

## الفايسبوك كفضاء لممارسة الديمقراطية الإلكترونية بالجزائر

## Facebook as a space for practicing democracy electronic in Algeria

نوال زبوجي\*<sup>1</sup>، قويدر سيكوك<sup>2</sup>،<sup>1</sup> جامعة جيلالي ليايس "سيدي بلعباس" (الجزائر)، مخبر الدراسات والبحوث الاجتماعية حولالتنمية المحلية والشأن العام، [nawel.zeboudji@univ-sba.dz](mailto:nawel.zeboudji@univ-sba.dz)<sup>2</sup> المركز الجامعي نور البشير "البيضاء" (الجزائر)، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسيةوالأنثروبولوجية، [k.sikouk@cu-elbayadh.dz](mailto:k.sikouk@cu-elbayadh.dz)

تاريخ النشر: 2021/06/03

تاريخ القبول: 2021/05/22

تاريخ الاستلام: 2021/05/15

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أبرز ممارسات الديمقراطية الإلكترونية التي يقوم بها مستخدمي الفيسبوك بالجزائر، على اعتبار أنه فضاء افتراضيّ يتيح لهم حريةً أكثر للتعبير عن الرأي والمواقف السياسية، كما أخذ الفيسبوك بعدا سياسيا آخر من خلال اعتماده كمنصة بديلة يطرح المرشحون للانتخابات الرئاسية حملتهم الانتخابية عليها ويسوقون من خلالها لبرامجهم، وبالتالي فتح مجال أكبر لرواد الفيسبوك للتعبير عن مواقفهم إزاء تلك البرامج ومن المرشح في حد ذاته، وقد كانت هذه الدراسة ميدانية بتوزيع استمارات الكترونية على مستخدمي الفيسبوك بلغ عد أفراد العينة 200 مفردة شملت الجنسين ومختلف الفئات العمرية لهما في الفترة ما بين (01 نوفمبر إلى غاية 15 ديسمبر 2019). لنوصل في الأخير إلى أن الفيسبوك يساهم في تدعيم الديمقراطية الإلكترونية، ويشجع على تنمية القيم السياسية من خلال مختلف الممارسات السياسية وأشكال التفاعل التي تتم فيه. كلمات مفتاحية: الديمقراطية الإلكترونية، الفيسبوك، الفضاء الافتراضي، حرية الرأي والتعبير، الحراك.

## Abstract:

This study aims to discover the most prominent practices democracy electronic by facebook users in Algeria, in that virtual space allow them greater freedom for opinion's expression and political positions, has also taken another political dimension by adopting as a platform alternative will offer applicants presidential election their campaign and they

\* المؤلف المرسل: نوال زبوجي

market through it their programmes, and thus opening up a big field facebook pioneers express their attitudes toward those programs and the candidate, the study was field based by distribution of electronic format facebook users the sample has 200 singles included both sexes and different ages during the interval (01 november to 15 december 2019).

To be reached in the last unitil contributes to consolidation electronic democratic it encourages development policies's values through various politic practices and interaction's forms which they were made.

**Keywords:** democracy electronic; facebook; virtual space; freedom of opinion and expression; movements.

## 1. مقدمة:

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم تلك الوسيلة الترفيهية المخصصة للتواصل بين مستخدميها، بل باتت جزءا لا يتجزء من يومياتهم ومعبّرا فعليا عن صوتهم وإعلام بديلا لهم في ظل الغياب شبه التام لفعالية وسائل الإعلام التقليدية، وقد تم إقحامها في مختلف مجالات الحياة حتى السياسية منها وخاصة الفاييسبوك هذا الأخير الذي كان شاهدا على ثورات عدّة كتلك المتعلقة بالربيع العربي، وحاضنا لعدد الاحتجاجات القومية بعد استنفاد الجماهير كل الطرق والسبل لإيصال صوتها. والجزائر على غرار باقي الدول العربية شهدت في الفترة الأخيرة حراكا شعبيا وتحولا سياسيا كبيرا، ما استدعى الاستعانة بكل الطرق لضمان نجاحه وانتشاره وطبعا الفاييسبوك كان واحدا من أهم تلك الطرق من خلال ما يتم تداوله على صفحاته من منشورات داعمة ومحفزة للخروج إلى الشارع، وأخرى ملخصة ومحللة لمجريات الحراك على أرض الواقع على اختلاف طرق النشر وهويات وجنس الناشرين، بالإضافة إلى أنه كان بمثابة طاولة نقاشية مفتوحة تستقبل كل الآراء والأفكار والمعارضات للوضع السياسي بالجزائر كل حسب توجهه وثقافته؛ وهذا في ظل ما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية التي تشكلت بتشكّل الأنترنت ووسائل التواصل به، إضافة إلى الحراك فإن

الجزائر شهدت انتخابات رئاسية حاول فيها المترشحون الاستفادة من تقنيات التواصل الحديثة وبالخصوص الفايسبوك للتسويق لحماتهم الانتخابية وبرامجهم بطرق ووسائل تليق بضخامة الحدث وأهميته، وهذا جسًا منهم لنبض المواطنين وبحثا عن التفاعل الالكتروني مع ما يقومون بنشره، لتحقيق أكبر قدر من الانتشارية.

انطلاقا من الطرح أعلاه ندرج التساؤلات التالية:

- كيف ساهم الفايسبوك في خلق فضاء نقاشي تفاعلي حول قضية الحراك؟

- ما مدى متابعة رواد الفايسبوك للبرامج السياسية لمترشي رئاسيات الجزائر 2019 وكذا حملاتهم الانتخابية؟ وهل يتفاعلون معها؟

وللإجابة على هذه التساؤلات نقترح الفرضيات التالية:

- يمكن اعتبار الفايسبوك فضاءً افتراضيا لتبادل الآراء والأفكار بين رواده حول الحراك بالجزائر عن طريق النشر الفايسبوكي ومختلف خاصيات التفاعل التي يتيحها التطبيق لمشركيه.

