

الحملة الانتخابية الإلكترونية كفضاء جديد للممارسة الديمقراطية في الجزائر .

بوصيبي عائشة

جامعة مستغانم

مقدمة:

احتلت وسائل الإعلام والاتصال حاليا مكانة هامة، وتعتبر من بين المقاييس التي تشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي مجتمع من المجتمعات في بلدان العالم، وارتبطت هذه الوسائل بمدى ممارسة الديمقراطية داخل هذه المجتمعات. ويظهر العولمة أصبح العالم قرية صغيرة وعصر الإعلام والاتصالات الذي يشهدها العالم حاليا، يتميز بالتطور الهائل في التكنولوجيات ضف إلى ذلك خاصية تدفق المعلومات من اتجاه واحد وتداولها. وفي نفس الوقت هو عصر للتحويل الديمقراطي، الذي يساير التطور الإعلامي داخل المجتمعات الإعلامية. ولا تزال الممارسة السياسية نتاجا لمدى تقدم المجتمعات ومدى تحضرها، فاختلقت هذه الممارسات السياسية باختلاف الحضارات القديمة والفترات التاريخية المتعاقبة عليها.

حيث عرفت الحضارات القديمة خاصة الحضارة اليونانية فكرة الانتخابات بوصفها ممارسة، تختار فيها الجماهير ولائها أما الانتخابات ومضمونها المعاصر، مورست منذ القرن التاسع عشر في كل من فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، وتطورت هذه العملية على مر التاريخ حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن حتى أصبحت لها قوانين وأطر مختصة بما. فأصبحت الحملات الانتخابية في المجتمعات الحديثة والمعاصرة تكتسي أهمية كبيرة باعتبارها مؤشرا حقيقيا عن الممارسة الديمقراطية الفعلية.

فعالية الإتصال السياسي العامل الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أي نظام مهما كانت طبيعته، لأنه يمكن مختلف الفاعلين السياسيين من شرح أفكارهم وبرامجهم للجماهير المستهدفة وبالتالي يقرب من وجهات نظرهم، ونظرا لما يشهده المجتمع الدولي حاليا ففعالية الاتصال السياسي لا يمكن أن تتحقق من دون استخدام وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها المكتوبة، السمعية منها والبصرية والإلكترونية. وفي ظل الثورة الإتصالية الإلكترونية، فدور كل من الوسائل التقليدية بدأ يتراجع أمام التطور الذي تساير وسائل الإعلام الإلكترونية وخاصة منها الإنترنت وذلك بفضل ما تقدمه من خدمات إتصالية لا تتوفر عليها أي وسيلة إعلامية. والتي أصبحت شاملة لجميع الوسائل الإعلامية الأخرى ما دفع بعض السياسيين، إلى استخدامها بشكل مكثف في مختلف نشاطاتهم السياسية لتنشيط حملاتهم الانتخابية، فأصبح ما يعرف اليوم بالحملات الانتخابية الإلكترونية، ففتحت فضاء جديد للممارسة الديمقراطية فأصبحت محل اتجاه العديد من المرشحين والسياسيين أثناء الحملات الانتخابية خاصة لدى الدول الغربية الممارسة للديمقراطية، وخير النماذج لهذا المعيار الحملة الانتخابية لباراك أوباما، عبر الشبكة الإلكترونية والنائج المتحصل عليها حملته نتيجة للنشاط المكثف للمرشح عبر الوسيلة. فانتقلت هذه الممارسة الجديدة للانتخابات عبر شبكة الإنترنت إلى العالم العربي منها التجربة الجزائرية التي تعد جديدة من نوعها في هذا المجال.

وعليه نطرح السؤال التالي: ما واقع الحملات الانتخابية الإلكترونية كفضاء جديد للممارسة السياسية الديمقراطية بالجزائر ؟

1 - الممارسة الديمقراطية على شبكة الانترنت: الديمقراطية من خلال إثناء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات، ونشر المعرفة السياسية بين المواطنين وتدعيم الآراء المعارضة. بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة إهتمامه بالشؤون السياسية، وقد تجلّى ذلك في بناء هياكل سياسية ديمقراطية يشارك الأفراد في بنائها، وقد اعتادت الشبكات الإلكترونية منذ عدة سنوات على المشاركة في تغطية الأحداث الهامة. الأمر الذي يستحيل فيه اليوم توقف هذه الشبكات عن تدفق المعلومات ما أدى إلى زيادة إهتمام الإنترنت بتدعيم الممارسة الديمقراطية. (1)

لقد ساهم الإنترنت منذ ظهوره في دعم الديمقراطية، وبيدوا تأثير وسائل الإعلام الجديدة في المعرفة السياسية، من خلال تسهيل الحصول على المعلومات من مصادر مباشرة وتسهيل توصيل المعلومات إلى الجمهور دون تدخل من السلطات الحاكمة. أو جماعات الضغط وبالشكل الذي يؤيده المرسل، فقد وضعت شبكة الإنترنت أمام مستخدميها عددا ضخما من المعلومات المتحررة من قيود الزمان والمكان.

