



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

مذكرة بعنوان:

توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي بالجزائر
-دراسة تحليلية للصفحات الفيسبوكية لعينة من البرلمانين الجزائريين-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

إشراف:

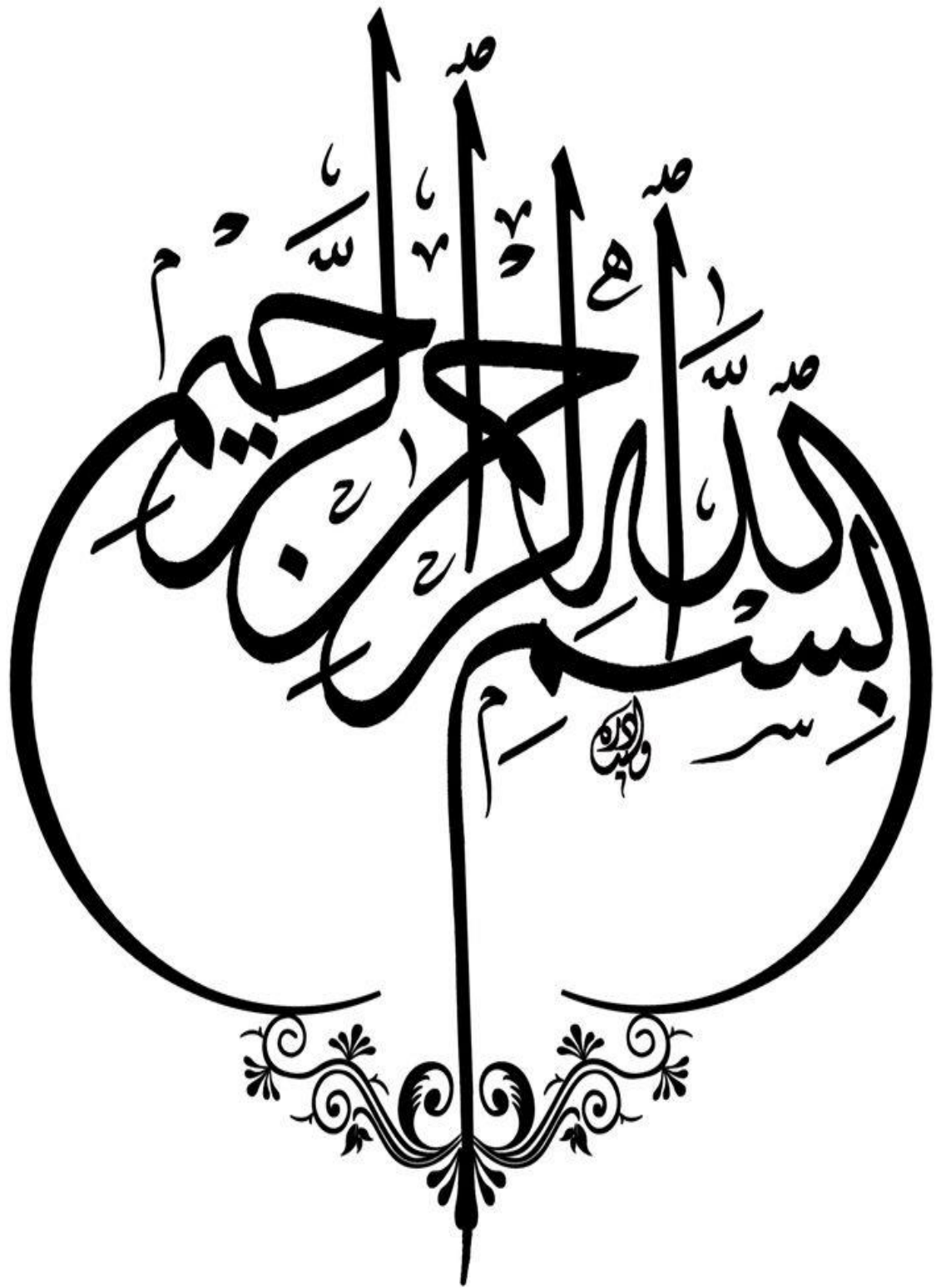
د / عبد الرزاق حموش

إعداد الطالبات:

- بوشبوط أمينة
- دواورية أميرة
- برداي خولة

السنة الجامعية:

2020/2019



إهداء

الحمد لله رب العالمين نحمده حق حمده و نستعين به استعانة العبد الضعيف بالرب القوي الذي رسم لنا طريق الصواب و أنار لنا بنوره ظلام الجهل و أعاننا على انجاز هذا العمل المتواضع فله الحمد من قبل و من بعد اهدي ثمرة جهدي إلى اعز الناس على قلبي إلى من أمرني ربي أن اخفض لهما جناح الذل من الرحمة.

إلى أعظم رجل في الدنيا الذي تحمل مرارة التعب و قساوة الحياة من اجل تعليمي و تربيتي إلى من كان سندي المادي و المعنوي و درعي الذي احتمي به إلى من علمني الصبر و الاجتهاد و المثابرة و السير على خطى الحبيب المصطفى عليه أفضل الصلاة و السلام إلى روح أبي العزيز رحمه الله و اسكنه الفردوس الأعلى و جعل قبره روضة من رياض الجنة إن شاء الله.

الى نبع الحب و الحنان من حملتني تسعا وهنا على وهن ؛ إلى صاحبة الحزن الدافئ و القلب الواسع و الحنون إلى التي كانت و مازالت سندا و عوناً إلى احن من تراه في الوجود إليك أمي الغالية يا أحلى ما في الوجود أطال الله عمرها

إلى من نقر العين برؤيتها و يفرح القلب برفقتها إلى أختي العزيزة التي لا طالما اعتبرتتها صديقتي و رفيقة دربي؛ كما لا أنسى ابن عمي رمز البراءة و الصفاء الكتكوت سراج إلى أختي التي لم تلدها أمي والتي رافقتني طوال مشواري الدراسي "تور الهدى" دون أن أنسى رفيقات الدرب و العمل خولة و أميرة.

إهداء

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد "ص"

إلى التي بحنائها ارتويت و بدفئها احتमित، وبنورها اهتديت وببصرها اقتديت ولحقها ما وفيت إلى من يشتهي اللسان نطقها، وترقرق العين من وحشتها وتخضع الأحاسيس لذكرها إلى الشمعة التي تحترق من أجل أن تضئ لي الدرب إلى أحلى ما في الوجود إلى أمي عائشة حفظها الله وأطال في عمرها

إلى درعي الذي به احتमित، وفي الحياة به اقتديت ركيزة عمري و صدر أمانتي وكبريائي، إلى رمز القوة والعطاء والجود والكرم والوفاء إلى من علمني محاسن الأخلاق أبي الغالي إسماعيل أطال الله في عمره

إلى من قاسموني رحم أمي، إلى من عاشوا معي في الحياة حلوها ومرها إلى أخواني الحبيباني "سلمى وحمزة"

إلى من ساندني وكان عوناً لي في دراستي، إلى حبيب القلب والروح، إلى شريك حياتي زوجي حبيبي أدامك الله لي وأبقاك دائماً تاجاً فوق رأسي "كريم"

إلى عماد البيت وأساس الوجود جدائي الحبيباني "جلول و زهوة" حفظهما الله و أطال في عمرهما

إلى أختي التي لم تلدها أمي "راوية"

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي، إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي أهديكم ثمرة نجاحي

دون أن أنسى رفيقات الدرب و العمل خولة و آمنة.

أميرة

إهداء

بسم الله أولاً الحمد لله وأبداً، له الفضل كله عليه توكلنا بجود كرمه وفقنا إلى دروب الخير.
إلى من كانت الصلاة عليه راحة عند كل ضيق وفرجا عند كل كرب إلى حبيب البشرية صل الله عليه وسلم.

هاأنا ذا بخطى ثابتة وقلب مليء بالتفاؤل أرتقي سلم النجاح لأتحصل على شهادة لظالما تمنيتها.
إلى روح طاهرة رافقتني طوال حياتي، إلى قلب لازلت أحس بنبضاتها إلى نفس تنعش حياتي إلى جسم
تعمدته الأرض بدفئها، إلى حبي وقرّة عيني أبي رحمه الله لعل هذا العمل المتواضع يفرحك في مثواك
الأخير.

شمعة، ضوء، نور، حب، عطاء، تضحية هي كلها كلمات صغيرة لوصف أم حنون أضاءت دربي
بدعواتها، وقد كانت ولازالت سندا لي وظلا أحتمي به، نعم هي أمي ثم أمي ثم أمي شكرا لكي حبيبة
قلبي.

إلى أعمدة قلبي ومفاتيح حياتي أخوأي: رمزي وكريم الغاليين.

إلى من تفر العين برؤيتهما ويفرح القلب برفقتهم أختاي العزيزتان: سارة وعفاف حفظهما الله لي.

إلى شقائق النعمان وأزهار البيت الجميل: الشريف، براءة، سيدرا، ساجدة ابنتي الغالية.

إلى من ساندوني بكلمة طيبة: عبلة زوجة أخي، فاتح زوج أختي أخ لم تلده أمي، خالتي حبيبة، وبننت
خالتي وحيدة.

إلى صديقتي من أول مشواري الدراسي لحد الآن: نسرين، نوال، منال، صورية، فريدة، سناء، بثينة،
أسيا حفظهم الله.

إلى رفيقات الدرب والعمل: أمّنة وأميرة.

خولة

شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل الذي أهدانا الصبر والتهابة وأمدنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي، وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل؛ فنعمده ونشكره على نعمته ونسألك البر والتقوى؛ من العمل ما ترضى؛ والسلام على حبيبنا وخليفته الأمين عليه الصلاة؛ حيث نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف "الدكتور حموش عبد الرزاق"؛ الذي شرح لنا صدره فكان الموجه وخير المرشد؛ ولو يبذل علينا بنصائحه وإرشاداته؛ فشكر خاص له.

وكل الأماتة الذين بذلوا جهدهم ووقرتنا إلى هذه المرحلة؛ لهم منا جزيل الشكر والاحترام شكر خاص لهم.

كما اشكر كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد لإنجاز مذكرتنا.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف يوظف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي بالجزائر، وذلك من خلال دراسة تحليلية لثلاث صفحات رسمية لبرلمانيين جزائريين على الفيسبوك، وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم اختيار عينة قصدية، واعتمدنا في هذه الدراسة على أداة تحليل المحتوى لمعرفة المضامين التي تنشرها كل من صفحة نزيه برمضان، لخضر بن خلاف، وبسمة عزوار على الفيسبوك من حيث الشكل والمضمون.

وقد انطلق هذا البحث من إشكالية تمثل هدفها الرئيسي في: كيف تم توظيف الصفحات الفيسبوكية للبرلمانيين الجزائريين في مجال الاتصال السياسي؟ عليه فقد تضمنت هذه الدراسة إطارا منهجيا ونظريا واشتمل على أربع فصول تناولت إطار الدراسة ومنهجيتها. وفصلين في الجانب النظري وتناولت في إطارها التطبيقي تحليلا لمحتوى ثلاث صفحات رسمية لبرلمانيين جزائريين على الفيسبوك.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى نتائج التحليل أبرزها:

1- من أهم الأساليب الإقناعية التي تم اعتمادها من قبل لخضر بن خلاف وبسمة عزوار ألا وهي الاستمالات العقلية في خطبتاهم السياسية، وذلك باستخدامهم الحجج والبراهين القطعية من اجل كسب التأييد وتعزيز الصورة الايجابية لهم، وكذا إيصال أصواتهم للجماهير المتابع لهم عبر صفحاتهم على الفيسبوك.

أما البرلماني نزيه برمضان كان يعتمد بكثرة على الاستمالات العاطفية خاصة في المواضيع ذات طابع اجتماعي فهو بذلك يريد كسب عاطفة الجماهير وتعزيز مكانته لديهم.

2- إن اغلب المضامين التي كانوا يعتمدونها البرلمانيين على صفحاتهم هي مضامين ذات طابع سياسي بنسبة كبيرة وهو ما يؤكد أن البرلمانيين الجزائريين يريدون أن يبعثوا رسالة توضح مدى اهتمامهم بالقضايا السياسية التي تخص البلاد وتشغل الرأي العام.

3- أما فيما يخص تفاعل الجمهور مع المنشورات نجد أن البرلمانيين عبر صفحاتهم الخاصة بشبكة الفيسبوك أولو أهمية كبيرة للإعجابات التي حازت حصة الأسد كشكل من أشكال التعبير بنسبة عالية وهو ما يؤكد أن الصفحات لها صدى كبير في عملية التأثير من خلال المنشورات على الفيسبوك الذي اعتبر قناة إعلامية رقمية للدعم وترويج للفعل السياسي للبرلمانيين وتعزيز مكانتهم ونشر انشغالاتهم أمام الجماهير المتابعة لهم.

4- فيما يخص الأشكال والقوالب الإعلامية المعروضة نجد أن القائمين على إدارة الصفحات ألا وهم البرلمانين الجزائريين يعتمدون بدرجة كبيرة على المزيج من النصوص المكتوبة والفيديوهات والصور وهو الأمر الذي يؤكد مدى حرص البرلمانين على الاستعانة بهذه القوالب كونها أثبتت جدارتها في التأثير في الميدان فالصورة وحدها غير كافية بالإضافة إلى الفيديو وكذا النصوص المكتوبة فوجودها مجتمعة يؤثر بشكل كبير في العملية الاتصالية وهو ما من شأنه تعزيز صورة ايجابية أفضل للبرلمانين الجزائريين حزبيا ولشخصهم كممثلين للشعب.

5- يستخدم السياسيين الجزائريين الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل يومي تقريبا، كونها الوسيلة المثلى والأكثر انتشارا بالإضافة إلى سهولة استخدامها في أي وقت وحين، وبهذا تتيح لها إيصال الرسائل والتأثير في أكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي، الإعلام الجديد، الصفحات الفايسبوكية، الفعل السياسي، البرلمانين الجزائريين.

Abstract:

This study

This study aims to find out how the new media is employed in political in Algeria through an analytical study of three official pages of Algerian parliamentarians on Facebook. And we adapted the descriptive and analytical approach to do that.

Taking into consideration the nature of the topic an intentional sample was chosen and we relied on the content analysis tool to find out what was published by Nazih Ben Ramdan, Lakhdar Ben Khalaf, and Basma Azwar on Facebook in terms of form and content.

This research started from a problematic whose main goal is: How the Facebook pages of Algerian parliamentarians were used in the field of political communication?

And falls under it a group of sub-questions, which we mention as follows:

Accordingly this study included a methodological and theoretical framework, and it included four chapters dealing with two chapters on the framework and methodology of the study, as well as two chapters on the theoretical side, and in its practical context, an analysis of the content of three official pages of Algerian parliamentarians on Facebook.

The study concluded with the results of the analysis, most notably:

1-One of the most important persuasive methods that were adopted by the parliamentarian Lakhdar Ben Khalaf and Basma Azwar also which is the mental appeals in their political speeches, by using definitive arguments and proofs in order to gain confidence and enhance their positive image, as well as convey their voice to the masses following them through their Facebook pages.

As for the parliamentarian, Nazih Ben Ramdan he relied heavily on emotional appeals especially in matters of a social nature, so he wanted to win the sympathy of the masses and enhance his standing with them.

2-What are the contents that have been employed by parliamentarians? Most of the contents that parliamentarians relied on their pages are content of a large degree of political nature, which confirms that Algerian parliamentarians want

to send a message explaining their interest in the political issues That concern the country and occupy public opinion.

3-As for audience interaction with the publications? We find that parliamentarians, through their facebook page, give great importance to the likes that won the lions share as a form of expression with a High percentage, which confirms That the pages have a great resonance in the process of influence through facebook publications ,which was considered a digital media channel for support and promotion of the political action of parliamentarians, enhancing their position and publishing their préoccupations in front of the masses following them.

4-with regard to the presented forms and templates, we find That the organiers of the pages namely the Algerian parliamentarians, rely to a large extent on the mixing of written texts vidéos and pictures, which confirms the extent of the parliamentarians templates as they have proven their Worth in influencing the field. The image alone is not sufficient in addition to the video, as well as the written texts for their combine presence greatly affects the communication process, which will enhance a better positive image of Algerian parliamentarians partisan and for their person as représentatives of the people.

5-Algérien politicians use digital social networks almost daily, as it is the best and Most widespread method in addition to being easy to use at. any time and time thus allowing them to deliver messages and influence the largest possible unnumber of segments of society.

Key words: political communication, New media, facebook pages, political action, Algerian parliamentarians.

فهرست

* الفهرست *

أولاً: فهرست الموضوعات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وعرهان
	الملخص
	الفهرست
أ - ب	مقدمة
	الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها
06	أولاً: الإشكالية
07	ثانياً: أهداف الدراسة
07	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
08	رابعاً: أهمية الدراسة
08	خامساً: الدراسات السابقة
10	سادساً: الخلفية النظرية
11	سابعاً: تحديد المفاهيم
14	ثامناً: صعوبات الدراسة
15	تاسعاً: الاجراءات المنهجية
15	1- منهج الدراسة
18	2- أدوات جمع البيانات
18	3- حدود الدراسة
	الفصل الثاني: الاتصال السياسي
23	المبحث الأول: ماهية الاتصال السياسي
23	أولاً: مفهوم الاتصال السياسي
24	ثانياً: نشأة الاتصال السياسي
25	ثالثاً: العلاقة بين الاتصال والسياسة

27	رابعا: عناصر ومكونات الاتصال السياسي
28	المبحث الثاني: أهداف الاتصال السياسي والعوامل المؤثرة فيه
28	أولا: أهداف الاتصال السياسي
29	ثانيا: وظائف الاتصال السياسي
35	ثالثا: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي
	الفصل الثالث:توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي
45	المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد
45	أولا: مفهوم الإعلام الجديد
46	ثانيا: نشأة الإعلام الجديد
47	ثالثا: خصائص الإعلام الجديد
49	المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وأهم أشكاله
49	أولا:وظائف الإعلام الجديد
50	ثانيا: أشكال الإعلام الجديد
55	المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالاتصال السياسي
58	أولا: الأبعاد السياسية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي
58	ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي نافذة إعلامية حقيقية للترويج للصورة السياسية للبرلماني الجزائري
	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التحليلية
65	المبحث الأول: التحليل الكمي لفئات الشكل
66	أولا: فئات الشكل "لصفحة نزيه برمضان"
70	ثانيا: فئات الشكل "لصفحة بن خلاف لخضر"
72	ثالثا: فئات الشكل "لصفحة بسمة عزوار"
77	المبحث الثاني: التحليل الكمي لفئات المضمون
77	أولا: فئات المضمون "لصفحة نزيه برمضان"
81	ثانيا: فئات المضمون "لصفحة لخضر بن خلاف"
88	ثالثا: فئات المضمون "لصفحة بسمة عزوار"
100	نتائج تحليل المضمون
100	النتائج العامة للدراسة

104	خاتمة
105	قائمة المصادر والمراجع
109	الملاحق

ثانيا: فهرست الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
17	عينة الدراسة من الصفحات الفايسبوكية المختارة	1
66	أشكال النشر في صفحة "نزيه برمضان"	2
67	اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	3
68	تفاعل الجمهور مع المنشورات	4
69	مدى التحيين	5
70	طبيعة القضايا المعالجة في صفحة "نزيه برمضان"	6
71	مجالات القضايا المطروحة	7
72	الاتجاه نحو سياسة الحكومة	8
73	الاتجاه نحو الحراك السياسي	9
74	الاتجاه نحو المجتمع المدني	10
75	فئة الفاعل	11
76	فئة المصدر	12
77	أشكال النشر في صفحة "لخضر بن خلاف"	13
78	اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	14
79	تفاعل الجمهور مع المنشورات	15
80	مدى التحيين	16
82	طبيعة القضايا المعالجة في "صفحة لخضر بن خلاف"	17
82	مجالات القضايا المطروحة	18

83	الاتجاه نحو سياسة الحكومة	19
84	الاتجاه نحو الحراك السياسي	20
85	الاتجاه نحو المجتمع المدني	21
87	فئة الفاعل	22
88	فئة المصدر	23
89	أشكال النشر في "صفحة بسمة عزوار"	24
90	اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	25
91	تفاعل الجمهور مع المنشورات	26
92	مدى التحيين	27
93	طبيعة القضايا المعالجة في صفحة "بسمة عزوار"	28
94	مجالات القضايا المطروحة	29
95	الاتجاه نحو سياسة الحكومة	30
96	الاتجاه نحو الحراك السياسي	31
97	الاتجاه نحو المجتمع المدني	32
98	فئة الفاعل	33
99	فئة المصدر	34

ثالثا: فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
66	يوضح أشكال النشر "لصفحة نزيه برمضان"	1
67	يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	2
68	يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات	3
69	يوضح مدى التحيين	4
70	يوضح طبيعة القضايا المعالجة	5
71	يوضح مجالات القضايا المطروحة	6
72	يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة	7
73	يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي	8
74	يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني	9
75	يوضح فئة الفاعل	10
76	يوضح فئة المصدر	11
77	يوضح أشكال النشر "لصفحة لخضر بن خلاف"	12
78	يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	13
79	يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات	14
80	يوضح مدى التحيين	15
81	يوضح طبيعة القضايا المعالجة	16
82	يوضح مجالات القضايا المطروحة	17
83	يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة	18
84	يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي	19
85	يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني	20
86	يوضح فئة الفاعل	21
87	يوضح فئة المصدر	22

89	يوضح أشكال النشر "الصفحة بسمة عزوار"	23
90	يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	24
91	يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات	25
92	يوضح مدى التحيين	26
93	يوضح طبيعة القضايا المعالجة	27
94	يوضح مجالات القضايا المطروحة	28
95	يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة	29
96	يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي	30
97	يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني	31
98	يوضح فئة الفاعل	32
99	يوضح فئة المصدر	33

مقدمة

تحول الاتصال السياسي بسرعة فائقة، وبفضل التطور التكنولوجي إلى أحد أهم المجالات التي تستحق الدراسة والتأمل ، لما له من تأثيرات واضحة على سيرورة الحياة ومصير المجتمعات المعاصرة ، وبتغيير الوسائل والأساليب وفقا لنتائج البحوث في مجالات التأثير والإقناع ودراسات الجمهور وصناعة الرأي العام أصبح بإمكان السياسيين الذين يجيدون توظيف هذه الوسائط الوصول إلى جماهيرهم وناخبهم بأقصر الطرق لتوجيه قناعاتهم وتوجهاتهم ومواقفهم بالشكل الذي يخدم القائم بالاتصال .

ومع ظهور الميديا الاجتماعية والوسائط الجديدة ، التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام الكلاسيكية بشدة أُنْتَبِه الكثير من السياسيين إلى محدودية هذه الأخيرة وقلة جدواها مقارنة بالجمهور الواسع من المستخدمين والمتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي الذي تزيد أحجامه بمعدلات قياسية حتى في الدول الأقل تطورا والأضعف تجهيزا من النواحي التكنولوجية والاقتصادية ، وحتى تلك التي لا تملك رصيذا كافيا في مجال الحريات السياسية .

وقد عرفت الجزائر انتشار استخدام الأنترنت منذ نهاية تسعينات القرن الماضي ، لكن السنوات العشر الأخيرة على وجه الخصوص سجلت معدلات لم تكن متوقعة في مجال استخدامات الميديا الجديدة ، أين تحولت مواقع التواصل الاجتماعي ،وعلى رأسها الفيسبوك إلى وسيط إعلامي واتصالي مثالي يشكل بديلا ، عن الإعلام الكلاسيكي المشتت بين قطاع خاص يعاني من إشكاليات مالية وقانونية تأثر على حريته ، وقطاع عام موجه سياسيا ، وهو ما أثر على النشاط الحزبي ودفع بالكثير من مرشحي الانتخابات على مختلف المستويات يلجأون إليه وينشئون صفحاتهم الرسمية وحساباتهم الخاصة عبره ، باعتباره الأكثر تفاعلية والأقل كلفة والأوسع انتشارا وجماهيرية . ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة الوصفية التحليلية لتسلط الضوء على هذا الموضوع مركزة على توظيف عينة من البرلمانيين الجزائريين لصفحاتهم الفايسبوكية من أجل التواصل سياسيا مع متابعيهم .

وبناء على ذلك فقد اشتملت دراستنا على أربع فصول استجابة لمتطلبات البحث ، فالفصل الأول ضم الإطار المنهجي و احتوى على:الإشكالية،أسباب اختيار الموضوع، أهمية الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، تحديد المفاهيم، صعوبات الدراسة، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات.

كما اشتمل الفصل الثاني على مبحثين تناول أولهما : مفهوم الاتصال السياسي، نشأته، العلاقة بين الاتصال والسياسة، عناصر ومكونات الاتصال السياسي.أما المبحث الثاني فقد تناول: أهداف الاتصال السياسي، وظائفه، العوامل المؤثرة فيه.

بينما تطرق الفصل الثالث إلى ثلاث مباحث تناول أولهما: مفهوم الإعلام الجديد، نشأته، خصائصه، أما المبحث الثاني فقد تناول: وظائف الإعلام الجديد، أشكاله، في حين أن المبحث الثالث تناول: الأبعاد السياسية

والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل الاجتماعي نافذة إعلامية للترويج للصورة السياسية للبرلماني الجزائري.

وقد شكل الفصلان الثاني والثالث الإطار النظري للدراسة.

أما الفصل الرابع فضم الإطار التطبيقي وقد احتوى على مبحثين تناول أولهما: التحليل الكمي لفئات الشكّل لصفحات كل من "نزيه بن رمضان" و"خضر بن خلاف" و"بسمّة عزوار"، أما المبحث الثاني فقد تناول: التحليل الكمي لفئات المضمون للصفحات المختارة، النتائج العامة للدراسة، خاتمة، الاقتراحات والتوصيات، قائمة المصادر والمراجع، الملاحق .

وكل ذلك جاء بغرض الإلمام بالموضوع المعالج من كافة الجوانب ، وتحقيق الأهداف المسطرة في بداية الدراسة والغوص في مجال أصبح من اللازم البحث فيه .

