوعية والدقة في نقل

المعلومة، وهو ما يعزز ثقة المتابعين بها، خاصة في الأخبار الرسمية أو العاجلة.

7. البعد التوعوي والتثقيفي:

من خلال حملات التوعية الأمنية والصحية، وتغطية الأنشطة الثقافية والفنية، مما يجعل الصفحة أداة إعلامية لها بعد اجتماعي وتربوي واضح.

المطلب الرابع: أبرز النقائص والتحديات

رغم ما تتمتع به صفحة إذاعة سعيدة الجهوية من نقاط قوة واضحة مكنتها من أن تكون إحدى الواجهات الإعلامية المحلية الفاعلة، إلا أن التحليل كشف أيضاً عن مجموعة من النقائص والتحديات التي تحدّ من فعاليتها الاتصالية والتأثيرية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1. ضعف الانتظام في النشر:

يُلاحظ أن بعض الفترات تشهد نشاطاً مكثفاً بينما تعرف فترات أخرى فتوراً في التحديثات، مما يضعف من استمرارية حضور الصفحة في المشهد الرقمي ويؤثر على درجة ارتباط الجمهور بها.

2. هيمنة المحتوى الإخباري على حساب المحتوى التفاعلي:

رغم تنوع المواضيع، إلا أن الطابع الإخباري يغلب على الصفحة، بينما تبقى المنشورات التفاعلية (استطلاعات، نقاشات، مسابقات) محدودة، وهو ما يقلل من فرص إشراك الجمهور بعمق.

3. محدودية الابتكار في العرض البصري:

على الرغم من استعمال الصور والفيديو، إلا أن الاستخدام يبقى تقليدياً، مع قلة الاعتماد على أشكال حديثة مثل الفيديوهات القصيرة الديناميكية، البث المباشر، أو الإنفوغرافيك المتقدم، ما قد يقلل من جاذبية الصفحة مقارنة بمنصات إعلامية منافسة.

4. ضعف في التغطية الاقتصادية المتخصصة:

رغم حضور المواضيع الاقتصادية، إلا أنها تُعالج غالباً بشكل وصفي أكثر منه تحليلي، مما يجعلها أقل جذباً للفئات المهتمة بالتحليلات الاقتصادية والتنموية.

5. التفاعل غير المتكافئ مع الفئات الموضوعية:

بعض المواضيع (مثل الاجتماعية والثقافية) تحظى بمتابعة جيدة، بينما مواضيع أخرى (مثل السياسية أو التوعوية) تسجل تفاعلاً ضعيفاً، وهو ما يكشف عن فجوة في كيفية تحفيز الجمهور للتفاعل مع مختلف أشكال المحتوى.

6. غياب استراتيجية اتصالية واضحة طويلة المدى:

يظهر من خلال غياب تخطيط واضح في برمجة المحتوى وتوزيعه الزمني،

حيث يتركز النشاط غالبًا حول الأحداث العاجلة أو المناسبات، بدل وجود خطة تحريرية شاملة ومستدامة.

7. التحديات التكنولوجية والبشرية:

يمكن أن تواجه الصفحة ضعفًا في الموارد البشرية المتخصصة في إدارة المحتوى الرقمي، أو في التكوين على الأدوات الحديثة للتحرير الإلكتروني، ما ينعكس على حداثة الأسلوب وجودة الإنتاج الإعلامي.

8. المنافسة مع منصات التواصل الأخرى:

في ظل تعدد المصادر الرقمية (صفحات إخبارية محلية مستقلة، منصات وطنية ودولية)، تواجه الصفحة تحدي الحفاظ على جمهورها واستقطاب متابعين جدد وسط زخم إعلامي كبير.

المطلب الخامس: الأبعاد العامة للصفات الإلكترونية المحلية لصفحة إذاعة سعيدة

من خلال التحليل المفصل لمحتوى صفحة إذاعة سعيدة الجهوية، يمكن استخلاص جملة من الأبعاد العامة التي تُشكل ما يمكن أن نسميه بـ"الصفات الإلكترونية المحلية"، وهي السمات التي تمنح الصفحة هويتها الرقمية الخاصة، وتُميزها عن غيرها من المنصات الإعلامية:

1. البعد المحلي – الهوياتي:

تركز الصفحة بشكل واضح على الأخبار المحلية والمواضيع القريبة من انشغالات المواطن السعدي، سواء تعلق الأمر بالتنمية، الأحداث اليومية، أو النشاطات الثقافية والرياضية. هذا التركيز يجعلها مرآة للمجتمع المحلي، ويُعزز الإحساس بالانتماء عند المتابعين.