ويؤكد "جون هيرجان" أن شبكة الإنترنت أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش الديمقراطي، من خلال إضافتها أبعاد أخرى للإتصال مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، حيث تتميز بالطبيعة التفاعلية وصعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونية وإتساع نطاق القاعدة الإجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية كما تحول الجمهور فيها من مجرد مستخدم ومستهلك إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة.⁽²⁾

لقد برزت أهمية الإنترنت في المجال السياسي من خلال السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة، إلى جمهور عالمي بسهولة ويسر، حيث تتوفر بالنسبة لها الحماية في القوانين الصعبة التي تواجهها أجهزة الإعلام التقليدية وتتميز أيضا بالسرية والمشاركة الديمقراطية والحرية الدينية والسياسية والوصول العالمي وحرية التعبير.

فمجتمع المعلومات خلق ممارسات جديدة في النشاط السياسي، كما أنه يعتبر تحد جديد للمؤسسات السياسية التقليدية من أحزاب وحكومات وذلك بفضل الشبكة العنكبوتية التي سمحت للجميع بأن يكونوا فاعلين في العملية السياسية عبر الوسائط المتعددة، التي تقترحها والتي تعوض بشكل كبير الهياكل الضخمة والتقليدية التي تشكل الأحزاب السياسية ومختلف الهيئات المهتمة بالشأن السياسي⁽³⁾.

حيث أن الإنترنت أنشأ مجتمعا عالميا يتواصل مع بعضه، هذا المجتمع العالمي هو الذي جعل من الإنترنت الوسيلة الأساسية للممارسة الديمقراطية أين يسمح بفرص حقيقية لإنشاء أشكال ديمقراطية جديدة متعددة وشبكية. لا يكتفي فيها المواطن باختيار ممثليه لكن أين يستطيع إسماع صوته لهم، مناقشتهم مراقبة وتقييم نشاطات الذين انتخبهم.

بالإضافة إلى ذلك فتحت الإنترنت فرصا جديدة للحديث عن الأمور السياسية على مستوى المثقفين والأشخاص العاديين وقد سمحت بتنوع وجهات النظر وتبادل المعلومات مقارنة بأجهزة الإعلام التقليدية وتعتبر الإنترنت فرصة هائلة للناس حول العالم ممارسة حرية الرأي والتعبير ويبدو ذلك من خلال اختيار المستعمل المعلومات بحرية دون قيود وبطريقة ديمقراطية، وتسمح لمشركيها بالتغلب على الرقابة الصحفية التقليدية، التي تفرضها بعض الحكومات وتسمح لمنظمات المجتمع المدني بأن تكون أكثر فاعلية داخليا، وتسمح بالشفافية في تبادل المعلومات، وتزود الإنترنت مستخدميها بتفسيرات للأخبار.

2 - الوسائط الجديدة للإنترنت في ممارسة الديمقراطية: هذه الوسائط الجديدة للإنترنت فتحت فضاء جديدا داخل المجتمع في ممارسة الديمقراطية، ويمكن تصنيف تلك الوسائط إلى:

أ. وسائط تقليدية: منها البريد الإلكتروني: (e-mail) و: ويتصدر أدوات الاتصال والتفاعل نظرا للخصائص التي يتميز بها، وتمثل في سهولة الاستعمال وتوفير إمكانيات تبادل المعلومات سواء كانت نصية أو مصورة.⁽⁴⁾ ويتم هذا التبادل والإرسال بسرعة وكفاءة وفعالية كبيرة، عن طريق استغلال إمكانيات الشبكات المختلفة ويتميز بإتاحة أنماط أخرى للإرسال مثل: إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المشتركين⁽⁵⁾.

ويستخدم البريد الإلكتروني تحديدا في دعم شبكات العمل الجماعية، داخل المنظمات الحزبية علاوة على ربط المواطنين بالأحزاب السياسية. وتشير بعض الدراسات إلى استخدام الأحزاب السياسية للإنترنت في دول معينة مثل: الدانمارك، بريطانيا، هولندا بالإضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية.

كما يسمح الاتصال عن طريق البريد الإلكتروني للمستخدمين بإرسال الرسائل النصية أو الجداول الإلكترونية، أو رسومات أو أصوات أو فيديو، أو صور من شخص لآخر عبر سلسلة الحاسبات الآلية المتصلة بالإنترنت.

ويعتبر وسيلة ملائمة وسريعة لإمداد المعلومات بالإضافة إلى أنه منخفض التكلفة وعليه يعتبر البريد الإلكتروني من أولى وأهم الخدمات التي تحقق التفاعلية في استخدام الإنترنت.⁽⁶⁾

المنتديات: ظهرت سنة 1996 منتديات النقاش بفضل برنامج **ultimate bulletin boards**، بفضل شبكة الإنترنت الفرصة لمستخدميها الحوار أو المحادثة أو النقاش، يتبادل الأطراف النصوص أو الرموز على المواقع في نفس الوقت الحقيقي حول الموضوعات المختلفة، ويتم التفاعل بين المتحدثين كتابة أو بالصوت أو بالصورة عن طريق (webcam).

