

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية

_ حملة بارك أوباما نموذجًا -

الأستاذة: رزيوق ليليا

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية -قسنطينة-

تاريخ الاستلام: 2020/07/19 تاريخ القبول: 2020/09/26 تاريخ النشر: 2020/11/26

ملخص :

جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف إلى إشكالية الدور الكبير الذي تلعبه لأنترنت كفضاء جديد مند ظهوره في دعم وتعزيز قيم الديمقراطية، عن طريق إنشاء مجتمعات افتراضية متعددة وشبكية تتواصل مع بعضها البعض من أجل تفعيل فضاء لإلكتروني جديد مبتكر للممارسة الديمقراطية الشفافة والنزهة بواسطة الوسائط الميديا متعددة لاتجاهات، حتى تقدم لمواطن القدرة على اختيار ممثليه ومناقشتهم ومراقبة وتقييم نشاطاتهم المستقبلية. ولهذا فإن الوسائط الرقمية الحديثة تلعب دور الوسيط بين القائمين على الاتصال السياسي والجماهير المستهدفة ولكن بطريقة أشمل لجميع الوسائل الإعلامية الجديدة أي لإعلام الشبكي، الشيء الذي دفع بالعملية الانتخابية والمرشحين لها باعتماد عليها وبشكل مكثف من أجل استقطاب أكبر شريحة ممكنة من جهة، ومن جهة أخرى تنشيط حملاتهم لانتخابيه وتعريف ببرامجهم المستقبلية وهو ما أصبح يعرف حاليا بسم الفضاء الإلكتروني للحملات لانتخابية متعددة الوسائط لإعلامية.

وانطلاقا مما سبق سأحاول توضيح فعالية الدور الذي يلعبه الفضاء الإلكتروني بواسطة الوسائط الإعلامية الحديثة في تنشيط الحملات الانتخابية، وذلك من خلال إجابة على الأسئلة:

1- ماهي الحملة الانتخابية للإلكترونية؟

2- ماهي مميزات الحملات الانتخابية للإلكترونية من خلال الجانب السياسي؟

3- ماهي اول حملة إنتخابية لاستخدمت فيها لأنترنت؟

4- الحملة الانتخابية والتسويق السياسي .

5- الحملة لانتخابية لباراك أوباما.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي، الحملة لانتخابية ، الإعلام الإلكتروني

Abstract :

his study came with the aim of exposure to the problem of the great role that the Internet plays as a new space since its emergence in supporting and promoting the values of democracy, by creating multiple virtual and networked societies that communicate with each other in order to activate a new electronic space for innovative, transparent and fair democratic practice by means of multiple media directions. To provide the citizen with the ability to choose their representatives, discuss them, monitor and evaluate their future activities.

Hence, the modern digital media plays the role of the mediator between those in charge of political communication and the target audiences, but in a more comprehensive way for all means of new media, that is to the networked media, the thing that pushed the electoral process and its candidates to rely on it extensively in order to attract the largest possible segment on the one hand, and on the other hand activate Their election campaigns and definition of their future programs, which is what is now known as the electronic space for campaigns for media multimedia.

Based on the foregoing, I will try to clarify the effectiveness of the role that space plays for cyber through the media for modern media in activating election campaigns, and also through to answer questions:

- 1-What is an electronic electoral campaign?
- 2-What are the advantages of electronic election campaigns through the political side?
- 3-What is the first electoral campaign in which you did not use the Internet?
- 4- The electoral campaign and political marketing.
- 5- The election campaign for Barack Obama.

Key words: political communication, election campaign, electronic media

أولاً: تحديد المفاهيم

قبل مناقشة مختلف الجوانب التي تتعلق بموضوع هذا المقال، وحرصاً على الدقة في الطرح، ارتأيت أولاً أن أعرف بعض المفاهيم ذات الصلة الوثيقة بالموضوع، والتي تتمثل أساساً في:

1-الإعلام الإلكتروني:

لا يختلف مفهوم الإعلام الإلكتروني عن مفهوم الإعلام بصفة عامة، الذي يعتبر منهج وعملية ويعرف إبراهيم إمام الإعلام بأنه: " نشر الأخبار و المعلومات والأراء على الجماهير. 1

و منه نستطيع ان نعرف الإعلام الإلكتروني بأنه : عملية نقل الأخبار و المعلومات إلى مختلف الجماهير عن طريق إستخدام شبكة الإنترنت ، أو الهاتف النقال .تقوم على هدف التنوير والتثقيف، والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم الفكري، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة .

2-الاتصال السياسي:

إن المتتبع لمراحل نشأة الاتصال السياسي، والمستقرئ لوضعه الراهن يلاحظ أنه لم يتم إلى حد الآن وبشكل محدد و دقيق تحديد المضمون المتعلق بهذا العلم، و الحدود المعرفية التي ينتهي إليها، بحيث تفصله عن غيره من مضامين التخصصات العلمية الأخرى. إلا أنه لا يختلف إثنان في كونه أحد أهدافه و دوافعه في جوهرها، إنما تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل و سلوكيات الآخرين.

و من بين التعريفات التي أعطيت لمفهومه نذكر ما يلي :

تعريف " جون ميدو : MEADOW-j - عرف جون ميدو الإتصال السياسي في عام 1980 بأنه " الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الإتصال و كميته، كما أنه أيضا يتعلق بالطريقة التي يمكن أن تقوم الظروف الإتصال بتشكيل السياسة ، و بعبارة أخرى يتعلق الإتصال السياسي بتبادل الرموز التي تكون قد شكلتها أو أنتجتها النظم السياسية " . 2

وضح هذا التعريف أن الإتصال السياسي عنصر مهم في أداء السلطة و القائمين عليها، الذين يسعون إلى السيطرة على وسائل الإتصال و الإعلام من أجل ضمان بقاءهم.

- تعريف "تشافي: CHAFFEE "

عرف تشافي عام 1975 الإتصال السياسي بأنه : أثر الإتصال و وظيفته في العملية السياسية.

- تعريف " بليك و هاردسن : blake & harddsen -

عرفا الإتصال السياسي بأنه " الإتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحالة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة . 3
لقد ركز كلا التعريفين السابقين على الأثر الذي يتركه الإتصال السياسي، في حين انفرد التعريف الأول بالتطرق إلى الوظيفة التي يقوم بها هذا النوع من الإتصال. لكن لم يتطرق كلا التعريفين إلى مختلف الوسائل التي يستخدمها الإتصال السياسي.

- تعريف " دينتون وودوارد: denton & wood ward" -

عرفا الإتصال السياسي عام 1990 باعتباره " علاقة لتبادل الأراء والحجج أو ما يطلقان عليه المناقشة العامة حول توزيع الموارد العامة و السلطة الرسمية، و من يمثلونها ممن يملكون صلاحيات إصدار قرارات تشريعية و قانونية و المكافأة الرسمية، أو العقوبات التي تقرها الدولة في شكل أوفي آخر. 4
يتضمن هذا التعريف عمليات الإتصال السياسي المكتوبة و الشفهية، أي من خلال اللغة، لكن لا يتضمن تلك الاتصالات ذات الطبيعة الرمزية ، أي من خلال الرموز وما تحمله من إشارات و معاني ، قد يكون أساسية لفهم عملية الإتصال ذاتها . 4

- تعريف " درويس جربير:"

تعريفا أكثر شمولاً للإتصال السياسي مقارنة بالتعريفات السابقة ن حيث تتم عملياته حسب وجهة نظره من خلال ما يسميه " يالغة السياسية " ، التي تتضمن رموزا و إشارات متنوعة كتغيرات الوجه او الايماءة أو المقاطعة أو التجاهل ، وصولا إلى العنف بدرجاته المختلفة ، و غيرها من التفاعلات ذات الطبيعة الرمزية التي تتجاوز الأعمال المكتوبة أو الشفهية . 5

و الإتصال السياسي حسب موضوع المداخلة هو تلك العملية يتم بموجبها تبادل المعلومات بين المترشحين و الناخبين بواسطة شبكة الإنترنت، حيث يكون الهدف من هذه العملية هو التأثير على آراء جمهور الناخبين من أجل إقناعهم للتصويت لصالح مرشح معين. و هو ما يعرف بالاتصال السياسي الإلكتروني.

