

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام

دراسة وصفية تحليلية

لصفحة النائب البرلماني عن ولاية غليزان السيدة شواشي عائشة عبر الفاييسبوك

العهد البرلمانية التاسعة (2021-2026)

The role of Facebook in enhancing communication between
parliamentarians and public opinion

Analytical descriptive study

To the page of the Parliamentary Representative for the state of
Relizane, Mrs. Chaouachi Aicha, via Facebook
(The ninth parliamentary term (2021-2026

علي بوعلاقة *

جامعة يحي فارس بالمدينة، مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر -الجزائر
bouallaga.ali@univ-medea.dz

إلهام صفرة

جامعة يحي فارس بالمدينة، مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر -الجزائر
ilhema.sefra@gmail.com

تاريخ الاستلام 2023/04/04 تاريخ القبول 2023/11/09

الملخص

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين البرلمانيين الجزائريين و الرأي العام. من خلال وصف وتحليل السلوك الاتصالي للنائب البرلماني من خلال استخدامه لشبكة الفاييسبوك في نشاطه السياسي. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل عينة من المنشورات الفاييسبوكية لصفحة النائب البرلماني عن ولاية غليزان السيدة شواشي عائشة باستعمال أداة تحليل المضمون. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن الفاييسبوك ساهم في تعزيز التواصل بين النائب البرلماني والرأي العام، فالبرلمانية كانت تقوم بالرد على تعليقات الجمهور عبر صفحة الفاييسبوك وتتفاعل معها. كما أظهرت الدراسة أن تسجيل الإعجاب بالمنشورات والتعليق عليها هي أكثر أشكال تفاعل الجمهور مع النائب البرلماني عبر الفاييسبوك.

الكلمات المفتاحية: النائب البرلماني، الفاييسبوك، الاتصال السياسي، الجمهور، التفاعل.

Abstract:

This study sought to identify the role of Facebook in enhancing communication between Algerian parliamentarians and public opinion. By describing and analyzing the communication behavior of the parliamentary deputy through his use of the Facebook network in his political activity. This study belongs to descriptive research, and relied on the analytical descriptive approach by analyzing a sample of the Facebook publications of the page of the parliamentary representative from the state of Relizane, Mrs. Chawashi Aisha, using the content analysis tool. The study reached many results, the most important of which is that Facebook contributed to enhancing communication between the parliamentary representative and the public opinion. The study also showed that liking and commenting on publications is the most common form of public interaction with a political communication, audience, interaction.

Keywords: Parliamentary representative, Facebook, public opinion, political communication, interaction.

* المؤلف المرسل

مقدمة:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم أدوات الإعلام الجديد فقد شهدت انتشارا واسعا في السنوات الأخيرة، وازداد استخدامها من مختلف فئات المجتمع بشكل كبير. وصارت جزءا من حياتهم اليومية بفضل الميزات العديدة التي تتميز بها أين أصبح المرسل والمتلقي يتبادلان الأدوار في العملة الاتصالية وازداد حجم التفاعل بينهما إلى درجة كبيرة كما صار بإمكان المستخدم الوصول إلى مصادر متعددة للمعلومات و بكل سهولة تامة . وازداد سقف الحرية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصارت الجماهير تناقش مختلف القضايا التي كانت ممنوعة من الظهور والنقاش في وسائل الإعلام التقليدية، فأضحت فضاء مهما لتبادل الآراء و الأفكار ، ولم تعد وسيلة للتسلية و الترفيه فقط بل توسع استخدامها ليشمل جميع مجالات الحياة الإنسانية.

وتُعد شبكة فاييسبوك من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعود البدايات الأولى لهذا الموقع إلى عام 2004م على يد الطالب الجامعي الأمريكي مارك زوكربيرغ الذي أسس هذه الشبكة من أجل التواصل بين طلاب جامعة هارفرد، وكان الفاييسبوك في البداية مقتصرًا على طلبة جامعة هارفرد فقط ثم توسع استخدامه إلى كل الجامعات الأمريكية، وفي عام 2006 صار بإمكان أي شخص تعدى سن 13 ويمتلك حسابا بريديا أن يصبح مشتركا في الفاييسبوك، وهو ما جعله ينتشر بسرعة ويكتسب شهرة كبيرة. وعلى الرغم من أن الفاييسبوك تم إنشاؤه في البداية من أجل التعرف

دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام - ط.د علي بوعلاقة، د.إلهام بوصفرة

والتواصل بين طلبة الجامعة إلا أن استخدامه لم يتوقف عند هذا الحد، بل تطور ليشمل جميع مجالات الحياة الإنسانية كالتجارة و التسويق والاقتصاد والتعليم والصحة والثقافة... الخ

ويعتبر المجال السياسي من أهم المجالات التي استفادت من الخدمات التي يقدمها الفايسبوك. فقد أدرك السياسيون مبكرا أهمية الفايسبوك في المجال السياسي. ويعد الرئيس الأمريكي السابق بارك أوباما من أوائل السياسيين الذين تفتنوا إلى أهمية الفايسبوك . لذلك قام في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008 باستخدام الفايسبوك في الحملة الانتخابية من أجل الترويج لنفسه لدى الشعب الأمريكي والتواصل مع الناخبين وجمع الأموال من المتبرعين، وحقق فوزا باهرا على منافسه. وصارت تجربة الرئيس باراك أوباما نموذجا يحتذى به، وازداد استخدام الفايسبوك في المجال السياسي بصفة كبيرة. حيث قام العديد من السياسيين بإنشاء حسابات وصفحات عبر هذه التقنية الجديدة من أجل التواصل مع الجمهور العام. فباتت شبكات التواصل قوة مؤثرة في يد الجماهير تستخدمها للضغط على السلطات السياسية، وأداة من أدوات التغيير الاجتماعي والسياسي.

لقد أدرك السياسيون في الجزائر أهمية الفايسبوك خاصة في ظل الشعبية التي يتميز بها ، لذا اتجه الكثير من السياسيين إلى استخدام الفايسبوك في العمل السياسي ، ولعل من أبرز هؤلاء السياسيين نجد نواب المجلس الشعبي الوطني ونواب مجلس الأمة، أو ما يعرف بنواب البرلمان ، الذين يحرصون على التواجد عبر شبكة الفايسبوك من أجل التواصل مع الرأي العام والترويج للنشاطات التي يقومون بها في الواقع، فالبرلماني يعد ممثلا للشعب ومدافعا عن حقوقه ومصالحه لدى السلطات العليا، فهو يمارس السلطة التشريعية و الرقابية على الحكومة.