فيتم استخدام بذلك البريد الإلكتروني لإنشاء مجموعات نقاش تتسم بالعالمية ويتوفر على النظامين التاليين:

1- مجموعة الأخبار (news group): تمثل مجموعة الأخبار أو النقاش نوعاً من لوحات النشرية الإلكترونية Electronic bulletin boards المسمى السابق لها، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب إهتمامه، كما يستطيع مراجعة هذه المجموعات من حين لآخر وإضافة خبر أو مذكرة وكذلك حق الرد عليها.

2- القوائم البريدية (Mailing lists): تشمل القوائم البريدية الإلكترونية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات والمجالات لعرض الأخبار ولطرح الأسئلة، أو نشر المذكرات المختلفة وتم إدارة البعض الآخر من القوائم البريدية عن طريق شخص مسبق يتلقى الرسائل البريدية الإلكترونية للأشخاص، الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة. ويختلف العنوان الخاص بهذه المجموعات عن نظيره الخاص بمجموعات الأخبار، حيث أن العنوان في هذه القوائم تنطبق عليه الشروط الخاصة بالبريد الإلكتروني⁽⁷⁾.

وعليه فإن للمنتديات دوراً كبيراً في جعل الإنترنت أداة لحرية التعبير، وأصبحت هذه الخدمات موضوع أبحاث ودراسات كثيرة، خاصة في البلدان التي تنتشر فيها الشبكة. كما أنه لا يمكن إغفال دور المنتديات كوسيلة من وسائل تحقيق التفاعلية بين مستخدمي الإنترنت، وعلى حد قول أحد الصحفيين العرب: أن المنتديات كانت بمثابة الانفجار الكبير الذي نشر نجوم التفاعلية في فضاء الإنترنت.

ب - الوسائط الجديدة: من هذه الوسائط المجتمع الافتراضي مثل: الفيسبوك وهو موقع إنترنت للترابط الاجتماعي يهدف إلى جمع أشخاص يعرفون بعضهم البعض أو يجهلون بعضهم البعض. ففي أبريل 2009 جمع هذا الموقع أكثر من 200 مليون عضو عبر العالم، إنه الموقع الرابع الأكثر زيارة حسب موقع Alexa Internet .

ظهر الفيسبوك في جامعة هارفارد حيث كان عبارة عن شبكة اجتماعية مغلقة لطلبة الجامعة، قبل أن يصبح مفتوحاً لبقية الجامعة الأمريكية، ومفتوحاً للجميع منذ سبتمبر 2006.

يعرف هذا الموقع جدلاً كبيراً فيما يخص احترام الحياة الشخصية للمستخدمين، وبالفعل فإن هذا البرنامج يستعمل معلومات شخصية لإدراج الإشهار الملائم لنمط الشخصية (profil) ويبيع معلومات المستخدمين إلى مؤسسات خاصة.

- الشرائط المصورة مثل (youtube): أسس هذا الموقع كل من "تشارد هرلي" ستيفن تشن" و"جاود كريم" وهم موظفون سابقون في شركة " pay pal"، أصبح النطاق اليوتيوب نشطاً في 15 فيفري 2005 ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضعة أشهر، افتتح الموقع كتجربة في ماي 2005 وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر، وبحسب موقع Alexa Internet يعتبر يوتيوب حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم، بعد ياهو وجوجل. ففي يوليو 2006 صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوماً، وأصبح العديد من الهواة مثل، الكوميديين والسياسيين والموسقيين ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر⁽⁸⁾.

- المدونات (blogs): تعد المدونة المفكرة الشخصية التي توضع على شبكة الإنترنت، حيث يضع فيها الشخص أفكاره، وجهات نظره حول الأحداث وتحمل آماله وآلامه وهمومه، وأفراحه وغير ذلك فهي فضاء للتعبير الحر يمتلكها أناس محترفون وآخرون من ذوي الاهتمامات الأخرى.

ولقد كان للمدونات تأثير كبير في صناعة الأخبار ونشرها وشكلت بالفعل في بعض الحالات، وكالات إعلامية تخص صاحبها. إلا أنها تعاني من مشكلة المصادقية رغم أنها تتلقى التعليقات والردود.⁽⁹⁾

ولقد استعملت المواقع الإلكترونية هذه الخدمات بكثافة، رغبة منها في منح الفرصة للمشاركين في صناعة المحتوى. وكذلك خلق المستخدم المتفاعل والمتجاوب مع الأخبار المنشورة فعلى سبيل المثال، يستعمل أحد المواقع العربية (إسلام أونلاين) خدمة المنتديات ويوظفها في صناعة الخبر.