3- الحملات الانتخابية:

تعتبر الحملة الانتخابية فرصة ثمينة للمترشحين من أجل التأثير على جمهور الناخبين. لدى نجدهم لها إمكانات مادية ضخمة مقارنة بمدتها القصيرة. أما فيما يخص التعريفات التي أعطيت لهذا المفهوم ، فإننا نجد أن المشغلين في حقول الإعلام و السياسية ، قد اختلفوا في وضع تعريف شامل و محدد له ، حيث عرفه كل واحد منهم انطلاقا من وجهة نظره الخاصة ، ومن أبرز هذه التعريفات تذكر ما يلي :

- عرف "دنيس ماكسويل" الحملة الانتخابية بأنها " جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية ، و تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي ، يكون متوافقا مع المعايير و القيم السائدة ، بهدف توجيه و تدعيم ، و تحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت . 6

- عرف " بيسلي " paislly – فقد عرف الحملة الانتخابية بأنها : نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات و اتجاهات و سلوك الآخرين ، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية ، تؤثر في الجمهور . و إن مفهوم إعادة

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية
_ حملة بارك أوباما نموذجا -

التشكيل يعد أهم السمات التي تميزها بوصفها نشاطا إتصاليا، سواء كان

على مستوى البناء لاجتماعي، أو على مستوى الحياة الفردية. 7

- في حين يذهب البعض إلى تعريفها بأنها : مجموعة الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المرشح بغرض إعطاء صورة حسنة للجماهير و الناخبين عن سياسته و أهدافه ، و محاولة التأثير فيهم بكل الوسائل و الإمكانيات المتاحة من خلال قنوات الإتصال الجماهيري ، و ذلك بقصد تحقيق الفوز في

الانتخابات . 8

و هنالك من يراها " عبارة هن أنسقة الاتصالية السياسية، المخططة و المنظمة الخاضعة للمتابعة و التقويم ، يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة إنتخابية معينة ، و تمتد مدة زمنية معينة و محددة ، تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا، بهدف تحقيق الفوز بالانتخاب عن طريق الحصول على أكبر عدد من أصوات ، باستخدام وسائل الإتصال المختلفة ، و أساليب استمالة مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين "9.

و تجدر الإشارة هنا إلى تأثير الحملة الانتخابية على جمهور الناخبين يتوقف بدرجة كبيرة على نوعية الوسائل التي تستخدمها، خاصة الإعلامية منها، و التالي يمكن أن نقسم الحملات الانتخابية إلى عدة أنواع تبعا لأنواع وسائل الاعلام المستخدمة .

ثانيا : مميزات الحملات الإلكترونية كأسلوب للاتصال السياسي

لقد أصبح مختلف الفاعلين في المجال السياسية مؤخرا يتحدثون عن ما يسمى " بالديمقراطية الإلكترونية "، و التي تشمل العديد من المفاهيم، كالحكومة الإلكترونية، البرلمان الإلكتروني و الحملات الانتخابية الإلكترونية.

هذه الأخيرة التي بدأت تعرف رواجاً كبيراً لدى مختلف الناشطين في البيئة السياسية، وذلك نظراً لما أصبحت تقدمه الإنترنت من خدمات إعلامية و اتصالية فريدة من نوعها، حيث كان استخدام تقنية المعلومات والاتصالات، لأثر البالغ على طرق إدارة الحملات الانتخابية.