الإطار المنهجي

الفصل الأول

إطار الدراسة و منهجيتها

الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها

أولاً: الإشكالية

ثانياً: أهداف الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: الدراسات السابقة

سادساً: المقاربة النظرية

سابعاً: تحديد المفاهيم

ثامناً: صعوبات الدراسة

تاسعاً: الإجراءات المنهجية

1- منهج الدراسة

2- أدوات جمع البيانات

3- حدود الدراسة

أولاً: الإشكالية

أثر التطور التكنولوجي الكبير الذي عرفه عصرنا الحالي على تنوع أساليب الاتصال، وتطور الدعامات والوسائط، وتغير الأدوار والوظائف، لتتحول كل تلك الآليات الاتصالية إلى مركز حياة المجتمعات ونشاطاتها اليومية على مختلف الأصعدة والميادين ، وقد ظهر الأنترنت بعد الرواج الذي عرفته الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون علامة فارقة في هذا التطور خاصة بعد أن انتقلت إلى التفاعلية ومحكاة الواقع ، مع انتشارها الواسع عالمياً وإمكانية اشتغالها على كافة خصائص وإمكانيات الوسائط الأخرى .

وقد هذا الجيل التفاعلي من الأنترنت وظهور الميديا الجديدة التي اشتملت على مجموعة فضاءات التواصل الاجتماعي، التي يتيح لكافة المستخدمين نشر وتخزين وتبادل مختلف أشكال الرسائل على نطاق يضاوي إمكانات الإعلام الكلاسيكي الذي سرعان ما تفوقت عليه في عديد الميادين بسبب الإقبال المتزايد عليها من قبل الجماهير الشغوفة بهذه الفضاءات الحرة للتعبير ونقل الأفكار وممارسة عديد الأنشطة الإعلامية والاتصالية دون قيود تقليدية، وهو ما استفادة المجال السياسي محلياً ودولياً .

وقد كان الاتصال السياسي الفعال قد قطع أشواطاً مهمة من التطور، بعد أن صار العامل الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أي نشاط في هذا المجال - مهما كانت طبيعته - ، وذلك لأنه يمكن مختلف الفاعلين السياسيين من شرح أفكارهم وبرامجهم للجماهير المستهدفة. ففعالية الاتصال السياسي لا يمكن أن تتحقق من دون استخدام وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها .

فالإعلام يلعب دور الوسيط في الاتصال السياسي ويساهم في صياغة وتشكيل الآراء والمواقف والتوجهات السياسية في المجتمعات الديمقراطية، التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل جماهير المجتمع. العامة منها والنخبوية ، وتعتبر وسائل الإعلام مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار. وبما أن وسائط التواصل الاجتماعي بدأت في اقتحام الحيز الذي كان مفتوحاً أمام الإعلام الكلاسيكي، فقد

ظهر جلياً الدور البارز لتلك الشبكات في المجال السياسي ، وقد تميز الفيسبوك بجاذبية كبيرة في هذا الميدان حيث أصبح وسيلة إعلامية واتصالية فعالة لا يكاد يستغني عنها المجتمع اليوم ، وأصبح دورها يزداد يوماً بعد يوم على الساحتين الوطنية والدولية . كما أن موقع الفيسبوك قد لعب إلى جانب دوره الاجتماعي دوراً أساسياً وفعالاً في هذه الأحداث الجارية. وكما تحولت الصفحات الفيسبوكية إلى ساحة مفتوحة يستغلها مرتادوه ونشطاءه السياسيين، ومنهم البرلمانين والمرشحون للانتخابات الذين استطاعوا تحويل هذا الفضاء إلى منبر سياسي يطرحون من خلاله أفكارهم ويحاورون فيه جمهورهم ويناقشون خصومهم بكل حرية وتلقائية، حيث شهدت الصفحات

الفايسبوكية حركة ديناميكية خاصة بعد الاستخدام الواسع والتطور والانتشار الكبير للمنشورات، وهو المسار الذي انتهجه الكثير من البرلمانيين الجزائريين في مختلف المناسبات السياسية والمحطات الانتخابية خلال السنوات الأخيرة، بعد إدراكهم مدى قدرة هذا الوسيط وتأثيره في الجذب والإقناع وتغيير المواقف والآراء والاتجاهات خاصة مع اتساع جمهوره في بلادنا. وقد جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيفية توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي ، وهو ما جعلنا نطرح التساؤل الرئيسي على النحو التالي:

كيف تم توظيف الصفحات الفايسبوكية للبرلمانيين الجزائريين في مجال الاتصال السياسي؟

واندرجت تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- 1- ما هي الأساليب الإقناعية التي تم اعتمادها من طرف البرلمانيين ؟
- 2- ما هي المضامين التي تم توظيفها في الصفحات الرسمية للبرلمانيين الجزائريين ؟
- 3- ما مدى تفاعل الجمهور مع منشورات البرلمانيين ؟

ثانيا: أهداف الدراسة

- ❖ معرفة المضامين الإعلامية التي ركز عليها البرلمانيون : نزيه برمضان، بن خلاف لخضر، بسمة عزوار
- ❖ معرفة الأساليب الإقناعية التي اعتمدها البرلمانيون الجزائريون لعرض مضامينهم الإعلامية، وأهم المواضيع التي تطرقوا إليها من خلال صفحاتهم الفايسبوكية.
- ❖ معرفة مدى اعتماد البرلمانيون الجزائريون على مواقع التواصل الاجتماعي(الفايسبوك) في إيصال رسائلهم للجمهور المتابع.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تتلخص أهم الدوافع والأسباب التي تدفعنا لاختيار هذا الموضوع فيما يأتي:

(أ) - أسباب ذاتية:

- ❖ الميل والاهتمام الشخصي لمعرفة نتائج توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي.
- ❖ حيوية الموضوع ومحاولة الإلمام بكافة جوانبه.
- ❖ قلة الدراسات والبحوث في هذا الموضوع.

(ب) - أسباب موضوعية:

- ❖ أهمية الموضوع في حد ذاته، ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيس بوك على وجه الخصوص كظاهرة في الإعلام الجديد أتاح العديد من التطبيقات وتغلغل في العديد من المواضيع خاصة ذات الشأن السياسي، ويظهر في مقدمتها الاتصال السياسي.
- ❖ الرغبة في معرفة مدى انتشار استخدام الفيس بوك لدى السياسيين من أجل الترويج لأفكارهم وبرامجهم السياسية.
- ❖ قدرة شبكات التواصل الاجتماعي وبالخصوص موقع الفيس بوك على حشد الجماهير بسرعة قياسية لممارسة ضغوطات ذات طابع سياسي اجتماعي وأيضا اقتصادي على الأنظمة الحاكمة.

رابعا: أهمية الدراسة

- ❖ تبرز أهمية هذه الدراسة في معرفة الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تبني القضايا السياسية ومعالجتها.
- ❖ تزايد حجم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك من قبل البرلمانين.
- ❖ تكمن أهمية الدراسة أيضا في إعطاء بعد آخر لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسوك) كوسيلة لا تختص بالاتصال فقط، وإنما تتجاوز لأبعاد سياسية.
- ❖ نظرا لقلّة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع فبالتالي نحن نحاول سد النقص والفجوة ونزود القراء والمهتمين بالمجال السياسي.

خامسا: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة حجر أساس البحث العلمي الذي لا ينطلق من العدم، وإنما هو تكملة لبحوث سابقة، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة التي نخدم موضوعنا في عدد من النقاط والإجراءات المنهجية وهي كالآتي:

الدراسة الأولى:

دراسة فواز بورابحة¹ بعنوان توظيف الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عبر شبكة الفيسبوك -دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي عن حزب الآفلان 2019/2018.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة السياسية التي وظفها البرلماني الجزائري لإبراز نشاطه السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وكيفيات توظيفه للفيسبوك والإستراتيجية الاتصالية التي اعتمدها

1-فواز بورابحة: توظيف الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عبر شبكة الفيسبوك -دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي عن حزب الآفلان، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر3، 2019/2018.

للترويج لمختلف أعماله البرلمانية والسياسية، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً أداة تحليل المضمون، أما فيما يخص العينة فقد اختار عينة قصدية.

وقد طرحت الإشكالية الرئيسية على النحو التالي: كيف وظف البرلماني الجزائري، "سليمان سعداوي" نموذج الدراسة "شبكة الفيسبوك" لتعزيز صورته السياسية؟

اندرج تحتها مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1- ما هي المضامين التي تم توظيفها في الصفحة الرسمية للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي كنموذج الدراسة عبر شبكة الفيسبوك كهيئة رقمية في تعزيز نشاطه السياسي الحزبي والبرلماني؟

2- ما هي الأشكال والأنواع والقوالب الإعلامية التي تم توظيفها لعرض المنشورات الخاصة بالنشاط السياسي للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي كنموذج الدراسة في صفحته الرسمية من خلال شبكة الفيسبوك؟ وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

* من حيث الأهداف والغايات من عرض المنشورات المتعلقة بالنشاط السياسي للبرلماني، نجد أن الصفحة أولت اهتماماً كبيراً جداً لعرض المنشورات المتعلقة بالنشاط السياسي للبرلماني الجزائري، والتي احتلت المرتبة الأولى في دائرة الاهتمام هي الترويج للفعل السياسي البرلماني الحزبي.

* من حيث اللغة المستخدمة في التواصل مع الجماهير عبر صفحة الفيسبوك الخاصة بالبرلماني، نجد أن اللغة الأكثر استخداماً في عملية التواصل مع الآخرين في صفحة الفيسبوك هي اللغة العربية بنسبة مطلقة بلغت 100% وبنسبة معدومة للغات الأخرى.

* من حيث الأشكال والقوالب الإعلامية المعروضة نجد أن القائم على إدارة الصفحة ألا وهو البرلماني الجزائري يستعين بدرجة كبيرة بالمزيج من النصوص المكتوبة والصور المتحركة والصوت.

الدراسة الثانية:

دراسة سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود بعنوان: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي-دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي 2006.

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودي ومصادره. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن تدني مستوى مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا السياسية المطروحة في وسائل الإعلام وهو ما يشير إلى ضعف قدرة هذه الوسائل على تلبية اهتمامات الجمهور السياسية، وهي النقطة التي تم من خلالها انطلاق

دراستنا هذه نظرا لما توفره وسائل الإعلام الجديدة من ميزة تفاعلية كبيرة تسمح بمناقشة ومشاركة القضايا بين العناصر السياسية.¹

أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة :

نلاحظ أن الدراسات السابقة رغم قلتها تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، حيث تم الاعتماد في الدراسة الأولى على المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون وكذا العينة القصدية، وهو ما يتشابه مع دراستنا، كما أنها ركزت على إبراز النشاط السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك كنافذة إعلامية رقمية، كما أكدت على توظيف شبكة الفيسبوك لمعرفة الإستراتيجية الاتصالية التي اعتمدها للترويج لمختلف أعماله البرلمانية والسياسية و الحزبية، إلا أن هناك أوجه اختلاف من حيث تناولها للموضوع كونها ركزت على الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عكس ما تم تقديمه في دراستنا حيث قمنا بالتركيز على توظيف الإعلام الجديد لمعرفة الإستراتيجية الاتصالية السياسية.

سادسا: الخلفية النظرية للدراسة :

نظرية ترتيب الأولويات: تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تهتم المجتمع، ويعد "والتر ليبمان" أول من تناول طرح تلك العلاقة التبادلية من خلال كتابه بعنوان "الرأي العام" 1922 حيث يري ليبمان أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الاحيان تقدم هذه الوسائل (بيانات زائفة) في عقول الجماهير pseudo- Environments وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع، وتركز هذه النظرية على أن مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكر، غير أن نظرة ليبمان هذه تم تجاهلها في الأربعينات والخمسينيات من القرن الماضي.

ومع الستينيات أعاد الباحث "كوهين" إحياء وجهة نظر ليبمان حين زعم أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون، ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكرون فيه، وهذا ما دعمه كل من لأنج ولاتج من خلال تقريرهما اللذان يشيران إلى أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو القضايا معينة دون غيرها وخاصة في مجال السياسي والاقتصادي، فوسائل الإعلام هي التي تطرح المواضيع وتقتراح ما لذي ينبغي

1- سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي-دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه، تخصص إعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الدعوة والإعلام، 2006.

أن يفكر فيه الأفراد وما لذي ينبغي أن يعرضوه، وما لذي ينبغي أن يفكروا به، أي أن وسائل الإعلام بتركيزها على القضايا دون غيرها تفرض ترتيبا معيناً للقضايا عند الجمهور حسب أهميتها.¹

محتوى النظرية :

لقد أدى ظهور المفهوم الخاص للتأثير غير المباشر لوسائل الإعلام إلى اتجاه الباحثين إلى دراسة كيفية تغطية السيرة الإخبارية للقضايا والمواضيع، وكيفية بروز مواضيع معينة دون أخرى في وسائل الإعلام، هذا ما يعرف بنظرية ترتيب الأولويات التي تعطي أولوية المعالجة والنقاش لقضايا معينة دون أخرى.

والافتراض الأساسي لنظرية ترتيب الأولويات: أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع التي يتم التركيز عليها بشدة، وهذا يثير اهتمام الناس تدريجياً ويجعلهم يفكرون فيها ويدركونها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي فهذه المواضيع تشكل أهمية أكبر نسبياً لدى الجماهير من تلك التي لا تطرحها وسائل الإعلام، ومن أهم تعريفات نظرية ترتيب الأولويات ما قدمه "ستيفن باترسون" حيث عرفها أنها "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة أنها قضايا مهمة وتستحق ردود الحكومة والجمهور من خلال إثارة تنيبهم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم".²

وسوف يتم تطبيق هذه النظرية على دراستنا لرصد مدى اهتمام البرلمانين الجزائريين بالقضايا ذات الطابع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في الجزائر، ومدى تركيزهم على هذه القضايا شكلاً ومضموناً مما يجعل هذه القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لمتابعتهم عبر صفحاتهم الفيسبوكية.

كما أن وسائل الإعلام الجديد ومنها الفيسبوك لا يستطيع أن يقدم جميع المواضيع التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار البرلمانيون بعض المواضيع التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تجعل الجمهور يدركها ويفكر فيها ويقلق بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر من الموضوعات الأخرى التي يطرحها البرلمانيون عبر صفحاتهم الفيسبوكية، معنى ذلك أنه حين يقرر البرلمانيون تخصيص مساحة معتبرة لطرح قضية سياسية تخص البلاد مثلاً: قضية الحراك الشعبي، فإن هذه القضية سوف تكسب أهمية قصوى لدى الجماهير التي تتابعهم عبر صفحاتهم الفيسبوكية.

1- حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد: نظريات الاتصال، 2007، ص. 392-393.

2- [https:// amp- annabaa- org. Cdn. Amproject. Org](https://amp-annabaa-org.Cdn.Amproject.Org)

سابعاً: تحديد المفاهيم :

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم والمصطلحات إحدى الخطوات الهامة في البحوث والدراسات العلمية، وكذلك لكي يتسنى لقارئ هذه الدراسة تحقيق التوافق بين ما ترمي إليه بعض المفاهيم ومعانيها المستخدمة وهي كالتالي:

❖ مفهوم الإعلام :

أ- لغة: فالإعلام في اللغة هو "التبليغ" ويقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، والإعلام بمعناه الواسع والشائع هو نقل الأخبار والحقائق والمعلومات الدقيقة بهدف الإقناع⁽¹⁾.

ب- اصطلاحاً:

يرى د. إبراهيم إمام أن الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب بصدد واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها، ومعنى ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هو الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وغير ذلك⁽²⁾.

ج- إجرائياً:

هو عملية نقل المعلومات بطريقة هادفة.

❖ مفهوم الإعلام الجديد:

أ- اصطلاحاً:

* يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

* وكذا تعرفه موسوعة الويب المعروفة باسم ويبوديا فإن الإعلام الجديد يشير إلى: "العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، والتعبير مرتبط أيضاً بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغيير المستمر الذي تتصف بها. التعبير

1- ثروت مكي: الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص20.

2- المرجع نفسه، ص21.

يشير أيضا إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض⁽¹⁾.

ب- إجرائيا:

هو مختلف التقنيات الحديثة التي يعتمد عليها البرلمانيون من أجل الحصول على المعلومات السياسية التي تهمهم عبر عدة وسائل و تكنولوجيايات حديثة مثل: مواقع التواصل الاجتماعي، اليوتيوب والانترنت وغيرها من الوسائل المتطورة.

❖ مفهوم الاتصال:

أ- لغة: اتصل الشيء بمعنى لم ينقطع، اتصل فلان بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه، يقال: اتصل به بخبر بمعنى أعلم⁽²⁾.

إن كلمة الاتصال communication في اللغة الإنجليزية يعود في الأصل إلى المصطلح اللاتيني communis بمعنى الاشتراك في المعلومات والأفكار والاتجاهات مع الآخرين، والقيام بالاتصال يعني محاولة إيجاد نوع من المشاركة مع شخص آخر أي محاولة إشراكه في المعلومات أو الفكر أو الاتجاهات⁽³⁾.

ب - اصطلاحا:

هو تبادل المعلومات وإرسال المعاني والأخبار بهدف تحقيق أغراض معينة وتحديد الاحتياجات النفسية والاجتماعية، والاتصال يتم إما بالإشارة والإيماءات أو بواسطة الألفاظ⁽⁴⁾.

كما يعرف "أحمد أبو زيد" الاتصال بأنه (العملية التي يتم بمقتضاها تبادل وتكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم المجتمع وطبيعته وتكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم)⁽⁵⁾.

1-عباس مصطفى صادق:الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة،ص. 5-6.

2-معجم مجاني للطلاب: بيروت، دار المجاني، 2001، ص 1828.

3-ثروت مكّي: الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، المرجع السابق، ص 17.

4-عزوز أحمد: الاتصال ومهاراته، وهران، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، 2006، ص 18.

5-عزيزي رشيدة و قطيش عليّة: الاتصال السياسي وأثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر، 2018-2019، مذكرة مكملة لنيل شهادة

ج -التعريف الإجرائي للاتصال:

الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها المعلومات والأفكار بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه.

❖ مفهوم الاتصال السياسي:

تنوعت تعاريف الاتصال السياسي من مفكر إلى آخر، وذلك باختلاف الإيديولوجية الفكرية من باحث إلى آخر، لكن أكثر هذه التعاريف أهمية هو تعريف "جون ميدو" **J. Meadow** للاتصال السياسي بأنه: الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكميته، كما أنه أيضا يتعلق بالطريقة التي يمكن بها أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسية، وبعبارة أخرى يتعلق الاتصال بتبادل الرموز والرسائل التي تكون قد شكلتها أو أنتجتها النظم السياسية⁽¹⁾.

كما عرفه "دونتون وودر" **Donton wodr**: بأنه علاقة لتبادل الآراء والحجج، أي أن الاتصال السياسي يعني مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة، والسلطة الرسمية والعقوبات التي تقرها الدولة في شكل أو آخر⁽²⁾.

ب-التعريف الإجرائي للاتصال السياسي:

يعتبر الاتصال السياسي حجر الأساس للديمقراطية و شرط ضروري لقيامها كما أنه أحد ثلاث عمليات سياسية متداخلة وهي السلطة السياسية، التنظيمات السياسية، الاتصال السياسي، ويقصد به الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية والتفاعل بين المؤسسات الحكومية والوطن.

❖ مفهوم الفيسبوك:

أ-اصطلاحا:

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح للأشخاص العاديين أو الاعتباريين (كالشركات)، أن يبرزوا أنفسهم ويعززوا مكانتهم عبر أدوات موقع التواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى⁽³⁾.

ب-التعريف الإجرائي للفيسبوك:

1-مصالحة محمد حمدان: الاتصال السياسي مقرب نظري تطبيقي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002، ص 55.

2- القصي عبد الغفار رشاد: الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، مكتب الآداب، القاهرة، 2007، ص 23-24.

3-خالد غسان، يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 35.

شبكة الفيسبوك هي قناة للتواصل الاجتماعي وفضاء الكتروني رقمي لديه العديد من الوظائف أهمها نقل الأخبار وتداول المعلومات، مما جعلها نافذة إعلامية للتعريف بنشاطات الأحزاب وكذا البرلمانين من مختلف الكتل الحزبية البرلمانية.

ثامنا: صعوبات الدراسة

من البديهي أن تواجه أي باحث بعض الصعوبات خلال جمع المادة العلمية الخاصة بموضوع بحثه، خاصة إذا كان موضوع الدراسة حديثا ولم يتناول كثيرا من قبل، فمن الصعوبات التي واجهتنا أثناء إنجازنا لهذا البحث العلمي ضيق الوقت المخصص لإنجاز هذه المذكرة، وكذلك قلة المادة العلمية وقلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي وحتى إن وجدت فبلغات أجنبية حيث تستغرق منا وقتا معتبرا للترجمة، أيضا من الصعوبات التي صادفتنا قلة المراجع المتعلقة بالموضوع خاصة بمكتبة الجامعة، حيث اضطررنا للاعتماد على المكتبة الالكترونية بصفة كبيرة.

تاسعا: الإجراءات المنهجية:

1.- منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي: وهو عبارة عن منهج وصفي، يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية والاقتصادية، والتربوية، والسياسية، والعلمية. وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر.¹

تتمحور دراستنا حول توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي وتنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهتم بدراسة وشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن الظاهرة، وكذلك محاولة إعطاء تحليل لهذا الواقع، والأسباب الظاهرية للوصول إلى الاستنتاجات المنطقية التي تسهم في إزالة الغموض عن هذه الظاهرة.

مجتمع البحث وعينة الدراسة: .

(أ) - مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث حسب " مادلين عزافيتش " أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة عن غيره من العناصر الأخرى و التي يجري البحث عنها⁽²⁾.

1-قنديلجي عامر إبراهيم: منهجية البحث العلمي، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 121.

2- مورييس أنجرس، رحمة بوزيد، وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية الجزائر، دار الهيمنة، ط2، 2006، ص62.

وفي دراستنا هذه استهدفنا كل الصفحات الفيسبوكية للبرلمانيين الجزائريين.

(ب) - عينة الدراسة:

العينة هي المجموعة التي تأخذ المعلومات منها لإجراء دراسة ما، أما المجتمع فهو ذلك المجموعة الكبيرة التي ينوي الباحث أن يعمم النتائج عليها، وفي معظم البحوث تكون العينة أصغر من المجتمع إلا نادرا، ويمكن أن تعرف العينة على أنها مجموعة مصغرة وجزئية من المجتمع، ومنها يقوم الباحث بتجميع البيانات⁽¹⁾.

❖ وحسب موضوع بحثنا اعتمدنا على "أسلوب الحصر الشامل" و اخترنا "العينة القصدية": التي تم أخذها من مجتمع البحث بشكل قصدي أي أن الباحث يختارها بعينها لأنها تمثل من وجهة نظره جوهر الموضوع وتخدمه أكثر في التحليل وإظهار نتائجه⁽²⁾.

❖ اعتمدنا في دراستنا على عينة لثلاث صفحات فيسبوكية لبرلمانيين جزائريين : "نزيه برمضان"، "بسمة عزوار"، "وين خلاف لخضر" لمدة تسعة وعشرون (29) يوما في شهر فيفري من خلال تحليل منشوراتها من جميع النواحي لإثراء دراستنا للحصول على أدق التفاصيل الممكنة.

❖ وكان اختيارنا لهذه الصفحات كونها أكثر كثافة من ناحية النشر للعمل البرلماني، خاصة وأن الظروف الراهنة في حالة تغيير مستمر ونشاط سياسي كبير تزامنا مع مرور سنة للحراك الشعبي، وانتخاب رئيس جمهور جديد، وتغيير هرم السلطة وبالرغم من هذه التغييرات إلا أن نشاطات البرلمانيين لم تتوقف، حتى وإن كانت توجهاتهم مختلفة (محايد، معارض، مؤيد) وهذا ما جعلنا نقوم باختيارهم لمعرفة الأساليب الإقناعية التي اعتمدها للترويج لنشاطاتهم السياسية.

● أولا: فئة الشكل:

اللغة المستخدمة، طبيعة المادة المنشورة، التفاعل مع الصفحة، مدى التحيين

● ثانيا: فئة المضمون:

وهي كالتالي: طبيعة القضايا التي تعالجها الصفحة، مجالات القضايا المنشورة

● ثالثا: فئة الاتجاه

وهي كما يلي، الاتجاه نحو سياسة الحكومة، الاتجاه نحو الحراك السياسي، الاتجاه نحو المجتمع المدني

1- زرواني رشيد: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2002، ص 109 .

2- الدليمي تصنيف جاسم: أصول وعناصر البحث العلمي، مكتبة جزيرة الورد، 2013، ص72.

• رابعا: فئة الفاعل

• خامسا: فئة المصدر

*وحدة القياس: هي أسلوب القياس الذي تم استخدامه في هذه الدراسة وقد اعتمدنا على وحدة المنشور.

جدول رقم 1: عينة الدراسة من الصفحات الفايبوكية المختارة قصديا وفق تاريخ النشر

بسمة عزوار		بن خلاف لخضر		نزيه برمضان		أسماء الصفحات
التوقيت	اليوم	التوقيت	اليوم	التوقيت	اليوم	
11:29	2020/02/02	22:37	2020/02/01	22:09	2020/02/01	
21:56	2020/02/03	07:35	2020/02/08	13:55	2020/02/03	
14:54	2020/02/04	18:23	2020/02/08	22:29	2020/02/04	
21:09	2020/02/04	18:44	2020/02/08	09:15	2020/02/09	
20:19	2020/02/05	20:24	2020/02/11	20:43	2020/02/11	
11:31	2020/02/07	04:56	2020/02/12	17:59	2020/02/15	
11:53	2020/02/07	10:12	2020/02/16	22:52	2020/02/19	
16:10	2020/02/08	20:11	2020/02/17	11:36	2020/02/21	
22:21	2020/02/09	00:21	2020/02/18	15:20	2020/02/23	
13:47	2020/02/10	13:45	2020/02/20	15:23	2020/02/26	
09:33	2020/02/11	19:27	2020/02/20			
11:42	2020/02/11	13:53	2020/02/21			
09:46	2020/02/12	22:50	2020/02/21			
11:59	2020/02/12	22:51	2020/02/21			
14:29	2020/02/13	22:51	2020/02/21			
20:05	2020/02/13	20:29	2020/02/22			
20:47	2020/02/13	22:08	2020/02/23			
10:51	2020/02/15	22:59	2020/02/23			
12:19	2020/02/15	00:22	2020/02/24			
12:23	2020/02/15	08:05	2020/02/24			
10:53	2020/02/16	19:08	2020/02/26			
18:06	2020/02/16	13:28	2020/02/27			
18:49	2020/02/16	12:20	2020/02/28			
22:00	2020/02/19					
19:33	2020/02/23					
14:29	2020/02/25					
20:15	2020/02/25					
20:08	2020/02/26					
23:38	2020/02/26					
23:52	2020/02/26					
21:09	2020/02/27					

أدوات الدراسة:

تحليل المضمون:

* يرى برلسون (pearlson): أن تحليل المضمون هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال.