وتعتبر المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفة "ويب" على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة. هذه الآلية للنشر على "الويب" تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا الوسيط أي الإنترنت. وتتيح لكل شخص أن يشير كتابه بسهولة بالغة إضافة إلى الخاصية الأهم وهي التعليقات التي تخلق التفاعل بين المدونين والقراء وتعتبر الصحف والمجلات الإلكترونية أحد أوجه التدوين المتقدمة والإنتاج الأدبي ونشر الأخبار والموضوعات المتخصصة في مجال التقنية والإنترنت نفسها. وبما يخص بعض المدونون مدوناتهم للكتابة في موضوعات شتى فيما يكتبون، كذلك توجد مدونات تقتصر على شخص واحد وأخرى جماعية

شارك فيها العديد من الكتاب وثالثة تعتمد أساسا على الصور والتعليق عليها كما إنتشرت مؤخرا مدونات الفيديو (videoblogs) على شبكة الإنترنت وهي قائمة أساسا على نشر المحتوى التدويني بالصوت والصورة مسجلا على فيديو⁽¹⁰⁾.

ومن هنا يمكن القول أن الإنترنت توفر مساحة كبيرة من حرية النقاش والتعبير، وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية. وهذا ما أتاح للجمهور أداة إعلامية إلكترونية مستقلة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية الأخرى⁽¹¹⁾.

فالإنترنت بقدر ما يمثل فضاء مثاليا للحوار وتضارب الأفكار، بشكل ديمقراطي وحر وبطريقة غير مسبوقه، إلا أن الإنترنت يمكن أن يكون خطرا على الديمقراطية في الحكومات الشمولية من حيث إمكانية جمع معلومات حول الأفراد ومراقبتهم عبر الشبكة. فمثلا أكدت مؤخرا بعض المصادر الإخبارية سيطرة وكالة الاستخبارات الإسرائيلية على بنك المعلومات الخاصة بموقع الفيسبوك.

3- أولى استخدامات الإنترنت في الحملة الانتخابية:

رغم فعالية الحملات الإعلامية السياسية عبر الصحافة المكتوبة والتلفزيون، والإذاعة إلا أن تكاليفها باهضة جعلت من السياسيين يبحثون على وسائل إعلامية واتصالية أخرى تكون في مستوى فعاليتها ولكن أقل تكلفة منها⁽¹²⁾.

ومع التطور التكنولوجي الذي شهدته خدمات الإنترنت، أصبحت بالنسبة للكثير من السياسيين البديل المثالي لمختلف الوسائل الإعلامية. كونها تختصر عامل الوقت وتكلف مبالغ ضخمة، وكانت بداية دخول الإنترنت إلى عالم السياسة في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2004. ونتيجة للدراسة التي أجراها مركز بيو ريسيرش بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2004، تبين أن نسبة من تابعوا هذه الانتخابات على شبكة الإنترنت من الأمريكيين بلغت 29% بعد أن كانت 14%. فقط في الانتخابات الرئاسية 2000، أي ما يعادل 50 مليون أمريكي اتجهوا إلى الإنترنت للإطلاع على أخبار الانتخابات يوميا حيث تجاوز العدد الذي سجل في عام 2000 بـ 27 مليون.

إن النتائج الإيجابية التي حققها "هوارد دين" من استخدامه لشبكة الإنترنت في حملته الانتخابية من أجل الفوز بترشح الحزب الديمقراطي، لرئاسيات عام 2004 شجعت باقي السياسيين الأمريكيين الديمقراطيين منهم والجمهوريين، على تبني التجربة، وذلك على الرغم من أنه لم يفز بترشيح الحزب، الشيء الذي جعلهم ينشؤون العديد من المواقع الإلكترونية.

وانطلاقا من عام 2004 بدأت الدول الغربية خاصة الأوروبية منها، في تبني التجربة الأمريكية فيما يتعلق بالحملات الانتخابية الإلكترونية، ومن أبرز الدول الأوروبية التي تبنت الأسلوب الإلكتروني، في تنشيط الحملات الانتخابية: فرنسا، بريطانيا، سويسرا.

إذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية السبّاقة إلى استخدام الإنترنت في الحملات الانتخابية، وذلك في ظل توفر عوامل مساعدة، كإتقان الأمريكيين لاستخدام التكنولوجيات الاتصالية والإعلامية، بالإضافة إلى توفر أجهزة الكمبيوتر بسعر منخفض، والمزود بالإنترنت ذات السرعة العالية⁽¹³⁾.

4 الحملات الانتخابية الإلكترونية كأسلوب للاتصال السياسي: أصبح مختلف الفاعلين في مجال السياسة مؤخرا يتحدثون عن ما يسمى

بالديمقراطية الإلكترونية، التي تشمل العديد من المفاهيم كالحكومة الإلكترونية فهذه الأخيرة التي بدأت تعرف رواجاً كبيراً لدى مختلف الناشطين في البيئة السياسية، وذلك نظراً لما أصبحت تقدمه الإنترنت من خدمات إعلامية واتصالية فريدة من نوعها، حيث كان لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات ICT الأثر البالغ على طرق إدارة الحملات الانتخابية. والملاحظ أن مميزات الحملة الانتخابية الإلكترونية تختلف من ناحية إدارة الحملة الانتخابية بمفهومها العام، حيث تتعلق هذه التغييرات بجانبين رئيسيين هما: من ناحية الهيكل التنظيمي للحملة حيث تحتوي عادة في الحملات

العادية على مسؤول مالي، ومسؤول إعلامي، ونسق أعمال المتطوعين بالإضافة لرئيس الحملة.⁽¹⁴⁾

فالهيكلة التنظيمي لا بد من تغييره بما يتلائم مع متطلبات نظم تقنية المعلومات والاتصالات، التي توفرها شبكة الإنترنت، بمعنى يجب أن يضم مسؤول عن مختلف الاجراءات التي تتطلبها الحملة الانتخابية الإلكترونية، بما فيها مراقبة نظم تقنية المعلومات⁽¹⁵⁾.