كما أن البرلماني يسعى إلى الحفاظ على صورته الحسنة لدى الرأي العام المحلي والوطني، و إلى تقوية علاقته مع المواطنين الذين انتخبوه ووضعوا ثقتهم فيه، وهو ما يمكنه من الاستمرار في منصبه في البرلمان. لذا يعد الفايسبوك من أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي يُمكن للبرلماني الاعتماد عليها من أجل التواصل مع الرأي العام. وبناء على ما سبق يمكننا طرح السؤال الرئيسي الآتي:

ما دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين البرلمانيين الجزائريين والرأي العام؟

وتندرج تحت هذا السؤال المحوري مجموعة من التساؤلات هي:

ما هي طبيعة المواضيع المنشورة عبر صفحة النائب البرلماني عبر الفايسبوك؟

من هم أهم الفاعلين في منشورات صفحة النائب البرلماني عبر الفايسبوك؟

ما هي طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة النائب البرلماني عبر الفايسبوك؟

ما هي أهم الدعائم الاتصالية (الوسائط المرئية) المستخدمة في منشورات صفحة النائب

البرلماني عبر الفايسبوك؟

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

كيف يتفاعل الجمهور مع منشورات صفحة النائب البرلماني عبر الفاييسبوك؟
ما هي المواضيع الأكثر تفاعلا من طرف الجمهور مع منشورات البرلماني عبر صفحة الفاييسبوك؟

ما هي آليات تواصل البرلماني مع الجمهور عبر الفاييسبوك؟
ما هي أهداف الاتصال للبرلماني عبر الفاييسبوك؟
ما هي الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات البرلماني عبر صفحة الفاييسبوك؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكننا حصرها في النقاط الآتية:
التعرف على الدور الذي يلعبه الفاييسبوك في تحقيق التواصل بين البرلمانيين الجزائريين والرأي العام.

الكشف عن طبيعة المواضيع المنشورة على صفحة البرلماني عبر الفاييسبوك
معرفة أهم الفاعلين في منشورات صفحة البرلماني عبر الفاييسبوك
الكشف عن أهم الوسائط المرئية المستخدمة في صفحة البرلماني عبر الفاييسبوك
معرفة طبيعة اللغة المستعملة في منشورات صفحة البرلماني عبر الفاييسبوك
التعرف على طبيعة ودرجة تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة البرلماني عبر الفاييسبوك.

أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة التي نجرها في النقاط الآتية:
إن هذه الدراسة تسلط الضوء على موضوع مهم ينتمي إلى مجال الاتصال السياسي ، الذي يعد حقا معرفيا مهما نظرا لأنه يجمع بين السياسة والاتصال فلا يمكن تصور حياة سياسية بدون اتصال، وازدادت أهمية الاتصال السياسي في العقود الأخيرة خاصة مع انتشار الديمقراطية واتجاه الكثير من الباحثين إلى دراسة العلاقة بين الحاكم والمحكومين ومعرفة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المختلفة في المجال السياسي.

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت بشكل كبير بين مختلف فئات الجمهور وتغلغت إلى جميع مجالات الحياة الإنسانية بما فيها المجال السياسي وصارت فضاء مهما لمناقشة مختلف القضايا التي تهم الرأي العام بكل حرية. وازداد اهتمام المواطن بالقضايا السياسية نتيجة استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي التي توفر له الكثير من المعلومات حول القضايا السياسية.

تستمد هذه الدراسة أهميتها كذلك من المكانة السياسية التي يحتلها النائب البرلماني في النظام السياسي الجزائري باعتباره رجلا سياسيا يقوم بأدوار مهمة في المجتمع، فهو ممثل للشعب ومدافع عن مصالحه أمام السلطة التنفيذية من خلال دور الرقابة والتشريع، كما يسعى البرلماني إلى

اكتساب الشرعية الشعبية عبر حسن تواصله مع الرأي العام من خلال توظيفه لمختلف وسائل الإعلام والاتصال.

1. مصطلحات ومفاهيم الدراسة

1.1. الاتصال السياسي

في الحقيقة، توجد العديد من التعريفات المقدمة لمصطلح الاتصال السياسي. ونحن سنقوم بعرض أهم هذه التعريفات، فيعرف الاتصال السياسي لدى البعض بأنه " هو ذلك الفضاء الذي تتبادل فيه الخطابات المتعارضة من قبل الفاعلين السياسيين الذين يتمتعون بشرعية التعبير عن رأيهم في السياسة علانية وهم رجال السياسة والصحافيون والرأي العام من خلال استطلاعات الرأي"¹. يشير هذا التعريف إلى أن الخطابات للفاعلين في الاتصال السياسي تكون متصارعة فيما بينها وهذا يعود إلى تباين المصالح والاهتمامات، فكل طرف يسعى إلى تحقيق مصالحه بغض النظر عن مصالح الطرف الآخر وهذا ما يؤدي إلى ظهور صراع بين الفاعلين الثلاثة (السياسيون، الصحافيون، والرأي العام) حسب هذا التعريف.

كما يعرف الاتصال السياسي أيضا بأنه " تبادل المعلومات بين الحاكم والمحكوم من خلال قنوات رسمية أو غير رسمية من أجل تلبية مطالب أو تقديم خدمات وذلك بهدف تقوية العلاقة بين الحاكم والمحكوم"²، يؤكد هذا التعريف على التفاعل الموجود بين أطراف عملية الاتصال السياسي، فالحاكم والمحكوم يتبادلان الأدوار في عملية الاتصال، كما يعطي هذا أهمية للمحكومين، وينظر إليهم كطرف ايجابي وليس متلقين سلبيين يتلقون الأوامر والتعليمات من طرف السياسيين، ويهدف المحكومون من خلال هذا التفاعل إلى تلبية مطالبهم وتحقيق مصالحهم. ويعد ماركنير MCnair أهم من تمكن من تقدم تعريف شامل للاتصال السياسي حيث يرى أن الاتصال السياسي هو " اتصال حول السياسة، ويشير إلى أن هذا التعريف يتضمن ما يلي:

- كل أشكال الاتصال التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة.

-الاتصال الموجه إلى السياسيين من غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

-الاتصال الذي يتناول السياسة وأنشطتهم"³. ويؤكد هذا التعريف على أن الاتصال السياسي قد يكون لفظيا باستعمال اللغة المنطوقة أو المكتوبة، كما قد يكون هذا الاتصال غير لفظي باستعمال الرموز والإشارات وماركنير هنا يؤكد على أهمية الاتصال غير اللفظي ويعطيه مكانة إلى جانب الاتصال اللفظي.

2.1. شبكات التواصل الاجتماعي:

دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم أدوات الإعلام الجديد، فقد شهدت في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا حيث ازداد عددها بشكل لافت وتنوعت الخدمات التي تقدمها للأفراد عبر العالم في مختلف المجالات. وهناك الكثير من التعريفات التي قدمت لهذه الشبكات التفاعلية ونحن سنقوم بعرض فقط أهم هذه التعريفات، فهناك من يعرفها بأنها " مواقع على شبكة الانترنت يستطيع من يمتلك حسابا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتا، صورة) مع من يريد سواء كانوا أشخاصا طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو زبائن أو أشخاصا معنويين كالشركات والمؤسسات.. حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز أعمال في مجتمع افتراضي"⁴. فاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصرا على الأشخاص الطبيعيين فقط فحتى الشركات والمؤسسات على اختلاف طبيعة نشاطاتها تستخدم هذه الشبكات وهو ما يؤكد على أهميتها الكبيرة وتغللها في مختلف مجالات الحياة الإنسانية بفضل ما تتميز به من خصائص مختلفة. نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة " تلك المواقع الالكترونية التي ظهرت على شبكة الانترنت مع مطلع القرن الحادي والعشرين والتي يمكن من خلالها للمستخدم مهما كانت طبيعته إنشاء حساب أو صفحة تمكنه من التواصل مع غيره من خلال تبادل النصوص والصور والفيديوهات ومختلف المضامين، ومناقشة مختلف القضايا بحرية ودون حواجز جغرافية أو ثقافية أو عرقية أو دينية "

1.2.1. الفايسبوك:

جاء في قاموس الإعلام والاتصال (dictionary of media and communication) أن الفايسبوك هو " موقع للتواصل الاجتماعي عبر الانترنت، تأسس عام 2004 م، حيث يمكن نشر الصفحات الشخصية ، صمم أصلا لطلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين ثم تم توسيعه ليشمل كل الأشخاص"⁵، يعد الفايسبوك من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي ويستخدمه الملايين من الأشخاص حول العالم، وهذا يعود إلى مجانيته وسهولة استخدامه ونوعية الخدمات التي يقدمها لمستخدميه ونظرا كذلك إلى سقف الحرية التي يتمتع بها مستخدموه.