1- إدارة الحملات الانتخابية الإلكترونية :

إن قرار اعتماد الحملة الانتخابية الإلكترونية يتطلب تغييرات جذرية في إدارة الحملات الانتخابية بمفهومها العام وذلك من خلال عنصرين أساسيين وهما :

العنصر الأول: ويتعلق بالهيكل التنظيمي للحملة ن حيث يحتوي عادة في الحملات الانتخابية العادية على مسؤول مالي، و مسؤول إعلامي، و منسق أعمال المتطوعين، بالإضافة لرئيس الحملة . 10

وكأي عملية في أي مؤسسة ، لابد من أن يتم تغيير هذا الهيكل التنظيمي ، بما يتلاءم مع متطلبات نظم تقنية المعلومات والاتصالات التي توفرها شبكة الأنترنت ، بمعنى يجب ان يضم مسؤول عن مختلف الإجراءات التي تتطلبها الحملة الانتخابية الإلكترونية ، بما فيها مراقبة نظم تقنية المعلومات . 11

-العنصر الثاني : يجب تخصيص ميزانية كافية لتغطية متطلبات الحملة الانتخابية الإلكترونية ، حيث أنه لا يمكن التحدث عن مقدار محدد ، نظراً لاختلاف ميزانيات الحملات الانتخابية من مرشح الأخر . لكن من المستحسن أن نخصص لها ما نسبته 5 % تقريباً من الميزانية الإجمالية للحملة الانتخابية ككل. وهي النسبة الأكثر تداولاً لدى مجموعة من الباحثين في هذا الجانب . 12

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية
_ حملة بارك أوباما نموذجا-

وتعتبر الحملات الانتخابية بصفة عامة ، و الإلكترونية بصفة خاصة وسيلة للجمع المال ، فهي تدر أرباحا طائلة على المرشحين ، بمعنى أنها من مصادر دعم الميزانية ، وليس من مصادر الصرف ، فاعتماد على شبكة الإنترنت في جمع التبرعات ، أو ما يعرف باسم " التبرعات الإلكترونية " ، كوسيلة إعلامية في تنشيط الحملات الانتخابية ، يتطلب تعديلات في الهيكل التنظيمي المسير لهذه الحملات ، كما يستلزم تخصيص ميزانية خاصة الاستخدام هذه التكنولوجيا، التي يجب أن تكون كافية لضمان تأثيرها

2-التخطيط للحملات الانتخابية الإلكترونية

إن الحملة الانتخابية الإلكترونية تتطلب مثلها، مثل الحملات الانتخابية الأخرى، بديلة تخطيط و تحليل لبيئة العمل المطلوب إنجازه ، و تحديد الأولويات . و في هذا الإطار لابد من أن ننظر للحملات الانتخابية الإلكترونية من جانبين هما :

أ – الجانب السياسي و الذي يتعلق بالعناصر التالية

❖ موقف المرشح من القضايا السياسية المختلفة.

❖ الصورة التي يود المرشح أن يعكسها على نفسه.

❖ استراتيجية الحملة الانتخابية ، وكيفية توظيف المتطوعين ، و اعتماد

الوسائل المختلفة في خدمة العنصرين السابقين.

ب – الجانب التقني : و الذي يتعلق بمختلف الخدمات التي تتيحها شبكة

الإنترنت من أجل تحقيق الأهداف السياسية للحملة الانتخابية الإلكترونية :

❖ قوائم البريد الإلكتروني : تلعب دورا في إيصال رسالة للمرشح

للناخبين ، و هنا لابد من التركيز على أهمية هذه الخدمة وهي جمع

أكبر قدر ممكن من عناوين البريد الإلكتروني.

✍ الخارطة التفاعلية: من المحتويات المهمة لبوابة الحملة الانتخابية الإلكترونية لأي مرشح ، وجود خارطة تفاعلية تبين حدود هذا المرشح.

✍ خدمة الدردشة: والتي تسمح بالنقاش حول مختلف القضايا التي تهم الناخبين.