- ساهم النشر المكثف للبرامج السياسية وكذا الحملات الانتخابية على صفحات الفايسبوك في الرفع من نسبة متابعتها والتفاعل معها من قبل رواد الفايسبوك باعتباره حدثا هاما ونقله نوعية في التاريخ السياسي للجزائر.

أما عن أهداف الدراسة الحالية فتتجلى في النقاط التالية:

1- الكشف عن تصورات مستخدمي الفايسبوك حول دور الفايسبوك في إرساء قيم الديمقراطية الإلكترونية وكذا خلق جو فضاء حوار سياسي من خلاله يساهم في التأثير على الرأي العام.

2- البحث في مدى مساهمة الفايسبوك في الترويج للمترشحين للانتخابات والتعريف بهم وبرامجهم ومدى تفاعل الفايسبوكيين مع ذلك.

في حين تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى لتسليط الضوء على جزئية صغيرة من الوضع السياسي الذي تمر به الجزائر والمتمثل في مرحلة الانتقال الديمقراطي، والاعتماد

الكبير على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في ممارسة الديمقراطية الإلكترونية بكل أبعادها ومؤشراتها، ومدى التفتح الذي يعرفه المواطنون على تلك التكنولوجيات وذكاؤهم في الاستفادة منها لتحقيق مطالبهم وإيصال أصواتهم دونما الحاجة لممثلين يقومون بذلك بدلا عنهم.

وكما هو معروف فإن أغلب الدراسات السوسيولوجية تعتمد على دراسات سابقة للاستدلال بها أو الاستفادة من نتائجها ومحاولة قياس فرضياتها في زمن وبيئة مختلفين لمعرفة الفروق في حالة ما كانت الدراسات أجنبية مثلا، أو تخضع لشروط غير الشروط التي تخضع لها الدراسة الحالية، وحتى البدء من حيث انتهت تلك الدراسات أو معرفة مدى مطابقتها مع تلك التي يكون الباحث بصدد إعدادها، ومن هذا المنطلق تم الاعتماد على بعض الدراسات العربية والمحلية التي تناولت موضوعي الحراك وشبكات التواصل الاجتماعي وكذا موضوع التسويق السياسي على الفاييسبوك، كون كل واحدة منهن تتناول متغير من متغيرات الدراسة التي نحن بصدد إعدادها:

دراسة للباحث الدكتور كمال خورشيد مراد، التي تتناول موضوع "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي -شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجا-"، حيث تحدثت عن شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها إعلاما جديدا بديلا والدور الذي قامت به عن طريق مختلف أدواتها، انطلق فيها من التساؤل التالي: كيف وظّف الحراك السياسي العربي أو ما يعرف بربيع الثورات العربية إمكانات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي تحديدا في تأجيج هذه الثورات وإدامة زخمها وتعبئة شبابها بالشكل الذي باتت فيه مواقع التواصل الاجتماعي عنوانا رمزيا لتلك الثورات؟ (تيسير، 2013، صفحة 180)

والدراسة كانت وصفية تحليلية لمختلف حيثيات ومضامين الحراك على شبكات التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفاييسبوك؛ ليتوصل الباحث في الأخير إلى جملة من النتائج تصب أغلبها في أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت حضورا فعليا باعتبارها شبكات اتصال اجتماعية عالية التقنية وقوية ومتشابكة، أتاحت لجميع المشاركين التنسيق

والتواصل بحرية مطلقة والمشاركة في صنع مختلف الأحداث ومتابعتها وكذا كسر حاجز الخوف، وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني ومتابعة مختلف الأحداث بدول الثورات العربية ومن خلال القيادة غير المباشرة لتلك الأحداث، إضافة إلى الدور الكبير الذي لعبته في تعبئة الشعب وتنظيمه وكذا نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لها على نطاق أوسع. (تيسير، 2013، صفحة 197)

دراسة للباحث محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي - الاعتماد المتبادل" تناول فيها دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم فعاليات الحراك الشعبي بالعراق وكذا المشاركة والتفاعل مع الأحداث وتحريك الرأي العام، منطلقاً من إشكالية دراسة تتحدد في التعرف على "استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة في الحراك الشعبي"، وبعتماده على المنهجين الوصفي والمسحي؛ واستطلاع آراء 400 طالب من طلاب المرحلة الرابعة في جامعة البصرة توصل إلى نتائج مفادها أن: 79% من الطلبة المشاركين في الحراك الشعبي قد استخدموا الانستجرام كوسيلة تواصل رئيسية، و 94% من الطلبة المشاركين في الحراك شاركوا وسائل التواصل الاجتماعي تلك الأحداث اعتقاداً منهم أن باقي وسائل الإعلام لا تقدم كل تلك المعلومات، و 97% من الطلبة المشاركين في الحراك الشعبي يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي قد شغلت حيزاً مهماً في تحفيزهم على المشاركة في الحراك الشعبي من خلال زيادة اهتمامهم بالمظاهرات والاحتجاجات (الجنابي، 2020، الصفحات 11، 12)

دراسة للباحثة إسرائ محمد عيسى البحيصي بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي للحملات الانتخابية (دراسة تحليلية)"، حاولت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحملات الانتخابية، انطلاقاً من التساؤل التالي: كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحملات الانتخابية الأمريكية والانتخابات في الدول العربية؟ بالاعتماد على المنهج التاريخي والنقدي والتحليلي لمعرفة كل المراحل التاريخية التي مرت بها الحملات، ومن جملة النتائج التي توصلت إليها هذه

الدراسة هي أنه تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في التسويق السياسي كوسيلة اتصالية فعالة بيد الأحزاب السياسية، كما تشكل هذه المواقع بيئة سياسية مثيرة للاهتمام في مجال الاتصال السياسي للتواصل والتفاعل المباشر بين الكيانات السياسية من جهة وشرائح المجتمع من جهة أخرى. (إسراء، 2019)

أما عن المنهج المستخدم فإنه تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال التطرق بالوصف والتحليل لمظاهر الممارسة الديمقراطية على الفايسبوك لدى مستخدميه.