2. البعد التواصلّي – التفاعلي:

رغم أن التفاعل ليس دائمًا في أعلى مستوياته، إلا أن الصفحة تسعى إلى خلق قنوات للتواصل المباشر مع الجمهور عبر التعليقات والمشاركات. هذا الجانب يُعطي بعدًا تشاركيًا ويُساهم في تعزيز دور الإذاعة كوسيط بين المواطن والمؤسسات.

3. البعد التوعوي – الخدمي:

يظهر بوضوح في نشر التوجيهات الأمنية، الحملات الصحية، والتنبيهات المتعلقة بالمواسم والمناسبات، ما يمنح الصفحة وظيفة عملية مباشرة في خدمة المجتمع المحلي وحمايته.

4. البعد الثقافي – الرمزي:

من خلال إبراز الفعاليات الثقافية، الاحتفاء بالموروث الشعبي، والتعريف

بالرموز المحلية، تعكس الصفحة جانبًا من الهوية الثقافية لمدينة سعيدة، وتُعيد إنتاجها في الفضاء الرقمي بأسلوب ميسر وجذاب.

5. البعد الإعلامي – الإخباري:

تُعتبر الصفحة امتدادًا لدور الإذاعة التقليدي، إذ تنقل الأخبار المحلية والوطنية بشكل مبسط وسريع، مع المحافظة على الطابع الرسمي والمهني في صياغة المعلومة.

6. البعد الاقتصادي – التنموي:

رغم محدوديته، إلا أن حضور الأخبار الاقتصادية والأنشطة الاستثمارية المحلية يُبرز جانبًا من اهتمام الإذاعة بالتنمية المستدامة، ومحاولة ربط المواطن بمشاريع التنمية ومجالات النشاط الاقتصادي.

7. البعد الرقمي – التقني:

يتجلى في كيفية توظيف الوسائط المتعددة (صور، فيديو، بث مباشر أحيانًا)، وإن كان الاستخدام ما يزال تقليديًا نسبيًا. لكنه يعكس انتقال الإذاعة من فضاء البث الكلاسيكي إلى فضاء رقمي مفتوح يُتيح فرصًا أكبر للتواصل مع جمهور أوسع.

المطلب السادس: أهم النتائج النظرية والتطبيقية

بعد استكمال التحليل التطبيقي لصفحة إذاعة سعيدة الجهوية على الفيسبوك، ومقارنة ذلك بالإطار النظري الذي تمت معالجته في الفصول السابقة، أمكننا التوصل إلى جملة من النتائج التي يمكن تقسيمها إلى شقين: نتائج نظرية مرتبطة بمفاهيم الاتصال والإعلام الرقمي، ونتائج تطبيقية متصلة بالواقع العملي لصفحة الإذاعة وكيفية إدارتها.

أولاً: النتائج النظرية

1. تأكيد صلاحية نظرية تحليل المحتوى كإطار منهجي لدراسة الصفحات الإلكترونية الإعلامية، حيث سمحت لنا بتفكيك البنية اللغوية والبصرية والتفاعلية للمحتوى وفهمها بعمق.
2. إثبات أن مفهوم "الصفات الإلكترونية المحلية" ليس مجرد مصطلح نظري، بل هو قابل للتجسيد في ممارسات واقعية، حيث تمثلت هذه الصفات في طبيعة المواضيع، أسلوب المعالجة، ونمط التفاعل مع الجمهور المحلي.
3. تعزيز فكرة أن الإعلام الرقمي المحلي يمثل امتدادًا للإعلام التقليدي (كالإذاعة)، لكنه في الوقت ذاته يفرض تحولات في اللغة والخطاب وطرق التفاعل، نتيجة خصوصية الوسيط الرقمي.

4. إبراز العلاقة الجدلية بين البعد المحلي والبعد الرقمي، حيث أن المحلية في الخطاب تُضفي مصداقية وقرباً من الجمهور، بينما يفتح البعد الرقمي مجالاً أوسع للتأثير والتغطية والانتشار.
5. توضيح أهمية المقاربة الوظيفية في الإعلام المحلي، إذ لم تقتصر الصفحة على الجانب الإخباري، بل جسدت أبعاداً تثقيفية، توعوية، تفاعلية، ورمزية، مما يؤكد تعدد وظائف الإعلام الرقمي.