* أما بول هنري وسارج موسكو فقد حددا تعريف تحليل المضمون على أنه: "مجموعة متداخلة من التقنيات تستعمل أساسا عند تناول الوسائل اللسانية".

* أما موريس أنجوس: فيرى بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، صادرة من أفراد أو مجموعة و التي يظهر محتواها في مرقم (1).

* ويعرفه محمد عبد الحميد: على أنه كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق أهداف اتصالية مع الآخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة مرتبطة بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية ويستهدف جمهورا محددًا سماته واحتياجاته ليدركوا ما في المحتوى من معاني وأفكار فيتحقق اللقاء بين المصدر والجمهور (2).

حدود الدراسة:

كما شملت الدراسة على حدود مكانية وأخرى زمنية يمكن تحديدها كالآتي:

1- الحدود المكانية الافتراضية:

تم تحديدها بشبكة الفيسبوك وبالضبط صفحات البرلمانيين: نزيه رمضان، لخضر بن خلاف، بسمة عزوار.

2- الحدود الزمنية:

تم تحديد المدة الزمنية للمنشورات المعروضة على صفحات الفيسبوك للبرلمانيين الجزائريين: "نزيه رمضان"، "لخضر بن خلاف"، "بسمة عزوار" من 2020/02/01 إلى غاية 2020/02/29.

1- يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيح للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص109.

2- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص23.

الإطار النظري

للدراصة

الفصل الثاني

الفصل الثاني : الاتصال السياسي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاتصال السياسي

أولاً: مفهوم الاتصال السياسي

ثانياً: نشأة الاتصال السياسي

ثالثاً: العلاقة بين الاتصال والسياسة

رابعاً: عناصر ومكونات الاتصال السياسي

المبحث الثاني: أهداف الاتصال السياسي والعوامل المؤثرة فيه

أولاً: أهداف الاتصال السياسي

ثانياً: وظائف الاتصال السياسي

ثالثاً: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي

خلاصة الفصل

تمهيد:

نحن نعيش اليوم عصر الاتصال، حيث أصبح له أهمية كبيرة في الحياة السياسية وفي المجتمع بصفة عامة، فالاتصال له علاقة وطيدة بالسياسة وهذه العلاقة أفرزت حقلا معرفيا جديدا ألا وهو الاتصال السياسي الذي جعل من السياسية ميدانا لدراسته.

حيث اهتم بعض علماء السياسة بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة. بل أنهم نادوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية، بالاعتماد على نظرية الاتصال، فعالم السياسية صعب أن يوجد دون اتصال لأنه حلقة وصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار.

لقد تعددت المفاهيم ولكن بقي الإجماع على تعريف موحد للاتصال السياسي غائب وهذا نظرا لعدم إجماع الباحثين في حقل الاتصال السياسي من حيث المضمون والحدود لاعتباره نمط جديد من أنماط الاتصال يحتاج للكثير من الاجتهادات.

المبحث الأول:الاتصال السياسي

أولا مفهوم الاتصال السياسي

ليس هناك إجماع بين أساتذة الاتصال السياسي والباحثين فيه على مضمون وحدود هذا النوع من الاتصال.

وهذا لا يعني نقصا في التعريفات المقدمة من المختصين فيه، فالتعريفات كثيرة لكنها متنوعة، وكل منها ينظر إلى هذا الفن من زاوية تختلف عن الأخرى.

وهذه مجموعة من التعريفات المختارة للاتصال السياسي لترى مدى التنوع في الطرح ومحاولة تقديم عناصر محددة يقوم عليها هذا الفن.

"الاتصال السياسي هو النشاط الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهداف سياسية محددة، تتعلق بقضايا البيئة السياسية، وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب، من خلال وسائل الاتصال المتعددة.⁽¹⁾

أما الاتصال السياسي كعملية، فهناك من يرى بأنه عملية نقل لرسائل يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع، أو الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكمياته أو تقوم فيها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة، أو الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية، والتفاعل بين المؤسسات الحكومية والسلوك السياسي لدى المواطنين⁽²⁾.

كذلك يعرف الاتصال السياسي بأنه الاتصال الذي يتخذ من الحدث السياسي فعلا أو قولا ورموزه محورا لنشاطه ومعالجته سواء على المستوى الفردي أو الجماعي أو الحزبي، محورا لنشاطه ومعالجته.⁽³⁾

1- علاوي جبار حسين: "الاتصال السياسي"، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 161.

2- سعد بن مسعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: "الاتصال السعودي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي" رسالة دكتوراه، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، 2006، ص ص 40-41.

3- كمال الدين جعفر عباس: "الاتصال السياسي"، بيروت، ط 1، 2014، ص 46.

ثانيا: نشأة الاتصال السياسي:

شهد مجال الاتصال السياسي تطورات في الأربعين سنة الماضية ليس في مجال البحث العلمي فقط، بل امتدت لتشمل الإصدارات العلمية المتخصصة والتدريس في الجامعات والمؤسسات التعليمية والتخصص المهني والممارسة التطبيقية في المؤسسات المتخصصة، مثل مراكز البحث والدراسات السياسية والإستراتيجية.

ففي مجال البحوث بدأت في الخمسينات الميلادية من هذا القرن وكان الاهتمام منصبا على موضوعات ذات علاقة وثيقة بالاتصال السياسي مثل: تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1952 وتقييم الأثر المصاحب لاستخدام أساليب الدعاية وتحليل مضمون اللغة السياسية المستخدمة في الانتخابات.

وقد تنوعت موضوعات البحث في مجال الاتصال السياسي في السنوات التي تلت منتصف هذا القرن، وبلغت ذروة اهتمام الباحثين والمتخصصين بها، وبخاصة حملتي الاتصال والعلوم السياسية. ففي عام 1972 أصدرت مجموعة من أستاذة الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية قائمة ببلوجرافية بأسماء بعض الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال الاتصال السياسي بلغت أكثر من ألف دراسة علمية وبعد ذلك بعامين. أي عام 1974.

قام ثلاثة من الباحثين الأمريكيين المتخصصين في الاتصال السياسي بحصر البحوث والدراسات التي تناولت الاتصال في الحملات الانتخابية السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأخرى، فكان مجموع ما استطاعوا حصره من البحوث والدراسات يزيد عن 1500 دراسة متخصصة. هذه الدراسات وغيرها من البحوث التي تلتها وبخاصة في عقد الثمانينات الميلادية من هذا القرن لم تعد مقصورة على البحث في موضوع الاتصال السياسي كأحد المتغيرات التي تدرس العلاقة بين الحكومة والمجتمع فحسب، بل توسعت لتشمل موضوعات متعددة ومتنوعة مثل اللغة السياسية، الخطبة السياسية، الإعلان السياسي، الدعاية السياسية، المناظرات في وسائل الإعلام ووسائل الاتصال، التنشئة السياسية، الحملات الانتخابية، الرأي العام للدول والحكومات، الحركات السياسية، العلاقة في الحكومة ووسائل الاتصال، وغير ذلك من الموضوعات التي تفرضها الظروف التي تمر بها المجتمعات المعاصرة⁽¹⁾

1- علاوي جبار حسين: "الاتصال السياسي"، مرجع سابق، ص. 178-179.

ثالثا: العلاقة بين الاتصال والسياسة

العلاقة بين الاتصال والسياسة في مختلف دول العالم، بصرف النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الاتصالي الذي يمارس، هي علاقة جوهرية لدرجة يصعب تصور أحدهما دون الآخر أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه⁽¹⁾.

هناك علاقة وطيدة بين الاتصال السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، فوسائل الاتصال هي حلقة الوصل بين الجماهير والنظام الحاكم صانع القرارات، ولذلك يمكن اعتبار وظائف النظام الاتصالي وأنشطته أنها أساسية، إذا أدت إلى نتائج فعلية للنظام السياسي⁽²⁾.

وقد ذهب أصحاب هذا الرأي إلى أن العملية الاتصالية تحتوي على أربعة عوامل هي: مصدر وقناة ومستمع ورسالة، فوضع المصدر المركز الذي يشغله هو الذي يحدد العلاقة بين نظام الاتصال والنظام السياسي، ومحتوى الرسالة هو الذي يحدد الأمر، والقناة المستخدمة هي التي تنتج العلاقة بين النظامين.

ومن أهم النماذج على الكلام السابق نموذج "دافيد أستون" الذي يرى أن النظام السياسي مجموعة من التفاعلات التي تحدث في أي مجتمع، والتي يتم من خلالها عملية تخصيص دائرة متكاملة ذات طابع ديناميكي تبدأ بالمدخلات وتنتهي بالمخرجات مع قيام عملية التغذية الإسترجاعية بالربط بين المدخلات والمخرجات.

ويتكون النظام السياسي لدى أستون من أربعة عناصر أساسية:

أ- المدخلات: وتنبع من البيئة ومن النظام نفسه، وهي عبارة عن الضغوط التي يتعرض لها النظام السياسي وتدفعه إلى النشاط والحركة وتنقسم هذه المدخلات إلى مطالب يستقبلها النسق من نظام الاتصال جماعات المصالح والأحزاب والمساندة والدعم الذي تلقاه تلك المطالب حيث يعتمد النظام في استمراره إلى الحد الأدنى من الولاء والمساندة⁽³⁾.

ب- عملية التحويل: وهي بمثابة غربلة واستصحاب للمطالب من قبل النظام التشريعي والتنفيذي، ففي الوقت الذي يتم فيه التعبير عن عدد كبير من المطالب لا يتحول من تلك إلى قرارات إلا عدد قليل نسبيا.

ج- المخرجات: وهي السياسات والقرارات التي تتعلق بالتوزيع السلطوي للموارد، أي أنها نتاج عملية التحويل التي تتم داخل النظام بفعل المدخلات، وهذه المخرجات قد تكون إيجابية وذلك عندما تحاول السلطة تعديل البيئة من

1- كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، مرجع السابق، ص 41.

2- عبده عزيزة: الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 20-21.

3- مجاهد جمال: الرأي العام وقياسه، الأسس النظرية والمهيجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 198.

خلال الوفاء بالمطالب، أو رمزية مثل إثارة مشاعر الخوف من تهديد خارجي أو انقسام داخلي وأخيرا تكون سلبية وذلك عندما تلجأ السلطة إلى الإرهاب لكي تضمن الحفاظ على النظام السياسي.

د-التغذية المرتدة: وهي ما يعني تدفق المعلومات من البيئة إلى النظام السياسي عن تأثير قراراته وسياساته فهي التي تربط المدخلات بالمخرجات في عملية مستمرة المخرجات فيها بمثابة رد فعل للمدخلات وهي بدورها تؤثر بالمخرجات.

وبناء على ذلك فقد حدد "الموند" وظائف مدخلات النظام السياسي: والتي تتمثل في التنشئة السياسية و التجنيد السياسي والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والاتصال وتتم هذه الوظائف عن طريق نظم غير حكومية، أما المخرجات فقد حددها في صنع القاعدة وتنفيذ القاعدة والتفاضي بخصوص القاعدة وتتم هذه الوظائف عن طريق الحكومة والتي تكون ممثلة في السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية.

بناء على ما سبق يبدو واضحا أن نظام الاتصال يلعب دورا هاما في ربط أجزاء النظام السياسي المختلفة، فالنظام السياسي وفقا لرؤية ايستون يقوم على شبكة اتصالية واسعة تربط المدخلات بمؤسسات التحويل والمخرجات ورجع الصدى. وهذه العملية الدائرية هي ما وضعها ايستون وتعرف بالنموذج المتدفق للنظام السياسي وفيه نجد العملية السياسية كتدفق مستمر ومتداخل للسلوك وتعتبر هذه العملية ضرورية لبقاء النظام حيث تنقل الآثار القرارات والسياسات التي يتخذها النظام على مدخلاته من تأييد ومطالب مما يجعل النظام قادرا على المضي في سلوكه السابق أو تعديله وهذه العملية تعتمد في المقام الأول على نظام الاتصال السياسي⁽¹⁾.

كما تختلف رؤى الباحثين حوا العلاقة بين الاتصال والسياسة: منها رؤية "ليسيون باي" وهذه العلاقة يمكن النظر إليها من خلال زوايا ثلاث: التنشئة السياسية ودور النظام الاتصالي فيها ودور وسائل الإعلام في العملية السياسية بحيث يبرز دور هذه العلاقة عندما يقوم نظام إعلامي معين بتزويد الجماهير بمعارف العملية السياسية والتي لا يستطيع متابعتها أو فهمها لاسيما وقت حدوث قضايا هامة.

وهذا ما يميز كذلك نموذج "كروس وديفيز" حيث يوضح أن النظام بشكل عام يتكون من الجماهير والنخبة والوسيط بينهما هو الاتصال بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام والعلاقة الثلاثية بينهما أنها تكمل في التنشئة الاجتماعية السياسية أو التعبير عن المصالح أو الوعي أو الاغتراب بالنسبة للجمهور بينما النخبة تعتمد على الاتصال من حيث مخاطبة الجماهير وشرح برامجهم إليهم واستمالتهم عن طريق الخطابات وهذا ما يظهر جليا خاصة في الحملات الانتخابية وما تحدثه من أثر على ردود أفعال الجماهير فالعلاقة بين المخرجات و المدخلات هي إذن حسب رأي الباحث هي علاقة اتصال.

1-المراجع نفسه، ص 201.

رابعاً: عناصر ومكونات الاتصال السياسي

لا يمكن الحديث عن عناصر الاتصال السياسي دون التطرق إلى عناصر الاتصال ككل لأن عناصر الاتصال السياسي لا تختلف عن عناصر الاتصال في شكلها العام، ولقد تباينت الآراء حول تحديد هذه العناصر ومن هذه العناصر هناك أربع عناصر أساسية تتمثل في المرسل للرسالة والمتلقي أما العناصر الأخرى فترتبط بقياس أثر العملية الاتصالية كعملية اجتماعية من استجابة وتغذية عكسية أو رجع صدى وتفاعل.

أ- المرسل السياسي: وهو الشخص السياسي أو مجموعة أشخاص أو مرشحين أو النظام السياسي أو إحدى مؤسساته وقد يكون الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين، وهو الذي تصدر عنه الرسالة الاتصالية السياسية بمحتوياتها المختلفة.

ب- الوسيلة أو القناة: وهي كل وسيلة اتصالية تجسد النشاط السياسي الذي تمارسه الحكومة أو الإعلاميون أو عملية التنشئة السياسية.

وهي الوسيلة أو الوسيلة المادية لتوصيل الرموز التي تحتويها الرسالة، وهي القناة التي تنقل من خلالها رسالة ما من مصدر إلى مستقبل، وتتعدد هذه الرسائل في عملية الاتصال الجماهيري، ويتوقف استخدام كل وسيلة منها على عدة متغيرات أهمها: طبيعة الفكرة المطروحة، والهدف المقصود، والوقت، وخصائص الجمهور المستهدف.

ج- المستقبل (المتلقي): وهو الذي يستقبل الرسالة بالشكل الذي تم استهدافه من قبل المرسل، وحتى يتم ذلك لابد من أن يكون المستقبل أي جمهور الناخبين أو الرأي العام على استعداد تام لقبول الرسالة وتفسيرها تبعاً لإطاره الدلالي وحسب خبراته السابقة.¹

د- التغذية الرجعية: وتعرف باسم التغذية العكسية "feedback" وهي العملية التي من خلالها يدرك القائم على الاتصال نمط استجابة المتلقي لرسالته، وتعتبر الوسيلة هي العنصر الحاسم في تدقيق رجع الصدى من الجمهور، وتختلف التغذية العكسية في عملية الاتصال الجماهيري عن الاتصال المباشر، ففي حالة الاتصال المباشر تكون بسيطة ومباشرة بحيث يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك أثر رسالته، أما في الاتصال الجماهيري فتستغرق التغذية العكسية وقتاً أطول ليدرك القائم بالاتصال أثرها، وكلما زاد حجم رجع الصدى زاد فهم المتلقي للرسالة.²

1- منصورى فاطمة الزهراء: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في سياسة عامة وإدارة محلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2014/2013، ص ص 18-20.

2- ثروت مكي: مرجع سابق، ص 27.

- ولكن تجدر الإشارة إلى أن عملية الاتصال السياسي تنير عناصر ومكونات خاصة بما لعل أهمها: أطراف العملية السياسية من الفاعلين السياسيين والمواطنين الذين لا يشكلون فقط جمهور الاتصال- ولكن يقومون بأدوار القائم على الاتصال، كما قد يكون الاتصال الجماهيري جزء من عملية الاتصال السياسي في شكلها العام.

- يشكل الفاعلون السياسيون أهم عناصر عملية الاتصال السياسي، فهم مجموعة الأفراد الذين يطمحون من خلال وسائل تنظيمية إلى التأثير في عملية صنع القرار من خلال القوة السياسية أو التنظيمية التي يجرونها بهدف التأثير داخل الهيئات التشريعية ومختلف المؤسسات السياسية بغرض تحقيق السياسات التي تتماشى مع مطالبهم وتحقق أهدافهم أو قد يسعون للحصول على مناصب داخل هذه الهيئات.

من أهم هذه الفواعل السياسية: مختلف فئات الفاعلين السياسيين من شخصيات وقيادات، جماعات المصالح، أصحاب المناصب السياسية الذين يمارسون التأثير والنفوذ فعليا.¹

المبحث الثاني: أهداف الاتصال السياسي والعوامل المؤثرة فيه:

أولاً: أهداف الاتصال السياسي:

يعتبر الاتصال السياسي أحد نماذج علم الاتصال فهو يعبر عن مجموع من الرسائل المرسله من جهة الحاكم إلى الناخبين بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات، خطابات، وهكذا بين الاتصال السياسي بأن له هدف الهيمنة والتحكم بسلوك الجماعات⁽²⁾.

ولكن الهدف الأساسي الذي يسعى أي حزب أو منظمة سياسية أو مرشح إلى تحقيقه من خلال الاتصال السياسي هو الوصول إلى السلطة، وهذا يتحقق إلا إذا اقنع أغلبية الناخبين بالتصويت لصالحه ولتحقيق أهداف أي حزب لابد أن يكون هناك إستراتيجية للاتصال السياسي، ومن بين الأهداف التي يمكن للاتصال السياسي أن يلعب دورا في تحقيقها نذكر على سبيل المثال الحفاظ على عدد مناضلي الحزب والنسبة التي تحصل عليها في آخر انتخاب، محاولة كسب أنصار ومتعاطفين جدد ليصوتوا لصالح الحزب أو منظمة سياسية أو المرشح في الاستحقاقات الانتخابية المقبلة، استهداف فئات محددة من جمهور الناخبين، الشباب النساء الفلاحين وغيرهم⁽³⁾.

1-منصوري فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 21.

2-علاء حميد: الاتصال السياسي، مجلة النبأ، العدد 83، بتاريخ 2006/5/5، <https://annaba.org> 2019/05/10 على الساعة 10:55.

3-بن شيخة صحراوي: " التسويق السياسي في الجماعات المحلية دراسة حالة الانتخابات المحلية (البلدية والولاية) في الجزائر 21 نوفمبر 2007"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، في علوم التسيير، كلية التسيير والاقتصاد، جامعة تلمسان، 2008-2009، ص 231.

ثانيا: وظائف الاتصال السياسي

حاول المفكرون رصد الوظائف التي يقوم بها الاتصال السياسي في المجتمع حيث واجهوا عددا من الصعوبات لعل أبرزها:

*التداخل الشديد بين الوظائف السياسية والوظائف الأخرى التي تقوم بها وسائل الاتصال بوجه عام، فالنظام السياسي وأنشطته وقيمه السائدة ترتبط بكثير من العوامل غير السياسية وكذلك التفاعلات بين النظام السياسي والجمهور العام.

*صعوبة تحديد مفهوم الوظائف.

1- الوظيفة الإخبارية:

تعدا الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف السياسية تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري، باستخدام النشر والبيت على نطاق واسع، فهي تشبع في الإنسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية، فالأخبار تعد متحدثا رسميا باسم الحكومة في أي دولة من الدول وناقلا للمعلومات السياسية وما يتصل بالسياسات العامة والمصالح القومية العليا.

ولكن كثيرا ما نجد الحكومات تستغل حاجة شعوبها إلى الأخبار والمعلومات الجديدة، فتنتقي منها ما اتفق مع سياستها وأهدافها كالحكومة الجزائرية مثلا، فنجدها تقدم المعالجة الإخبارية في نفس الإطار الذي يخدم تلك السياسة ويحقق هذه الأهداف، وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية العامة أو المنظمات الرسمية أو الشعبية يساهم في رسم الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير، ولكن تبقى للأخبار جوانب سلبية مثلما قد يحدث توتر للجمهور وذلك في حالة إعلان عن حرب أو حدث أو عنف، وقد حدث ذلك فعلا عندما تدفقت الجماهير الفرنسية ذعرا إلى الشوارع إثر شيوع خبر عن الغزو الألماني مما تسبب في عرقلتها لتحركات قواتها المسلحة⁽¹⁾.

2- التنشئة السياسية:

هي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية والمحافظة عليها أو تغيير بواسطة وسائل الاتصال السياسي وهذه العملية المستمرة عبر مراحل حياة الإنسان منذ

1- آل سعود سعد: "الاتصال والإعلام السياسي"، مرجع سابق، ص61.

الطفولة حتى الشيخوخة، ومن خلالها يعي الفرد خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي.

وقد بدأ الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الإعلام في التنشئة منذ أن لوحظ أن التعرض للتلفزيون يبدأ مبكراً لدى الطفل وبالتالي لا بد أن يكون مصدراً في المعرفة لدى الفرد.

ولكن ليس فقط للتلفزيون دور في التنشئة السياسية بل كل وسائل الاتصال السياسي تقوم بدور مهم في تنشئة الأفراد سياسياً من خلال تقديمها معلومات وأفكار وتوجهات عن العالم السياسي والتأثير فيهم ودفعتهم للاهتمام بالحياة السياسية والشؤون العامة.¹

3- التسويق السياسي:

هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية بواسطة مؤسسات وأشخاص متخصصين، وهذه الطرق تشمل على التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات التي يقوم بها المرشحون أو الأحزاب السياسية، التي تحاول قيادة الرأي العام أو نشر أفكارهم الخاصة.

فالسياسيون يهتمون كثيراً بوسائل الإعلام والطرق التكنولوجية المستخدمة لتسويق برامجهم وأفكارهم وتكوين صورة ذهنية إيجابية عنهم لدى أفراد المجتمع، فالمرشح يهدف من خلال التسويق السياسي إلى بيع الأفكار وكسب التأييد وجذب الأشخاص⁽²⁾.

كما ظهر التسويق السياسي نتيجة التطور الحاصل في وسائل الإعلام إضافة إلى وجود نظام ديمقراطي قائم على الاقتراع، إذ يعد التسويق السياسي ذلك النشاط أو مجموعة الأنشطة التي تستهدف تعظيم وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي أو حزب معين أو برنامج أو فكرة معينة⁽³⁾.

1- بن صالح جعفر: "الاتصال السياسي في الجزائر"، معالجة إعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية، (جريدتي الشروق والخبر نموذجاً)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الأعلام والاتصال، جامعة وهران 2012-2013، ص 42-43.

2- آل سعود سعد: "الاتصال والإعلام السياسي"، مرجع السابق، ص 72.

3- خلفلاوي شمس ضيفات: "التسويق السياسي بين المفهوم والأسس"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 18، جامعة عنابة: جانفي 2018، ص 279.

4-التأثير في اتجاهات الرأي العام:

أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، ويزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية، كما أن هذه الوسائل من واجبها تأكيد الشعور بالمواطنة والمشاركة السياسية وذلك من خلال تقديم معلومات حرة وصحيحة، تتيح للمواطنين التمتع بحقوقهم، والحصول على معلومات تساعدهم على المشاركة في مناقشات الخيارات السياسية، فالجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية.

5- الرقابة على الحكومة

يوصف دور وسائل الاتصال بأنه مثل دور الحارس اليقظ، الذي يعمل كحارس ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية، كمراقب لمصالح المجتمع وصيانتته من الفساد والمخالفات، فوسائل الاتصال تعمل كرقيب للسلطة من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء وتسليط الضوء على بعضها، وتقويم أداء الحكومة والترويج لمبدأ الحق في المعرفة، وهذا التركيز يلفت انتباه السياسيين لها، كما أن هذه الوسائل تعمل كرقيب للأفراد فهي تعلمهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية، وتشبع احتياجاتهم الشخصية، وتحد من القلق لديهم.¹

من أهم مسؤوليات وسائل الاتصال التأكد من حقيقة ما ينشر، وحماية المجتمع من التسلط السياسي، وهذا الدور الواقعي يتم بشكل أفضل بواسطة وسائل مستقلة تحكمها اهتماماتها، كما تقوم بنقل توجهات وأراء أفراد المجتمع ومعاييرها الخاصة والجماعات والقوى السياسية بشأن مختلف القضايا للسلطة السياسية، من اجل مراجعة وتعديل السياسات لتتوافق مع التوجهات العامة للمجتمع ويفترض أن تسعى الحكومات لإيجاد هذه الوظيفة، لأنها تشكل عوناً لها في كشف كل المعوقات وأشكال الفساد التي يمكن أن تحدث، وتعد وظيفة الرقابة على الحكومة أكثر إلحاحاً وأهمية.²

6- المساعدة في صنع القرارات

تعد عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وقد حدث أنها تؤثر تأثيراً كبيراً على القرارات السياسية، ويرجع ذلك إلى سببين هما:

1- أن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية، ذلك لأنها قد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار.

1- التركي ماجد: سياسات الإعلام، الاحتياجات والأولويات، دار اشبيليا، الرياض، 1999، ص81.

2- المرجع نفسه، ص 84.

2- أن صانع القرار يعتقد أنها هامة، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته.

كما أن وظيفة وسائل الاتصال في صنع القرار السياسي تختلف باختلاف طبيعة النظام السياسي السائد في المجتمع، فوسائل الاتصال في الأنظمة الديمقراطية تكون حرة في نقل المعلومات والتفاعل مع القضايا والأحداث، وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية، بينما في النظم السلطوية تنقل المعلومات من الأعلى إلى الأسفل، أما النظم التي تمنح قدرا محدودا من الحرية، يضعف الدور الذي قد تمارسه هذه الوسائل .