وباعتبار أن الدراسة ميدانية فإنه بالضرورة تعتمد على أدوات لجمع المعطيات، وقد

تمثلت في:

- الملاحظة: تم الاعتماد على الملاحظة البسيطة من دون مشاركة من خلال متابعة مختلف أشكال التفاعل السياسي الإلكتروني التي يقوم بها رواد الفايسبوك خاصة تلك المتعلقة بالحراك، سواء منشورات أو تعليقات في صفحات خاصة أو عامة أو في المجموعات، وكذا متابعة صفحات المترشحين الخمس للانتخابات لأجل رصد أبرز أنشطتهم السياسية على صفحاتهم وكذا مضامين منشوراتهم في فترة الحملة الانتخابية خاصتهم، كل هذا لأجل إعداد استمارة تلم نوعا ما بكل تلك الحثيات.

- الاستمارة: تم إعداد الاستمارة انطلاقا من أبعاد ومؤشرات البحث والفرضيات وكذا معطيات الملاحظة، تكونت من أسئلة حول البيانات العامة للمبحوثين وأسئلة متعلقة بفرضيتي الدراسة، وقد تم المزج فيها بين الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة، وكانت تلك الاستمارة إلكترونية وُزعت على عينة عشوائية قدرت بـ 200 مبحوث ومبحوثة، من خلال نشرها في المجموعات وكذا في التعليقات على الصفحات الفيسبوكية.

## 1. مفاهيم الدراسة:

1.1 الديمقراطية الإلكترونية: لقد أدى تطور وسائل التكنولوجيا وظهور الشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص إلى إعادة التفكير في حدود مفهوم الديمقراطية الإلكترونية

والتي تشير بشكل عام إلى: تطوير المشاركة السياسية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي سواء كان ذلك بين المواطنين لتبادل المعلومات والآراء مع بعضهم البعض أو مع ممثليهم، وهذا يتم وضعها تحت مسمى مجموعة متنوعة من الممارسات التي يتبناها السياسيون وكذا المواطنين، ليتشكل في الأخير فضاء عام جديد بعيد عن الفضاء التقليدي. ( Wojcik , 2019 , P 02

كما يعرفها أندرو تشادويك "Andrew Chadwick" على أنها جملة من المحاولات لممارسة الديمقراطية دون حدود المكان والزمان والقيود المادية، تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بدلا من الممارسات السياسية التقليدية. (Fabienne, 2016, p 45)) ونعني بالديمقراطية الإلكترونية في هذه الدراسة جملة الطرق والوسائل التي يتبناها رواد الفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية خاصة تلك المتعلقة بالحراك من خلال خلقهم لفضاء افتراضي حوارى نقاشي، وكذا الاستغلال السياسي للفيسبوك من قبل المترشحين للحملات الانتخابية الرئاسية للتسويق لبرامجهم وتنشيط حملتهم الانتخابية.

**2.1 الرأي العام الإلكتروني:** هو عبارة عن مجموعة آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الإلكترونية في زمن محدد اتجاه قضية أو موضوع معين تعرضوا له وبادروا إلى الكشف عن رأيهم بشأنه، سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار" (حسن، 2020، صفحة 45)، ونعني بالرأي العام الإلكتروني في هذه الدراسة مختلف المواقف والآراء المتعلقة بالحراك التي يشاركها رواد الفيسبوك مع متابعيهم أو يعلقون بها على الصفحات أو المجموعات الفيسبوكية.

**3.1 الحراك:** هو مختلف النشاطات السياسية (الفردية منها والجماعية) في داخل الوطن وخارجه، بغض النظر عن ما إذا كانت مادية أو معادية للنظام السياسي، والتي قد تكون اجتماعات أو مؤتمرات أو مسيرات أو مظاهرات أو اعتصامات أو احتجاجات وغيرها، كما قد يكون إيجابيا يخدم الصالح العام وقد يكون عكس ذلك، ويقوم أساسا على التعبئة والتوعية وطرح مختلف وجهات النظر وإدارة المناقشات العامة بكل شفافية ونزاهة بعيدا

عن الذاتية (تيسير، 2013، صفحة 183)، ونقصد بالحراك في هذه الدراسة مختلف النشاطات والتفاعلات الافتراضية الداعمة للحراك والمعبرة عنه، كالمنشورات والتعليقات والفيديوهات وغيرها من أشكال التفاعل.

**4.1 الفضاء العمومي الافتراضي:** يشير الفضاء العام إلى مكان سواء كان ماديا أو افتراضيا، حيث يتجمع المواطنون فيه ويتبادلون الآراء والنقاشات ويتداولون حول الشؤون العامة والأحداث التي تؤدي إلى تشكيل الرأي العام في النهاية، (Barend & Pirre, 2014, P 51) ويعرف أيضا على أنه مساحة مستقلة عن الحكومة مكرسة للنقاش العقلاني الذي من خلاله يتشكل الرأي العام (Horst & Daniel, 2012, p 166)، وقد ركزت هذه الدراسة على الفايسبوك كنموذج للفضاء العام الافتراضي.