ثانياً: النتائج التطبيقية

1. غلبة الطابع الإخباري المحلي على محتوى الصفحة، حيث استحوذت الأخبار اليومية والأمنية والاجتماعية على حيز واسع، ما يعكس أولوية الإعلام الخدمي المباشر.
2. توظيف لغة بسيطة وواضحة في أغلب المنشورات (40%)، ما يؤكد توجه الإذاعة نحو مخاطبة جميع شرائح الجمهور المحلي بمستوى فهم متاح للجميع.
3. اعتماد تنويع في أساليب التحرير (سردي، تفاعلي، فني)، لكنه يبقى متفاوتاً من حيث القوة، حيث يُسجل الأسلوب التفاعلي ضعفاً نسبياً في الحضور مقارنة بالأسلوب السرد.
4. الاعتماد على العناصر البصرية (الصور والفيديو) بشكل لا بأس به، لكنها تُستخدم غالباً كعنصر توضيحي أكثر من كونها أداة إبداعية لإنتاج معنى جديد.
5. ضعف مستوى التفاعل الرقمي (إعجابات، تعليقات، مشاركات) مقارنة بحجم المحتوى المنشور، ما يشير إلى وجود فجوة بين المادة المقدمة وطموحات الجمهور في التفاعل والمشاركة.
6. التوازن الموضوعي للمحتوى حيث تشمل الصفحة مواضيع أمنية، ثقافية، اجتماعية، اقتصادية، وسياسية، غير أن حضور بعض الفئات (كالمواضيع الاقتصادية والسياسية) يبقى محدوداً.
7. تأكيد الدور المحلي للصفحة كمرآة للمجتمع السعودي، حيث نجحت في إبراز الهوية المحلية ثقافياً واجتماعياً، لكنها تحتاج إلى تطوير أكبر على مستوى الأداء التفاعلي والتقني لمواكبة التحولات الرقمية.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن أهم النتائج النظرية والتطبيقية تؤكد أن صفحة إذاعة سعيدة الجهوية تُجسد في ممارساتها اليومية مفهوم "الصفات الإلكترونية المحلية"، لكنها ما تزال بحاجة إلى تطوير في التفاعل والجانب البصري حتى تواكب المعايير الحديثة للإعلام الرقمي، وتُعزز حضورها كوسيط تواصل محلي فعال.

المطلب السابع: صعوبات البحث

لا يخلو أي بحث علمي من مجموعة من التحديات والصعوبات التي تعترض الباحث أثناء مختلف مراحل إنجازهِ، سواء تعلق الأمر بالشق النظري أو التطبيقي. وبالنسبة لهذه الدراسة، التي تناولت بالتحليل "الصفات الإلكترونية المحلية في صفحة إذاعة سعيدة الجهوية"، فقد واجهنا عدة صعوبات يمكن تصنيفها إلى ثلاثة مستويات أساسية: صعوبات نظرية، منهجية، وتطبيقية عملية.

أولاً: الصعوبات النظرية

1. ندرة المراجع العربية الحديثة التي تتناول موضوع الإعلام الرقمي المحلي بصفة دقيقة، إذ تركز معظم الأدبيات على الإعلام الوطني أو الدولي، في حين تبقى الدراسات المتعلقة بالبعد المحلي محدودة جداً.
2. حداثة مفهوم "الصفات الإلكترونية المحلية" في حد ذاته، ما جعل الباحث في كثير من الأحيان مضطراً إلى صياغة تصور نظري تكميلي يجمع بين مفاهيم الإعلام المحلي والإعلام الرقمي وصفات الهوية الرقمية.
3. تعدد وتداخل المفاهيم (الإعلام الإلكتروني، الإعلام المحلي، الهوية الرقمية، التفاعل الافتراضي)، مما استلزم جهداً مضاعفاً في تحديد التعاريف وضبط الاستعمالات المفاهيمية وفقاً لإطار علمي واضح.

ثانياً: الصعوبات المنهجية

1. تحديد أداة التحليل لم يكن بالأمر السهل، إذ تطلب الأمر الجمع بين تحليل المحتوى الكلاسيكي وتحليل الخطاب الرقمي معاً حتى يكون البحث أكثر دقة وموضوعية.
2. اختيار العينة الزمنية المناسبة لتحليل صفحة الإذاعة شكل تحدياً، لأن الصفحة تتضمن كمّاً كبيراً من المحتويات المتنوعة، وبالتالي وجب اعتماد معايير مضبوطة لاختيار فترة تمثيلية تضمن شمولية التحليل.
3. إشكالية تصنيف المواضيع (ثقافية، أمنية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية)، نظراً لتداخلها في بعض الأحيان، حيث يمكن للخبر الواحد أن يجمع بين أكثر من بعد.