إن التطور الذي يشهده العالم اليوم قد أدى إلى ازدياد أهمية الاتصال في نطاق العملية السياسية في المجتمع، خصوصا الحديثة التي تقوم على فكرة الحوار بين القوى السياسية في المجتمع والاختلاف في المصالح، وحق كل فئة من فئات المجتمع في التعبير عن آرائها ومصالحها وتوصيلها إلى صانع القرار السياسي، الذي يجب أن يراعي هذه الآراء التي تعكس المصالح المعارضة عند اتخاذ القرار السياسي، الأمر الذي أدى إلى زيادة تعقيد عملية صنع القرار السياسي في المجتمع، وتراجع أسلوب الإعلام التعبوي لحساب أسلوب الإعلام الحر، والإعلام بوصفه القناة الرئيسية لنقل المعلومات التي من خلالها يتعرف صانع القرار السياسي على مطالب المواطنين ومواقفهم تجاه قراراته السياسية.

إن وسائل الاتصال لها وظائف اجتماعية وتأثيرات واسعة على الجماهير، بفعل التأثيرات غير المباشرة على قرارات وسلوك النخب التي تصنع القرارات، وتحفيزها على فعل أشياء تؤثر على الجماهير، فالقادة السياسيون قد يكونون قادة فكر وقد لا يكونون، أي قد يؤثرون أو لا يؤثرون.¹

7- دعم مشروعية النظام السياسي

تعمل وسائل الاتصال كأداة من أدوات الشرعية الاجتماعية، على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات، وتعيد تأكيد مستويات القيم المطلقة والمعتقدات الاجتماعية، وهي بهذا تدعم الوضع السياسي والاجتماعي القائم، كما تعمل على تقوية العاطفة اتجاه النظام السياسي التي بدورها تضمن شرعية الحكومات، وتعد مصدرا من مصادر دعمها. ووظيفتها السياسية تتمثل في مساعدة النظام الاجتماعي القائم على كيانه، من خلال ترويض الجماهير وتوعيتها وإقناعها بجدوى النظام السياسي عن طريق تحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفرادها حول شعارات وأهداف واحدة، ووسيلتها في ذلك هي الإقناع الذي يتحدد في السيطرة على هذه الجماهير وتوعيتها بجدوى النظام السياسي القائم حتى تضمن القيام بالأدوار المطلوبة.

وهذه الوسائل تعرض المواضيع من خلال زواياها الخاصة وتبثها للجمهور، وهي في الوقت نفسه تتيح الفرصة للمسؤولين للظهور مباشرة مع الجمهور لتوضيح وتبيين وجهات نظرهم في المواضيع المطروحة، فعن طريق الوسائل

1- حجاب محمد: أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 74.

يبقى المجتمع الذي يتعرض لأحداث أو أخطار معينة على اطلاع بالمعلومات الأساسية المهمة والتعليمات المتعلقة بها، كذلك تساعد هذه الوسائل الحكومة في تنظيم وتوجيه الانطباعات المترتبة على هذه الأحداث لدى الجمهور وطرح الحلول الممكنة.

ووسائل الاتصال تعمل على الحد من عبارات الاستياء من النظام السياسي، إلا أن الاستياء من السلطات وبخاصة في النظام الديمقراطي ليس في العادة مؤشرا على تغيير سياسي جوهري، وكلما أصبح موضوع الاستياء أكثر عمومية ازدادت الأبعاد السياسية. ويمكن أن يفضي التراجع في دعم النظام إلى تحد أساس للبناء الدستوري أو الإجراءات الحكومية فالروابط الواهنة مع المجتمع السياسي في نظام ديمقراطي قد تؤدي إلى ثورة أو حرب أهلية، والعدم الشعبي أساس بقاء الديمقراطيات.

وبما أن كل الحكومات تخفق بين الحين والآخر في تحقيق توقعات الجمهور، فمن الضروري أن لا يرتبط الإخفاق المؤقت في تلبية مطالب الجمهور مباشرة لتقييم النظام أو المجتمع السياسي.¹

8- تأكيد الشعور بالهوية الوطنية

إن وسائل الاتصال من خلال ما تقدمه من معلومات وتتناوله من قضايا مختلفة، تقوم بدور هام في التأكيد على الشعور بالوطنية، من خلال نقل تراث المجتمع -لغته وعاداته وتقاليده- وتعميق الروابط التاريخية والثقافية والاجتماعية والسياسية في النفوس، وبث روح الولاء والانتماء الوطني وتعميق العلاقة بين أفراد المجتمع والحكومة، كما أنها تعمل على نشر قيم التوحد الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وذلك عن طريق تكوين أو تعديل أو تغيير اتجاهات الحياة الاجتماعية المنظمة طبقا للثقافة السائدة، أو الاستجابة عن طريق العلاقات الاجتماعية والواجبات التي تفرضها الجماعة والآراء التي يتعارف عليها المجتمع. ولا يتم ذلك إلا من خلال الشعور أو الضمير الجمعي و المشاعر الايجابية المختلفة.

إن تحقيق الانسجام والتفاعل بين أفراد المجتمع يؤدي إلى تبادل المصالح المشتركة، والعمل بكل جدية من اجل المصلحة الخاصة والعامة على حد سواء، فالتجانس والانسجام داخل الجسد السياسي والاجتماعي الواحد لا يتحقق إلا من خلال غرس الشعور بالولاء للدولة ومؤسساتها، وإيجاد إحساس مشترك بالتضامن والهوية الموحدة وخاصة أن عدم تحقيق التكامل السياسي بين أبناء الأمة يؤدي إلى انعدام وجود الرابط وإعاقة الاتصال فيما بينهم، فضلا عن صعوبة بناء الدولة التي تتطلب تضافر جميع جهود المواطنين في المجتمع.²

1- حجاب محمد: أساسيات الرأي العام، مرجع سابق، ص 75 .

2- الخيال مالك: الإعلام الخارجي ودوره في تحقيق أهداف السياسة الخارجية، تطبيق على المملكة العربية السعودية، مجلة بحوث دبلوماسية، معهد الدراسات الدبلوماسية بوزارة الخارجية، الرياض، 1992، ص 113.

ووسائل الاتصال تقوم بدور مهم من خلال محاولات الإقناع المتتالية، من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة عن طريق تحقيق الانفتاح بين الشعب وقيادته ، والعمل على ترسيخ القيم الأصيلة الطيبة وتهذيبها وصقلها، ومحاربة المفاهيم والمعتقدات العقيمة الضارة ورفضها، إلى جانب صنع الشخصية الايجابية النشطة ذات الطموح الفاعل والمنفتح على الآخر، التي تعمل على اللحاق بركب التطور والنزوع إلى التنافس من أجل بناء الأمة وتحقيق آمالها وأهدافها.¹

9- إدارة الصراعات السياسية

تساهم وسائل الاتصال في مواجهة الصراعات من خلال زيادة حجم المعلومات حول القضايا والأحداث العامة، التي تتطلب المعرفة كقوة دافعة لاتخاذ موقف صائب اتجاهها. وكلما زاد حجم المعلومات الصحيحة بين أفراد المجتمع كان من الصعب نشوء خلافات بينهم -نتيجة المعلومات المشوهة-، كما تساهم وسائل الاتصال في حل الصراعات داخل المجتمع من خلال تغطية معلوماتها لكافة جهات النظر، بدلا من معرفة جانب واحد من الحقيقة قد يسبب جانبا من الصراع، فالمعلومات الكاملة والدقيقة يمكن أن تحول دون تطور الأمور إلى الأسوأ.

وتقوم وسائل الاتصال بنقل الأخبار والمعلومات التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل على مواجهة الأزمات المتجددة، والصراعات والأخطار المفترضة، وأن تأكيد ذلك أمر هام للاحتفاظ بالتماسك الاجتماعي للشعب، وهو ما يعني توفير الظروف المواتية لاستقرار النظام السياسي القائم، مادامت الحكومة قادرة على القيام بوظائفها.

وفي أوقات الصراعات والظروف غير العادية تصبح وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة والتلفزيون، أسلحة حيوية بالنسبة للحكومة والمجتمع الذي يرغب في أن يكون على إطلاع لكي يحافظ على الشعور بالأمان ويطمئن بأن حكومته تراعي أمنه وتقوم بما يلزم لمواجهة ما يستجد.

ومن ناحية أخرى هناك جوانب سلبية لتغطية وسائل الاتصال للأحداث والصراعات السياسية، حيث قد تثير الخوف والهلع لدى أفراد المجتمع، وتخفز من لديهم ميول للعنف على التقليد، كما قد يستخدمها الإرهابيون لجذب الانتباه لمطالبهم ولكسب التعاطف والحصول على التأييد، وبخاصة أن عرقلة وسائل الإعلام والحد من حريتها في القيام بدورها في تغطية الأحداث والصراعات يعطيان الانطباع بأن هناك حقائق تخشى السلطة السياسية ظهورها أو الكشف عنها للجمهور.²

1- المرجع نفسه، ص 115 .

2- المرجع نفسه، ص 200 .

ثالثا: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي:

تؤدي الكثير من العوامل دورا مؤثرا في الاتصال السياسي، بعضها يتعلق بخصائص النظام السياسي، والبعض الآخر يتعلق بالنظام الإعلامي وملكية وإدارة وسائل الاتصال، بالإضافة إلى العوامل المرتبطة ببيئة العملية الاتصالية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. كما أن هناك عوامل خارجية تؤثر في الاتصال السياسي وفي العملية الاتصالية ككل تأثيرا إيجابيا، لعل من أبرزها الثورة المعلوماتية، فالمؤسسات الاتصالية هي منظومات تتأثر بالبيئة التي تحيط بها بكل أوجهها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لذا فهناك محاولات للتأثير عليها من قبل مؤسسات متعددة: سياسية كالدولة، واجتماعية كالمجتمع، واقتصادية كالشركات، وخارجية أخرى.¹

1- خصائص النظام السياسي:

يعد المناخ السياسي السائد في المجتمع وخصائصه من العوامل الهامة والمؤثرة في الاتصال السياسي والذي يمثل رؤية سلطة سياسية لدور المواطن ومدى توافر التنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المختلفة، بالإضافة لرؤية السلطة للنظام الإعلامي، لهذا فإن المشاركة التي تمارس في المجتمعات الغربية ترتبط بالإطار الدستوري والمؤسسي، والذي يشمل التعدد الحزبي، الجماعات المصلحية، حرية الثقافة، البرلمان وأجهزة الحكم المحلي وغيرها.

وأن الأحزاب السياسية تقوم بدور هام في تحديث المجتمعات وترشيد ممارسات السلطة السياسية، وجعل المجتمع أكثر قابلية للمشاركة في صنع القرارات العامة وزيادة دور الرأي العام، فكلما تعددت الأحزاب زادت فرص الاختيار بين البرامج والسياسات المتباينة، حيث يسعى كل حزب للحصول على تأييد الأغلبية من أفراد المجتمع لبرامجه وسياسياته في الانتخابات العامة، حتى يتمكن من تولي السلطة التي تتيح له تنفيذ برنامجه الانتخابي.

ولقد أصبحت المشاركة الشعبية الكبيرة في عملية اتخاذ القرار السياسي هدفا اجتماعيا مهما في النظم الديمقراطية حيث يرتبط ذلك بشكل وثيق بانتشار المعارضة وجماعات العمل الجماهيري والمشاركات السياسية غير التقليدية وصولا إلى مشاركة أكثر فاعلية في العملية الديمقراطية، ويكفي هنا أن نذكر أن الأحزاب السياسية هي الأداة التي تتحول من خلالها رغبات الأفراد إلى سياسات متماسكة، وغرضها الأساسي الوصول للحكم لتنفيذ هذه السياسات.

إن علاقة وسائل الاتصال بالنظام السياسي، ومتخذي القرارات السياسية، لا يتم إلا من خلال الانعكاسات المتبادلة بينهما، فوسائل الاتصال لا تؤثر مباشرة في اتخاذ القرار السياسي بإمداده بالمعلومات مباشرة- يمكن

1- سعد بن مسعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود مرجع سابق، ص 127.

لصانعي السياسات و متخذي القرارات أن يتخذوها أساسا للبناء عليه- وإنما تؤثر من خلال بث ونقل التصورات التي من شأنها التأثير في الرأي العام، وهو ما ينقل صداه من خلال وسائل الإعلام نفسها إلى صانعي السياسات و متخذي القرارات، كما أن تأثير النظام السياسي على وسائل الإعلام يأتي من خلال قيام متخذي القرارات و صانعي السياسات ببث صور و مدركات يمكن لوسائل الإعلام أن تنقلها أو تبلور الآراء حولها، وبالتالي تقود هذه المدركات أفراد المجتمع للمطالبة بتحقيق هذه التصورات.

وتتميز أنظمة الاتصال في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة بوجود قنوات عديدة من أهمها: الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون، حيث يمكن من خلالها نقل الرسائل السياسية التي يهتم بها الجمهور وتوزيعها بسرعة على نطاق واسع.

وقد أدى اتساع رقعة وسائل الإعلام ، لاسيما التلفزيون إلى زيادة فرص الحصول على المعلومات السياسية وتوسيع مدارك الجمهور وتعليمه في اغلب الديمقراطيات الغربية ذلك إلى أن يتوقع الجمهور من الحكومة أكثر مما كان يتوقع فيما مضى، بل أصبح أكثر إلحاحا في المطالبة بتأثير أكبر في العمالية السياسية. والسياسات المعاصرة اقل تقديسا للنخب السياسية، وأكثر مقدرة على تحدي المؤسسة السياسية من خلال جماعات العمل المواطني وأساليب الفعل المباشر الأخرى.¹

2. طبيعة النظام الإعلامي:

لقد أصبحت وسائل الاتصال أحد المكونات الأساسية للجهاز السياسي للدولة المعاصرة، حيث تستخدم كأداة للبناء والتحول الحضاري والسياسي، كما وتعمل على ربط الجماهير وتنويرها بمحطات التحول وتسهم في دعم جهود وتوجيهات الدولة والقيام بالوحدة الوطنية، وتوسيع أفاق المواطن ودفعه نحو المشاركة السياسية ونقله من المحليات الإقليمية الضيقة إلى أفاق قومية وعالمية، وتقوم وسائل الإعلام بتوسيع الحوار بين الساسة والمحكومين وتعريف الأفراد بالسياسات والإجراءات الرسمية، كما أنها تعمل على نقل تصوراتهم للسلطة الحاكمة، إلا أن نظرة الدولة إلى وسائل الاتصال تتباين بحسب طبيعة وفلسفة النظام السياسي القائم وموقفه من وسائل الاتصال وتصوره لوظيفتها ودرجة الحرية الممنوحة لها، حيث تخضع وسائل الإعلام والاتصال لمجموعة من العوامل والضغوط والقوانين المتمثلة في الدستور والقوانين الحكومية، ومن أبرزها (قانون المطبوعات وقانون الملكية الفكرية، التي تكفل الحقوق والحرية أو تقوم بتقنين الترخيص أو تفرض الرقابة، والقوانين واللوائح المنظمة للمؤسسات الإعلامية).

1- المرجع نفسه، ص. ص 128-133.

ولكن هناك عوامل في وسائل الإعلام تؤثر على المضمون الإعلامي وطبيعته، وأهمها نمط الملكية ومصادر التمويل ونمط الفكر الإداري والتنظيمي الذي تتبناه المؤسسات الإعلامية وتوجهات السياسة التحريرية، ومستوى تأهيل القائمين عليها ونمط العلاقة بين القائمين بين الاتصال ومصادر المعلومات والأخبار، بالإضافة إلى تقنيات الاتصال المتاحة في المجتمع وأسلوب معالجة الأخبار والمعلومات، حيث أن النظام السياسي يسعى للتأثير على كل ما سبق من العوامل لتخدم أهدافه ومصالحه.

كما أن تأثير العملية الاتصالية يتوقف في الأساس على أداء وكفاءة عناصر الاتصال، كما أنه وعلى ضوء ما يتوفر لدى القائمين بالاتصال من مهارات وكفاءات في الأداء يتوقف مصير العملية الإعلامية برمتها، ومن أهم العوامل الفاعلة التي تؤثر على الكفاءة الاتصالية والأداء المهني للعاملين بالمؤسسات الإعلامية هي: مستوى المعلومات المتوفرة لديهم، التجارب العملية، مواقفهم تجاه المواضيع السياسية المطروحة، مدى علاقتهم بالمؤسسة الإعلامية وتوجهاتها السياسية وتصورهم للجمهور المتلقي، حيث كلما زادت نسبة الاتفاق بين القائمين بالاتصال والجمهور حول ما يطرح من أفكار ومواضيع زاد الفهم المشترك بينهما، وكلما صممت الرسالة لتلائم خصائص وظروف المجتمع وتلبي احتياجاته، وتتفق مع المستوى الإدراكي والقيمي له، كانت أكثر تأثيراً فيه وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار أن ما سبق من عوامل تختلف من مجتمع إلى آخر ومن وسيلة إلى أخرى وفقاً لفلسفة الاتصال وسياسته السائدة (مدي الحرية الممنوحة للإعلام)، ومن نمط ملكية إلى آخر ووفقاً لتوجهات الجهة القائمة على الملكية وتصوراتها حول طبيعة الدور السياسي الذي يجب أن تمارسه وسائل الاتصال في المجتمع.¹

3-العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية:

لا شك أن وسائل الاتصال تعمل في إطار مرجعي شامل يتكون من معتقدات المجتمع وقيمه وسماته الرئيسية، ويسهم هذا الإطار في توجيه الممارسة المهنية لهذه الوسائل، وتوجيه استجابات أفراد المجتمع ويعكس العلاقة فيما بينهما، وهذه الأطر والمحددات القيمية تؤثر في الأسس التي تستند إليها وسائل الاتصال في تناولها لمختلف المواضيع والقضايا. وبعد الالتزام بها تكريسا لقيم وخصوصية المجتمع وفي المقابل تمارس وسائل الاتصال دورا مهما في مراقبة البيئة، لدعم استقرار النظام الاجتماعي السائد، ويسعى لتقديم كل ما يحافظ على الهوية الثقافية وتقديم المعلومات بما يتسق مع قيم وثقافة المجتمع.

وهناك علاقة تفاعل متبادلة بين نظام الاتصال والنظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، حيث أن متغيرات البيئة تحدد فعالية وكفاءة عملية الاتصال، ولا يمكن فهم نظام الاتصال وفعاليته دون فهم وضعه في إطار النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ودون معرفة النسيج الاجتماعي والمعتقدات الثقافية التي يعمل من خلالها خصوصا أن الأيديولوجية تشكل المصدر الأساس للمبادئ العامة لسياسة الدول.

تعد الأمية واحدة من أخطر معوقات الاتصال السياسي في المجتمع نظرا لآثار السلبية التي تترتب عليها ومنها: عدم إدراك الفرد الأمي للمشكلات الاجتماعية والسياسية التي يعاني منها، وبالتالي عدم إدراكه للدور الذي ينبغي عليه القيام به للمساهمة في إيجاد حل لهذه المشاكل، فالأمية قد تحرم الكثير من أفراد المجتمع بعض المهارات التي تمكنهم من المشاركة في الحياة العامة، والاهتمام بمختلف القضايا والحوار حول الأحداث الجارية والانضمام إلى تنظيمات رسمية أو غير رسمية.... إضافة إلى آثار الأمية على الممارسة القومية وعلاقة وسائل الاتصال بالمجتمع. والفرد الأمي لا يعي ولا يدرك معنى ومغزى القرارات السياسية التي تتخذ على المستوى القومي أو المحلي، ولا يتفاعل معها كما يجب لدرجة قد ينعدم الإحساس لديه بأهميتها، مما قد يدفعه إلى اتخاذ موقف سلبي تجاه الحكومة أو تبني قيم ومعتقدات وأمط سلوكية سلبية. فالتعليم يساعد على تنمية الإحساس بالواجب المدني والتفكير بالمصلحة العامة والشعور بالمسؤولية والكفاءة والثقة بالنفس وزيادة الوعي والمعرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى تكوين الآراء حول مختلف الموضوعات العامة وبالتالي القدرة على التأثير في صنع القرار، وخاصة أن الأفراد الأكثر تعليما هم الأكثر معرفة بالأنشطة الحكومية، ويمكنهم المشاركة في الأنشطة السياسية، مثل السعي لمنصب سياسي، أو العمل كعضو في حزب سياسي أو تنظيم معين.

ويؤثر التراث الثقافي والحضاري وأيديولوجية المجتمع أيضا في العملية الاتصالية ودرجة فعاليتها، حيث أن زيادة التعليم والثقافة تؤدي إلى ميل المتلقي إلى الاختلاف والبحث عن مصادر عديدة للمعلومات والآراء، ففي ظل نظرية السلطة مثلا، نجد أن مستهلكي وسائل الإعلام هم عادة من النخبة المتعلمة الذين يشكلون توازنا مع عدد من الوسائل الإعلامية. ومع استمرار زيادة التعليم والثقافة ينشأ عدم التوازن بين ما يطلبه المتعلمون وما تقدمه الوسائل الإعلامية.

ولابد من الإشارة إلى أن الظروف الاجتماعية السائدة في المجتمع تعمل على زيادة فعالية الاتصال السياسي أو الحد منها، فقد توصلت العديد من الدراسات التي أجريت في هذا المجال إلى أن هناك علاقة قوية بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية مثل دخل الفرد، ومستوى التعليم وعدد السكان من جانب، وبين درجة المشاركة من جانب آخر.¹

وتؤثر المكانة الاجتماعية للفرد ودرجة تعليمه وعضويته في التنظيمات الموجودة بشكل كبير في درجة مشاركته في الأنشطة المختلفة، فكلما ارتفع مستوى الدخل كانت مشاركة الفرد أكبر في جوانب الحياة المختلفة، ومنها المشاركة السياسية، لكونهم أكثر تعرضا لوسائل الاتصال، وبالتالي أكثر معرفة بالشؤون السياسية وتفصيل القرارات والنشاطات الحكومية.

1- سعد بن مسعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص. 146-149.

إن القيم والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع تقف خلف السلوك الإنساني، فهي أداة الضبط الأولى للسلوك وتقوم توجهات ومواقف الأفراد، كما تختلف مفاهيم ومصادر وخصائص هذه المحددات القيمية التي تحتكم إليها وسائل الاتصال من مجتمع لآخر، بحسب تباين المرجعيات الثقافية والتاريخية لكل مجتمع، وبحسب طبيعة النظم والسياسات أيضا داخل كل مجتمع.¹

4- العوامل الخارجية:

من أهم العوامل الخارجية المؤثرة في الاتصال السياسي: الثورة المعلوماتية، وهي الأساس الذي تركز عليه العولمة في هدفها الأساسي المتمثل في إزالة الحواجز والحدود بين المجتمعات، وتداخل أعضائها في بناء متشابك، فالعولمة في بعدها السياسي أو "العولمة السياسية" هي البعد المستقبلي، والأكثر إثارة للجدل من الأبعاد الحياتية الأخرى، لأنها تتضمن الانتشار الحر والواسع للأخبار والأحداث والقرارات والتشريعات على الصعيد العالمي، عبر مختلف وسائل الاتصال كما أنها بما توفره من معلومات تساهم في سرعة اتخاذ القرار، فالمعلومات والمعرفة أهم مصادر القوة السياسية التي تعمل على ظهور خطاب معرفي يخدم أغراضها ويروج لأفكارها، سعيا لتثبيت سلطاتها، وتأمين مصالحها باعتبار القوة معرفة.

وقد قادت الثورة الاتصالية إلى جعل مستوى العولمة في المستوي الذي نراه اليوم، حيث نجد المزيد من التوزيع غير المتكافئ لعناصر القوة التكنولوجية بين العالم الأول والثالث، إذ تسيطر الولايات المتحدة وبلدان الاتحاد الأوروبي واليابان على الجانب الأعظم من سوق وسائط صناعة المعلومات.

ومن هنا حدث صراع كبير بين هذه الدول حول الهيمنة الإعلامية والفكرية التي ستؤدي إلى إذابة الثقافات الأخرى، واندثار الهويات، وإلغاء الخصوصيات وصنع عالم اللاتقافات، ويتضح من ذلك أن مخاطر العولمة على دول العالم الثالث تبدو مفرجة.

في ضوء ذلك يتضح أن انعكاسات الثورة التكنولوجية قد شملت كامل مراحل حلقة الاتصال والإعلام، حيث أصبحت قوة الدول والمجتمعات تقاس بمدى قدراتها في السيطرة على تدفق ومعالجة المعلومات، التي هي بمنزلة الطاقة الإستراتيجية الأولى قبل النفط وقبل القدرة على التصنيع، ولم يعد هناك مجال لإخفاء الحقائق و المعلومات السياسية، سواء المحلية منها أو الخارجية، وقد تلاشت سيطرة جهة واحدة على الموضوعات السياسية، وأصبح المواطن في وطنه معرضا لوجهات النظر الأخرى بكامل تفاصيلها، وعارفا بخفايا الموضوعات والمشكلات السياسية بدرجة قد تفوق معرفة الحكومة المحلية نفسها. كما لم تعد الدول الأخرى رهينة لرؤى البعثات الدبلوماسية وهيمنتها على معلوماتها المحلية، وأمكن معرفة الأسرار التي قد لا تملكها البعثة أو حتى حكومتها.

1-دوريس جرابر وآخرون: سياسة الأخبار والأخبار السياسية، ترجمة زين نجاتي، القاهرة، 2004، ص36.

ومن العوامل الخارجية أيضا: المقدرة الإعلامية الخارجية للدولة، حيث يشهد العصر الحالي تطورات متسارعة في تقنية المعلومات والاتصالات، أدت إلى تحولات جذرية في بنية المجتمعات، وفي أشكال تنظيماتها وصناعاتها وأدوار أفرادها وحكامها، وتبين انه من المستحيل السيطرة التامة من قبل الدولة على نوع وكم المعلومات التي تصل إلى عقول مواطنيها، لذلك فإن نجاح الوظيفة الاتصالية للنظام السياسي يتوقف على قدرة النظام السياسي بجميع مؤسساته في مواكبة التطور التكنولوجي والعلمي وامتلاك تقنيات متطورة تسهل عملية الاتصال في الداخل والخارج، وتطوير إمكاناته مع خصائص العالم المعاصر ومواكبته لتطوراته المتسارعة، بما ينسجم وطبيعة المجتمع فالتطور الحاصل في حقل الإعلام جعله وثيق الصلة بالسياسة الخارجية، والإعلام أصبح همزة الوصل بين صانعي السياسات في الدول المختلفة، وأداة رئيسة في تنفيذ السياسة الخارجية، إلى جانب الأداة الدبلوماسية، كما انه ساعد الدبلوماسية في تحقيق أهدافها من خلال تهيئة وصنع المؤيدين وتحييد الأعداء.