**5.1 التسويق السياسي الإلكتروني:** يشير عصر "الحكم الإلكتروني" المتطور العديد من الأسئلة حول طبيعة العلاقة بين المواطنين وحكوماتهم وما التغيرات الطارئة عليها (John & Gregory, July 2005, p 16)، خاصة بعد أن أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منافسا جيدا لوسائل الإعلام التقليدية المباشرة من صحافة مكتوبة ورايو وتلفزيون، كما أصبح السياسيون يدركون جيدا الدور الكبير لتلك الشبكات فاتخذوها سلاحا حقيقيا لهم لأجل الاتصال بالجمهور، لذا تغيرت الممارسة السياسية لديهم من التقليدية في الفضاءات العامة الواقعية لتأخذ بعدا افتراضيا أو رقميا، وبالتالي منح الفرصة للمواطنين للتفاعل مع مسؤوليهم أو منتخبهم أو مرشحهم إلكترونيا عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي (La tem Tamento, 2013, 04)، ولهذا تعتبر هذه الشبكات ذات تأثير وتأثر غير مسبق بين رجال السياسة والمواطنين من خلال خلق تقارب بينهما (La tem Tamento, 2013, p 04)، والجدير بالذكر أن الحملة الانتخابية لا بد أن يسبقها عملية تسويق سياسي للمرشح أو الحزب، فالتسويق السياسي هو عملية متواصلة ومستمرة للتخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج السياسية بما يساعد على إشباع احتياجات ورغبات المواطنين لضمان النجاح للأحزاب والمرشحين في البيئات السياسية المختلفة" (رائدة، 2017، صفحة 41)



## 2. عرض وتحليل بيانات الدراسة

1.2 البيانات الشخصية للمبحوثين: بعد تفرغ معطيات الاستثمارات والقراءة الإحصائية لها، تبين أنه فيما يخص جنس المبحوثين قد سجلت أعلى نسبة للذكور وقدرت بـ 74 %، في مقابل 26% لصالح جنس الإناث.

وفيما يخص الفئات العمرية للمبحوثين فإنه أعلى نسبة قدرت بـ 47% وتمثل الفئة العمرية ما بين [26-30] ، تليها نسبة 32.5% وتمثل الفئة العمرية ما بين [31-36]، ثم 17.5% لصالح الفئة العمرية ما بين [21-25]، وأخيرا نسبة 3% لمن يبلغون من العمر 37 سنة فما فوق.

أما الحالة المهنية للمبحوثين فإن أعلى نسبة قدرت بـ 38.5% وتمثل الطلبة الجامعيين من أفراد العينة، تليها نسبة 23% لمن يشغلون مناصبا حكوميا، 15% مكاثات بالبيت، 12.5% عمال يوميين، 7% أساتذة و 4% أساتذة جامعيين.

2.2 عرض وتحليل بيانات الدراسة وفقا للفرضية الأولى القائلة: "يمكن اعتبار الفاييسبوك فضاءً افتراضيا لتبادل الآراء والأفكار بين رواده حول الحراك بالجزائر عن طريق النشر الفاييسبوكي ومختلف خاصيات التفاعل التي يتيحها التطبيق لمشركيه"

1.2.2 الانضمام إلى فضاءات النقاشات السياسية وعلاقته بمتابعة تطورات الحراك والانتخابات الرئاسية:

تباينت إجابات المبحوثين حول ما إذا كانوا ينضمون إلى فضاءات نقاشية سياسية أو لا، حيث قدرت أعلى نسبة بـ 62.5% لصالح من أجابوا بـ "نعم"، في مقابل 37.5% للذين أجابوا بـ "لا"، أما فيما يخص متابعة تطورات الحراك والانتخابات فقدرت أعلى نسبة بـ 45% للذين أجابوا بـ "نعم" تليها نسبة 33.5% للذين أجابوا بأنهم يتابعونها نوعا ما، في حين قدرت 21.5% بـ "لا"

وبالرابط بين الانضمام إلى الفضاءات النقاشية ومتابعة تطورات الحراك والانتخابات فإنه قدرت أعلى نسبة بـ 54.5% لصالح من أجابوا بأنهم منضمون إلى فضاءات نقاشية لأجل

متابعة تطورات الحراك والانتخابات، تليها نسب متقاربة للذين أجابوا بأنهم غير منظمين لتلك الفضاءات ولا يتابعون الأحداث بـ 37.33%، والذين أجابوا بأنهم منضمون ونوعا ما يتابعون الأحداث بـ 33.6%، ثم الذين أجابوا بأنهم غير منضمين ونوعا ما يتابعون تلك الأحداث بـ 33.33%، وأخيرا نسبة 29.33% لمن أجابوا بأنهم منضمين للفضاءات النقاشية لكن لا يتابعون ما يتعلق بالحراك والانتخابات.

يتيح الفايسبوك كفضاء افتراضي عدّة فرص لمستخدميه لمناقشة مختلف القضايا السياسية سواء الوطنية أو العالمية، وتنوع تلك الفضاءات ما بين الصفحات الخاصة والصفحات العامة وكذا المجموعات النقاشية، فيجد المستخدم نفسه أمام عدّة خيارات تتماشى مع ميوله ورغباته وكذا مجال اهتماماته، خاصة إذا ما كان متابع لقضية معينة مثلما هو الحال في موضوعي الحراك والانتخابات الرئاسية بالجزائر، حيث أنشئت آلاف الصفحات والمجموعات الخاصة التي تنشط في هذه المواضيع بالذات، وبالتالي تستقطب كل من هو مهتم بالأمر.