ثالثاً: الصعوبات التطبيقية والعملية

1. ضعف التفاعل الرقمي على الصفحة، مما صعب على الباحث أحياناً استخلاص مؤشرات كمية دقيقة حول طبيعة استجابة الجمهور، خاصة فيما يتعلق بالمشاركات والتعليقات.

2. غياب الشفافية الكاملة للبيانات، إذ إن منصة فيسبوك لا تُتيح للباحث الاطلاع على كافة المعطيات الإحصائية الدقيقة الخاصة بالجمهور (كالفئة العمرية، اهتمامات المتابعين، أو زمن الذروة للتفاعل).
3. القيود التقنية المرتبطة بتحليل المحتوى الرقمي، حيث يتطلب الأمر أدوات وبرامج متقدمة أحياناً لرصد وتحليل البيانات الضخمة، وهو ما لم يكن متاحاً بشكل كامل.
4. عامل الزمن، فطبيعة المحتوى على المنصات الاجتماعية تتغير بسرعة، مما يفرض على الباحث التعامل مع بيانات قد تصبح قديمة أو غير ممثلة بعد فترة وجيزة.

وبالرغم من هذه الصعوبات، فقد تمكننا من تجاوزها عبر الاعتماد على تنوع المصادر النظرية، واتباع مقاربة منهجية مزدوجة (كيفية وكمية)، فضلاً عن تكييف أدوات التحليل بما يتناسب مع خصوصية الموضوع. وهو ما مكّننا من الوصول إلى نتائج معتبرة وذات قيمة علمية، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي.

المطلب الثامن: توصيات عملية

انطلاقاً من التحليل العام لصفحة إذاعة سعيدة الجهوية، وبالاستناد إلى ما تم التوصل إليه من نتائج ونقاط قوة ونقاط ضعف، يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات العملية التي من شأنها أن تسهم في تحسين الأداء الإعلامي الرقمي للإذاعة وتعزيز حضورها المحلي والافتراضي:

أولاً: على مستوى المحتوى

1. تنويع المواضيع المطروحة بحيث لا تقتصر على الأخبار الرسمية أو التغطيات الإدارية، بل تشمل أيضاً قضايا قريبة من اهتمامات المواطن اليومية مثل البيئة، الشباب، الرياضة، المبادرات المحلية.
2. زيادة الاعتماد على اللغة البسيطة والواضحة مع الحفاظ على الطابع الإعلامي الرصين، حتى تصل الرسالة إلى مختلف الفئات الاجتماعية والعمرية.
3. تعزيز الطابع السرد القصصي عند تناول المواضيع الثقافية والاجتماعية، لأن ذلك يضيف جاذبية أكبر ويخلق نوعاً من التفاعل العاطفي مع الجمهور.
4. إعطاء مساحة أكبر للرأي المحلي من خلال مقابلات قصيرة أو شهادات من المواطنين، ما يكرّس صورة الإذاعة كمنبر فعلي لصوت المجتمع.

ثانياً: على مستوى التفاعل الرقمي

1. الاعتماد على منشورات تفاعلية (استطلاعات، أسئلة مباشرة، مسابقات ثقافية) لتشجيع الجمهور على المشاركة.
2. الرد السريع على تعليقات المتابعين بشكل مهني وودود، مما يعزز ثقة الجمهور ويزيد من ولائهم للصفحة.
3. توظيف الوسائط المتعددة (صور عالية الجودة، فيديوهات قصيرة، إنفوغرافيك) لتسهيل وصول الرسالة وجعل المحتوى أكثر جاذبية.
4. تحديد أوقات النشر المثلى وفق إحصائيات التفاعل، حتى تصل المنشورات إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين في ذروة نشاطهم.

ثالثاً: على مستوى الهوية الرقمية

1. بناء خط تحريري موحد يبرز الطابع المحلي للصفحة، مع إبراز الانتماء الثقافي والاجتماعي لمنطقة سعيدة في الخطاب والصور.
2. اعتماد هوية بصرية واضحة من خلال توحيد الألوان، الشعارات، وأنماط التصميم لتسهيل تمييز الصفحة عن غيرها من الصفحات المشابهة.
3. تطوير المحتوى الثقافي والفني المحلي ليكون علامة فارقة تعكس هوية المنطقة وتُميّز الإذاعة عن باقي وسائل الإعلام.