ومن العوامل الخارجية المؤثرة في الاتصال السياسي: الصلات الوثيقة بين مراكز السلطة السياسية والأسر الثرية والشركات الكبرى، وبرز القوى للشركات متعددة الجنسيات في العالم وتأثيرها على مجريات الأوضاع داخل البلدان النامية وخارجها، فإذا كانت الدولة تشكل محور الاقتصاد الدولي فان هذه الشركات تشكل محور اقتصاد العولمة، وما يجري هو محاولة تحويل العالم كله إلى سوق عالمية واحدة خاضعة لنشاطها وسيطرتها، حيث يوجد في العالم أكثر من 40 ألف شركة متعددة الجنسيات تبلغ إيراداتها أكثر من نصف الناتج الإجمالي العالمي. وقد بدأت هذه الشركات متعددة الجنسيات تحل محل الدولة، وأصبحت قادرة على الاستغناء عن وظائفها، وتعد أخطر هذه الشركات هي إمبراطوريات وسائل الإعلام القائمة على التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال وبرامج المعلومات والترفيه، بحيث تصبح شركة كونية واحدة.¹

1- المرجع نفسه، ص. 151 - 153.

خاتمة الفصل:

تبقى السياسة بلا اتصال مجرد أداة بكماء، لأنها في الأصل جزء منه بل إن الاتصال هو المحرك الديناميكي للوجود السياسي فالعلاقة بينهما علاقة تزاوج وثيق، واليوم أصبح الاتصال السياسي وسيلة مهمة للنخبة السياسية في إثراء معلوماتهم وتجديد معارفهم وأفكارهم وآرائهم السياسية، هذه الأخيرة تركز على القضايا والمواقف السياسية المختلفة وكذا النشاطات والفعاليات المتعلقة بحكم وقيادة وتنسيق المجتمع.

الفصل الثالث:

توظيف الإعلام الجديد في الاتصال

السياسي

الفصل الثالث: توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي

المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد

تمهيد

أولاً: مفهوم الإعلام الجديد

ثانياً: نشأة الإعلام الجديد

ثالثاً: خصائص الإعلام الجديد

المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وأهم أشكاله

أولاً: وظائف الإعلام الجديد

ثانياً: أشكال الإعلام الجديد

المبحث الثالث: علاقة الإعلام الجديد بالاتصال السياسي

أولاً: الأبعاد السياسية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي نافذة إعلامية حقيقية للترويج للصورة السياسية للبرلماني

الجزائري

خاتمة الفصل.

تمهيد

يمثل الإعلام الجديد فرصة للمجتمعات والثقافات من خلال الانتشار الواسع والتطور الذي شهدته وسائل الإعلام الجديد خلال السنوات الأخيرة، فالإعلام الجديد وبشكل خاص الانترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون استثناء لوضع ما يريدونه على شبكة الانترنت ليكون متاحا للعالم لرؤيته، وهذا يتطلب استعدادا حقيقيا للاستثمار في هذه الوسيلة والأهم من ذلك استثمارها بشكل ايجابي ناجح وفعال.

إن ارتباط الإعلام بالسياسة قديم، إلا انه زاد في الآونة الأخيرة مع مجيء ما يعرف بالإعلام الجديد الذي أصبح له تأثير كبير في التنشئة والممارسة السياسية والاتصال السياسي ككل، فقد أصبح الإعلام الجديد بوسائله الجديدة كالشبكات الاجتماعية والمدونات وغيرها يلعب دورا مهما في الاتصال السياسي للأفراد من خلال تثقيفهم وتشكيل وعيهم السياسي وإكسابهم قيم ومعايير سياسية، كما يتيح الإعلام الجديد الفرصة للجميع للمشاركة في الحياة السياسية من خلال الاتصال والمساهمة في صنع القرارات السياسية.

المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد:

لابد من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائها بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات. بداية يمكننا القول: أن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بمهما هذا العصر ظاهرة تفجير المعلومات (information Explosion)، وظاهرة الاتصال عن بعد (Télécommunication).

والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليّة وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليّة لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام الجديد وهي التفاعل (Interactivité) والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مهما إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من مصدر مركزي مثل صحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة متى أرادها وبالشكل الذي يريده⁽¹⁾.

*وكذلك يعرفه قاموس الكمبيوتر بأنه جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والناقلة فضلا عن تطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق².

* ويعرفه جونز Jones: الذي يقر أولا بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة للسؤال ما هو الإعلام الجديد؟ وبين إجابته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء. "الإعلام الجديد" هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبح ممكنا باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل: الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون الراديو-إلى حد ما- وغيرها من الوسائل الساكنة Static⁽³⁾.

1- شيخاني سميرة: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، العدد 3، المجلد 26، 2010، ص 442.

2- العززي وديع: الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 13.

3- صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، (د د ن)، (د م ن)، 2008، ص 5-6. نسخة

ثانياً- نشأة الإعلام الجديد:

نشأ الإعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الانترنت التي نشأت فكرتها في الستينات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الأمريكي وقوع هجوم أو كارثة نووية تؤدي إلى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولاً إلى ما يعرف اليوم بشبكة الانترنت، وهي الشبكة العالمية وتقوم على وصل الملايين من أجهزة الحاسوب ببعضها البعض في عشرات الدول في العالم، وتملك هذه الأجهزة المؤسسات والدوائر الحكومية والشركات والجامعات وأفراد ممن يمتلكون أجهزة شخصية موصولة بشبكة الانترنت. وتعتبر شبكة الانترنت اليوم أكبر جزء من تقنية المعلومات في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الأفراد في جميع أنحاء العالم، يتم عن طريقها إجراء المعاملات المختلفة التجارية كأبحاث عن أسواق و أوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية الاجتماعية وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت في مختلف نواحي الحياة، إثارة كبيرة على جميع مجالات الحياة، وخاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى "بالإعلام الإلكتروني" بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة. وقد أصبح الإعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الإعلام والاتصال حيث أنه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالقنوات التلفزيونية مكنها من بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية أصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي.

وهذا التطور فرض على كافة وسائل الإعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت، وتزايدت هذه الصحف الالكترونية إضافة إلى صدور الكثير من المجلات التي استفادت من هذه التقنية وكذلك انتشار الكثير من المواقع الالكترونية المختلفة.¹

1- شقرة علي خليل: "الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص48-49.

ثالثاً- خصائص الإعلام الجديد:

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

1-التفاعلية:

التفاعل هو قدرة وسائل الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضفت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتوجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي، مثل الصحيفة أو قناة تلفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى أراد وبالشكل الذي يريده، وفي السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الالكترونية، عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا، ثم انتقلت العلاقة بعد ذلك إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجماهير حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل الويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية⁽¹⁾.

2- اللاجماهيرية:

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

3.التنوع:

وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجياته ودفاعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل

1-حسونة نسرین: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، مدونة أمين، الصادرة في تاريخ 2014/11/4، نسخة الكترونية، الموقع

الإلكتروني <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/071>

الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثا على المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة، يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجياته المتعددة والمتجددة.

4-التكامل:

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

5.قابلية التحريك أو الحركية:

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التلفون المحمول، تلفون السيارة، التلفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكس ميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

6.تجاوز الحدود الثقافية:

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

7- تجاوز وحدتي الزمان والمكان:

طبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطا ضروريا لها مثل: البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل: الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة، أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني

1- المرجع نفسه.

بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطا ضروريا للاتصال وإن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

8- الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية.¹

المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وأهم أشكاله

أولا: وظائف الإعلام الجديد

حدد شرام ولاسويل عددا من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نقاط الحوار السياسي، ترقية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد ولد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها:

* تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو شبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

* سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوفر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

¹ - المرجع نفسه.

* القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين في شبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية .

* غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية في جانبها السلبي وتحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

* تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.

* نجد أن هناك توسعا في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدما ملموسا للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والإستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب وشبكات في التعليم.

* أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيرا لدى المعلمين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات التي تقدم خدمات متعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.¹

ثانيا: أشكال الإعلام الجديد

1- الفيسبوك:

هو موقع تواصل اجتماعي، يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.²

Nisreenhassouna-wordpress-com. Cdn.ampproject.org 13:20 17/09/2020-1

2- بسويو احمد عبد الغفار: الإعلام الرقمي الجديد -الإعلام البديل ودوره في دعم المجتمع المدني واثار التقنيات الحديثة على تشكيل الرأي العام المدونات الالكترونية -مواقع التواصل الاجتماعي، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2018، ص74.

ويعد الفيسبوك أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، حيث يمكن من خلاله تكوين أصدقاء جدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم إضافة أصدقاء لصفحاتهم، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية، والموقع مجاني للمستخدمين¹.

أ- نشأة الفيس بوك:

ترجع فكرة نشأة موقع فيس بوك إلى صاحبه "مارك زوكربيرغ" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وأرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر الأخبار ولكن هدفه الأساسي كان يجمع شمل الأصدقاء ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض، وأطلق مارك موقعه "فيسبوك" عام 2004، وكان له ما أراد فسرعان ما لقي رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع، لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة المدارس الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

واستمر موقع فيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية حتى عام 2006، أين قرر زوكربيرغ أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007.

وفي الوقت نفسه قرر أيضاً أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلمين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة. وبذلك فقد انتشر الموقع في عموم أرجاء العالم بسرعة قياسية حتى أنه أصبح يحتل المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على مستوى العالم ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي فيس بوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي².

1- العززي وديع: الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، مرجع سابق، ص 59.

2- صاحبي صبيحة: اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في اتصال وعلاقات عامة، 2017/2018، ص 109.

ب- خصائص الفيس بوك:

يتضمن الفيس بوك مجموعة من المميزات والمتمثلة في:

- ❖ العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع فرد من الغرب ببساطة وسهولة.
- ❖ التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية التي كانت في الإعلام التقليدي، وتعطي حيز للمشاركة من المشاهد والقارئ.
- ❖ التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث كلمة وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء.
- ❖ سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وببساطة اللغة، الرموز، والصور، التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- ❖ التوفير الاقتصادية: في الجهود والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالفرد البسيط يستطيع امتلاك خير على الشبكة وليس ذلك حكرا علي أصحاب الأموال.
- ❖ إنشاء مجموعة: نستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الإلكترونية على الانترنت أن ننشئ مجتمع إلكتروني يجتمع حول قضية معينة ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء.
- ❖ إضافة صديق: هنا يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- ❖ التغذية الإخبارية: التي تظهر علي الصفحة الرئيسية للمستخدمين، حيث تقوم بتميز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وأعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء¹.

1- المرجع نفسه، ص 101.

2- تويتير Twitter.Com:

أ- تعريفه:

هذا الموقع أخذ اسمه من مصطلح "Twitte" الذي يعني "التغريد"، واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة، ويجوز أن يطلق عليه نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الذي انتشر في السنوات الأخيرة، ويلعب دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وتصدر هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دورا مهما جدا في أحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي وهي:

(الفييس بوك، تويتير، يوتيوب) وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات، من خلال ظهورها علي صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم علي صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتير خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة

RSS عبر الرسائل النصية SMS.

ب- نشأته:

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتير أوائل عام 2006، عندما أقدمت شركة (Obvions) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعينة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتبارها خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه تويتير وذلك في أبريل 2007.

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنجليزية، التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة التويتير قد تطورت، حيث أنه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت إعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق التويتير الياباني على الانجليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفرا باللغة الإنجليزية ومن ثم تعددت لغات التويتير حتى وصلت عام 2010 إلى سبع لغات هي: الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الإسبانية، والكورية.

وفي نهاية عام 2010 وصل عدد المغردين الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من 200 مليون مغرد وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب علي الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح المستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة⁽¹⁾.

3- تعريفه:

اليوتيوب: youtube.com :

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتيوب من أهم أدوات الإعلام الرقمي الجديد⁽²⁾.

2- فكرة إنشاء موقع اليوتيوب:

تأسس You tube كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005، بواسطة ثلاثة موظفين هم : تشاد هيرلي (أمريكي) تشين (تايباني) و جاود كريم (بنغالي)، الذين يعملون في شركة pay pal المتخصص في التجارة الالكترونية غير أن جاود كريم ترك رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد. ليصبح الفضل الحقيقي في You tube الذي نراه اليوم للشئيين الآخرين اللذان نجحا بالمثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أن مولد اليوتيوب قد شهدته مدينة menlo Park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام...وفي نوفمبر من العام 2006- وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم- اشترته عملاق الويب Google بقيمة 1.6 مليار دولار أمريكي، فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدها .. Google ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسيه وملكية Google³.

1- المنصور محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية

نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية في الدانمرك، منشور كلية الآداب والتربية، 2012، ص.ص 83-92.

2- بسيوني احمد عبد الغفار: الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سابق ص 75.

3- الدليمي عبد الرزاق محمد: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص 194.

المبحث الثالث: علاقة الإعلام الجديد بالاتصال السياسي

أولاً- الأبعاد السياسية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي

❖ شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية هو المطلوب المطروح حالياً على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة، ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة مثل الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري، والتي تؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي، وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دور فاعلا في العملية السياسية بوجه عام وتعمل وسائل وأدوات الإعلام الجديد وخاصة الانترنت على تعميم الممارسة الديمقراطية عبر "إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات"، ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد، وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها وسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والإحداث السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد، وتعد أول خطوات التنمية السياسية.

أ: العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية.

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي سماء مفتوحة تطلعننا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل بيئة إعلامية جديدة بديلة، وصناعة لها دورها الكبير في المعادلة الحياتية داخل عالم افتراضي تحكمه التقنية بوسائطها المتعددة، حيث ساعدت على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب، وأظهرت مدى الضعف الذي أصاب المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات وبناء الانتماءات ودفع الشركات السياسية⁽¹⁾.

وساعدت هذه المواقع على توفير أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين، حيث تحولت إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية وصولاً إلى المجال السياسي، وذلك من خلال قدراتها على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة، وزيادة مستوى الوعي ورفع مستوى المعرفة

1- بلخير احمد صدام، بملول رمزي، جاهمي عبد الرؤوف : توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ قيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين، دراسة على من جمهور صفحات السياسية عبر موقع الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، 2017/2018 ص 42.

حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تمه الرأي العام، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذا المجال، لتدشين علاقة متبادلة بين الإنسان والتكنولوجيا والمؤسسات السياسية والتغيير الاجتماعي، فسياسات التعتيم وإخفاء الحقائق لم تعد ممكنة في زمن مواقع التواصل آليات جديدة حول ممارسات الديمقراطية فأصبحت تستخدم كوسيلة فعالة لتنشيط جوهر الديمقراطية المتمثل في الشفافية والنزاهة بالإجراءات والمشاركة في عملية صنع القرار السياسي بوجه عام.

ومن هنا فإن تقنية الاتصال الجديدة والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي شكلت بمجملها البنية التحتية الأساسية لصياغة ونشر "معرفة سياسية" تفرض قيمها ومبادئها لضبط السلوك الإنساني، بما يتلاءم مع مستجدات الأوضاع الإقليمية والدولية بوجه عام.

ب: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب السياسي:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في الإعلام، استخدمت في البداية لأغراض التسلية والترفيه، ثم أصبحت إعلاماً محترفاً ينقل المعلومات والأخبار للأفراد، فقد أصبح المشهد الإعلامي ملكاً للجميع ولم يعد مقتصرًا على فئة محددة من الناس، وصار المحتوى الإعلامي أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من الأفراد، وبذلك أصبحت أسهل وأقرب للأفراد.

حيث لاقت مواقع التواصل الاجتماعي اهتماماً كبيراً من قبل الشباب حيث أتاحت لهم المجال للتعبير عن أنفسهم ومشاركة مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين، ولعبت أدواراً عديدة اجتماعية واقتصادية وسياسية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، ونظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك المواقع بات تأثيرها على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية يتصدر أحداث الساعة.¹

فالإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي واعتبارها مصدراً هاماً لاستقاء الأخبار والمعلومات والتأثير في الرأي العام بسبب سرعة انتشارها وقلة تكاليفها وبساطة التواصل معها، جعلها من مصادر الوصول السريع للأهداف وتشكيل مجموعات الضغط والمناصرة للقضايا المختلفة، ويؤكد الخبراء في مجال التقنيات الحديثة أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، حيث قطعت أشواطاً هامة في تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً .

حيث برز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك بشكل واضح في الحياة السياسية في المجتمعات العربية، فقد شاع استخدامها بشكل كبير مما أسهم في تعزيز الوعي السياسي نتج عنه المشاركة السياسية الفاعلة

1- المرجع نفسه، ص43 .

ضد أنظمة عربية فاسدة، فقد وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد فرصة التعبير عن أنفسهم وعن تصوراتهم في كافة القضايا.

ج: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الوعي السياسي:

إن الكلام عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الوعي أول ما يتبادر إلى الذهن الدور الذي لعبته تلك المواقع في الثورات العربية والتي لازال يدور حولها جدال كبير من قبل المختصين، حيث نشرت الكثير من المقالات ناقشت أهمية مواقع التأثير في تحفيز المشاركة السياسية وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية والذي ساهم في نشر ثقافة الاحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسياً، فمع انتشار استعمال وسائل الاتصال الحديثة في البلدان العربية، ازداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة، وزيادة وعي الأفراد وتوسيع أفاقهم خاصة في ظل فاعلين جدد وبداية تشكل فضاء عام جديد.

إن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً سياسياً بارزاً في معرفة الوظائف السياسية للإعلام، حيث تعد الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف السياسية تأثيراً في المجتمع السياسي على حد سواء، فهي الوظيفة التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري باستخدام النشر والبت على نطاق واسع.¹

1- المرجع نفسه، ص 44.

ثانيا- شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نافذة إعلامية حقيقية للترويج للصورة السياسية للبرلماني الجزائري:

إذا أردنا أن نعرض على العلاقة التي تربط وسائل الإعلام الجديدة والتي من بينها شبكات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص شبكة الفيسبوك والصورة السياسية للبرلماني الجزائري بغض النظر عن التوجه الحزبي فإنه يجب علينا أن نتطرق إلى التعرف على أهمية شبكة الفيسبوك في إبراز الصورة الذهنية الإيجابية للبرلماني الجزائري كإعلام رقمي إلكتروني فرض نفسه في المنظومة الإعلامية الجديدة.

من هنا يمكن أن نقول أن شبكة الفيسبوك كونه من وسائل الاتصال التفاعلية والتي عرفت في السنوات الأخيرة إقبالا واسعا من حيث الاستخدامات لما توفره وما تتيحه من إمكانية سريعة في التواصل وتداول المعلومات جعلها قبلة للسياسيين وبوجه خاص للبرلمانيين باحثين لأنفسهم عن المتوقع في الساحة الإعلامية والسياسية بهدف إبراز نشاطاتهم للجمهور في قبة البرلمان، وحتى ميدانيا إلى جانب دعم صورتهم السياسية لدى الجماهير بإبراز الفعل السياسي الإيجابي من خلال المنشورات الإعلامية والتفاعلية الكبيرة التي يجدونها عبر صفحاتهم في شبكة الفيسبوك فالجميع يعرف وهي حقيقة لا مناص منها أن وسائل الإعلام باختلافها تلعب دورا مهما في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية لدى الجماهير عن أي مؤسسة ما والبرلمان هي مؤسسة دستورية وتشريعية من المؤسسات التي لها مكانة كبيرة لدى الدول في تسيير شؤون البلاد فهي تعد النافذة التي تطل عليها الجماهير وتتعرف على مختلف الوقائع والأحداث والأنشطة والقضايا في سياق تعرضهم لهذه الوسائل، ولهذا يمكن للبرلماني من خلال توظيفه لشبكة الفيسبوك أن يستعين بها لتفعيل نشاطه السياسي وتعزيز صورة إيجابية له في الساحة الإعلامية والسياسية وكذا البحث عن مواضيع حقيقية قريبة من انشغالات المواطنين لرسم صورة إيجابية وجيدة عنه كشخصية سياسية من حيث كونه ممثلا منتخبا أو حزبيا باستخدامه لمخطط إعلامي ناجح لبناء صورته وتعزيزها لدى الجماهير المستخدمين لشبكة الفيسبوك وغيرهم، فإن للحياة السياسية علاقة وطيدة بوسائل الإعلام بمختلف قنواتها إعلاما تقليديا وجديدا، خاصة المرتبطة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومجتمع المعلومات على غرار شبكات التواصل الاجتماعي.¹

وشبكة الفيسبوك جزء من هذه الحلقة الإعلامية الرقمية التي باتت تلعب دورا هاما في تشكيل الثقافة السياسية بتزايد اعتماد الأفراد عليها بشكل لافت للانتباه في عصرنا الحالي، الذي يعتمد على مجال الرقمنة في شتى الميادين، فلهذه الوسائل دور مهم في تزويد الشعوب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، وخلق

1- بورايجة فواز: مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 03، ديسمبر 2019، ص.ص 842-867.

التربط في المواقف السياسية الهامة، وقد اخترق الفيسبوك كل القواعد الإعلامية كونه متاحا لكافة الجماهير وفي أي وقت شاءت وهو ما جعله قبلة للسياسة لبلوغ هذه السوق السياسية الرقمية الجديدة، لتمرير رسائلهم ولتعزيز صورتهم بالإيجاب لدى هذه الجماهير.

*دوافع توجهات رجال السياسة "البرلمانيين" لاستخدام وسائل الاتصال التفاعلية "شبكة الفيسبوك":

يرى بعض المحللين السياسيين أن توجهات السياسة لاستخدام هذه الوسائل الاتصالية التفاعلية الحديثة على غرار شبكة الفيسبوك والمدونات الالكترونية، يعود إلى سهولة التعامل معها وكذا انخفاض أسعارها وسهولة إيجادها على شبكة الانترنت، كما أن المواد الإعلامية أي المضامين والمعلومات المعروضة على لائحة الانترنت تعرف رواجاً كبيراً للقراء، ما جعلها تحتل السوق الإعلامية في عالم التسويق السياسي، حيث أثبتت استطلاعات الرأي أن قراء الأخبار السياسية من صفحات الانترنت وحتى على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي قد اخذ منحى تصاعدي بضعف ست مرات بين عامي 1996-2004 في الو م أ على سبيل المثال، ولذلك أصبح السياسة "البرلمانيون" مهتمون أكثر بمواقعهم على صفحات الانترنت وشبكات الفيسبوك خصوصا وحتى بمدوناتهم الالكترونية وباستحدثاتها وإضفاء أساليب جديدة عليها كلما اقترب موعد الحملات الانتخابية أو استطلاع للرأي، حيث أضحت المدونات وكذا شبكة الفيسبوك فضاء إعلاميا مفتوحا لعرض مختلف برامج هؤلاء السياسة، وتشكيل الصورة السياسية المرغوبة لديهم بما يتماشى مع مصالحهم وتوجهاتهم الحزبية، من هذا المنطلق يمكن القول إن شبكة الفيسبوك شكلت سوقا للترويج للمنتج السياسي وللصورة السياسية المرغوبة، ونافذة إعلامية رقمية فعالة للتأثير والاستقطاب ولتعزيز الصورة الايجابية عن القياديين النيابيين كالبرلمانيين وهو ما يحدث حاليا في المشهد الإعلامي السياسي بالجزائر.¹

خاتمة الفصل:

ومن هنا يمكن القول أن الإعلام الجديد والاتصال السياسي تربطهم علاقة وطيدة لدرجة يصعب تصور احدهما دون الآخر أو قيامه بوظائف بمعزل عنه، ويتضح ذلك من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الفيسبوك بصفة خاصة للترويج لمختلف النشاطات السياسية للبرلمانيين الجزائريين.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع:

نتائج الدراسة التحليلية

نتائج الدراسة التحليلية للصفحات البرلمانيين على الفيسبوك

تمهيد

المبحث الأول: التحليل الكمي لفئات الشكل

أولاً: فئات الشكل لصفحة نزيه برمضان

ثانياً: فئات الشكل لصفحة لخضر بن خلاف

ثالثاً: فئات الشكل لصفحة بسمّة عزوار

المبحث الثاني: التحليل الكمي لفئات المضمون

أولاً: فئات المضمون لصفحة نزيه برمضان

ثانياً: فئات المضمون لصفحة لخضر بن خلاف

ثالثاً: فئات المضمون لصفحة بسمّة عزوار

نتائج تحليل المضمون

تمهيد:

بعد الانتهاء من تقديم معطيات ومعلومات نظرية حول الموضوع، نصل الآن إلى أهم مرحلة في الدراسة والتي تتمثل في عمودها الفقري، وهي مرحلة الدراسة التحليلية والتي من خلالها نصل إلى ترجمة الجانب النظري، من خلال تقديم مجموعة من الحقائق التي تم التوصل إليها بواسطة مختلف أدوات البحث وسنقوم في هذا الفصل بعرض وتحليل وكذا مناقشة جميع المعلومات المتحصل عليها لنختتم في الأخير بعرض لأهم النتائج المتوصل إليها.

التعريف بالبرلماني نزيه برمضان:

*من مواليد ماي 1974 هواري بومدين بقلمة، يشغل حاليا منصب مستشار لدى رئيس الجمهورية مكلف بالحركة الجمعوية والجالية الوطنية بالخارج.

*تربى وترعرع في حمام دباغ ولاية قلمة، ودرس فيها مراحل الابتدائي والمتوسط والثانوي وبعد نيل شهادة البكالوريا انتقل إلى الجزائر العاصمة في كلية الطب.

لذلك فمشواره الدراسي تلخص في الأتي:

*دراسات في الطب من 1993 إلى 1999.

*ماستر اتصال مؤسساتي 2015/2014.

*مدير الإعلام والاتصال للديوان الوطني للثقافة والإعلام من 2005 إلى 1999.

*صحفي بالتلفزيون الجزائري ثم رئيس مشروع القناة البرلمانية ثم مدير الإنتاج والبرمجة من 2005 إلى 2008.

*مستشار وزير المدينة 2008/2007.

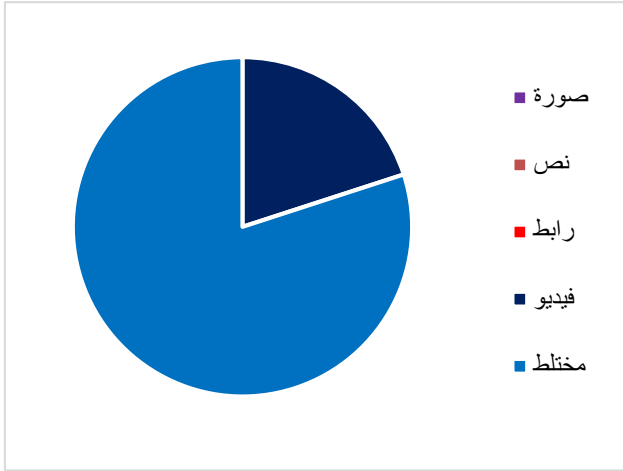
*مدير عام للوكالة الجزائرية للإشعاع الثقافي 2017/2015.