ونقصد بالفايسبوك في هذه الدراسة أنه " هو موقع الكتروني مجاني يستطيع الشخص فيه إنشاء حساب والتعريف بنفسه والتواصل مع أصدقائه من خلال تبادل المضامين بمختلف أشكالها، ومناقشة مختلف القضايا بكل حرية في عالم افتراضي".

3.1. البرلمان:

البرلمان هي كلمة من أصل فرنسي parler , parlement ، كان يقصد بها في البداية أي اجتماع يعقد للبحث والمشاورة ، كما أطلقت بصفة أخص على مجلس نواب مدينة باريس الذي لعب دورا في الأزمنة التي انتهت إلى قيام الثورة الفرنسية عام 1789م⁶ . هذا ويقصد بالبرلمان " الهيكل التمثيلي

دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام - ط.د علي بوعلاقة، د.إلهام بوصفرة

المكون من مجموعة أفراد من الشعب يتولون مسؤولية تمثيله. ومن خلال هذا التمثيل يقوم هؤلاء الأفراد بوضع الإطار القانوني الذي يحكم المجتمع، ومتابعة تنفيذ هذا الإطار القانوني من قبل السلطة التنفيذية بالشكل الذي يجب أن ينفذ به⁷.

ونقصد بالبرلمان في هذه الدراسة كل من:

- المجلس الشعبي الوطني والذي يضم مجموع النواب الذين انتخبهم الشعب الجزائري لمدة خمس سنوات والبالغ عددهم 407 نائب

- مجلس الأمة الذي يضم 144 عضواً، ثلثهم يعينهم رئيس الجمهورية، والثلثان الآخرون ينتخبون في كل ولاية من طرف نواب المجلس الشعبي الولائي ونواب المجالس الشعبية البلدية للولاية.

4.1. التفاعل:

ورد في معجم الرائد " تفاعل الشخصان أو الشئان: أثَّرَ كل منهما في الآخر"8. فالتفاعل يقصد به تبادل التأثير بين طرفين. أما اصطلاحاً فيقصد بالتفاعل " حالة يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، بحيث يتبادلون الأدوار فيما بينهم فتكون أفعالهم الاتصالية متوقفة على الأفعال الاتصالية السابقة"9 ويشير هذا التعريف إلى أن طرفي العملية الاتصالية يتبادلان الأدوار فيما بينهما فمرسل الرسالة قد يصبح مستقبلاً والمستقبل أيضاً قد يصير مرسلًا، وهذا يعني أن العملية الاتصالية لا تسير في اتجاه واحد وإنما تكون في شكل دائرة وهو ما يؤدي إلى حدوث تأثير في طرفي العملية الاتصالية.

نقصد بالتفاعل في هذه الدراسة تلك العملية التي يتم فيها تبادل التأثير بين النائب البرلماني ومتابعيه عبر صفحة الفايسبوك، من خلال المنشورات الفايسبوكية التي يقوم النائب البرلماني بنشرها ثم يقوم متابعوه بتسجيل الإعجاب بها والتعليق على محتواها.

5.1. الرأي العام:

الرأي العام هو تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين، بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية مهمة أو مشكلة تؤرقه¹⁰. ويعرف أيضاً بأنه " هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الأغلبية مسا مباشراً أو يشغل تفكيرها، ويحتمد فيه الجدل والنقاش في فترة معينة"11

2. منهج البحث وأدوات الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية وهي بحوث تسعى إلى دراسة الوضع الراهن للظاهرة المدروسة في حيزها الواقعي من خلال جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها تفسيراً شاملاً من أجل الوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، و الذي يعرف على أنه "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"¹². كما أن المنهج الوصفي التحليلي لا يقف عند مستوى وصف الظاهرة فقط يتعدى ذلك إلى تفسير العلاقات بين عناصر الظاهرة الواحدة أو علاقة الظاهرة المدروسة بالظواهر الأخرى. كما أنه يهدف أيضا إلى البحث في أسباب حدوث الظاهرة المدروسة من أجل التحكم فيها والسيطرة عليها.

اخترنا المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج المناسب للدراسة، فنحن نسعى إلى وصف وتحليل السلوك الاتصالي للنائب البرلماني من خلال استخدامه لشبكة الفاييسبوك في نشاطه السياسي، ومعرفة الدور الذي يمكن أن يقوم به الفاييسبوك في تعزيز التواصل بين البرلماني ومتابعيه عبر الفاييسبوك وطبيعة التفاعل الذي يحدث بينهما، وأهم القضايا التي يتم التفاعل فيها. ويكون كل هذا من خلال جمع البيانات ووصفها وتحليلها وتفسيرها تفسيراً شاملاً من أجل الوصول إلى مجموعة من النتائج العلمية.

لجمع البيانات اللازمة للدراسة اخترنا أداة تحليل المضمون، ويعود اختيارنا لأداة تحليل المضمون إلى طبيعة موضوع الدراسة، حيث أننا سنتعامل مع مادة إعلامية والمتمثلة في منشورات صفحة النائب البرلماني عبر الفاييسبوك، ويكون هذا من خلال وصف وتحليل هذه المنشورات الفاييسبوكية للوصول إلى نتائج علمية حول دور الفاييسبوك في عملية التواصل بين النائب البرلماني ومتابعيه عبر صفحة الفاييسبوك.

3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يُعرف مجتمع البحث على أنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات"¹³. يتمثل مجتمع البحث الذي نسعى إلى دراسته في جميع الحسابات الشخصية والصفحات الفاييسبوكية التي يملكها أو يديرها البرلمانيون الجزائريون الحاليون أي أعضاء العهدة التشريعية التاسعة (2020م-2025م) الذين ينتمون إلى غرفة المجلس الشعبي الوطني و غرفة مجلس الأمة، حيث يقدر عدد أعضاء الغرفتين معا 551 برلماني.