لكن تبقى المشاركة والخوض في النقاشات الافتراضية المتعلقة بالموضوعين سواء بالنشر أو التعليق أو مختلف أشكال التفاعل قرار وحرية شخصية ترجع بالأساس إلى مدى جاذبيتهما وقدرة استفزازهما لشخصية المستخدم، وهنا يحدث الفارق أو الاختلاف من مستخدم لأخر حسب ذهنيته وكذا موقفه من المنشور أيا كان شكله كتابة أو صورة أو مقطع فيديو أو غيرها من أشكال النشر.

في المقابل نجد فئات معينة من المستخدمين يعرضون عن انضمامهم إلى تلك الفضاءات لكن تفرضها عليهم خوارزميات النشر على الفايسبوك أو تكون منشورات لأصدقائهم، فتستميل رغبتهم في خوض النقاش بالتعليق عليها أو مشاركتها، وهناك فئة أخرى من المستخدمين يأخذهم الفضول للانضمام إلى تلك الفضاءات لكن كمتابعين فقط دونما الخوض في أي نقاش أو إبداء أي تفاعل ولو بتسجيل إعجاب.

إن فكرة تأسيس فضاء إلكتروني لتداول النقاشات السياسية عموما قد تكون نابعة بالدرجة الأولى من الاغتراب السياسي الذي قد يعيشه المواطن، في ظل إقصاءه من العملية السياسية وشعوره بأنه ليس بجزء منها؛ وأن صانعي القرارات السياسية لا يضعون لهم أي اعتبار في الواقع. (عبد القادر و سحنون، 2019، صفحة 232)

ولعل الهدف الرئيسي لتلك الفضاءات هو تشارك الآراء والأفكار حول كل ما يجري من أحداث سياسية وبالتالي الخروج بأفكار وآراء جديدة قد تخدم وتقيم الوضع الحالي - الحرك-، هذا وقد تجاوزت مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام التقليدية بأشواط ومراحل في أن تكون قوّة ضاغطة لإزاحة الحكومات وتغيير الكوادر السياسية، وكذا في أن تكون أداة جديدة للحركات الاحتجاجية وكذا الرفع من مستوى الوعي السياسي لدى مستخدميها.

2.2.2 التعبير عن الآراء والمواقف حول الحراك على الفايسبوك تبعا لجنس أفراد العينة:

62% من المبحوثين أجابوا بأنهم يعبرون عن موقفهم من الحراك إلكترونيا في مقابل 38% الذين أجابوا بعكس ذلك.

ما يلاحظ بعد تفريغ بيانات الدراسة أنه 70.27% من نسبة الذكور أجابوا بأنهم يعبرون إلكترونيا عن مواقفهم وآرائهم حول الحراك، في مقابل 38.46% بالنسبة للإناث، أما الذين أجابوا بأنهم لا يعبرون عن تلك المواقف من الذكور فقدرت نسبتهم بـ29.72%، في مقابل 61.53% للإناث.

تبقى مسألة التعبير عن الرأي حرية شخصية وفي الوقت ذاته أمر نابع من معرفة ودراية بكل ما يحيط في الوسط السياسي من أحداث حتى يتمكن مستخدم الفايسبوك عموما من الإدلاء برأيه بكل ثقة، وتصبح لديه قدرة أكبر على الدفاع عن موقفه في حالة ما إذا كانت هناك معارضة له، ومن المتعارف عليه عموما أن الذكور أكثرهم ميلا للسياسة من

الإناث، خاصة إذا كان الموضوع حساسا على غرار الحراك الذي كان يحتاج إلى فهم أعمق له حتى يمكن التسطير لأبجدياته وتحليل كل ما يتعلق به.

ولأن الإناث مجالات اهتماماتهن بعيدة نوعا ما عن السياسة بكل أشكالها، وأيضا أكثر تخوفا من تبعات التصريحات والآراء التي قد يعبرن عنها ولو افتراضيا خاصة في ظل ما كان يتم تداوله من سجن أو التعريض للمسائلة القضائية لبعض الرموز البارزة في النشاط الحركي الافتراضي، فكانت مواقفهن محتشمة وتداولهن الافتراضي لموضوع الحراك محدودا مقارنة بالذكور.

3.2.2 مدى تطابق التداول الفايسبوكي للأخبار المتعلقة بالحراك مع الواقع حسب رأي المبحوثين:

61% من أفراد العينة أجابوا بأنه فعلا يوجد تطابق ما بين ما يتم تداوله من أخبار ومعلومات حول الحراك مع ما يجري في الواقع، و 35% أجابوا بأنه يوجد نوعا ما تطابق، في حين أن 4% منهم أجابوا بالعكس.

أصبح الفايسبوك اليوم إعلاما بديلا وناقلا فعليا لمختلف الأحداث السياسية بالجزائر ومصدرا إخباريا للعديد من مستخدميهم بعد الخذلان وعدم الثقة من قبلهم لوسائل الإعلام المرئية والمكتوبة سواء الحكومية أو غير الحكومية، خاصة وأن هذه الأخيرة باتت مسيّسة إلى حد كبير حيث تنشط معظمها لصالح أطراف معينة وبالتالي البعد عن الحيادية وبث فقط ما يناسب تلك الأطراف دونما أي تحري عن الحقيقة، والمتابع للمنشورات الفايسبوكية سيلاحظ كمية السخط التي طالتها والرفض لمتابعتها أو تصديقها خصوصا بعد تخاذلها في بث الحقائق الكاملة عن الحراك وتداولها لمعلومات منافية نوعا ما للحقيقة، لذا كان اللجوء إلى الفايسبوك كخيار بديل لبث كل الوقائع والأحداث خاصة بعد توافر خاصية البث المباشر وإمكانية وضع فيديوهات وصور على الصفحات والمجموعات بالموازاة مع تواجد الحراك على أرض الواقع وعلى الخصوص أيام الجمعة التي تشهد حراكا شعبيا سلميا

دوريا، طبعاً هنا لا يكون الجزم بأن كل ما يبث حقيقي إذ نضع احتمالات لما يسمى بالإشاعات وتداول الأخبار المغلوطة لكن قد تكون نسبتها اقل مقارنة بما تتداوله من حقائق فعلية.