*نائب برلماني منتخب عن ولاية قلمة 2020/2017.¹

¹ - أسامة غرابة: التعريف بالبرلماني نزيه برمضان، مقابلة الكترونية مع مسير الصفحة، يوم 2020/09/06، على الساعة 14:50.

أولاً: فئات الشكل

جدول رقم (02) يوضح أشكال النشر



نوع المنشور	التكرار	النسبة %
صورة	00	00%
نص	00	00%
رابط	00	00%
فيديو	02	20%
مختلط	08	80%
المجموع	10	100%

شكل رقم (01) يوضح طبيعة المادة المنشورة

* تشير أغلب الأرقام المسجلة من خلال الجدول رقم (02) أن الشكل المستخدم لعرض أغلب المنشورات هو تعدد الوسائط (صورة + نص + رابط) بنسبة قدرت بـ 80%، ويليهما الفيديو والذي قدرت نسبته بـ 20%، أما بالنسبة للصورة والنص و الرابط فكانت نسبتهم منعدمة، مما يدل على أن البرلماني نزيه برمضان كان يعتمد بشكل كبير -في نشر منشوراته على صفحته الفايسبوكية- على المزيج المختلط بين (الصورة + النص+رابط) لأن الصورة تتميز بقدرتها على جلب انتباه المتابعين للصفحة كما أنها تعبر عن ألف كلمة وكلمة، بينما يساعد النص في إيصال المعلومة وفهمها بشكل واضح ودقيق.

جدول رقم (03) يوضح اللغة المستخدمة

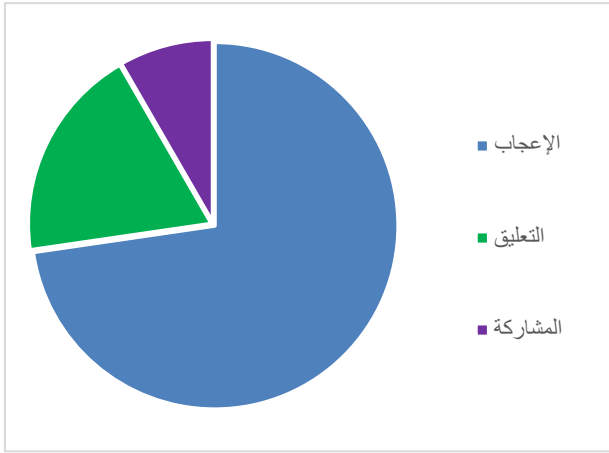


شكل رقم (02) يوضح اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة %
العربية	10	100%
الفرنسية	00	00%
مزيج لغوي	00	00%
أخرى	00	00%
المجموع	10	100%

*من خلال الجدول رقم (03) والشكل التابع له يتبين لنا أن اللغة الأكثر استخداماً في عملية التواصل مع الآخرين في صفحة البرلمان نزيه رمضان هي اللغة العربية بنسبة مطلقة بلغ عدد تكراراتها 10 وبنسبة مئوية بلغت 100%، وبنسبة معدومة لكل من اللغة الفرنسية و المزيج اللغوي وأخرى، وهو ما يدل على أن القائم على إدارة الصفحة يستعين باللغة العربية كونها الأكثر تداولاً مع مشتركيه من الجبهة الاجتماعية على غرار اللغات الأخرى وهي الأقرب للتواصل والتفاعل بدرجة كبيرة.

جدول رقم (04) يوضح التفاعل مع المنشورات



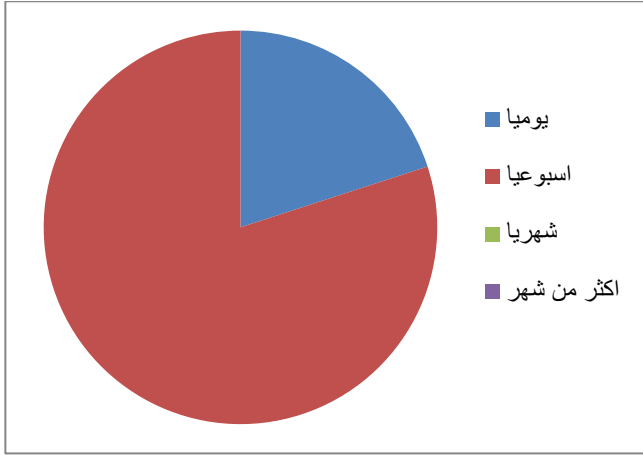
النسبة %	التكرار	التفاعل مع المنشور
72.69%	1709	الإعجاب
18.97%	446	التعليق
8.33%	196	المشاركة
100%	2351	المجموع

شكل رقم (03) يوضح التفاعل مع الصفحة

1.16%	27.42	المشاهدة
-------	-------	----------

*من خلال الجدول (04) والشكل التابع له يتبين لنا أن عدد الإعجابات بالمنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية للبرلماني نزيه رمضان على الفيسبوك تمثل أعلى نسبة والتي قدرت ب 72.69%، وهذا ما يدل على أن نسبة المتابعين لمنشورات الصفحة عالية، ثم تليها التعليقات بنسبة مئوية قدرت ب 18.97% وهذا بدوره دليل على وجود تفاعلية، وذلك لجدية المضامين التي يطرحها إضافة إلى المصدقية، ثم تليها المشاركة بنسبة مئوية قدرت ب 8.33%، وهذا يعني أن عدد مشاركة المنشورات المطروحة ضعيفة، أما بالنسبة للمشاهدة للفيديو لم يتم إدراجها في الجدول كحالة استثنائية لأن نسبة مشاهدة الفيديو تكون مرتفعة وغير محصورة على متابعي الصفحة فقط وهذا راجع إلى أن الفيديو تمت مشاركته من طرف المتابعين.

جدول رقم (05) يوضح مدى التحيين



مدى التحيين	التكرار	النسبة %
يوميًا	02	20%
أسبوعيا	08	80%
شهريا	00	00%
أكثر من شهر	00	00%
المجموع	10	100%

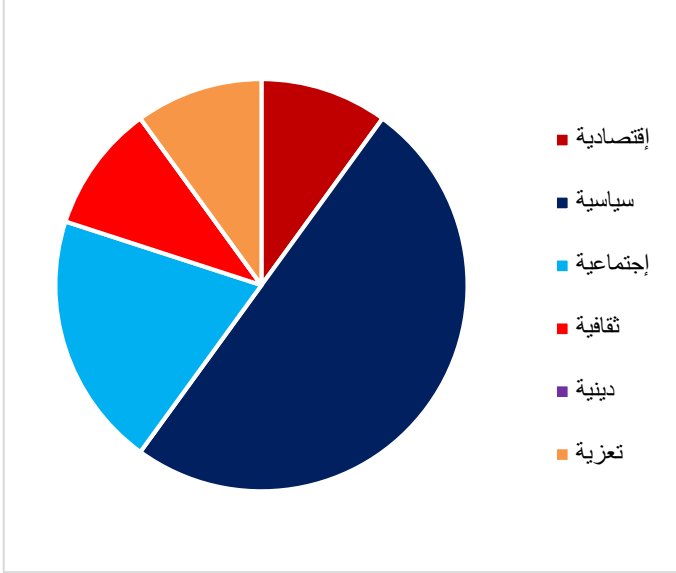
شكل رقم (4) يوضح مدى التحيين

* يتبين لنا من خلال الجدول رقم (05) أن الصفحة الرسمية للبرلماني نزيه بزمضان على الفيسبوك تقوم بالنشر أسبوعيا، ويتضح ذلك من خلال عدد التكرارات والتي بلغ عددها 8 أي بنسبة مئوية قدرت ب 80% وهذا يدل على نشاط الصفحة لكن ليست بشكل دائم ويومي ويقوم بمشاركة المنشورات مع المتابعين خاصة المواضيع التي تهم المتابعين، وجاءت يوميا في المرتبة الثانية بتكرار بلغ 2 وبنسبة مئوية قدرت ب 20%، في حين أنه لا وجود للنشر شهريا وأكثر من شهر أي بنسبة معدومة.

ثانيا: فئات الموضوع

جدول رقم (06) يوضح القضايا التي تعالجها

الصفحة

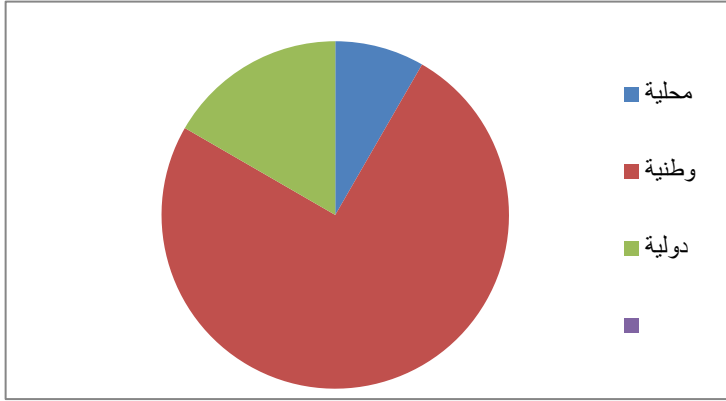


القضايا	التكرار	النسبة %
اقتصادية	01	10%
سياسية	05	50%
اجتماعية	02	20%
ثقافية	01	10%
دينية	00	00%
تعزيبية	01	10%
المجموع	10	100%

شكل رقم (05) يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة

* نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن أغلب القضايا التي تعالجها وتطرحها الصفحة هي قضايا سياسية بنسبة 50% وهو ما يؤكد اهتمام وعمل البرلمان على تحسين صورته الشخصية، كما أنه بصدد إيجاد حلول ومخارج لتحسين الوضع العام، ثم تليها القضايا الاجتماعية بتكرار بلغ 2 وبنسبة مئوية قدرت ب 20% التي يتم فيها الاهتمام بقضايا الشعب والعمل على إيجاد حلول جذرية وسريعة لها، ثم تليها القضايا الاقتصادية والتي بلغ تكرارها 1 و قدرت نسبتها المئوية ب 10%، كما هو الحال للقضايا الثقافية والتعزيبية اللتان جاءتا بتكرار 1 وبنسبة مئوية قدرت ب 10% وبنسبة منعدمة للقضايا الدينية.

جدول رقم (07) يوضح مجالات القضايا المنشورة



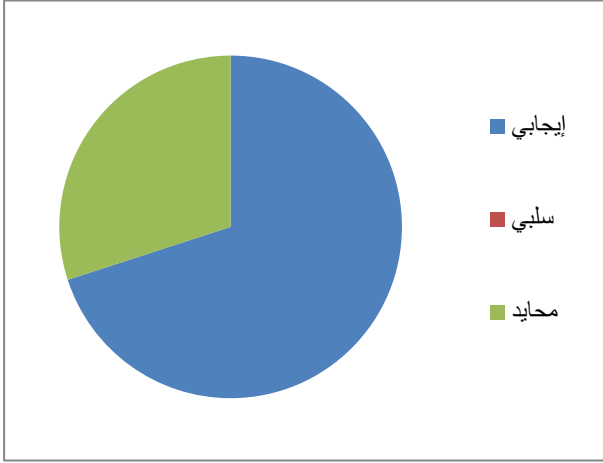
القضايا	التكرار	النسبة%
محلية	01	%8.33
وطنية	09	%75
دولية	02	%16.66
المجموع	12	%100

شكل رقم (06) يوضح مجالات القضايا المنشورة

*نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) والشكل الظاهر في الأعلى أن أغلب القضايا التي تعالجها وتطرحها الصفحة هي قضايا وطنية وذلك بتكرار بلغ 9 وبنسبة مئوية قدرت ب 75%، وهذا ما يدل على أن الصفحة تولي اهتمام كبير بالقضايا التي تخص الوطن على غرار القضايا الأخرى، وقد جاءت القضايا الدولية في المرتبة الثانية حيث بلغ تكرارها 2 وبنسبة مئوية قدرت ب 16.66% والتي تهتم بمعالجة قضايا ذات أهمية، وجاءت في المرتبة الأخيرة القضايا المحلية بتكرار بلغ 1 وبنسبة مئوية قدرت ب 8.33%.

ثالثا: فئات الاتجاه

جدول رقم (08) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة

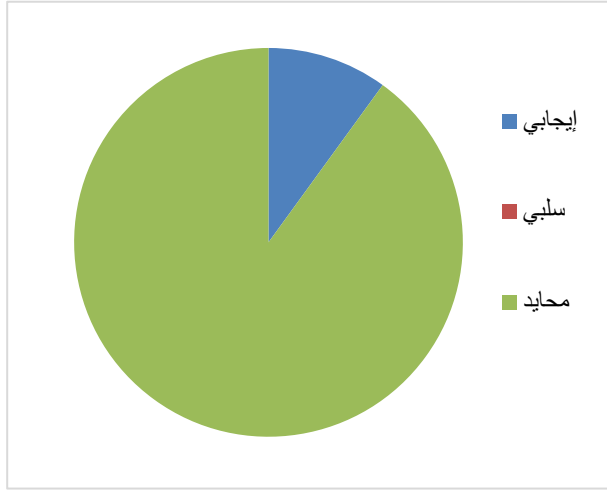


الاتجاه نحو سياسة الحكومة	التكرار	النسبة %
إيجابي	07	70%
سلبي	00	00%
محايد	03	30%
المجموع	10	100%

شكل رقم (07) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة

*تشير إحصائيات الجدول رقم (08) أن الاتجاه نحو سياسة الحكومة كان إيجابي بالدرجة الأولى وذلك بتكرار بلغ 7 وبنسبة مئوية قدرت ب 70%، وهذا يدل على موافقته للمشاريع القائمة خلال هذه الفترة والأفكار التي قدمت، وفي المرتبة الثانية جاء الاتجاه السلبي بتكرار بلغ 3 وبنسبة مئوية قدرت ب 30% للاختلاف في بعض المواضيع ثم يليه الاتجاه المحايد بنسبة منعدمة.

جدول رقم (09) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

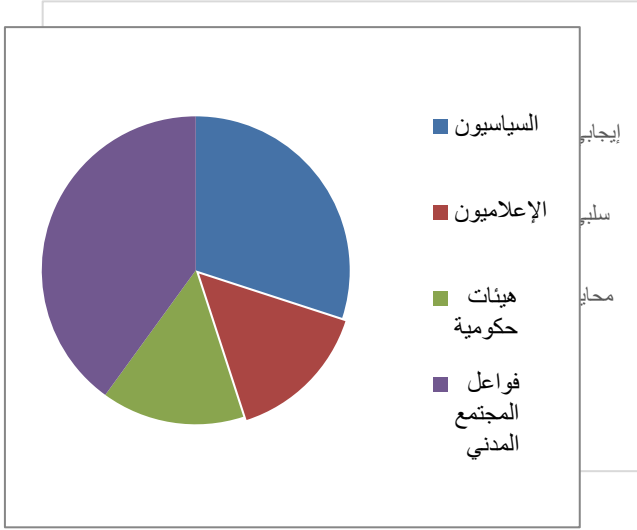


الاتجاه نحو الحراك السياسي	التكرار	النسبة %
إيجابي	01	10%
سلبي	00	00%
محايد	09	90%
المجموع	10	100%

شكل رقم (08) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

*يوضح لنا الجدول رقم (09)الموضح أعلاه أن الاتجاه المحايد نحو الحراك السياسي جاء في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 90%، لأنه كان في حالة انشغال بمواضيع أخرى وذلك من خلال المنشورات التي تم عرضها في الصفحة الرسمية له على الفيسبوك، ثم يليه الاتجاه الإيجابي الذي قدرت ب 10%، ثم يليه الاتجاه السلبي بنسبة منعدمة.

جدول رقم (10) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني



الاتجاه نحو المجتمع المدني	النسبة %	التكرار
إيجابي	80%	08
سلبى	10%	01
محايد	10%	01
المجموع	100%	10

شكل رقم (9) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني

* تشير إحصائيات الجدول رقم (10) والشكل التابع له أن الاتجاه نحو المجتمع المدني إيجابي بتكرار بلغ 8 وبنسبة مئوية قدرت ب 80% فهو من خلال المنشورات المطروحة على صفحته يعمل جاهدا على كسب ثقة الجمهور وتزويدهم بكافة المعلومات التي يحتاجون لها، ثم يليه الاتجاه السلبى المحايد بنفس التكرار 1 وبنسبة مئوية قدرت ب 10%.

جدول رقم (11) يوضح فئة الفاعل في الصفحة



النسبة %	التكرار	فئة الفاعل
30%	06	السياسيون
15%	03	الإعلاميون
15%	03	هيئات حكومية
40%	08	فواعل المجتمع المدني
100%	20	المجموع

شكل رقم (10) يوضح فئة الفاعل في الصفحة

* يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) أن فواعل المجتمع

المدني جاءت في المرتبة الأولى بتكرار 8 وبنسبة مئوية قدرت ب 40%، وهذا يدل على الاهتمام الكبير بالمتابعين لصفحته والعمل على كسب ثقتهم، ثم يليه السياسيون في المرتبة الثانية الذي أولى بهم الاهتمام للحدوث عن القضايا بتكرار بلغ 6 وبنسبة مئوية قدرت ب 30% متقاربة للنسبة الأولى، ثم جاءت في المرتبة الثالثة كل من الإعلاميون والهيئات الحكومية بتكرار بلغ 3 وبنسبة مئوية قدرت ب 15%.

جدول رقم (12) يوضح فئة المصدر

النسبة %	التكرار	فئة المصدر
----------	---------	------------

شکل رقم (11) يوضح فئة المصدر	43.47%	10	رأي شخصي
*يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) أن	8.69%	02	إعلاميون
الرأي الشخصي كان في المرتبة الأولى بتكرار بلغ	30.43%	07	مصدر رسمي حكومي
10 وبنسبة قدرت ب 43.47%، حيث أنه	13.04%	03	وسائل الإعلام
ييدي رأيه في كل المواضيع التي ينشرها على	4.34%	01	هيئات دولية
صفحته، ثم يليه المصدر الرسمي الحكومي بتكرار	00%	00	مصادر أخرى
بلغ 7 بنسبة مئوية قدرت ب 30.43%، ثم	100%	23	المجموع

المرتبة الثالثة جاء مصدر وسائل الإعلام بنسبة قدرت ب 13.04% وفي المرتبة الرابعة إعلاميون بنسبة مئوية قدرت ب 8.69% وجاء في المرتبة الأخيرة الهيئات الدولية بنسبة قدرت ب 4.34%.

التعريف بالبرلماني لخضر بن خلاف:

- ينحدر من مدينة قسنطينة

- نائب رئيس حزب العدالة والتنمية

- برلماني معارض لسلطة

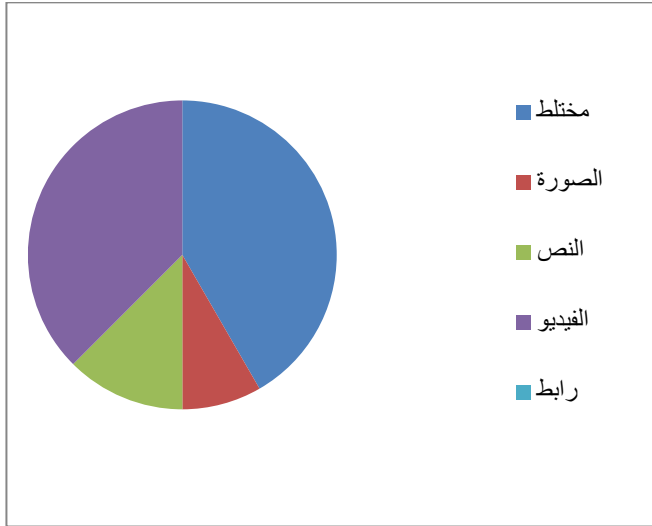
-مهندس دولة في استغلال المناجم 2014.²

أولاً: فئات الشكل

جدول رقم (13) يوضح أشكال النشر

نوع المنشور	التكرار	النسبة المئوية
صورة	2	08,33%
فيديو	9	37,5%

2-معلومات متنوعة من الصفحة الشخصية، وموقع المجلس الشعبي الوطني <http://www.apn.dz/ar> . تاريخ الزيارة: 2020/08/12.



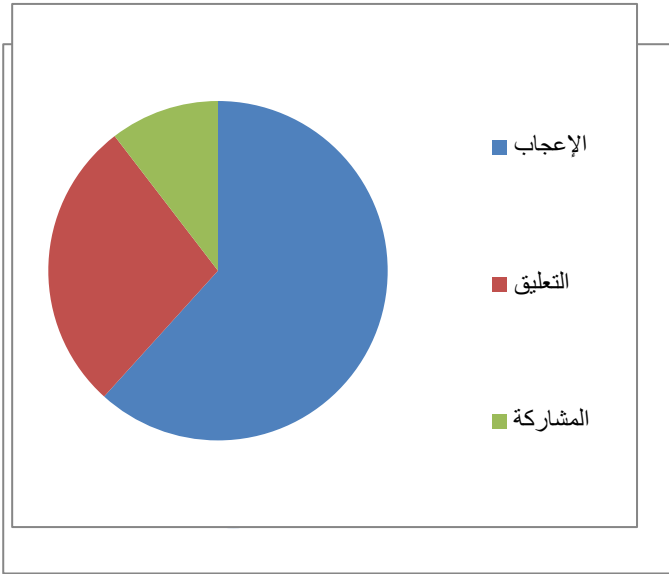
نوع المحتوى	العدد	النسبة المئوية
نص	3	12,5%
مختلط	10	41,66%
رابط	00	00%
المجموع	24	100%

شكل رقم (12) يوضح نوع المنشور

* تشير أغلب الأرقام المسجلة من خلال الجدول رقم (13) أن الشكل المستخدم لعرض أغلب المنشورات هو تعدد الوسائط (صورة + نص) بنسبة قدرت بـ 41,66%، ويليهما الفيديو والذي قدرت نسبته بـ 37,5%، بينما قدر النص بنسبة 12,5%، وتليه الصورة والتي قدرت نسبتها بـ 8,33%، أما الرابط فاحتل المرتبة الأخيرة بـ 00%، مما يدل على أن البرلماني بن خلاف لخضر كان يعتمد بشكل كبير -في نشر منشوراته على صفحته الفيسبوكية- على المزيج المختلط بين (الصورة + النص) لأن الصورة تتميز بقدرتها على جلب انتباه المتابعين للصفحة كما أنها تعبر عن ألف كلمة وكلمة، بينما يساعد النص في إيصال المعلومة وفهمها بشكل واضح ودقيق.

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
-------	---------	----------------

جدول رقم (14) يوضح اللغة المستخدمة



اللغة المستخدمة	النسبة المئوية (%)	العدد
العربية	95,83%	23
الفرنسية	00%	00
المزيج	4,16%	01
أخرى	00%	0
المجموع	100%	24

شكل رقم (13) يوضح اللغة المستخدمة

* يتبين من الجدول والتمثيل البياني رقم (14) أن

اللغة السائدة في عرض منشورات الصفحة الرسمية

على الفيسبوك للبرلماني بن خلاف لخضر هي اللغة العربية والتي قدرت نسبتها بـ 95,83% ويليهما المزيج اللغوي بنسبة 4,16% مما يفسح المجال للقول أن البرلماني بن خلاف كان يعتمد على اللغة العربية كلغة رسمية في نشر مضامينه.

جدول رقم (15) يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات

شكل رقم(14) يوضح تفاعل الجمهور مع المنشور

*يتضح لنا من خلال الجدول رقم (15) أن الإعجابات بالمنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف على الفيسبوك تمثل أعلى نسبة حيث قدرت بـ 61,52% وهذا يدل على أن نسبة المتابعين للمنشورات عالية، وذلك راجع لأهمية المواضيع المطروحة على الصفحة، ثم يليها متغير التعليقات بنسبة قدرت بـ 28%، ثم يليها المشاركة و التي قدرت نسبتها بـ 10,47% وهذا يعني أن

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل مع المنشور
61,52%	1839	الإعجاب
28%	837	التعليق
10,47%	313	المشاركة
100%	2989	المجموع
98,33%	176218	المشاهدة

عدد المشاركة كان ضعيف، أما نسبة مشاهدة الفيديو لم يتم إدراجها في الجدول كحالة استثنائية، لأن نسبة مشاهدة الفيديو المرتفعة لم تكن محصورة على متابعي الصفحة الرسمية للبرلماني على الفيسبوك و هذا راجع إلى أن الفيديو تمت مشاركته من صفحة رسمية أخرى.

جدول رقم (16) يوضح مدى التحيين



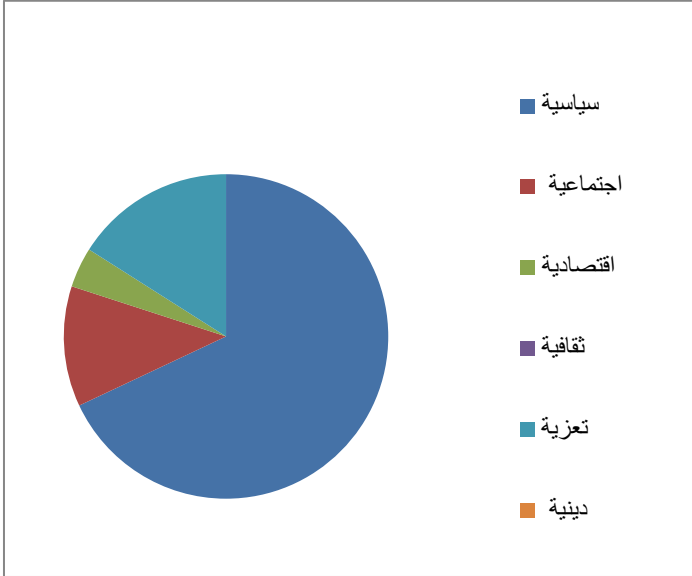
شكل رقم (15) يوضح مدى التحيين

مدى التحيين	التكرار	النسبة المئوية
يومية	24	100%
أسبوعيا	00	00%
شهريا	00	00%
أكثر من شهر	00	00%
المجموع	24	100%

*نلاحظ من خلال الجدول والشكل رقم (16) أن مدى التحيين بعد المقارنة بين وقت النشر ومزامنته مع الوقت الأصلي المذكور في المنشور نلاحظ أنه يواكب الحدث وينشر بصفة يومية وذلك بنسبة قدرت ب100% وهذا يدل على أن البرلماني بن خلاف لخضر حريص على نشر كل التفاصيل التي تخص أعماله ونشاطاته ومستجداته في الصفحة الرسمية الخاصة به، ليطلع عليها المتابعون في الوقت المناسب، وليتقرب منهم ويكسب ثقتهم.