ونظراً لصعوبة دراسة جميع الحسابات الشخصية والصفحات الفاييسبوكية الخاصة بهؤلاء النواب البرلمانيين عبر الفاييسبوك جميعاً بسبب العدد الكبير لها وصعوبة حصرها، علاوة على ضيق الوقت وضعف الإمكانيات. تم اللجوء إلى أسلوب العينة وهو أسلوب علمي معترف به يمكن الباحث من دراسة مجتمعات البحث الضخمة بكل سهولة ويسر، ونتائجه تكون دقيقة ومعبرة، خاصة إذا اتبع الباحث الخطوات الضرورية في عملية التعيين.

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية (العمدية)، وهي العينة التي "يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات"14. وجاء اختيارنا للعينة القصدية بدلا عن العينات الأخرى كالعينة العشوائية البسيطة أو العينة العشوائية المنتظمة لأننا لا نملك معطيات دقيقة عن عدد النواب البرلمانيين الذين يملكون صفحات عبر الفايسبوك أو أسماء تلك الصفحات ما يجعل تطبيقنا لنوع من العينات الأخرى أمرا صعبا فلجأنا إلى العينة إلى العينة القصدية، حيث اخترنا صفحة الفايسبوك للنائبة البرلمانية عن ولاية غليزان السيدة شواشي عائشة، ويعودنا اختيارنا لهذه الصفحة كونها من أنشط الصفحات عبر الفايسبوك وهو ما يوفر لنا مادة إعلامية كافية من أجل إجراء الدراسة عليها، من خلال تحليل محتوى المنشورات الفايسبوكية التي تتضمنها هذه الصفحة.

وقمنا بتحديد الفترة الزمنية لاختيار المنشورات الفايسبوكية التي سنجري عليها الدراسة ابتداء من 10 أبريل 2022 إلى غاية 12 جوان 2022، وكان اختيارنا لهذه الفترة معتمدا لأنها فترة حديثة، وهذا حتى تكون النتائج العلمية المتحصل عليها آنية وجديدة وذات أهمية. وقد تحصلنا على 50 منشورا فيسبوكيا، وقمنا بتحليل هذه المنشورات من خلال الخطوات المتعارف عليها عند استخدام أداة تحليل المضمون.

4. الجانب التطبيقي:

عرض نتائج تحليل مضمون صفحة النائب البرلماني عبر الفايسبوك

1.4. فئات الشكل:

الجدول رقم (01) يمثل طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات النائبة البرلمانية عبر الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة
100%	50	اللغة العربية
00%	00	اللغة الفرنسية
00%	00	اللهجة العامية
100%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن صفحة النائبة البرلمانية تعتمد على اللغة العربية بصفة كلية في جميع منشوراتها سواء كانت هذه المنشورات عبارة عن نصوص أو صور أو مقاطع فيديو وذلك بنسبة 100٪، ويعود هذا في نظرنا إلى أن الكثير من منشورات النائبة البرلمانية هي عبارة عن أسئلة كتابية موجهة إلى وزراء في الحكومة تتسم بالطابع الرسمي، ومنشورات أخرى تتمثل في أجوبة كتابية لوزراء في الحكومة جاءت ردا على أسئلة النائبة البرلمانية، فاللغة العربية هي اللغة المستخدمة في المراسلات التي تتم بين النواب والوزراء. بالإضافة إلى طبيعة الجمهور المستهدف، والذي يتمثل في متابعي صفحة الفايسبوك الذين لديهم مستوى تعليمي مقبول في اللغة العربية باعتبارها اللغة الوطنية الرسمية الأولى، وهي لغة التعليم في مختلف الأطوار التعليمية المختلفة.

دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

كما أننا لم نجد أي منشور مكتوب باللغة الفرنسية (00%) باعتبارها لغة أجنبية لا يتم التعامل بها في مراسلات البرلمان. نفس الأمر بالنسبة لهجة العامية التي لم يتم تسجيل أي منشورا بها، والذي يعود في اعتقادنا إلى الصفة الرسمية التي تميزت بها المنشورات الفايسبوكية، وكذلك لطبيعة الجمهور المستهدف.

الجدول رقم (02): يمثل الدعائم الاتصالية (القوالب الفنية) المستخدمة في منشورات النائبة البرلمانية عبر صفحة الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الدعائم الاتصالية
14%	07	نص فقط
00%	00	صورة فقط
00%	00	فيديو فقط
84%	42	نص وصورة
02%	01	نص وفيديو
00%	00	رسومات
100%	50	المجموع

من خلال قراءة الجدول أعلاه، يتبين لنا أن النائب البرلماني اعتمد بصفة كبيرة على النص والصور معا حيث قدرت نسبة استخدامها بـ 84% وهو ما يعادل 42 منشورا وهو دليل على أهمية هذه الدعامة الاتصالية في الاتصال السياسي وسهولة استخدامها. كما تعود النسبة المرتفعة إلى أن معظم هذه المنشورات الفايسبوكية عبارة عن أخبار عن نشاطات ميدانية تقوم بها النائبة البرلمانية، لذلك لجأت إلى الصور والنصوص لتوثيق ما تقوم به ونقله إلى جمهورها عبر الصفحة الفايسبوكية. وجاءت دعامة الفيديو مع النص في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 02% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بأهمية هذه الدعامة الاتصالية في عملية الاتصال السياسي بصفة خاصة كونها تضيي الكثير من الحيوية والمصادقية للمضمون. أما في ما يتعلق بباقي الدعائم الاتصالية كالصورة فقط أو الفيديو فقط أو الرسومات فلم نسجل أي منشور بهذه الدعائم الاتصالية (00%) رغم أهميتهما في عملية التواصل خاصة عبر الإعلام التفاعلي.

الجدول رقم (03): يبين أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات النائبة البرلمانية عبر صفحة الفايسبوك

شكل تفاعل الجمهور	النتائج		لا		نعم	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الإعجاب (أعجبني)	100%	50	00%	00	100%	50
أيقونة أحبته	100%	50	30%	15	70%	35
أيقونة أحنني	100%	50	80%	40	20%	10
أيقونة أغضبني	100%	50	100%	50	00%	00
أيقونة أذعمه	100%	50	92%	46	08%	4
أيقونة أدهشني	100%	50	98%	49	02%	01
التعليق	100%	50	00%	00	100%	50
المشاركة	100%	50	20%	10	80%	40

يعرض الجدول أعلاه أشكال تفاعل الجمهور مع صفحة النائبة البرلمانية عبر الفايسبوك، ومن خلال قراءة الجدول يتضح أن الإعجاب و التعليق هما السلوكان الاتصاليان البارزان في تفاعل الجمهور مع صفحة النائبة البرلمانية عبر الفايسبوك وذلك بنسبة بلغت 100٪ أي أن جميع منشورات العينة المختارة للتحليل قد تم تسجيل الإعجاب بها والتعليق عليها، وهذا يدل على أن متابعي هذه الصفحة هم من الجمهور النشط الذي يتفاعل مع المضامين التي يتابعها . ثم يأتي تفاعل المشاركة بنسبة 80٪ حيث أن 40 منشورا تم مشاركته من أصل 50 منشورا من منشورات العينة المختارة، رغم أن عدد المشاركات لم يكن كبيرا حسب ملاحظتنا. وفي المرتبة الثالثة يأتي الشكل التفاعلي الآخر وهو أيقونة أحببته (القلب) وذلك بنسبة بلغت 70٪ ويشير هذا السلوك الاتصالي إلى أن متابعي الصفحة قد أحبوا مضمون المنشور . كما تم تسجيل نسبة 20٪ من الشكل التفاعلي لأيقونة أحرزني حيث يستخدم عند التفاعل مع منشور يتضمن خبرا محزنا، فقد نشرت صفحة الفايسبوك للنائب البرلماني عدة منشورات تتعلق بالتعزية والمواساة لأشخاص معروفين كالفنانين أو الذين تربطهم علاقة مع النائبة البرلمانية كزملاء العمل. كما تم تسجيل التفاعل بأيقونة أدمعه بنسبة بلغت 4٪ حيث تشير هذه الأيقونة إلى دعم ومساندة المستخدم لمضمون المنشور .