أما الجانب الثاني يتعلق بتخصيص الميزانية الكافية لتغطية متطلبات الحملة الانتخابية الإلكترونية، لا يمكن تقديره نظرا لاختلافات ميزانيات الحملات الانتخابية، لكن من المستحسن أن يخصص لها نسبة 5% تقريبا من الميزانية الاجمالية للحملة الانتخابية ككل. وهي النسبة الأكثر تداولاً لدى مجموعة من الباحثين في هذا الجانب. فالاعتماد على شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية في تنشيط الحملات الانتخابية يتطلب تعديلات في الهيكل التنظيمي، المسير لهذه الحملات. كما يستلزم تخصيص ميزانية خاصة، لاستخدام هذه التكنولوجيات التي يجب أن تكون كافية لضمان تأثيرها الفعال على هيئة الناخبين.

أما الجانب السياسي فيتعلق بالخدمات التي تتيحها شبكة الانترنت من أجل تحقيق الأهداف السياسية للحملة الانتخابية الإلكترونية⁽¹⁶⁾.

وفي هذا الصدد توفر الشبكة العنكبوتية العديد من الخدمات ونذكر من بين هذه الخدمات:

- **قوائم البريد الإلكتروني: E-Mail Lists:** فهي تلعب دورا كبيرا في إيصال رسالة المرشح للناخبين وهنا لا بد من التركيز على أهمية هذه الخدمة، لأنها وسيلة مجانية وسهلة الاستخدام، حيث يمكن التحدي هنا بالنسبة للمرشح والمتطوعين، معه في جمع أكبر قدر ممكن من عناوين البريد الإلكتروني، فقد تمكن مرشح الحزب الجمهوري جورج بوش في حملته الانتخابية لرئاسيات عام 2004 من خلال خدمة e_train من جمع أعداد من عناوين البريد الإلكتروني، وذلك عن طريق الطلب من مستلمي الرسائل إرسالها لأصدقائهم، الذين بدورهم يمكنهم كتابة بريدهم الإلكتروني ليضاف ضمن القائمة وكذلك إعادة إرسال هذه الرسائل لأشخاص آخرين وهكذا.

- **الخارطة التفاعلية:** من المحتويات المهمة لبوابة الحملة الانتخابية الإلكترونية لأي مرشح وجود، خارطة تفاعلية تبين حدود هذا المرشح. ويمكن المستخدم من معرفة ما إذا كان عنوانه الإلكتروني ضمن الدائرة الانتخابية، لهذا المرشح أولا أما على مستوى المرشحين وأحزابهم السياسية، فإن مراكز المعلومات الخاصة بهم يجب أن تتوفر على قواعد للمعلومات بالناخبين المسجلين، بالإضافة لمعلومات عن نسبة اقتراع المناطق المختلفة من الناحية الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية، الشيء الذي يمكن من إرسال رسائل إلكترونية تركز على جوانب اهتمام أهل هذه المناطق.

- **وسائل التواصل الإلكترونية:** من أبرزها خدمة الدردشة التي تسمح بالنقاش حول مختلف القضايا التي تهم الناخبين⁽¹⁷⁾.

- **لقطات الفيديو:** تتيح شبكة الإنترنت للمرشحين إمكانية ظهورهم في لقطات فيديو قصيرة سواء في تجمعات شعبية أو في مناطق سياسية أو في لقاءات إعلامية كما تعرض في بعض الأحيان، موافق محرحة للمرشحين في الانتخابات ومن أشهر المواقع التي توفر هذه الخدمة نجد موقع اليوتيوب وخير مثال على نجاعة هذه الخدمة في تغيير صورة المرشحين، مقطع الفيديو الذي بين السيناتور الجمهوري عن ولاية فرجينيا الأمريكية، "جورج ألان" وهو يستخدم لفظا عنصريا "macaca" الذي يعني القرد في إثارة لأحد الناشطين في حملة المرشح الديمقراطي "براك أوباما" حيث تدنت شعبيته كثيرا بعد بث هذا الفيديو.