ثانيا: فئات الموضوع.

جدول رقم (17) يوضح طبيعة القضايا المعالجة

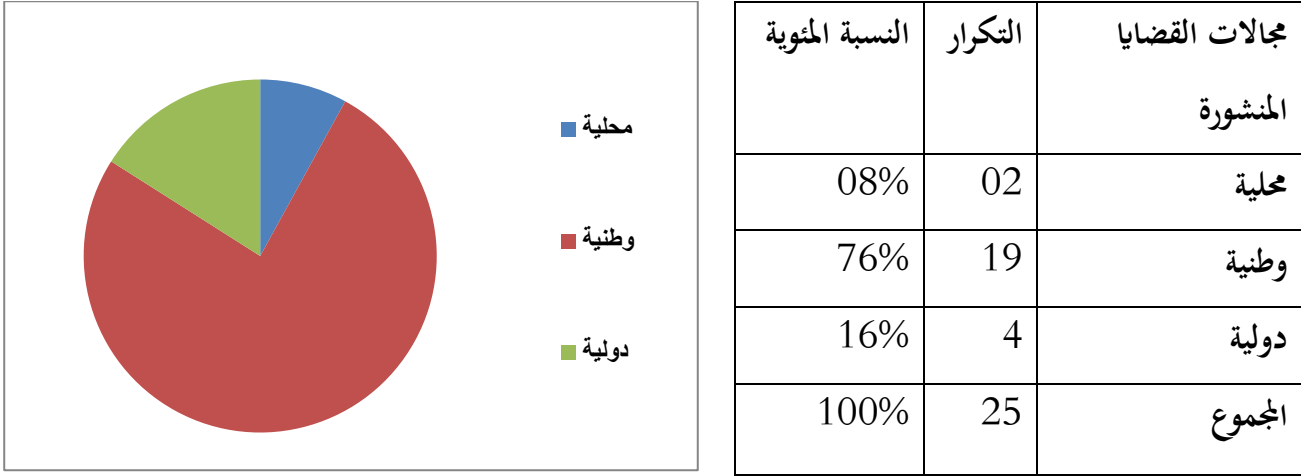


شكل رقم (16) يوضح القضايا المنشورة

القضايا المعالجة	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	17	68%
اجتماعية	03	12%
اقتصادية	01	4%
ثقافية	00	0%
دينية	00	0%
تجزية	04	16%
المجموع	25	100%

*يتبين من خلال الجدول و الرسم البياني رقم (17) من أهم المواضيع والمضامين التي تقدمها عروض المنشورات المتعلقة بصفحة الفيسبوك الرسمية بالبرلماني لخضر بن خلاف وتأتي مضامينها ذات طابع سياسي بدرجة أولى وبنسبة قدرت بـ 68% وهو ما يؤكد توجهاته السياسية فهو يريد بذلك بعث رسالة إعلامية توضح مدى اهتمامه بالقضايا السياسية التي تشغل الرأي العام وتسليط الضوء عليها وتليها التعزية في المرتبة الثانية بنسبة 16% وتليها القضايا الاجتماعية بنسبة قدرت بـ 12% وما يمكن ملاحظته هو أن الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف تعالج وتنشر كافة القضايا التي تمس المجتمع المدني وهذا ما يساهم بشكل كبير في زيادة الثقة بينه وبين متابعيه.

جدول رقم (18) يوضح مجالات القضايا المطروحة

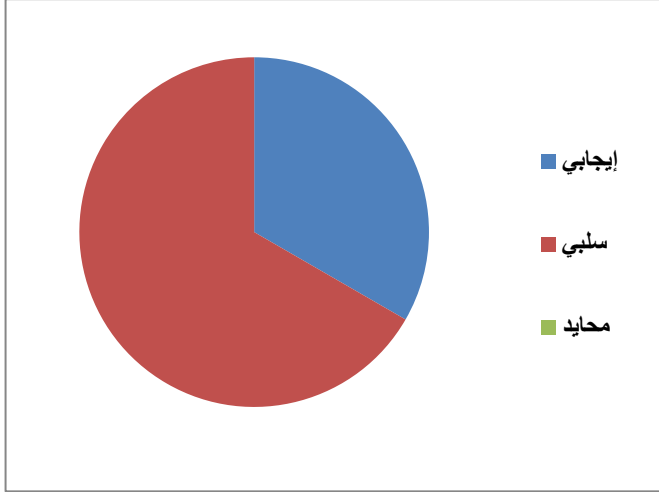


شكل رقم (17) يوضح القضايا المطروحة

*نرى من خلال الجدول رقم (18) أن مجالات القضايا المنشورة على الصفحة الفيسبوكية للبرلماني لخضر بن خلاف أغلبها قضايا وطنية، حيث قدرت نسبتها بـ 76% وتليها القضايا الدولية والتي قدرت بـ 16% وجاءت في المرتبة الأخيرة القضايا المحلية والتي قدرت نسبتها بـ 8% وهذا يعني أن البرلماني بن خلاف لخضر كان يركز على القضايا التي تخص البلاد بنسبة كبيرة ويسلط عليها الضوء.

فئات الاتجاه:

جدول رقم (19) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة

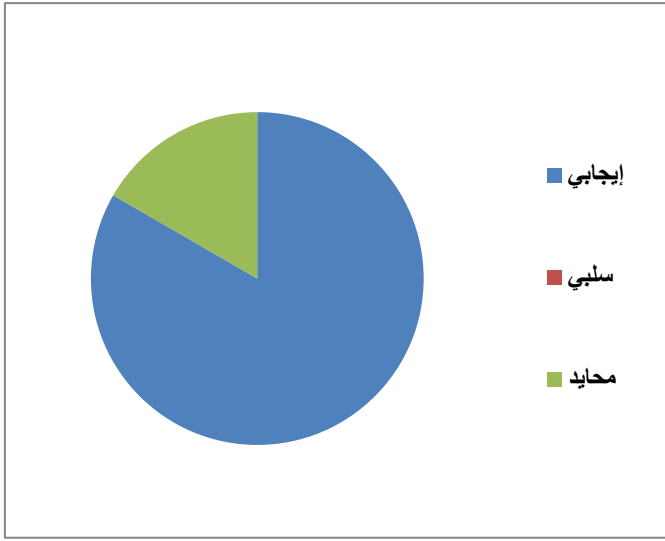


الاتجاه نحو سياسة الحكومة	النسبة المئوية	التكرار
إيجابي	33,33%	08
سلبي	66,66%	16
محايد	00%	00
المجموع	100%	24

شكل رقم(18) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة

*نرى من خلال الجدول رقم (19) الموضح أعلاه أن الاتجاه نحو سياسة الحكومة كان سلبيًا بنسبة كبيرة حيث قدر بـ 66,66% ويتبين ذلك من خلال المنشورات والانتقادات التي يوجهها البرلماني في تصريحاته السياسية وكذلك من خلال التعليقات، ثم يليها الاتجاه الإيجابي بنسبة قدرت بـ 33,33%، ولا وجود للاتجاه المحايد مما يعني أن البرلماني لخضر بن خلاف يرفض سياسة الحكومة ويضم صوته لصوت الشعب لتحقيق التغيير.

جدول رقم (20) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

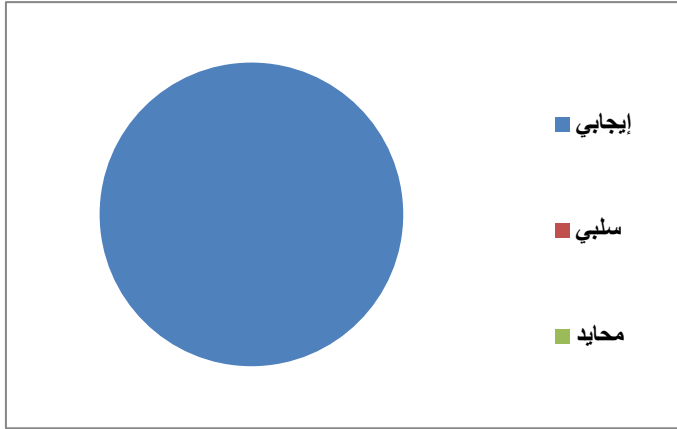


الاتجاه نحو الحراك السياسي	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	20	83.33%
سلبي	00	00%
محايد	04	16,66%
المجموع	24	100%

شكل رقم(19) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

*نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن الاتجاه نحو الحراك السياسي كان إيجابيا بنسبة عالية قدرت بـ 89,33%، ويتبين ذلك من خلال الصور و التعليقات على الفيسبوك، ثم يليها الاتجاه المحايد بنسبة ضئيلة قدرت بـ 10,66%، ولا وجود للاتجاه السلبي، مما يعني أن البرلماني لخضر بن خلاف مؤيد للحراك السياسي، فهو يسعى جاهدا من خلال منشوراته لكسب تأييد الشعب و مساندته في حراكه لتحقيق التغيير الجذري في البلاد.

جدول رقم (21) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني

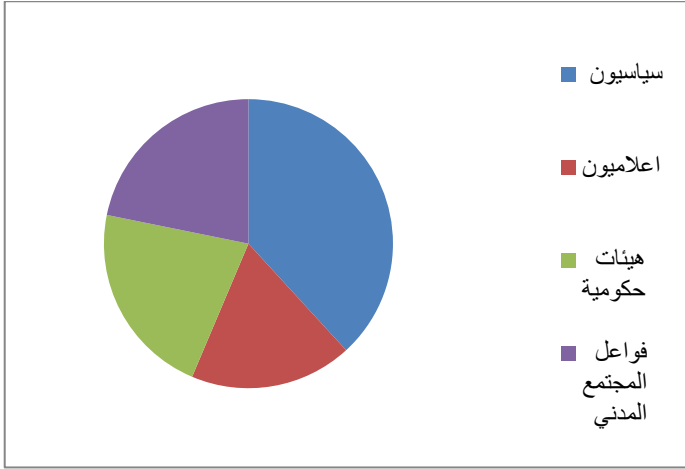


الاتجاه نحو المجتمع المدني	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	24	100%
سلبي	00	00%
محايد	00	00%
المجموع	24	100%

شكل رقم(20) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني

*يتضح لنا من خلال الجدول رقم (21) أن الاتجاه نحو المجتمع المدني كان إيجابيا بنسبة عالية قدرت بـ 100%، وهذا يدل على أن الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف تسعى جاهدة لكسب ثقة مناضليها من خلال المنشورات التي تنشرها لتزويدهم بالمعلومات وتبسيط الضوء على القضايا التي تشغل بالهم، فهي بذلك تعطيهن مساحة واسعة لإبداء آرائهم من خلال التعليقات على منشوراته.

جدول رقم (22) يوضح فئة الفاعل.



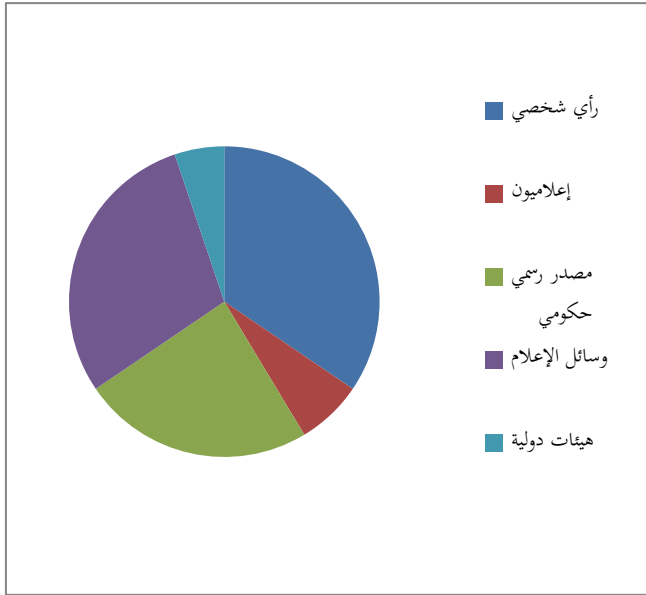
شكل رقم (21) يوضح فئة الفاعل

فئات الفاعل	التكرار	النسبة المئوية
سياسيون	21	38,18%
إعلاميون	10	18,18%
هيئات حكومية	12	21,81%
فواعل المجتمع المدني	12	21,81%
المجموع	55	100%

*نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن أهم الأطراف البارزة في الصفحة هم السياسيون والتي قدرت نسبتهم بـ 38,18%، وتليها الهيئات الحكومية وكذا فواعل المجتمع المدني بنسبة قدرت بـ 21,81% ثم يأتي في المرتبة الأخيرة الإعلاميون بنسبة 18,18%، وهذا يعني أن الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف على الفيسبوك تحظى باستقطاب كافة فواعل المجتمع وفي مختلف الميادين.

فئات المصدر :

جدول رقم (23) يوضح فئة المصدر



فئات العمر	التكرار	النسبة المئوية
رأي شخصي	20	34,48%
إعلاميون	04	06,89%
مصدر رسمي حكومي	14	24,13%
وسائل الإعلام	17	29,31%
هيئات دولية	03	05,17%
مصادر أخرى	00	00%
المجموع	58	100%

شكل رقم(22) يوضح فئة المصدر

* يتضح من خلال الجدول رقم (23) أن الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف تعتمد على رأيه الشخصي بنسبة كبيرة حيث قدرت بـ 34,48%، فهو يقوم بإبداء رأيه تجاه القضايا والمشاكل المطروحة، ثم تليها وسائل الإعلام بنسبة 29,31%، ثم تليها هيئات حكومية بنسبة 24,13%، ويأتي الإعلاميون بنسبة 06,89% وتليها هيئات دولية بنسبة ضعيفة قدرت بـ 05,17%، وهذا يعني أن القائمين على الصفحة الرسمية للبرلماني لخضر بن خلاف يهتمون بذكر المصادر التي يقومون بنشرها مما يزيد من مصداقيتها ورسميتها.

التعريف بالبرلمانية بسمة عزوار:

-ولدت بسمة عزوار يوم 16 مارس 1983 في باتنة، متزوجة وأم لطفلين، تحصلت على شهادة ليسانس في العلوم القانونية، شهادة الكفاءة المهنية في المحاماة، مع ماستر في حقوق الإنسان، عملت كمحامية من 2008 إلى 2017.

-كانت عضوا في حزب إتحاد القوى الديمقراطية والاجتماعية من 2011 إلى 2013، عضو مكتب ولائي لجهة المستقبل منذ 2015، وعضو مجلس وطني لجهة المستقبل منذ 2018، رئيسة أول ندوة وطنية للمرأة لجهة المستقبل في 2019، وكانت عضو في منظمة برلمانيون عرب ضد الفساد، وعضو في رابطة برلمانيون من أجل القدس.

-فازت في الانتخابات التشريعية الجزائرية بمقعد نائب برلماني في المجلس الشعبي الوطني ممثلة لجهة المستقبل عن دائرة انتخابية في ولاية باتنة.

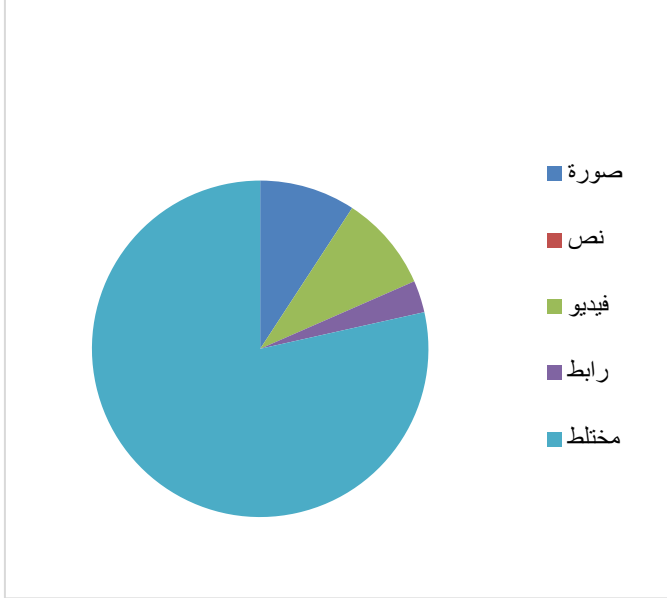
-اشتهرت بسمة عزوار في مواقع التواصل الاجتماعي بمدخلاتها البرلمانية تزامنا مع بداية الحراك الشعبي المعارض لنظام الرئيس بوتفليقة، وخاصة ردودها على الوزير الأول آنذاك أحمد أويحيى الذي قال أن الشعب فرحان.

-عينت في 2 جانفي 2020 وزيرة مكلفة بالعلاقات مع البرلمان في حكومة جراد، لتصبح أول وزيرة محجة تدخل الحكومة في تاريخ الجزائر³

³ - بسمة -عزوار/ <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/بسمة-عزوار>

أولاً: فئات الشكل

جدول رقم (24) يوضح أشكال النشر

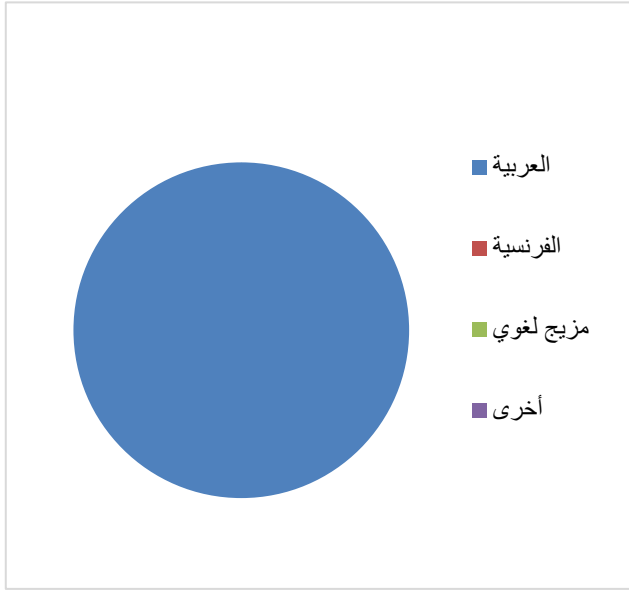


نوع المنشور	التكرار	النسبة %
صورة	03	9.09%
نص	00	00%
فيديو	03	9.09%
رابط	01	3.03%
مختلط	24	77.42%
المجموع	31	100%

شكل رقم (23) يوضح اللغة المستخدمة

*من خلال الجدول رقم (24) والشكل التابع له يتبين لنا أن القائم على إدارة الصفحة يستعين بدرجة كبيرة لعرض المنشورات على تعدد الوسائط (مختلط + نص + صورة + رابط) بعدد تكرارات بلغ 24، ونسبة مئوية قدرت ب 77.42% وهو ما يؤكد أن الأشكال والقوالب الإعلامية للتواصل التي لها تأثير كبير والمزج بينها من شأنها تعزيز صورة الصفحة أكثر إعلامياً وتوصلاً مع المشتركين في الصفحة، وهو الأمر الذي يؤكد مدى حرصها على الاستعانة بهذه القوالب كونها أثبتت جدارتها في التأثير في الميدان، فالصورة وحدها غير كافية بالإضافة إلى الروابط والنصوص المكتوبة فوجودها مجتمعة يؤثر بشكل كبير في العملية الاتصالية وهو ما من شأنه تعزيز صورة إيجابية أفضل لبسمة عزوار سياسياً ولشخصها كمثل للشعب، يليها في المرتبة الثانية كل من الفيديو والصورة بعدد تكرارات بلغ 3 ونسبة مئوية قدرت ب 9.09% كأشكال وقوالب لها تأثير من الناحية التواصلية والإعلامية مع المشتركين ولكن بدرجة أقل من المزيج المختلط بإجماع جميع القوالب للتأثير بدرجة كبيرة، يليهما في المرتبة الثالثة والأخيرة الرابط بعدد تكرارات بلغ 1 ونسبة مئوية قدرت ب 3.03% ولا وجود للنص.

جدول رقم (25) يوضح اللغة المستخدمة

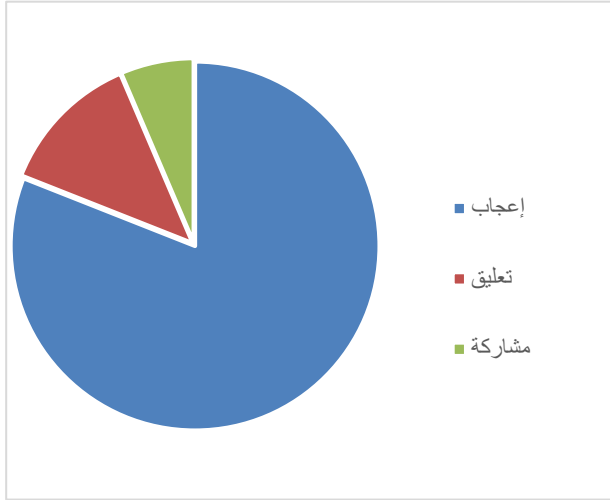


نوع المنشور	التكرار	النسبة %
العربية	31	100%
الفرنسية	00	00%
مزيج لغوي	00	00%
أخرى	00	00%
المجموع	31	100%

شكل رقم (24) يوضح أشكال النشر

* من خلال الجدول رقم (25) والشكل التابع له يتبين لنا أن اللغة الأكثر استخداماً في عملية التواصل مع الآخرين في صفحة البرلمانية بسمة عزوار هي اللغة العربية بنسبة مطلقة بلغت 100%، ونسبة معدومة للغة الفرنسية والمزيج اللغوي والأخرى، وهو إن دل على شيء فهو يدل على أن القائم على إدارة الصفحة يستعين باللغة العربية كونها الأكثر تداولاً مع مشتريها على غرار اللغات الأخرى وهي الأقرب للتواصل والتفاعل بدرجة كبيرة.

الجدول رقم(26)يوضح التفاعل مع المنشور



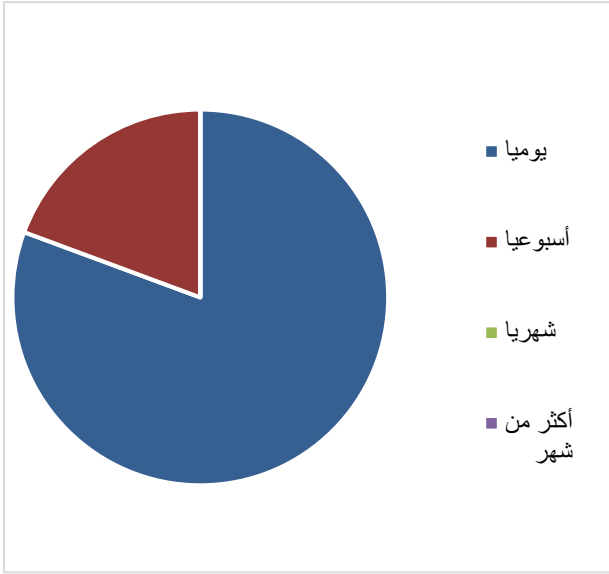
شكل رقم (25) يوضح التفاعل مع المنشور

النسبة %	التكرار	التفاعل مع المنشور
80.98%	79338	إعجاب
12.58%	12326	تعليق
6.43%	6303	مشاركة
100%	97967	المجموع

62.45%	162982	مشاهدة
--------	--------	--------

*من خلال الجدول رقم (26) يتبين لنا أن عدد الإعجابات بالمنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية لبسمة عزوار تمثل أعلى نسبة حيث قدرت ب 80.98% وهذا ما يدل على أن نسبة المتابعين لمنشورات الصفحة عالية وأن الصفحة لها صدى كبير في عملية التأثير من خلال المنشورات المعروضة وحجم الإعجابات التي حازت عليها، فيما جاء في المرتبة الثانية متغير التعليقات على المنشورات بنسبة مئوية قدرت ب 12.58% ، وهو ما يؤكد وجود جانب كبير من التفاعلية وهو ما يعكس مدى تأثير الصفحة الخاصة ببسمة عزوار وجدية المضامين التي تطرحها، بالإضافة إلى مصداقية التعامل مع شبكة الفيسبوك كقناة إلكترونية إعلامية تستعين بها لرسم صورة إيجابية لها لدى المشتركين والمتفاعلين ومستخدمي شبكة الفيسبوك المنخرطين في الصفحة، ثم تليها نسبة المشاركة والتي قدرت ب 6.43%، وهذا يعني أن عدد مشاركة المنشورات ضعيفة، أما بالنسبة للمشاهدة التي لم يتم إدراجها في الجدول كحالة استثنائية لأن نسبة مشاهدة الفيديو المرتفعة لم تكن محصورة على متابعي الصفحة الرسمية على الفيسبوك وهذا راجع إلى أن الفيديو تمت مشاركته في صفحات أخرى.

جدول رقم (27) يوضح مدى التحيين



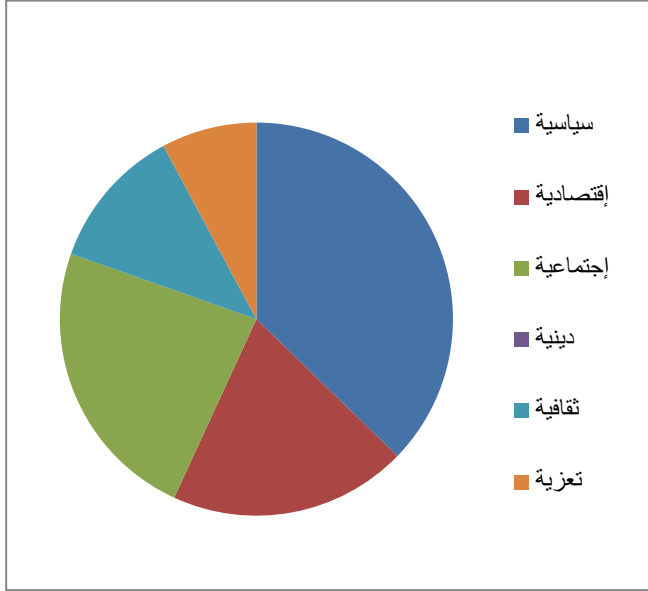
شكل رقم(26) يوضح مدى التحيين

مدى التحيين	التكرار	النسبة %
يوميًا	25	80.64%
أسبوعيا	6	19.35%
شهريا	00	00
أكثر من شهر	00	00
المجموع	31	100%

*يتبين لنا من خلال الجدول رقم (27) أن الصفحة الرسمية للبرلمانية الجزائرية بسمة عزوار على الفيسبوك تقوم بالنشر يوميا، وذلك بعدد تكرارات بلغ 25 وبنسبة مئوية قدرت ب 80.64% ويتضح ذلك من خلال المقارنة بين وقت النشر ومزامنته مع الوقت الأصلي المذكور في المنشور، فهذا يدل على أنها تواكب الحدث وتقوم بمشاركة المنشورات مع متابعيها بصفة يومية، حرصا منها على نشر كل التفاصيل التي تخص أعمالها ونشاطاتها ومستجداتها في الصفحة الرسمية الخاصة بها ليطلع عليها المتابعين في الوقت المناسب، ولتتقرب من الجمهور العام و تكسب ثقتهم، ويلبها النشر أسبوعيا بتكرار قدر ب 6 وبنسبة مئوية بلغت 19.35%، في حين أنه لا وجود للنشر شهريا.