أما أيقونة أدهشني (واو) فقد جاءت بنسبة 2٪ وهو ما يعادل منشورا واحدا من بين 50 منشورا. في حين أننا لم نسجل أي منشور (00٪) أغضب متابعي الصفحة وذلك عبر أيقونة أغضبني، وهذا ما يشير إلى أن صفحة النائبة البرلمانية عبر الفايسبوك قد عرفت كيف تنشر المواضيع التي تهم الجمهور وتمس حياته اليومية وتعبر عن واقعه المعاش، كما أنها ابتعدت عن نشر المنشورات الفايسبوكية التي تغضب الجمهور وتستفزه وتجعله غاضبا ولو الكترونيا. ويمكننا القول أن صفحة النائب البرلماني عبر الفايسبوك عرفت تنوعا في أشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات، رغم التباين المسجل في طبيعة التفاعل، حيث هناك أشكال من التفاعل سجلت نسبا عالية من حجم التفاعل كالتعليق والإعجاب في حين أن هناك أشكالا من التفاعل لم تسجل نسبا عالية.

الجدول رقم (04): يوضح آليات تواصل النائبة البرلمانية مع الجمهور عبر صفحة الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	آليات التواصل
76٪	38	الرد على التعليقات بالتعليق
16٪	08	إبداء الإعجاب بالتعليق
00٪	00	إبداء عدم الرضا على تعليق
04٪	02	عدم الرد
04٪	02	منشورات جديدة توضيحية

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

المجموع	50	%100
---------	----	------

يعرض الجدول السابق آليات تواصل النائب البرلماني مع الجمهور وتبين لنا من خلاله أن النائب البرلماني تقوم بالرد على الجمهور عبر صفحة الفاييسبوك وذلك بنسبة بلغت 76٪ من خلال آلية الرد على التعليقات بالتعليق وهو ما يشير إلى أن النائبة البرلمانية تتفاعل مع جمهورها عبر الصفحة وقامت بفتح نقاش معه من أجل معرفة أهم انشغالاته و تطلعاته وآرائه، واستفادت من المزايا والخدمات التي يوفرها الفاييسبوك في مجال التواصل بين طرفي العملية الاتصالية، وهذا دليل على أن الثورة الرقمية قد أثرت على الاتصال السياسي ووفرت إمكانيات للجماهير من أجل إسماع صوتها. كما جاءت آلية الإعجاب بتعليق في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 16٪ حيث أبدت البرلمانية إعجابها ببعض التعليقات التي كتبها الجمهور عقب نشرها لمنشورات جديدة، و تفاعلت مع تلك التعليقات. وفي المرتبة الثالثة جاءت آلية عدم الرد بنسبة قدرت بـ 04٪ وكذلك آلية منشورات جديدة توضيحية بنفس النسبة، فعلى الرغم من أهمية هذه الأخيرة في عملية التواصل ودورها في توضيح بعض الأمور الغامضة إلا أن النائبة البرلمانية لم تستخدمها كثيرا .

2.4. فئات المضمون:

الجدول (05): المصادر المعتمد عليها في محتوى منشورات البرلماني عبر صفحة الفاييسبوك

مصادر محتوى المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
مصادر إعلامية	03	%6
هيئات رسمية	11	%22
البرلماني نفسه	36	%72
الجمهور العام	00	%00
المجموع	50	%100

يوضح الجدول أعلاه المصادر التي تعتمد عليها النائبة البرلمانية في بناء منشوراتها عبر صفحة الفاييسبوك حيث أنها تعتمد بصفة أساسية على نفسها، وذلك بنسبة 72٪ فالكثير من منشوراتها عبارة عن منشورات ذاتية فمنها من كان عبارة عن أخبار لقاءات جمعتها بوزراء في الحكومة أو مسؤولين رسميين محليين كالوالي أو شخصيات سياسية كزملائها البرلمانيين. كما أن هناك بعض المنشورات عبارة عن أسئلة كتابية أرسلتها البرلمانية إلى الوزراء وقامت البرلمانية بعدها بنشر رد الوزراء عليها. وبناء على ما سبق يمكن القول أن النائب البرلماني يتمتع بسلطة الوصول إلى مصدر المعلومة. وحلت في المرتبة الثانية مصدر هيئات رسمية بنسبة 22٪ أين قامت البرلمانية بمشاركة بعض الروابط التي تحيل إلى هيئات رسمية كالمجلس الوطني الشعبي الوطني ورئاسة الجمهورية وهي هيئات رسمية تقدم معلومات موثوقة وذات مصداقية. كما جاءت مصادر إعلامية في المرتبة الثالثة بنسبة 06٪ وهي عبارة عن أيضا روابط لمؤسسة إعلامية كالقنوات التلفزيونية أو مواقع لصحف ورقية لها روابط الكترونية. أما فئة مصادر الجمهور العام فجاء بنسبة منعدمة 00٪ حيث أن

البرلمانية لم تعتمد على الجمهور العام كمصدر للمعلومة رغم أهميته كمصدر للمعلومة خاصة فيما يتعلق بالانشغالات التي يمكن أن يطرحها.

جدول رقم(06): طبيعة المواضيع المنشورة عبر صفحة البرلماني عبر الفايسبوك

طبيعة المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
مواضيع سياسية	07	٪14
مواضيع اقتصادية	03	٪06
مواضيع اجتماعية	17	٪34
مواضيع دينية	09	٪18
مواضيع تربوية وعلمية	07	٪14
مواضيع رياضية	00	٪00
مواضيع أمنية	02	٪04
مواضيع أخرى	05	٪10
المجموع	50	٪100

يوضح الجدول أعلاه طبيعة المواضيع التي تضمنتها منشورات العينة المحللة عبر صفحة الفايسبوك للبرلمانية، والذي كشف أن المواضيع الاجتماعية هي المواضيع الأكثر تكرارا وذلك بنسبة قدرت ب 34٪ حيث أن الكثير من مضامين تلك المنشورات عبارة عن أسئلة كتابية قامت البرلمانية بتوجيهها إلى وزراء في الحكومة من أجل الرد عليها، و يتعلق مضمونها بالواقع الاجتماعي للمواطن وحياته اليومية وكان الشغل أهم ما تناولته تلك الأسئلة الكتابية خاصة قضية إدماج البطالين في مناصب شغل دائمة. بالإضافة إلى قضية السكن التي شغلت حيزا مهما هي الأخرى. كما نشرت البرلمانية بعض المنشورات تتعلق بلقاءات جمعتها ببعض الوزراء تخص أيضا قضايا الشغل والسكن والنقل وهو ما يشير إلى اهتمام البرلمانية بالقضايا الاجتماعية التي تمس الحياة اليومية للمواطن.