#### 4.2.2 الفيسبوك كداعم للحراك ومساهم في تحقيق مطالبه:

69.5% من أفراد العينة أجابوا بأن الفيسبوك ساهم في دعم الحراك وتحقيق بعض

مطالبه، في مقابل 30.5% أجابوا بعكس ذلك.

لا يمكن إنكار الدور الكبير الذي لعبه نشطاء الفيسبوك في دعم الحراك، من خلال نقلهم كل ما هو في الواقع إلى الافتراضي والعكس وهذا لتحقيق نوع من التفاعل بينهما ووضع خطة سير للحراك لبلوغ النتائج المتوقعة من ورائه، هذا ويمكن اعتبار الفيسبوك كقوة ضاغطة على الحكومة حيث توجه العديد من النشطاء إلى التعليق على الصفحات الرسمية لها وسرد مختلف مطالبهم في التعليقات بدءاً من رفض العهدة الخامسة إلى تغيير الجهاز الحكومي ورفض الانتخابات وغيرها من المطالب، إضافة إلى فتح صفحات ومجموعات ناشطة في هذا المجال ساهمت في الترويج لحملات العصيان المدني والتعبئة والحشد الافتراضي الداعم للحراك، إضافة إلى اطلاق ما يسمى بالهاشتاق "الوسم" والشعارات على غرار: "لا للعهدة الخامسة، يتنحوا قاع، ترحلوا قاع، مكانش انتخابات مع العصابات..." وغيرها، وحتى إملاء بعض المطالب على الحراكيين والشعارات لرفعها كلافات عند الخروج إلى الشارع.

3.2 عرض وتحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالفرضية الثانية القائلة: "- ساهم النشر المكثف للبرامج السياسية وكذا الحملات الانتخابية على صفحات الفيسبوك في الرفع من نسبة متابعتها والتفاعل معها من قبل رواد الفيسبوك باعتباره حدثاً هاماً ونقله نوعية في التاريخ السياسي للجزائر":

1.3.2 متابعة الحملة الانتخابية للمترشحين لرئاسيات 2019 على الفيسبوك والموقف

منها:

54.5% من أفراد العينة صرحوا بأنهم يتابعون برامج الحملة الانتخابية للمرشحين لرئاسيات 2019 على الفايسبوك، في مقابل 33% الذين أجابوا بأنه أحيانا ما يتابعونها و12.5% للذين أجابوا بأنهم لا يتابعونها.

أما عن رأيهم في فكرة العرض الفايسبوكي للحملة الانتخابية فقد سجلت أعلى نسبة لصالح الذين يرون بأنها طريقة تساعد على تقريب المواطن من مترشحه وقدرت بـ 41%، تليها نسبة 37.5% لصالح الذين يرون بأنها خطوة حسنة، في حين قدرت نسبة الذين يرون بأنها منشورات فارغة بـ 21.5%

إن الفايسبوك أتاح للمرشحين للانتخابات فرصة التعريف ببرامجهم الانتخابية على صفحاتهم الفايسبوكية، سواء كانت تلك الصفحات من إنشائهم الخاص أو من إنشاء مسانديهم أو مسيري حملاتهم الانتخابية، فيعرضون من خلالها كل مشاريعهم لما بعد النجاح في الانتخابات وبرامجهم اليومية طيلة الحملة الانتخابية من خلال الصور والفيديوهات والبث المباشر وكذا المنشورات المتبوعة بهاشتاكات حماسية مدروسة سياسيا وتسويقيا لزيادة التعاطف مع المترشح، وقد تعرف تلك البرامج متابعة جماهيرية دعما لهم وحباً فيهم وانهارا ببرامجهم وهذا ما عبّر عنه بعض المبحوثين، والذين يرون أنها خطوة حسنة تساهم في تفعيل الديمقراطية الإلكترونية وتعطيهم حق التعبير عن رأيهم في تلك البرامج سواء ترحيبا بها أو رفضا لها دون أي كبح أو ردع لأصواتهم عن طريق تعليقات أو مشاركة للمنشورات المتضمنة لها، في حين قد يتابعها البعض لكن بروح استهزائية غير مصدّقة لكل ما يكتب وينشر من المترشحين والمسوقين لهم بل قد يرونه كلاما فارغا هدفه صنع التفافة قوية حول المترشح وهالة تصنع له حصانة وقاعدة جماهيرية، وهذا يتحكم فيه وعي المتابعين وكذا وجهة نظرهم التي تختلف من فئة لأخرى، وفي هذه الحالة قد يتابعون تلك البرامج ويتفاعلون لكن بشكل عكسي سواء بالتنمر على المترشحين أو سبهم وقذفهم ونعتهم بمختلف النعوت سواء بتعليقات أو برسومات وغيرها من أشكال التفاعل والتعبير عن الرأي، أو بمقاطعة المتابعة تماما انطلاقا من فكرة أنه مجرد كلام فارغ.

## 2.3.2 متابعة صفحات المرشحين وطبيعة التفاعل مع محتوى تلك الصفحات:

من خلال معطيات الجدول تم تسجيل نسبة 59% من أفراد عينة الدراسة الذين صرحوا بأنهم يتابعون صفحات المرشحين عبر الفايسبوك، في مقابل عدم المتابعة بنسبة 41%.