- **مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية الافتراضية:** أن المدونات أو البلوجر ومواقع التعارف والمواقع الاجتماعية، تفيد للمرشح في شرح مواقفه السياسية بوضوح تمكنه من صنع الصورة السياسية التي يريدتها. وهي في مجملها عبارة عن مساحة افتراضية تشهد إقبالا واسعا من فئات المجتمع المتباينة، من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي والسياسي، وحتى العمري حيث أن أكثر زوارها هم من فئة الشباب ومن أشهر هذه المواقع، الفيسبوك، اليوتيوب، التويت... إلخ.

- **خدمة التدوين المصغر:** وهي خدمة تتيح للمرشح نشر أخباره من شبكة الإنترنت إلى الهواتف النقالة.

- **إمكانية إنشاء موقع خاص بالمرشح:** تتيح شبكة الإنترنت للمرشح إمكانية إنشاء موقع خاص به يتضمن جميع الخدمات السابقة، بالإضافة إلى خدمات أخرى، مثل مشاهدة القناة التلفزيونية للمرشح.

ومن هنا يقع اختلاف بين أهداف الحملة الانتخابية الإلكترونية كأسلوب للاتصال السياسي، وبين الحملات الانتخابية الأخرى فهي تهدف لإقناع الناخبين بالتصويت لمرشح معين⁽¹⁸⁾.

4- واقع الحملات الانتخابية الإلكترونية بالجزائر: لا يمكن الحديث عن واقع الحملة الانتخابية الإلكترونية بالجزائر دون ذكر عن واقع الحملة الانتخابية الإلكترونية في الوطن العربي. حيث نقلت شبكة "سي أن آي" الأمريكية عن بعض المحللين السياسيين أن الإنترنت ما زال

خارج المنافسة، مع وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية العربية، والتي في معظمها عبارة عن حملات لانتخابات تشريعية، أو بلدية وليست استحقاقات رئاسية إلا في عدد قليل من الدول العربية مثل: لبنان، اليمن، مصر، والجزائر.

ومن خلال مراقبة عدد من المواقع التابعة لمجموعة من الأحزاب السياسية في العالم العربي، التي خاضت انتخابات مؤخرا حسب استخدامها للمواقع الإلكترونية، لا يتعدى مجرد تحديد أهم الأفكار التي سواجه فيها هذا الحزب غير من الأحزاب السياسية المنافسة، وذلك حسب الدراسة التي قامت بها شبكة "سي أن آي" الأمريكية.

فهناك من الأحزاب السياسية، في الوطن العربي لا ترى من وسيلة الإنترنت فرصة إضافية لتعزيز ممارساتها الديمقراطية. في حين يرى البعض الآخر أن سيطرة أنظمة الحكم في البلدان العربية على وسائل الإعلام بما فيها الإنترنت، يعتبر السبب الرئيسي الذي يمنع هذه الأحزاب السياسية من استخدام الاختيارات والبدائل التي تقدمها هذه الشبكة للممارسة ما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية⁽¹⁹⁾.

فمن خلال ما تم ذكره لاستخدامات الإنترنت في الحملات الانتخابية داخل الوطن العربي لم تصل بعد إلى مرحلة التقدم على الرغم من تواجد بعض التجارب المتواضعة التي خاضتها بعض البلدان العربية، مثل اليمن، البحرين، تونس، ومصر.

وأما الحديث عن الجزائر وهو موضوع إشكاليتنا، ومدى إقبال السياسيين وبالأخص الأحزاب السياسية على استعمال الإنترنت في العملية الانتخابية لا يقع فيه اختلاف، عن الممارسة الموجودة داخل الدول العربية.

فإذا تتبعنا كرونولوجيا الحملات الانتخابية بالجزائر، فأغلبية الوسائل المستعملة هي الوسائل التقليدية، فعلى الرغم من زيادة أهمية وسيلة الإنترنت كوسيلة للاتصال السياسي، في العديد من الدول الغربية، فالملاحظ غياب هذه الوسيلة بشكل شبه كلي عن الحملات الانتخابية في تشريعات الجزائر لعام 2007، فهذا القصور في استخدام شبكة الإنترنت لم يقتصر على الأحزاب السياسية بل تعداه إلى المؤسسات الحكومية، فالمعلومات المقدمة من موقع وزارة الداخلية الخاصة بهذه الانتخابات بعيدة كل البعد عن مواكبة تطورات الأحداث على الساحة الانتخابية. فحسب الدراسات التحليلية التي قامت بها بعض المؤسسات الإعلامية في الجزائر لمواقع المرشحين في الانتخابات الرئاسية الجزائرية، التي تم إجراؤها يوم 09 أبريل 2009 تبين أن هناك تباين واختلاف في استخدام هؤلاء المرشحين للإنترنت. فهناك من أخذها بعين الاعتبار كوسيلة إعلامية فعالة وهناك من تجاهل فعاليتها في حشد الجماهير والتقرب منهم.

فمثلا موقع المرشح عبد العزيز بوتفليقة صمم هذا الموقع بشكل متميز، حيث يجد المتصفح للموقع، كل ما يتعلق بالمرشح، سيرته الذاتية إلى الخصلة التي تم تحقيقها في العهدين والآفاق المستقبلية بالإضافة إلى الأجنحة الانتخابية التي تحتوي على كل المواعيد المتعلقة بالتجمعات التي سينشطها⁽²⁰⁾.