رابعاً: على مستوى الجانب المؤسسي

1. تكوين الصحفيين والإعلاميين في مجال الإعلام الرقمي وصحافة البيانات لتمكينهم من إنتاج محتوى أكثر مهنية وجاذبية.
2. تخصيص فريق عمل للصفحة يتابع التفاعل الرقمي باستمرار، بدل أن يكون النشر مجرد نشاط ثانوي للإذاعة.
3. تعزيز التعاون مع الفاعلين المحليين (الجمعيات، المؤسسات التربوية، المراكز الثقافية) لإنتاج محتوى مشترك يعكس التعددية المحلية.
4. الاستفادة من أدوات التحليل الرقمي المتاحة على المنصات (Insights, Analytics) لمراقبة تطور التفاعل، وضبط الاستراتيجيات التحريرية بانتظام.

وبهذه التوصيات العملية، يمكن لصفحة إذاعة سعيدة أن تتحول من مجرد وسيلة لنشر الأخبار الرسمية إلى منبر رقمي محلي نشط يعكس نبض المجتمع، ويُعزز من حضور الإذاعة كمؤسسة إعلامية تواكب التحولات الات

قائمة المراجع

¹ ادانيال، بيل (2007). (المجتمع الشبكي: الإعلام والسلطة في عصر المعلومات . ترجمة: كمال المصري. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

² عبد الحميد، كمال (2014). (مناهج البحث في الإعلام والاتصال . القاهرة: دار عالم الكتب.

³ Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: SAGE.

⁴ بن دادة، عبد القادر (2018). "الصفحات الإخبارية عبر فيسبوك كمصدر بديل للأخبار: دراسة ميدانية بولايات الغرب الجزائري . "مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران 2، العدد 12.

⁵ بوشارب، سعاد (2020). "الإعلام الرقمي والهوية الثقافية: دراسة تحليلية لصفحات التواصل الاجتماعي . "مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الجزائر 3، العدد 7.

⁶ Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

⁷ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات، دار الكتاب الجامعي، 2012.

⁸ محمد عبد الحميد، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة، القاهرة: عالم الكتب، 2016.

⁹ سعيد إسماعيل، الإعلام الرقمي والاتصال التفاعلي، دار الفكر الجامعي، 2018.

¹⁰ عبد الله الدنان، الإعلام الرقمي: نظريات وتطبيقات، دمشق: دار الفكر، 2019.

¹¹ الخولي، علي عبد الفتاح. الإعلام الإلكتروني: الأسس والتطبيقات. القاهرة: دار الفكر العربي، 2010.

¹² لعويسي، أحمد. الإعلام الجديد والتحوليات الاجتماعية في الجزائر. مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2016.

¹³ بوسماحة، زينب. الإعلام الإلكتروني في الجزائر: دراسة تحليلية لموقع "كل شيء عن الجزائر". مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2018.

¹⁴ السعيد، منى (2016). الإعلام المحلي ودوره في التنمية المجتمعية. دار النهضة العربية، بيروت.

¹⁵ بن سعدة، فوزي. الإعلام الإلكتروني في الجزائر: الواقع والرهانات، مجلة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020.

¹⁶ الفياض، أحمد (2018). الإعلام الجديد وإشكاليات الاتصال المعاصر. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

¹⁷ Benkler, Yochai, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, 2006.

¹⁸ حمدي، عزت (2020). (وسائل الإعلام الجديد في الوطن العربي: بين التحديات والآفاق. مكتبة الأنجلو المصرية.

¹⁹ عبد السلام، إبراهيم. الإعلام والهوية الثقافية في عصر العولمة. القاهرة: دار الفكر العربي، 2012.

²⁰ قنديلجي، عامر. الإعلام الجديد والاتصال الاجتماعي. عمان: دار وائل، 2014.

²¹ العزاوي، حيدر. "شبكات التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي". *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، 2018.

²² McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage, 2010.

²³ Berelson, Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press, 1952.

²⁴ Berelson, Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press, 1952.

²⁵ عويسي، محمد. *مناهج البحث الإعلامي: بين النظرية والتطبيق*. عمان: دار صفاء، 2015.

²⁶ كنعان، أحمد. *مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والاتصال*. عمان: دار المسيرة، 2019.

²⁷ أبو حمادة، نادية (2018)، *تحليل المضمون: الأسس النظرية والخطوات العملية*، عمان: دار وائل للنشر.

²⁸ أبو حمادة، نادية (2018). *تحليل المضمون: الأسس النظرية والخطوات العملية*. عمان: دار وائل للنشر.