أما فيما يتعلق بطبيعة التفاعل فقد تم تسجيل نسبة 37.09% من الذين صرحوا بأنهم يعلقون على صفحات المترشحين، تلتها نسبة 53.48% من لأفراد عينة الدراسة الذين صرحوا بتسجيل الاعجاب فقط، وأخيرا تم تسجيل نسبة 27.41% من الذين يقومون بمشاركة المنشورات على صفحاتهم.

خلقت الصفحات الرسمية التي أنشأها المترشحون للانتخابات لعرض كل ما يتعلق بالانتخابات والتعريف بذواتهم فرصة لتقريب متابعيهم منهم وبالتالي صنع قاعدة جماهيرية ولو إلكترونية، وقد تم الترويج لتلك الصفحات بشكل تسويقي مدروس لتسجيل عدد أكبر من الإعجابات بها والتابعات لها من خلال وضعها في شكل إعلانات ممولة من قبل الفايسبوك أو حتى عن طريق الترويج الذاتي لها بمساعدة مدراء الحملات الانتخابية للمترشحين وغيرها من الجهات المؤيدة لهم، ولأن الحدث هام وشخصيات المترشحين باتت عامة فإن البحث عن طرق معرفتها أكثر والتقرب منها أصبح ضرورة لأغلب رواد الفايسبوك عن طريق المتابعة الافتراضية لهم وملاحظة مختلف نشاطاتهم، أما عن طبيعة التفاعل مع تلك الصفحات فتختلف من فرد لآخر هناك من يكتفي فقط بتسجيل إعجاب أو متابعة للصفحة حتى تظهر له المنشورات أولا بأول، وهناك من يذهب إلى أبعد من ذلك من خلال وضع تعليقات على منشورات صفحات المترشحين أو مترشحه الافضل فقط، وبمتابعة بعض تلك التعليقات فإنه قد انقسمت إلى أنواع منها الداعمة للمترشح ومنها الراضية له، منها المطالبة بتحقيق بعض الأمور بعد النجاح في الانتخابات كالسكن ومنصب عمل وتحسين ظروف المعيشة، ومنها المطالبة بتغيير الوضع الاقتصادي والسياسي للبلاد، وأخرى تدعو إلى مواصلة الحراك وترفض الانتخابات من الأساس، كل هذا بطرق تعبيرية مختلفة تمتزج بين

التعبير العادي المقبول والتهكمي والتنمري وغيرها من أشكال التعبير، لكن في مقابل ذلك حسب المتابعة الشخصية لتلك الصفحات لا يوجد أي تجاوب أو ردود من قبل المترشحين على تلك التعليقات ما يساهم فعلا في قطع سبل الحوار بين الطرفين، ويعتبر هذا النوع من التسويق للحملات الانتخابية في الجزائر جديدا نوعا ما مقارنة بباقي الدول الغربية منها خاصة.

### 3.3.2 أكثر أشكال النشر الفايسبوكي للمترشحين لأجل التسويق لحملاتهم الانتخابية تأثيرا على المتابعين:

سجلت أعلى نسبة للمبحوثين الذين اجابوا بأنه أكثر ما يشد انتباههم في منشورات مترشحي الحملات الانتخابية الرئاسية هو الصور بنسبة 33%، تليها الفيديوهات والبتوث المباشرة بنسبة 28.5% لكل منهما، في حين قدرت نسبة المنشورات الكتابية بـ 10%.

اعتمد المترشحون للانتخابات الرئاسية في التسويق لحملاتهم وعرض برامجهم على عدة أشكال من النشر، هذه الأشكال التي عرفت اهتماما وإقبالا متباينا بين متابعي الصفحات الرسمية لهؤلاء المترشحين، وكذلك بين من تظهر لهم منشورات تلك الصفحات عند تعليق اصدقائهم عليها أو كإعلانات ممولة تعرضها عليهم خوارزميات الفايسبوك، وفي كل الأحوال فإنه أكثر ما يجذب المتابعين هي الصور والبتوث المباشرة كونها أقرب إلى الواقع وتعرض كل ما هو حي، والواضح أن المترشحين يعملون جيدا على هذه النقطة لأنه وبمجرد قراءة سيمولوجية للصور أو متابعة محتوى الفيديوهات سنجد أنهم يركزون أكثر على شخصهم ويعطون لأنفسهم مساحة أكبر في البروز وبالتالي شد الانتباه أكثر، أما المنشورات الكتابية فأغلبها عبارة عن إعطاء مواعيد للحملات الانتخابية في مختلف الولايات أو إعلان عن برامج مستقبلية بعد الفوز في الانتخابات والتي غالبا ما تكون خطابات رسمية باللغة العربية أو الفرنسية يغلب عليها الطابع الجدي، متبوعة بهاشتاك تبناه المترشح طيلة حملته الانتخابية.