أما موقع المرشح موسى تواتي فقد تضمنت الصفحة الرئيسية له صورة المرشح وتصريحاته ومعلومات تتعلق بعدد التجمعات. أما المرشحين المنافسين الآخرين كل من محمد السعيد التي تضمنت صفحته الرئيسية صورة المرشح وتاريخ إعلانه عن الترشح وقد فتح هذا المرشح المجال للإجابة على أسئلة المواطنين عبر شبكة الإنترنت.

أما موقع لوزية حنون لا يقدم موقع الحزب المعلومات المطلوبة لمثل هذه المناسبات الانتخابية، هذا في ظل تصريح القائمين على حملتها الانتخابية، أنهم قرروا تحديث الموقع لتزويد الزوار بكل ما يرغبون به من معلومات.

أما موقع المرشح علي فوزي ربايعين: لا يقدم أي معلومات للزائر باستثناء عبارة كلنا مع فوزي ربايعين باللغتين العربية والفرنسية، مع أن الموقع كان من المقرر أن يكون جاهزا يوم 14 مارس 2009، لكن ذلك لم يحدث⁽²¹⁾.

رغم التطور الحاصل في مجال الاتصال السياسي الإلكتروني فإن نظرة السياسيين الجزائريين لفعالية الإنترنت في تنشيط الحملات الانتخابية، لم تتغير إلى الإيجابية المطلوبة فالنتائج المتوصل إليها في رئاسيات 2009 حيث لم تكن واسعة الانتشار لكنها شاركت في الانتخابات النيابية لعام 2012، وكانت منبرا للأحزاب التي خاضت المنافسة عرضت من خلالها برامجها ونظرتها لمشاكل المواطنين والحلول المناسبة لها.

وبالعودة إلى الانتخابات الرئاسية لسنة 2014 يستفيد المترشحون للرئاسة في الجزائر، من منبر جديد هو شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقعي الفيسبوك ويوتيوب حيث تدخل هذه الشبكات، معترك التنافس لأول مرة بعد أن كان التلفزيون الحكومي المنبر الوحيد الذي

بيث "مقططات يسيرة" من لقاءات المترشحين بالجمهورية. فرضت شبكات التواصل الاجتماعي نفسها على المترشحين للرئاسة في الجزائر، ما جعل إدارات الحملات الانتخابية لكل مترشح تفتح حسابات على "فيسبوك" و"يوتيوب" وأنشأت مواقع إلكترونية، لتُعرّف جمهور الشبكات الاجتماعية على المترشح وبرنامج وأفكاره، بل وتُشرك هذا الجمهور في نقاشات، ما يمكنه من التفاعل مع المترشح مباشرة أو مع مديري حملته، بعد أن كان يشاهدهم (المترشحين) على شاشة التلفزيون فقط.

فمن أنشط صفحات المترشحين على الفيسبوك صفحة، رئيس الحكومة الأسبق أحمد بن بيتور التي تنشر أفكاره وجديدة بشكل آني وتطلب من الجمهور التعليق، على كل ما ينشر بل وأن يرسلوا بأفكارهم إلى الصفحة لمناقشتها، وأوضح القيادي في مشروع أحمد بن بيتور، محمد رابح بن بيتور، أن بن بيتور لديه صفحة على "فيسبوك" تضم حاليا أكثر من 3000 معجب وأخرى على "تويتر" كما يملك موقعاً إلكترونياً. صفحة أخرى نشطة هي صفحة رشيد نكاز، وهو مغترب جزائري ولد وعاش في فرنسا، ترشح للرئاسيات الفرنسية في 2012، ثم تنازل عن الجنسية الفرنسية وترشح هذه السنة في الجزائر وقد ضمنه القائمون على صفحة نكاز فيديوهات للمترشح وتغطيات إعلامية لنشاطاته، كما طلب المترشح من الجمهور التوقيع على استمارة ترشحه، وينشر نكاز صور توقيع مواطنين على استمارة ترشحه على صفحته في "فيسبوك". و صفحة رئيس الحكومة الأسبق علي بن فليس، الذي يترشح لثاني مرة، تعد من الصفحات القوية على "الفيسبوك" تكشف مستشار المترشح، سهيل قسوم أن الصفحة تضم حاليا أكثر من 48 ألف معجبا "بعد 17 يوما فقط من إنشائها"⁽²²⁾.

وتحدث المتخصص في حقل "الملتيميديا" (الوسائط المتعددة) والمهتم بشبكات التواصل الاجتماعي، يشير بوزيان الرحمان، عن دور هذه الشبكات في الترويج للمرشحين، فقال "هناك موقعان اثنان يشهدان إقبالا معتبرا من الجمهور في الجزائر هما الفيسبوك ويوتيوب، أما باقي مواقع التواصل الاجتماعي فلا تكاد تذكر، كتويتر مثلا".