ثانيا: فئات الموضوع

جدول رقم (28) يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة

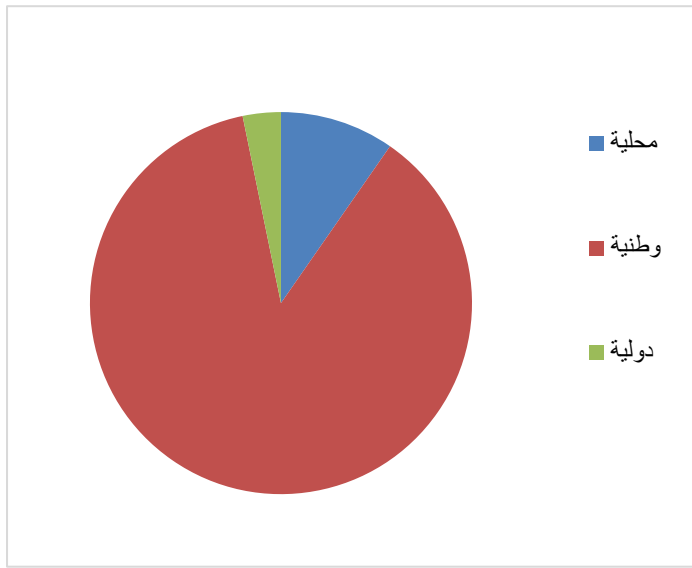


شكل رقم (27) يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة

القضايا	التكرار	النسبة %
سياسية	19	37.25%
اقتصادية	10	19.60%
اجتماعية	12	23.52%
دينية	00	00%
ثقافية	06	11.76%
تعزية	04	7.84%
المجموع	51	100%

*نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أن أغلب القضايا التي تعالجها وتطرحها الصفحة هي قضايا سياسية حيث قدرت نسبتها المئوية بـ 37.25%، ثم تليها القضايا الاجتماعية بنسبة مئوية قدرت بـ 23.52%، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت القضايا الاقتصادية والتي قدرت نسبتها المئوية بـ 19.60%، ثم تليها القضايا الثقافية بنسبة مئوية قدرت بـ 11.76%، وأخيرا وبنسبة مئوية بلغت 7.84% جاءت التعزية في حين أنه لا وجود للقضايا الدينية.

جدول رقم (29) يوضح مجالات القضايا المنشورة

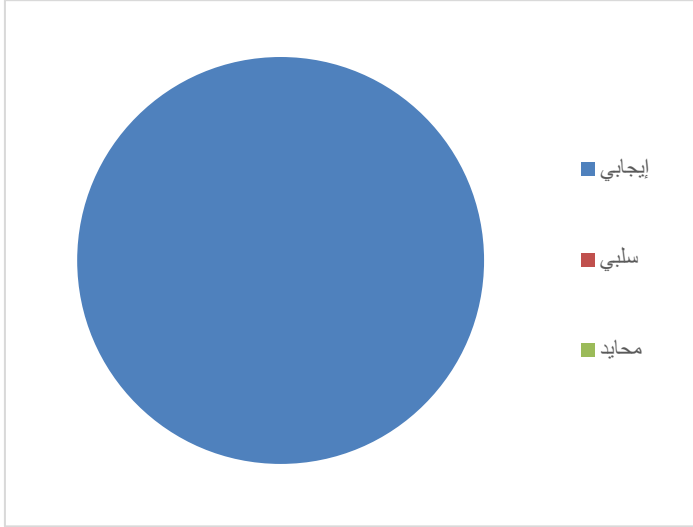


شكل رقم (28) يوضح القضايا المنشورة

*نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) والشكل التابع له أن أغلب القضايا التي تعالجها وتطرحها الصفحة هي قضايا وطنية وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 87.09% وهذا ما يدل على أن الصفحة تهتم بصفة كبيرة بالقضايا التي تخص الوطن على غرار القضايا الأخرى، ثم تليها القضايا المحلية حيث بلغت نسبتها المئوية 9.67% وجاءت في المرتبة الأخيرة القضايا الدولية بنسبة مئوية ضئيلة جدا والتي قدرت بـ 3.22%.

ثانياً: فئات الاتجاه

جدول رقم (30) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة



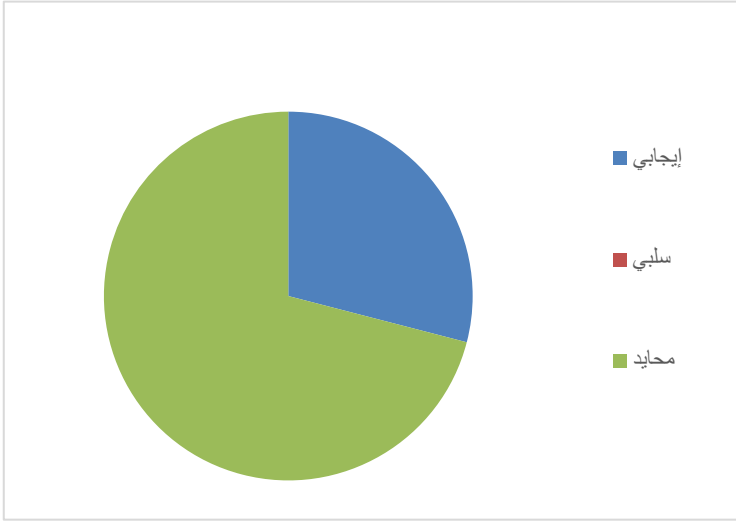
شكل رقم (29) يوضح الاتجاه نحو سياسة الحكومة

الاتجاه نحو سياسة الحكومة	التكرار	النسبة %
إيجابي	31	100%
سلبي	00	00%
محايد	00	00%
المجموع	31	100%

* تشير إحصائيات الجدول رقم (30) أن الاتجاه نحو سياسة الحكومة كان إيجابياً بتكرار بلغ 31 وبنسبة مئوية بلغت 100% ويتضح ذلك من خلال المنشورات التي شاركتها الصفحة مع مشاركتها، ولا وجود للاتجاه السلبي والمحايد.

جدول رقم (31) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

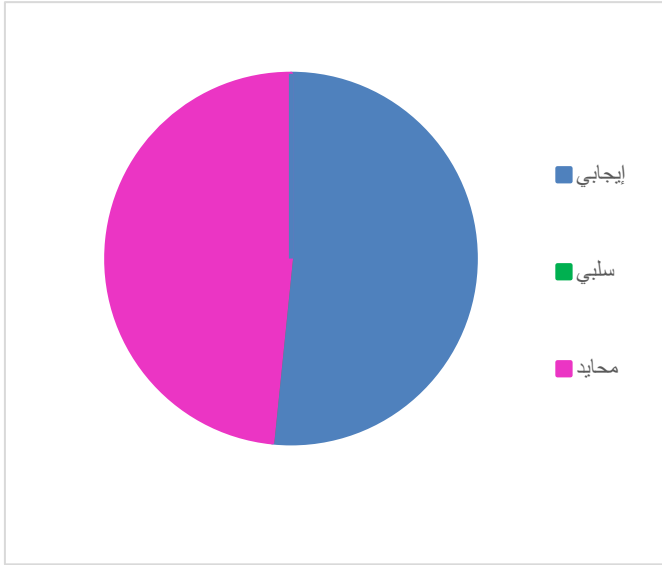
النسبة %	التكرار	الاتجاه نحو الحراك السياسي
29.03	09	إيجابي
00	00	سلبي
70.96	22	محايد
%100	31	المجموع



شكل رقم (30) يوضح الاتجاه نحو الحراك السياسي

* يتبين لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أن الاتجاه المحايد نحو الحراك السياسي جاء في المرتبة الأولى وذلك بتكرار بلغ عدده 22 وبنسبة مئوية قدرت ب 70.96%، وذلك من خلال المنشورات التي تم عرضها على الصفحة الرسمية لبسمة عزوار على الفيسبوك، ثم يليها الاتجاه الإيجابي نحو الحراك السياسي بعدد تكرارات بلغ 9 وبنسبة مئوية قدرت ب 29.03% في حين أن الاتجاه السلبي لا وجود له.

جدول رقم (32) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني



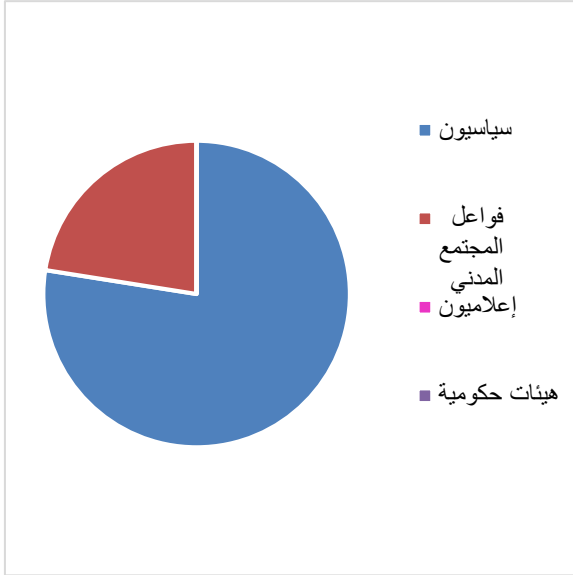
الاتجاه نحو المجتمع المدني	النسبة %	التكرار
إيجابي	51.61%	16
سلبي	0%	00
محايد	48.38%	15
المجموع	100%	31

شكل رقم (31) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني

* يتضح لنا من خلال الجدول رقم (32) أن الاتجاه نحو المجتمع المدني إيجابي بنسبة قدرت ب 51.61% وهذا يعني أن الصفحة الرسمية للبرلمانية بسمة عزوار على الفيسبوك تسعى جاهدة لكسب ثقة جماهيرها ومتابعيها، وتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها، ثم يليها الاتجاه المحايد نحو المجتمع المدني وذلك بنسبة مئوية قدرت ب 48.38%، في حين أنه لا وجود للاتجاه السلبي.

ثالثا: فئات الفاعل

جدول رقم (33) يوضح فئة الفاعل في الصفحة



شكل رقم (32) يوضح فئة الفاعل

فئات الفاعل	التكرار	النسبة %
سياسيون	31	77.5%
فواعل المجتمع المدني	09	22.5%
إعلاميون	00	0%
هيئات حكومية	00	0%
المجموع	40	100%

*من خلال الجدول أعلاه والشكل التابع له يتضح لنا أن الفاعلين الأكثر ظهورا في الصفحة هم السياسيون وذلك بنسبة قدرت ب 77.5% ويظهر ذلك من خلال المنشورات على الصفحة الرسمية على الفيسبوك، ثم يليها فواعل المجتمع المدني بنسبة بلغت 22.5% في حين أن الفاعلين الإعلاميين والهيئات الحكومية لا وجود لهم.

رابعا: فئة المصدر

جدول رقم (34) يوضح فئة المصدر

النسبة %	التكرار	فئة المصدر
12.90%	04	رأي شخصي
00%	00	إعلاميون
54.84%	17	مصدر رسمي حكومي
12.90%	04	وسائل الإعلام
00%	00	هيئات دولية
18.18%	06	مصادر أخرى
100%	31	المجموع

شكل رقم (33) يوضح فئة المصدر



*يتضح لنا من خلال الجدول رقم (34) أن الصفحة

الرسمية لبسمة عزوار على الفيسبوك تعتمد بصفة كبيرة في نشر مضامينها على المصدر الرسمي الحكومي حيث قدرت بنسبة 54.83%، ثم تليها بنسبة 18.18% مصادر أخرى، أما بنسبة 12.90% فقد اعتمدت عند قيامها بنشر مضامينها على كل من الرأي الشخصي ووسائل الإعلام، إلا أنه لا وجود لمنشورات ذات مصدر الإعلاميون والهيئات الدولية وهذا ما يدل على أن القائم على إدارة الصفحة يعتمد بشكل كبير على المصدر الرسمي الحكومي باعتباره مصدر موثوق وذلك من أجل كسب ثقة متابعي الصفحة.

نتائج تحليل المضمون:

من خلال تحليل مضمون الصفحات الرسمية للبرلمانيين الجزائريين: لخضر بن خلاف، بسمة عزوار، نزيه برمضان توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ أن اللغة التي استخدموها هي العربية بحيث تعتبر اللغة الرسمية لكي يفهمها عامة الناس.
- ✓ كذلك اعتمدوا بشكل كبير في نشر منشوراتهم على المزيج المختلط من صورة ونص لأن كلاهما يكمل الآخر.
- ✓ يحرص كل من لخضر بن خلاف وبسمة عزوار وكافة مسؤولي صفحاتهم على نشر القضايا والأخبار بصفة يومية حتى يتسنى لمتابعيهم الإطلاع عليها، أما فيما يخص نزيه برمضان فقد كانت مشاركته لمضامينه من يومين إلى أسبوع.
- ✓ أغلب القضايا التي كانوا يعالجونها على صفحاتهم هي قضايا ذات طابع سياسي بنسبة كبيرة فهي متعلقة بقضايا البلاد التي كانت تشغل الرأي العام.
- ✓ تعددت مصادر نشر المعلومات لديهم حيث كان لخضر بن خلاف وبسمة عزوار يعتمدان على مصادر رسمية حكومية وكذا وسائل الإعلام، في حين أن نزيه برمضان كان يعتمد على رأيه الشخصي بكثرة.

النتائج العامة للدراسة:

بعد القراءة والتحليل والتفسير لجدول ونتائج تحليل المضمون يمكن الإجابة على التساؤلات الفرعية لدراستنا وإيجاز أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية:

- 1- من أهم الأساليب الإقناعية التي تم اعتمادها من قبل البرلمانيين " لخضر بن خلاف " و "بسمة عزوار " هي الاستمالات العقلية في خطاباتهم السياسية، وذلك باستخدامهم الحجج والبراهين المنطقية، من أجل كسب التأييد وتعزيز صورتهم لدى الجمهور ، وكذا إيصال أفكارهم لمتابعيهم عبر صفحاتهم على الفيسبوك. أما البرلماني "نزيه برمضان" فقد لاحظنا اعتمادا بكثرة على الاستمالات العاطفية ، خاصة في المواضيع ذات الطابع الاجتماعي ، فهو بذلك يريد كسب عاطفة الجماهير وتعزيز مكانته لديهم.
- 2- أما من حيث المضامين التي تم توظيفها من قبل البرلمانيين فإن أغلبها هي تلك التي تحمل أفكار ذات طابع سياسي بنسبة كبيرة ، وهو ما يؤكد أن البرلمانيين الجزائريين يرغبون في إيصال رسالة توضح مدى اهتمامهم بالقضايا السياسية التي تخص البلاد وتشغل الرأي العام .
- 3- أما فيما يخص تفاعل الجمهور مع المنشورات ، فنجد أن البرلمانيين عبر صفحاتهم الفيسبوكية أولو أهمية كبيرة للإعجابات ، التي حازت حصة الأسد ، كشكل من أشكال التعبير بنسبة عالية ، وهو ما يؤكد أن الصفحات لها

صدى كبير في عملية التأثير ، من خلال المنشورات على الفيسبوك الذي اعتبر قناة إعلامية رقمية لدعم وترويج الفعل السياسي للبرلمانيين ، وتعزيز مكائهم ونشر انشغالهم لدى الجماهير المتابعة لصفحاتهم.

4- فيما يخص الأشكال والقوالب الإعلامية المعروضة نجد أن القائمين على إدارة الصفحات ألا وهم البرلمانيين الجزائريين يعتمدون بدرجة كبيرة على المزيج من النصوص المكتوبة والفيديوهات والصور وهو الأمر الذي يؤكد مدى حرص البرلمانيين على الاستعانة بهذه القوالب كونها أثبتت جداتها في التأثير في الميدان فالصورة وحدها غير كافية بالإضافة إلى الفيديو وكذا النصوص المكتوبة فوجودها مجتمعة يؤثر بشكل كبير في العملية الاتصالية وهو ما من شأنه تعزيز صورة إيجابية أفضل للبرلمانيين الجزائريين حزبيا ولشخصهم كممثلين للشعب.

5- يستخدم السياسيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل يومي تقريبا، كونها الوسيلة المثلى والأكثر انتشارا بالإضافة إلى سهولة استخدامها في أي وقت وحين، وبهذا تتيح لهم إيصال رسائلهم والتأثير في أكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع.

من خلال محصلة النتائج وعلى ضوء التساؤلات يمكن القول بأن الإشكالية الرئيسية لدراستنا والتي مفادها: كيف تم توظيف الصفحات الفيسبوكية للبرلمانيين الجزائريين في مجال الاتصال السياسي؟ قد تحققت انطلاقا من الإجابة عن التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية، وبالتالي يمكن القول أن توظيف الصفحات الفيسبوكية للبرلمانيين الجزائريين في مجال الاتصال السياسي مكن المتابعين من الاطلاع على مختلف القضايا التي يتم طرحها من خلال مسيري الصفحة وهذا ما زاد من فعالية الاتصال مع متابعيها، إضافة إلى كونها أداة فعالة ساهمت في كسر الحواجز الرسمية وتوطيد روابط الثقة مع تلك الجماهير.

الاقتراحات والتوصيات:

بناء على ذلك يمكن إدراج مجموعة من التوصيات نذكر منها:

- ✓ الاهتمام بالجانب التكويني في مجال الاستخدام الجيد لشبكة الفيسبوك استخدام علمي ومدروس مبني على الاستعانة بخبراء لتجسيد الإستراتيجية الاتصالية الفعالة التي يفتقدها غالبية رجال السياسة في الجزائر وهو أمر مهم لزيادة التأييد وكسب ثقة الجماهير بخصوص المنشورات.
- ✓ التنوع في نشر القضايا والمواضيع الوطنية والدولية على صفحاتهم حتى يتسنى للجمهور متابعة كل صغيرة وكبيرة وترك المجال له لإبداء رأيه.
- ✓ الرد على جميع تساؤلات واستفسارات وانشغالات المتابعين لصفحات البرلمانيين على الفيسبوك بشكل منظم وتقديم خدمة مرجعية لهم بجميع أشكالها ليجعل أعمالهم أكثر مصداقية.

✓ الاعتماد على الفيسبوك كقناة إعلامية اتصالية رسمية متداولة بين الجهات الحكومية وغير حكومية لتسهيل عملية التواصل مع المواطنين.

محاولة إيلاء العناية الكبيرة للغة المستخدمة في التواصل وتنويعها لتعميم الفائدة أكثر عبر شبكة الفيسبوك وللرفع من حجم المشاركين والمتفاعلين مع المنشورات، وهو ما من شأنه إعطاء دعم قوي ومكانة لصورة البرلمانين عبر شبكات الفيسبوك والمتعاملين معهم من الجماهير المنتشرة جغرافيا في هذا العالم الرقمي الواسع.

خاتمة

من خلال دراستنا استنتجنا أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة و الفيسبوك خاصة يعد من بين القنوات التواصلية ذات الصدى الإعلامي الالكتروني الكبير في التعاملات لاسيما في مجال السياسة، وهو ما وجده فعلا سياسيون من البرلمانيين الجزائريين كقناة رقمية يعملون من خلالها في بث نشاطاتهم اليومية خاصة في المجال التمثيلي كنواب وككتل سياسية حزبية، وكقناة مهمة لتعزيز صورتهم الايجابية من خلال طرحهم لمواضيع ذات صلة بالقضايا السياسية والاجتماعية وكذا الاقتصادية، التي تم الرأي العام من أجل كسب تأييدهم وثقتهم، غير أنه وبالرغم من هذا الاستخدام والتوجه لهذه القناة فإنه بات لزاما على القائمين بإدارة صفحات الفيسبوك خاصة رجال السياسة أن يعتمدوا على خبراء حقيقيين في مجال الاتصال الالكتروني للتأثير بشكل مقنع وبأدوات مدروسة وبلوغ الأهداف و كسب ثقة المتابعين، وتوسيع نطاقهم لرسم صورة ايجابية عن البرلمانيين الجزائريين الناشطين فعلا لتلبية احتياجات الفئة الاجتماعية العريضة .

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

➤ المعاجم:..

معجم مجاني للطلاب: 2001

➤ الكتب العربية:

- 1- احمد عبد الغفار بسيوني: الإعلام الرقمي الجديد
- 2- أحمد عزوز: الاتصال ومهاراته
- 3- ثروت مكّي: الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية
- 4- جاسم الدليمي: أصول وعناصر البحث العلمي
- 5- جمال مجاهد: الرأي العام وقياسه، الأسس النظرية والمنهجية
- 6- حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد
- 7- خالد غسان، يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية
- 8- رشيد زرواني: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية
- 9- سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي
- 10- عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي
- 11- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية
- 12- عبد الغفار رشاد القصبي: الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي
- 13- عزيزة عبيدة: الإعلام السياسي والري العام
- 14- علاوة جبار حسين: الاتصال السياسي
- 15- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي
- 16- كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي
- 17- ماجد التركي: سياسات الإعلام ، الاحتياجات والأولويات
- 18- محمد حجاب: سياسات الرأي العام

قائمة المصادر و المراجع

- 19- محمد حمدان مصالحة: الاتصال السياسي مقرب نظري تطبيقي
- 20- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية
- 21- موريس أنجرس ورحمة بوزيد وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية
- 22- وديع العززي: الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات
- 23- يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين

➤ المجالات والصحف والتقارير الإلكترونية

- 1- سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، "مجلة دمشق"
- 2- شمس ضيات خلفلاوي: التسويق السياسي بين المفهوم والأسس
- 3- مصطفى صادق عباس: الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية
- 4- علاء حميد: الاتصال السياسي
- 5- نسرین حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف

➤ الرسائل العلمية:

1. احمد صدام بلخير، رمزي بهلول، عبد الرؤوف جاهمي: توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ قيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين. مذكرة ماستر
2. سعد بن سعود بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي. أطروحة دكتوراه
3. صبيحة صاحبي: اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. مذكرة ماستر
4. عزيزي رشيدة و علية قطيش: الاتصال السياسي وأثره على المشاركة السياسية. مذكرة ماستر
5. فاطمة الزهراء منصوري: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية . مذكرة ماستر
6. فواز بورابحة: توظيف الصورة السياسية للبرلماني عبر شبكة الفيسبوك. أطروحة الدكتوراه
7. مالك الخيال: الإعلام الخارجي ودوره في تحقيق الأهداف الخارجية. مذكرة ماستر
8. محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي. مذكرة ماجستير

المواقع الالكترونية:

1-<http://hkraiveheart.blogspot.com>

2-<https://amp-Annaba-org.Cdn.Amproject.Org>

3-Nisreenhassouna-wordpress-com. Cdn.amppreject.org 13:20 17/09/2020

4-أسامة غرابة: التعريف بالبرلماني نزيه برمضان، مقابلة الكترونية.

5-عزوار-بِسْمَةِ <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/>

6-معلومات متنوعة من الصفحة الشخصية، وموقع المجلس الشعبي الوطني.

الملاحق

الملحق رقم: 01

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

استمارة تحليل محتوى:

توظيف الإعلام الجديد في الاتصال السياسي بالجزائر

دراسة تحليلية للصفحات الفيسبوكية لعينة من البرلمانين الجزائريين

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

تحت إشراف د :

- حموش ع. الرزاق

من إعداد الطالبات:

بوشبوط آمنة

دواورية أميرة

برداي خولة

السنة الجامعية

2020 – 2019

استمارة تحليل المضمون

أولاً: بيانات خاصة بصفحات

1- اسم الصفحة:

2- الرابط على الفيسبوك:

3- تاريخ الزيارة:

ثانياً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث الشكل:

أ- طبيعة المادة المنشورة:

صورة فيديو نص مختلط رابط

ب- اللغة المستخدمة:

العربية الفرنسية مزيج لغوي أخرى

ج- التفاعل مع الصفحة:

الإعجاب التعليق المشاركة المشاهدة

د- مدى التحيين:

يومية أسبوعياً شهرياً أكثر من شهر

ثالثاً: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون:

1- فئات الموضوع:

أ- طبيعة القضايا التي تعالجها الصفحة:

سياسية اجتماعية اقتصادية ثقافية دينية تعزية

ب- مجالات القضايا المنشورة:

محلية وطنية دولية

د- فئات الاتجاه:

الاتجاه نحو سياسة الحكومة:

ايجابي سلبي محايد

الاتجاه نحو الحراك السياسي:

ايجابي سلبي محايد

الاتجاه نحو المجتمع المدني:

ايجابي سلبي محايد

2- فئات التفاعل:

سياسيون إعلاميون هيئات حكومية فواعل المجتمع المدني

ب- فئات المصدر:

رأي شخصي إعلاميون مصدر رسمي حكومي

وسائل الإعلام هيئات دولية مصادر أخرى

الملحق رقم 2: بين الواجهة الأمامية للصفحة الرسمية للبرلماني نزيه برمضان على الفيسبوك.



Nazih berramdane

Personnalité politique



J'aime



Envoyer un message



Ami et 21 180 autres personnes aiment ce lieu

Accueil

À propos

Publications

Photos

Vidéo

À propos



Suggérer des modifications



Envoyer un message



Personnalité politique

الملحق رقم 3: بين الواجهة الأمامية لصفحة البرلمان لخضر بن خلاف على الفيسبوك.



Benkhallef
Lakhdar

Personnalité politique



J'aime déjà

Abonné(e)



Dou et 48 865 autres personnes aiment ce lieu

Accueil

Publications

Vidéos

Photos

À propos

Super fans

18 nouveaux super fans



Ce badge vous aide à vous démarquer de la Page et des autres. Devenez super fan en étant l'une des personnes les pl

الملحق رقم 4: بين الواجهة الأمامية للبرلمانية بسمة عزوار على الفيسبوك.



Basma Azouar بسمة عزوار

Personnalité politique



J'aime

 S'abonner



Ãmi, دليلة et 265 146 autres personnes aiment ce lieu

Accueil

À propos

Vidéos

Publications

Photos

À propos



Suggérer des modifications



<http://www.mrp.gov.dz/>



Envoyer un message



001 02 02 02