وتأتي في المرتبة الثانية المواضيع الدينية بنسبة بلغت 18٪ و التي كانت في معظمها عبارة عن تعازي قدمتها البرلمانية لعائلات وأقارب أشخاص متوفين عبر صفحتها على الفايسبوك خاصة لفئة الفنانين. ثم تأتي المواضيع التربوية والعلمية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 14٪ أين قامت البرلمانية بتقديم رسائل تشجيعية لمرشحي شهادة التعليم المتوسط وشهادة البكالوريا خاصة وأن فترة دراستنا تزامنت مع إجراء الامتحانات الرسمية لهاتين الشهادتين، وهذا يشير إلى أن النائبة البرلمانية تحسن استغلال المناسبات من أجل تسويق صورتها لدى مختلف فئات الجمهور.

وجاءت القضايا السياسية في نفس المرتبة (الثالثة) أيضا بنسبة 14٪ وتعلق خاصة بالنشاط البرلماني كالأيام التكوينية البرلمانية أو اللقاءات التي تجمعها مع زملائها في البرلمان، فقد حرصت البرلمانية على استخدام الفايسبوك كقناة إعلامية لإظهار معظم النشاطات السياسية التي تقوم بها في الميدان السياسي من أجل تكوين صورة ذهنية إيجابية عن شخصيتها، خاصة في ظل الانتقادات التي يتعرض لها البرلماني كونه لا يعرف المواطنين إلا في المواعيد الانتخابية. وتأتي في المرتبة

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

الرابعة فئة قضايا أخرى والتي كانت عبارة قضايا بيئية كحماية البيئة و قضايا تاريخية مثل إحياء ذكرى مجازر 08 ماي 1945م. أما القضايا الاقتصادية فجاءت في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 06%. حيث تضمنت بعض المنشورات أخبارا عن الفلاحة و التنمية الريفية خاصة فيما يتعلق بموسم الحصاد ، وهذه النسبة الضعيفة تعكس - في نظرنا - حالة الركود الاقتصادي التي تعيشها الجزائر وقلّة المشاريع الاقتصادية التي من شأنها تحسين الأوضاع المعيشية للمواطن. وفي الأخير تأتي القضايا الأمنية حيث تضمنت المنشورات الفاييسبوكية التي تخص هذه الفئة أخبارا عن حوادث المرور وما تخلفه من ضحايا ومصابين.

الجدول رقم (07): أهم الفاعلين في منشورات النائبة البرلمانية عبر صفحة الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الأشخاص الفاعلون
04%	02	رئيس الجمهورية
12%	06	وزراء في الحكومة
54%	27	البرلماني نفسه
08%	04	شخصيات سياسية
22%	11	مواطنون
100	50	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه المتعلق بالفاعلين في منشورات صفحة البرلمانية عبر الفاييسبوك أن البرلمانية هي أكثر الفاعلين في محتويات المنشورات الفاييسبوكية، وذلك بنسبة بلغت 54% ويعود هذا إلى أن البرلمانية قد حرصت على استغلال الفاييسبوك من أجل الترويج لنفسها لدى الجمهور وتحسين صورتها لدى الرأي العام المحلي والوطني، من خلال النشاطات المتعددة التي تقوم بها في مختلف المجالات، والتي تتعلق أساسا بانشغالات المواطنين المختلفة، ولتظهر أنها لا تزال مهتمة بواقعهم رغم تواجدها في البرلمان، وهو ما يؤكد على أهمية استخدام الفاييسبوك في النشاط السياسي للنائب البرلماني في الجزائر.

وجاء في المرتبة الثانية فئة المواطنين بنسبة 22% فقد اهتمت البرلمانية بإظهار المواطنين من خلال منشوراتها عبر الفاييسبوك وكان ذلك عبر لقاءات جمعتها بهم في مقر مداومتها، من خلال صور تظهر المواطنين وهم يطرحون انشغالاتهم على البرلمانية. أما المرتبة الثالثة لأهم الفاعلين، فقد كانت لفئة وزراء في الحكومة بنسبة 12% وهو أمر طبيعي كون أن البرلمانية تجتمع بالوزراء في مختلف القطاعات، وتطرح عليهم مختلف الانشغالات التي تخص المواطنين من أجل العمل على حلها، فالبرلماني تجمعها علاقة عمل مباشرة مع الوزير. وجاء في المرتبة الرابعة لأهم الفاعلين فئة مسؤولون محليون بنسبة 08% خاصة شخصية الوالي باعتباره المسؤول الأول في الولاية والمنسق بين مختلف القطاعات، أين كانت هناك عدة لقاءات قد جمعته مع البرلمانية لدراسة مختلف الانشغالات التي تهم المواطنين، فحرصت البرلمانية علي توثيق تلك اللقاءات من خلال الصور التي قامت بنشرها

دور الفيسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام - ط.د. علي بوعلامة، د.إلهام بوصفيرة

مع وجود نص يشرح تفاصيل اللقاء. كما احتلت فئة شخصيات سياسية نفس المرتبة (المرتبة الرابعة) بنسبة 08٪ وهذه الشخصيات تتعلق بزملاء برلمانيين التقت بهم النائبة البرلمانية خلال اجتماعات لمناقشة بعض مشاريع القوانين في المجلس الشعبي الوطني، أو خلال أيام تكوينية في البرلمان. وحلت في المرتبة الأخيرة لأهم الفاعلين شخصية رئيس الجمهورية بنسبة بلغت 4٪ فقط وهذا يعود إلى أن النائبة البرلمانية لا تربطها علاقة عمل مباشرة برئيس الجمهورية عكس الوزراء.

الجدول رقم (08) يوضح الجمهور المستهدف من طرف منشورات النائبة البرلمانية عبر الفيسبوك