²⁹ Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.

³⁰ أبو علام، رجاء محمود (2006). *مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

³¹ عبد الحميد، وحيد (2010). *مناهج البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية*. القاهرة: دار الفكر العربي.

³² عبد الحميد، وحيد (2010). *مناهج البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية*. القاهرة: دار الفكر العربي.

³³ Creswell, John (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition. Sage.

³⁴ عثمان، حسن (2020). *(البحث العلمي: مناهجه وتقنياته*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية .

³⁵ Flick, Uwe (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition. Sage.

³⁶ صفحة إذاعة سعيدة الجهوية – فيسبوك (2023).
³⁷ المؤسسة العمومية للبحث الإذاعي والتلفزيون الجزائري (TDA).

الكلمات المفتاحية :

الإعلام الإلكتروني المحلي
الصفحات الإلكترونية المحلية
صفحة سعيدة الإلكترونية
التفاعل الرقمي
الهوية المحلية الرقمية
المصداقية الأخبارية
الإعلام الجديد

الفهرس

4	ملخص الدراسة
1	Résumé
1	Abstract
3	المقدمة
3	
3	الفصل الأول
2	أهمية الدراسة وإشكالياتها وأهدافها
2	إشكالية البحث الرئيسية وتساؤلاته
3	حدود الدراسة
4	المنهج المعتمد في الدراسة
5	الدراسات السابقة
7	المبحث الأول: مفهوم الإعلام الإلكتروني
14	المبحث الثاني: الصفحات الإلكترونية المحلية
16	أولاً: الوظيفة الإخبارية والتغطية الآنية للأحداث
16	ثانياً: الوظيفة الاجتماعية والتضامنية
16	ثالثاً: الوظيفة التنموية والتوعوية
16	رابعاً: الوظيفة الرقابية ومساءلة المسؤولين
17	خامساً: الوظيفة الثقافية والترفيهية
17	سادساً: الوظيفة الاقتصادية والإشهارية
19	المبحث الثامن: الأبعاد والآثار المجتمعية للصفحات الإلكترونية المحلية
25	الفصل الثاني
26	مبحث الأول: المنهج وأداة الدراسة
27	المطلب الأول: المنهج الوصفي وتحليل المحتوى كمنهج معتمد
28	المطلب الثاني: أداة تحليل المحتوى – تعريفها ووظيفتها
30	المطلب الثالث: المحدود أداة تحليل المحتوى وصعوباتها

31.....	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية
32.....	المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها
33.....	المطلب الثاني: خطوات جمع البيانات وتفريغها
35.....	المطلب الثالث: الصدق والثبات في أداة التحليل
36.....	المبحث الثالث: أساليب تحليل البيانات ومعالجتها
37.....	المطلب الأول : مفهوم تحليل البيانات وأهدافه في البحث العلمي
38.....	المطلب الثاني: الأسلوب الكيفي في تحليل المحتوى (الدلالات والسياقات)
40.....	المطلب الثاني: الدمج بين التحليل الكمي والكيفي كخيار منهجي
41.....	المطلب الثالث: الأدوات الإحصائية والبرمجية المستعملة في التحليل
43.....	المطلب الرابع : معايير تفسير النتائج وضبط الموضوعية
45-----	الفصل الثالث
46.....	المبحث الأول: تحليل الشكل العام للصفحة
47.....	المطلب الأول: تقديم عام للصفحة (النشأة، طبيعتها، أهدافها)
49.....	المطلب الثاني: تحليل فئات الشكل
49-----	الوسائط المستعملة
51.....	تحليل طريقة التحرير (لغة، أسلوب...)
75.....	المطلب الثالث: أبرز نقاط القوة في الصفحة
76.....	المطلب الرابع: أبرز النقائص والتحديات
77.....	المطلب الخامس: الأبعاد العامة للصفات الإلكترونية المحلية لصفحة إذاعة سعيدة
78.....	المطلب السادس: أهم النتائج النظرية والتطبيقية
80.....	المطلب السابع: صعوبات البحث
81.....	المطلب الثامن: توصيات عملية

فهرس الجداول

52	الوسائط
55	طريقه التحرير
57	طول المحتوى
59	لغة الخطاب
61	العنصر البصري
63	درجة التفاعل
64	الموضوعية
67	نوع الموضوع الأمني
69	نوع الموضوع الثقافي
71	نوع الموضوع الاجتماعي
73	نوع الموضوع الاقتصادي
76	نوع الموضوع السياسي