✍ لقطات الفيديو: تتيح شبكة الإنترنت للمرشحين إمكانية ظهورهم في لقطات فيديو قصيرة ، سواء في تجمعات شعبية ، أو مناظرات سياسية ، أو في لقاءات إعلامية على سبيل المثال موقع. " you tube "

✍ مواقع التواصل الاجتماعي : وهي في مجملها عبارة عن مساحة افتراضية تشهد إقبالا واسعا من فئات المجتمع المتباينة من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي والسياسي ومن أشهرها face book " " ، my batanga . ، twitter ، you tube ، my space

✍ خدمة التدوين المصغر: وهي خدمة تتيح للمرشح نشر أخبار من شبكة الإنترنت إلى الهواتف

✍ خدمة 'مكانية إنشاء موقع خاص بالمرشح : تتيح شبكة الأنترنت للمرشح إمكانية إنشاء موقع خاص به يتضمن جميع الخدمات السابقة ، بالإضافة إلى خدمات أخرى ، مثل مشاهدة قناة تلفزيونية للمرشح.

-كيفية الإعداد للحملة الانتخابية الإلكترونية :

حيث تتطلب التدابير التي يجب على المرشح و القائمين على حملته أن ينجزوها وتلخص في خطوات التالية

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية
_ حملة بارك أوباما نموذجا -

1. شراء عنوان الكتروني عن طريق واب.
2. وضع استراتيجية تضمن دخول أكبر عدد من المستخدمين للموقع.
3. اختيار شركة مناسبة لتنفيذ المشروع.
4. وضع نظام الإدارة المحتوى عن طريق تحديث المعلومات بالموقع عملية سهلة وسريعة. 13

ثالثا : بداية استخدام الأنترنت في الحملات الانتخابية

إن النتائج الإيجابية التي حققها " هوارد دين " من خلال استخدامه لشبكة الإنترنت في حملته الانتخابية من أجل الفوز بترشح الحزب الديمقراطي لرئيسات عام 2004 ، شجعت باقي السياسيين الأمريكيين ، الديمقراطيين منهم والجمهوريين على تبني التجربة - وذلك على الرغم من أنه لم يفز بترشح الحزب ، الشيء الذي جعلهم ينشئون العديد من المواقع الإلكترونية. 14

ولقد تنبأ العديد من القادة السياسيين في الولايات المتحدة الأمريكية بأهمية الدور الذي ستلعبه الأنترنت مستقبلا في السياسة الأمريكية عموما، و في لانتخابات الرئاسية لعام 2008 خصوصا. حيث قال " كين مليمان " إن تأثير لإنترنت على السياسة سيكون تحويليا كما كان التلفاز في السابق.

وتجدر الإشارة إلى أن استخدام السياسيين الأمريكيين لشبكة لإنترنت في تنشيط الحملات لانتخابية، كان له لأثر البالغ في إعادة النظر في مختلف القواعد الخاصة بالإعلان، و جمع التبرعات، و تعبئة المؤيدين، ونشر المعلومات ، و التالي إعادة وضع استراتيجية جديدة لإدارة الحملات الانتخابية. 15

و إنطلاقا من 2004 بدأت الدول الغربية، و خاصة لأوروبية منها في تبني التجربة لأمركية و من بينها نجد فرنسا ، بريطانيا ، وسويسرا .

رابعاً: الحملات الانتخابية والتسويق السياسي

يشيع استخدام مصطلح التسويق السياسي في الحملات الانتخابية المتصلة بالاستحقاقات المحلية أو الوطنية ، عندما تلجأ الأحزاب السياسية والمرشحون لهذه المناصب القيادية إلى استعانة بمتخصصين في مجال الدعاية السياسية لتصميم برنامجها لانتخابي بما يكفل نجاعة العملية لاتصالها في النفاذ إلى نفوس المتلقين ، و الذين هم الجمهور الناخبين بعرض الأفكار و المواقف المتبناة ، من أجل ضمان تأييدهم السياسي ، وذلك عبر وسائل الاتصال بهدف تسويقها و التسليم بها و قبولها ، و بهذه الكيفية يكاد يتشابه السياسيون في عرضهم للأفكارهم مع التجار حينما يعرضون سلعهم بطريقة جذابة و مؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها و بيعها. 16

- خامساً: الحملة الانتخابية لبارك أوباما

حسب دراسة مشتركة بين الباحث & & trrra nova و كل من وزارة الشؤون الخارجية فإن حملة الانتخابية لبارك أوباما كانت حملة القرن الواحد و العشرين بلا منازع وقد إرتكزت على ثلاث عناصر أساسية: رسالة التغيير، الأنترنت، تنظيم الميدان.