خاتمة:



من خلال ما تم إيراده في هذه الدراسة بشقيها النظري والميداني وبالإطلاع على جملة من الدراسات السابقة التي تنصب في نفس اهتمامات موضع البحث الحالي، فإنه تم التوصل إلى أنه حقيقة ساهم الفايسبوك بشكل كبير في إرساء دعائم الديمقراطية الإلكترونية على اعتباره فضاء افتراضيا مكن كل رواده من التعبير عن مختلف آرائهم وأفكارهم بكل أريحية دونما أية قيود أو تبعات أو دون الحاجة إلى ممثلين ينوبون عنهم لإيصال رسائلهم السياسية بالدرجة الأولى، وقد كان الأمر واضحا بالتداول الطاغي لكل ما يتعلق بالحراك طيلة الفترة الفائتة والمساهمة في التخطيط له وكذا التعبئة الشعبية وتنظيم لحشود الحراك للخروج إلى الشارع بالإضافة إلى سرد مختلف المطالب الجماهيرية فيما يتعلق بالحراك، ولأن الفايسبوك وسيلة فضفاضة وتستوعب الجميع فقد استفاد أيضا السياسيون منه للتسويق لحماتهم الانتخابية لضمان انتشارية أكبر لها وتحقيق قاعدة جماهيرية أوسع، وهذا ما وضحته نتائج الدراسة الميدانية من خلال ما صرح به المبحوثين من نتائج أغلبها تصب في تجاوبهم وتفاعلهم مع ما يتم تداوله على الفايسبوك وعلى الصفحات الرسمية للمترشحين حول كل ما يتعلق بحملاتهم الانتخابية وبرامجهم السياسية، ولعل أهم تلك النتائج:

- يفضل 62.5% من مجموع أفراد العينة الانضمام إلى فضاءات نقاشية وهذا للدور الكبير التي تلعبه تلك الفضاءات في خلق جو حوارى لتبادل الآراء والأفكار، أما عن أسباب انضمامهم فإنه 54.5% يرجعون ذلك إلى رغبتهم في استكشاف الأحداث السياسية ومتابعة كل ما هو متعلق بالحراك والحدث الانتخابي الرئاسي، وهذا كونهما من أبرز ما يدور في الساحة السياسية للجزائر آنذاك،

- يعبر 62% من أفراد العينة عن موقفهم من الحراك الإلكتروني عن طريق صفحات الفايسبوك، و 72% من جنس هؤلاء ذكور، ويرجع هذا لأنهم أكثر شجاعة في التصريح بالآراء والمواقف وأكثر دراية وإلماما بالوضع السياسي كون الأمر من مجال اهتمامهم، عكس الإناث وهذا دونما تعميم طبعا.

- أجمع 61% من المبحوثين على أنه يساير النشر الفاييسبوكي وكل ما يتم تداوله من معلومات حول الحراك ما يجري في الواقع كونه يعتمد على المواطنين في إيصال المعلومة في ظل ما يسمى بإعلام المواطن او الإعلام البديل.

- يرجع أغلب المبحوثين الفضل للفايسبوك في دعم الحراك وانتشاريته بنسبة 69.5% لكونه شكل قوة ضاغطة على الحكومة وساهم في التعبئة الشعبية ووضع خطط قبلية ووضع تحليلات حول نتائج كل جمعة من جمعات الحراك.

- يتابع 54.5% من المبحوثين برامج الحملات الانتخابية للمتشحين لرئاسيات الجزائر 2019 وقد أبدى غالبيتهم استحسانهم لفكرة التسويق السياسي الإلكتروني للحملات الانتخابية كونها تعرف أكثر ببرنامج السياسي للمترشح وتقربه من المواطن حسيم.

- أقدم 59% من المبحوثين على تسجيل الإعجاب والمتابعة للصفحات الرسمية للمتشحين لرئاسيات 2019، أما عن أشكال التفاعل فقط توزعت على التعليقات والمشاركات وتسجيلات الإعجاب بنسب متفاوتة، وبالحديث عن تلك الصفحات أيضا فإنه توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يتفاعلون أكثر مع الفيديوهات والبثوث المباشرة والصور على عكس المنشورات الكتابية.

ولأن الموضوع أكبر وأوسع من أن يختزل في دراسة ميدانية مقتضبة أو أن يركز فيه على بعد واحد، فإنه يمكن اعتبار هذه الدراسة بوابة فقط لدراسات وبحوث قادمة تتعرض لموضوع الديمقراطية الإلكترونية في الجزائر بشكل أوسع ومتغيرات بحثية أخرى للوصول إلى نتائج أخرى جديدة.

#### 4. قائمة المراجع:

ابو عرجة تيسير وآخرون، (2013)، وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير -بحوث علمية محكمة-، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.

أحمد محمد الأمين، الجنابي عبد مرزوك، (2020)، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي – الاعتماد المتبادل-، برلين، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.

البحيضي عيسى إسراء محمود، (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي للحملات الانتخابية (دراسة تحليلية)، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة.

Stéphanie Wojcik, (2019) La démocratie électronique Débats académiques et usages politiques, <https://core.ac.uk/download/pdf/88383318.pdf>

Greffet Fabienne, (2016), Partis Politiques Et Démocratie Numérique, Une Relation Sous Tensions, dans Dominique Andolfatto et Alexandra Goujon, partis politiques et démocratie, Bruxelles, presses de L'Université.

حسن سعد عبد الحميد، (2020)، هندسة العقل: دراسة في أساليب خداع الرأي العام، بغداد، مركز النهريين للدراسات الاستراتيجية.

Barend Barend lutz , Pirre du Toit, (2014), Defining democracy in a digital age : political support on social media, Palgrave Macmilln, England. 2014.

Heather A. Horst, Daniel Miller, (2012), Digital Anthropology, , London, Berg.

John Clayton Thomas, Gregory Streib, (2005), E-Democracy, E-Commerce, and E-Research: Examining the Electronic Ties Between Citizens and Governments, Administration & Society, Volume 37, issue 3.

La Team Tamento,(2013), Evolution Des Usages Des Réseaux Sociaux Par Les Responsables Politiques, Franse, Tamento.

عبد العزيز بسيوني راندة عاشور، (2017)، الحملات الانتخابية عبر الإعلام الجديد، القاهرة، المكتب العربي للمعارف.5.

النوحي عبد القادر، سحنون عطاء الله، (2019) ظاهرة الاغتراب بين التحليل الإيستيمولوجي والتحليل السوسولوجي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 01.