وكشف الرحمان أن عدد الجزائريين المشتركين في شبكة "فيسبوك" يقدر بأكثر من 4 ملايين، وبرأيه فإن هذا الرقم "يحتاج إلى دراسة حول عدد الأعضاء النشطين والفئات العمرية واهتماماتها، حتى يكون مفيدا للمترشحين".

أما عن دور الشبكات في الانتخابات الرئاسية، فقال إن "تأثيرها محدود جدا لعدة اعتبارات منها أنّ الانتخابات الرئاسيات تصنع داخل الأروقة الضيقة لا في شبكات التواصل الاجتماعي، وأنّ تواجد الكتلة الناجبة قليل جدا في الشبكات الاجتماعية والمعارضة في الواقع غير فعالة، وما يوجد في الشبكات الاجتماعية في الحقيقة ما هو إلا انعكاس لهذه الحقيقة والدليل على التأثير المحدود لتلك الشبكات -بحسب الرحمان- هو أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" لم تعرف أي تأثير على أي قضية معينة اللهم إلا مجرد التعاطف، أما عن استخدام المترشحين لهذه المنابر، فرأى الرحمان أنها "لا تعدو أن تكون منبرا إعلاميا مناسباتيا فقط، حيث يلاحظ على أغلب هذه الحملات عدم امتلاكها إستراتيجية التسويق السياسي والإعلامي، التي لها قواعدها وأصوله"⁽²³⁾.

خاتمة:

وكخاتمة لما سبق ذكره يمكن القول، أن المجتمع الدولي يعرف عصرا وعهدا جديدا بجميع المعايير والمقاييس، وذلك بفضل ما تقدمه شبكة الإنترنت من خدمات وتقنيات اتصالية وإعلامية متطورة مست حتى المجال السياسي، حيث تطرح الوسائط المكونة للشبكة العنكبوتية، بعض الفرص من ناحية الممارسة الديمقراطية. حيث فتحت فضاء للتعبير الحر والمتعدد بين أفراد يحملون آراء سياسية مختلفة، وسمحت للأفراد بفضل الإنترنت على التفاعل مع السياسيين. وبما أن الإنترنت تتوفر على خاصية التزامنية واللاتزامنية جعلت من النضال السياسي، يمارس دون عوائق المكان والزمان خاصة في الدول شاسعة المساحة. ومن ناحية أخرى خلقت هذه الوسائط مجتمعات مغلقة تكفي بالتواصل مع من يتوافق معها في الرأي والأفكار، ومع خاصية الطابع الشخصي للإنترنت قد يفقد السياسة طابعها الشعبي فيصبح لكل فرد حزبه السياسي الخاص به.

غير أنه لا يمكن اعتبار الانترنت وسيلة إعلامية ذات إيجابية مطلقة في مجال الحملات الانتخابية، فمع وجود إمكانية قرصنة المواقع، فإن المعلومات التي تتضمنها مواقع المرشحين قابلة للتحريف والتشويه، حيث تبقى المستحدثات المستقبلية التي ستشهداها البيئة السياسية وحدها المحددة من إيجابيات استخدام الانترنت في مختلف نشاطات الاتصال السياسي.

الهوامش:

1. طه عبد العاطي، أنور بن محمد، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت، العدد الرابع، جانفي 2011، ص 46.
2. طه عبد العاطي، نفس المرجع، ص 46.
3. فضيل دليو، الإتصال السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال، للبحث والترجمة، 2010، ص 109.
4. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1، عالم الكتاب، مصر، 2007، ص 78.
5. مي عبدا لله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 1999، ص 24.
6. محمد محمد الهادي، تكنولوجيايات الإتصال وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، ط 1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص 322.
7. محمد محمد عبد الهادي: نفس المرجع: 221، 222 ص.
8. موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا: www.wikipedia.org.
9. Http : www.georgetown.edu/research/arabtech/jan2000.htm .
10. موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا: www.wikipedia.org.
11. طه عبدالعاطي، مرجع سبق ذكره 513 ص.
12. محمد بن سعود البشير، مقدمة في الإتصال السياسي، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997، ص 107.
13. فضيل دليو، الإتصال السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2010، ص 135.
14. زكريا بن صغير، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 111¹.
15. جلال السيد سليمان، بين الحملة الانتخابية الالكترونية والملحق الالكتروني، 18 مارس 2009، على الساعة 08:30 (www.surantime.com) ،
16. جلال السيد سليمان، نفس المرجع.
17. جلال السيد سليمان، مرجع سبق ذكره.
18. فضيل دليو، الإتصال السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010، ص 130 132¹.
19. فضيل دليو، نفس المرجع، ص 140.
20. فضيل دليو، نفس المرجع، ص 142.
21. فضيل دليو، نفس المرجع، ص 143.
22. بشير بوزيان الرحماني، التواصل الاجتماعي منبر يدخل لأول مرة سباق الرئاسة في الجزائر، www.al-sharq.com/news/detai.lcom/news/www.al-sharq.com الثلاثاء 11.02.2014، على الساعة 10:45.
23. بشير بوزيان الرحماني، نفس المرجع.