بالنسبة لأول عنصر التغيير، فقد عمل على شقين: التركيز على شخصيته الكاريزمية، والتأكيد على أنه رمز التغيير الذي يسعى إليه الأمريكيين بعد التجربة السيئة والمريرة مع الإدارة السابقة.

بالنسبة للعنصر الثاني وهو ما يهمننا الأنترنت التواصل مع الجماهير لكن يجب إن نشير إلى نقطة مهمة أن أوباما ليس الرئيس أول السياسي الذي اعتمد على الأنترنت في حملته الانتخابية، لكن الإضافة في حملة أوباما أنه اعتمد على

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية
_ حملة بارك أوباما نموذجاً -

الإنترنت لبناء مجتمع التغيير، الذي هو أساس حملته الانتخابية ولتشكيل هذا المجتمع استعمل الأنترنت بطرق لم يسبقها إليه غيره من السياسيين والتي تمثلت في:

1. استعمال الأنترنت كمكمل للميدان
 2. إنشاء موقع من أجل متابعة حملته الانتخابية عبر الشبكة.
 3. استثمار أوباما في لإنترنت من خلال الدعم المادي في حملته.
 4. استخدام تقنية & Micro-trageting & و هي حديثة للتسويق عبر الأنترنت تتمثل في جمع المعلومات شخصية حول لأفراد لإرسال رسائل تناسب ز شخصية لكل فرد.
 5. قاعدة واسعة من الناشطين (حوالي 1.2 مليون ناشط) . 17
- لا شك أن حملة أوباما المثالية عبلا شبكة الأنترنت ستصبح نموذجاً يقتدا به في الممارسة الديمقراطية السياسية.

المراجع المستخدمة

- 1- أحمد محمد عليق: وسائل الاتصال و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث ، مصر، 2004 ، 20.
 - 2 -زكريا بن صغير، الحملات الانتخابية مفهومها وسائها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر، 2004 ، ص50
 - 3 -عبد الغفار رشاد القصبي : الاتصال السياسي و التحول الديمقراطي ، منتبه لأدب ، مصر، 2007 ، ص 105.
 - 4 -عبد الوهاب الكيالي ، الموسوعة السياسية ، المؤسسة العربية للدراسات لبنان ، 1997 ، ص 12.
 - 5 -محمد بن مسعود البشر، مقدمة في لاتصال السياسي، مكتبة العبيكان ، السعودية ، 1997 ، ص 108.
 - 6 -محمد حمدان المصالحه ، لاتصال السياسي مقرب نظر – تطبيقي ، دار وائل للنشر و التوزيع ، لأردن ، ط2 ، 2002 ، ص 100.
 - 7-أحمد عبد الرحيم ، لإنترنت عامل مهم في الانتخابات الأمريكية ، دارالمعرفة ، الأردن ، 2003 ، ص 12.
 - 8-محمد حامد ، دور الاعلام غي لاتصال السياسي و أثره على الجمهور ، لأردن ، دار حومة ، 2004 ، ص 112.
 - 9-محمد عبد الحميد ، لاتصال و لإعلام على شبكة لإنترنت ، ط1 ن علم الكتاب ، مصر، 2007 ، ص 202.
- ثانيا : المواقع الإلكترونية

الفضاء الإلكتروني مجال جديد للممارسة الحملات الانتخابية الإلكترونية
_ حملة بارك أوباما نموذجا-

10-أدم كوهين : السياسة عبر لإنترنت ، www.acharqalawsat.com ،

2020/03/20 على الساعة 10:00.

11 – أدم ناغورني : شبكة لاتصال لإلكترونية تحدث تغييرا واسعا في

السياسة الأمريكية ، www.surantime.com ، 2020/03/23 ، على الساعة

. 10 :00