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
التلاميذ	06	12٪
الشباب	07	14٪
النساء	01	02٪
الجمهور العام	33	66٪
الفنانين	03	06٪
المجموع	50	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه المتعلق بالجمهور المستهدف من منشورات النائبة البرلمانية عبر الفيسبوك أن الجمهور العام هو الفئة الأكثر استهدافا وذلك بنسبة 66٪ وهذا يعود إلى أن البرلمانية كانت تحاول التركيز على القضايا التي تهم المجتمع بصفة عامة كقضية السكن والتنمية المحلية من خلال نشر منشورات تبين النشاطات المختلفة التي تقوم بها سواء باللقاءات التي جمعتها بالوزراء أو المسؤولين المحليين من أجل تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى الرأي العام المحلي، وتعزيز فرصتها في الفوز بعهددة برلمانية ثانية. وحلت في المرتبة الثانية فئة الشباب بنسبة 14٪ فاهتمت البرلمانية بمخاطبة هذه الفئة كونها تعد الفئة الأكبر في المجتمع الجزائري، ويعد الشغل من أبرز القضايا التي تهم الشباب لذلك كانت الكثير من الأسئلة الكتابية التي وجهتها النائبة البرلمانية إلى الوزراء تتعلق بالشغل خاصة قضية إدماج الشباب في مناصب شغل دائمة . وجاءت في المرتبة الثالثة فئة التلاميذ وذلك بنسبة 12٪ حيث قامت النائبة البرلمانية بتوجيه منشورات تتضمن رسائل تشجيعية لمرشحي شهادة التعليم المتوسط وشهادة البكالوريا متمنية لهم النجاح والتفوق. أما في المرتبة الرابعة فكانت لفئة الفنانين بنسبة 06٪ والتي كانت في جلها عبارة عن رسائل تعازي ومواساة تقدمت بها النائبة البرلمانية لأسرة المتوفى بصفة خاصة، والأسرة الفنية بصفة عامة. أما الفئة الأخيرة التي توجهت إليها النائبة البرلمانية فتتمثل في النساء بنسبة 02٪ وهي نسبة ضعيفة مقارنة بحجم هذه الفئة المهمة في المجتمع حيث لم نجد الكثير من المنشورات التي تخاطب المرأة سوى منشور واحد فقط . وبالتالي فقد أهملت البرلمانية هذه فئة رغم معاناتها من الكثير من المشاكل كالعنف والعنوسة...إلخ.

الجدول رقم (09) يبين أهداف الاتصال لدى النائبة البرلمانية عبر الفيسبوك

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلامة، د. إلهام صفرة

النسبة المئوية	التكرار	هدف الاتصال
16%	08	التوضيح
64%	32	الإعلام
08%	04	التوعية
12%	06	النقد والتحليل
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه النتائج المتعلقة بأهداف الاتصال لدى النائبة البرلمانية عبر الفاييسبوك ومن خلاله يتبين لنا أن أكثر هدف سعت إليه النائبة البرلمانية هو الإعلام وذلك بنسبة 64 % من خلال المنشورات التي كانت تقوم بنشرها على صفحتها عبر الفاييسبوك من أجل تنوير الرأي العام حول مختلف القضايا التي تهمة خاصة التي تتعلق بالجانب الاجتماعي كالشغل والسكن. وجاء في المرتبة الثانية هدف التوضيح بنسبة 16% أين قامت النائبة البرلمانية بتقديم توضيحات حول منشورات سابقة تم فهم مضمونها بطريقة خاطئة من طرف الجمهور. وحل هدف النقد والتحليل في المرتبة الثالثة بنسبة 12% حيث انتقدت النائبة البرلمانية مضمون بعض التعليقات التي كتبها بعض متابعي الصفحة، وقالت البرلمانية أنها كانت مسيئة ولم تلتزم بأداب الحوار وهددت أصحابها بحظرهم من صفحة الفاييسبوك وهذا يشير إلى أن توصل النائب البرلماني مع المواطنين عبر الفاييسبوك ليس أمرا سهلا وسيخلق بعض المشاكل والصعوبات مع بعض الجماهير التي لا تلتزم بأداب الحوار والتواصل. وفي الأخير جاء هدف التوعية فكانت هناك بعض المنشورات التي هدفت إلى توعية الجمهور المتابع لصفحة الفاييسبوك فعلى سبيل المثال تناول أحد المنشورات معلومات حول سبل الوقاية من حوادث المرور. وعموما يمكن القول أن النائبة البرلمانية استخدمت الفاييسبوك من أجل الإعلام والإخبار بصفة أساسية، وللتسويق لصورتها الشخصية لدى الرأي العام وتنال ثقته للفوز بعهدة برلمانية جديدة.

الجدول رقم (10) يبين الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات البرلماني عبر الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الإقناعية
64%	32	استمالات عقلية
36%	18	استمالات عاطفية
00%	00	استمالات تخويقية
100%	50	المجموع

يعرض الجدول أعلاه النتائج المتعلقة بالأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات النائبة البرلمانية عبر الفاييسبوك ، والذي يبين أن الأساليب العقلية هي الأكثر استخداما وذلك بنسبة 64% حيث ركزت النائبة على مخاطبة عقل الجمهور في العديد من المنشورات من خلال استخدام لغة الأرقام والإحصائيات، فعلى سبيل المثال أوردت النائبة بعض الإحصائيات المتعلقة بانجاز السكنات في الولاية من خلال تقديم عرض مفصل عن البرنامج السكني، وأشارت إلى العراقيل التي تواجه انجاز السكنات. كما عرضت بعض الحقائق الميدانية المتعلقة بقطاع النقل والمواصلات والاتصالات

السلكية واللاسلكية، لاسيما فيما يخص رقمته مختلف القطاعات، وهو ما يساهم في تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمواطن. كما نشرت النائبة البرلمانية بعض الأجوبة الكتابية التي يرسلها الوزراء ردا على الأسئلة الكتابية التي تقدمت بها النائبة. وفي ما يتعلق بموضوع الشغل، قدمت النائبة البرلمانية الكثير من المعلومات حول شروط الاستفادة من منحة البطالة التي خصصتها الدولة للشباب البطال، والقيمة المالية لها . الأمر ذاته في ما يتعلق بإدماج البطالين في مناصب شغل دائمة أين كانت البرلمانية تقوم بتزويد المعنيين بآخر المستجدات عن هذا الموضوع . وهي منشورات كانت توجهها النائبة البرلمانية إلى عقول المواطنين من أجل تنويرها بمختلف المعلومات المهمة. كما تضمنت بعض المنشورات مواعيد لقاء النائبة البرلمانية مع المواطنين في مقر مداومتها وما هي إلا مخاطبة للعقل من خلال تقديم توقيت ومكان اللقاء.

أما عن الاستمالات العاطفية فقد جاءت بنسبة 36٪ فخطبت النائبة البرلمانية عواطف الجمهور في بعض المنشورات الفايسبوكية ، كالمنشورات التي تضمنت التعازي والمواساة التي نشرتها إثر وفاة أشخاص معروفين كالفنانين ورجال في الأمن الوطني أثناء تأدية مهامهم. كما قامت النائبة البرلمانية بتوجيه منشورات إلى مترشيحي شهادة التعليم المتوسط وشهادة البكالوريا والدعاء لهم بالنجاح والتوفيق. كما خصصت منشورا آخر للطلبة الجامعيين بمناسبة عيد الطالب المصادف لـ19 ماي من خلال التذكير بدور الطلبة في الثورة وأوردت بعض الأبيات الشعرية للشاعر مفدي زكريا التي يفتخر فيها الشاعر بالطلبة الأبطال. كمثال أخر عن الاستمالات العاطفية ، وبمناسبة ذكرى مجازر 08 ماي 1945م، نشرت النائبة البرلمانية منشورا فايسبوكيا خاطبت فيه عواطف متابعيها عبر الصفحة، وذكّرتهم بالتضحيات التي قدمها الأجداد في سبيل تحرير الوطن من رجس المستدمر الفرنسي مع نشر بعض الصور للمجازر البشعة التي أرتكبت في حق الجزائريين، وهي منشورات كانت تخاطب عاطفة متابعيها عبر صفحة الفايسبوك. أما عن الاستمالات التخويفية فلم نسجل أي منشور يتضمن هذه الاستمالات في العينة المختارة للتحليل، وهذا يدل على أن النائبة البرلمانية فضلت مخاطبة عقل الجمهور بصفة أساسية ثم عاطفته وابتعدت كليا عن الاستمالات التخويفية.

5. نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة والتي نوردتها في النقاط الآتية:

- كشفت الدراسة أن صفحة النائبة البرلمانية تعتمد على استخدام اللغة العربية بصفة كلية في منشوراتها الفايسبوكية ويعود هذا - في نظرنا- إلى طبيعة عمل النائبة البرلمانية كنشرها للأسئلة الكتابية التي وجهتها لوزراء في الحكومة، ورد الوزراء عليها كتابيا.

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة

- توصلت الدراسة إلى أن أهم الدعائم الاتصالية (القوالب الفنية) التي وظفتها النائبة البرلمانية عبر صفحة الفاييسبوك هي الصورة والنص معا بنسبة 84% نظرا لسهولة استخدام الصورة وبلاغتها وجاء النص ليكشف مختلف تفاصيلها وجزئياتها.

- بينت هذه الدراسة أن تسجيل الإعجاب والتعليق على المنشورات هما التفاعلات الأكثر استخداما من طرف متابعي صفحة النائبة البرلمانية عبر الفاييسبوك، فجميع منشورات العينة المختارة للتحليل تم تسجيل الإعجاب بها والتعليق عليها.

- كشفت الدراسة أن النائبة البرلمانية سعت من وراء استخدامها للفايسبوك إلى خلق صورة ذهنية عنها لدى جمهورها عبر صفحاتها الفاييسبوكية.

- توصلت الدراسة إلى النائبة البرلمانية كانت بالرد على تعليقات الجمهور عبر صفحاتها على الفاييسبوك، وتفتح حوارا مع متابعيها عبر صفحة الفاييسبوك، مستفيدة من المزايا والخدمات التي يوفرها الفاييسبوك في مجال التواصل.

- أظهرت الدراسة أن النائبة البرلمانية اعتمدت على نفسها كمصدر للمعلومة في بناء مضامين منشوراتها الفاييسبوكية، حيث أن 72% من منشوراتها عبارة عن منشورات ذاتية. كما اعتمدت على الهيئات الرسمية كرئاسة الحكومة والمجلس الشعبي الوطني.

- توصلت الدراسة إلى أن فئة الجمهور العام هي الفئة الأكثر استهدافا من طرف منشورات النائبة عبر الفاييسبوك ثم فئة الشباب.

- أوضحت الدراسة أن أهم الفاعلين في منشورات النائبة البرلمانية عبر الفاييسبوك هم النائبة البرلمانية نفسها بصفة رئيسية ثم فئة وزراء في الحكومة.

- كشفت الدراسة أن المواضيع الاجتماعية هي المواضيع الأكثر تكرارا، وتتعلق أساسا بقضايا الشغل والسكن.

- بينت الدراسة أن الهدف الاتصالي الأول للنائبة البرلمانية لاستخدامها للفايسبوك هو الإعلام والإخبار حيث إن 64% من منشوراتها المحللة كانت تهدف إلى إعلام الجمهور.

- أوضحت الدراسة أن البرلمانية وظفت الاستمالات العقلية من أجل إقناع متابعيها بمضمون منشوراتها وذلك بنسبة 64% من خلال تقديم حقائق ومعلومات عن مختلف المواضيع التي تطرقت إليها.

6. خاتمة:

لقد صار الفاييسبوك من أهم وأشهر شبكات التواصل الاجتماعي ، نظرا لما يتمتع من خصائص ومميزات كالمجانية وسهولة الاستخدام جعلته يتحول إلى منصة للتواصل الجماهيري بامتياز حيث يستخدمه الملايين من الأشخاص حول العالم ومن مختلف فئات المجتمع، فأضحى فضاء حرا للنقاش

دور الفايسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام - ط.د علي بوعلاقة، د.إلهام بوصفرة

وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات، وتوسع استخدامه ليشمل جميع مجالات الحياة الإنسانية كالاقتصاد والتجارة والتسويق والثقافة...إلخ .

يعد المجال السياسي من أهم المجالات التي سعت إلى الاستفادة من المزايا والخدمات التي يقدمها الفايسبوك فقد أدرك السياسيون وفي وقت مبكر أهمية هذه الشبكة الالكترونية المذهلة في العمل السياسي . أين تم توظيف الفايسبوك في مجال الترويج للمرشحين وبرامجهم وتحسين صورتهم لدى الجماهير لا سيما في المواعيد الانتخابية الهامة. وفي الجزائر، يعد النواب البرلمانين من أهم السياسيين الذين وظفوا شبكة الفايسبوك في عملهم السياسي، حيث نجد الكثير من صفحات الفايسبوك بأسماء نواب برلمانين جزائريين تنشط في هذا المجال ولديها الكثير من المتابعين لها.

فجاءت هذه الورقة البحثية للكشف عن الدور الذي يؤديه الفايسبوك في تعزيز الاتصال (التواصل) بين البرلمانين الجزائريين والرأي العام، من خلال تحليل مضمون صفحة النائب البرلماني عن ولاية غليزان، السيدة شواشي عائشة. وتبين لنا من خلال العينة المختارة للدراسة أن الفايسبوك قد ساهم في تعزيز الاتصال بين النائب البرلماني الجزائري و الرأي العام. فقد أكدت هذه الدراسة أن النائب البرلماني كانت تقوم بالرد على التعليقات التي ينشرها متابعيها عبر صفحة الفايسبوك وتفتح حوارا مع متابعيها عبر صفحة الفايسبوك من أجل التعرف على انشغالاتهم والعمل على معالجتها. كما أن النائبة البرلماني استخدمت الفايسبوك بصفة كبيرة من أجل التسويق لنفسها، وتحسين صورتها لدى متابعيها عبر الفايسبوك، وهو ما يؤكد أن الاتصال السياسي في الجزائر قد تأثر بالثورة التكنولوجية التي حدثت في مجال الإعلام والاتصال، خاصة شبكة الفايسبوك التي صارت قناة اتصال حقيقية بين البرلمانين الجزائريين والرأي العام، حسب نتائج هذه الدراسة، نظرا لما تتميز به من خصائص كالتفاعلية والتشاركية ولما توفره من خدمات، فأضحت وسيلة من الوسائل الفعالة التي يمكن أن تساهم في تحقيق الديمقراطية التشاركية وتجعل صوت الجماهير مسموعا أكثر لدى السياسيين.

اقتراحات وتوصيات:

في نهاية هذه الدراسة نقترح مجموعة من التوصيات التي تؤدي تعزيز الاتصال بين النائب البرلماني والمواطن عبر الفايسبوك:

- ضرورة التنوع في استخدام الدعائم الاتصالية (الصورة، النص، الفيديو...) وعدم الاقتصار على نوع واحد فقط، حتى تشمل جميع فئات الجمهور وتحقق الهدف الاتصالي.
- أهمية الاحترافية في تصميم الرسالة الاتصالية شكلا ومضمونا حتى تثير اهتمام الجمهور وتكون أكثر تأثيرا وفعالية.

دور الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين نواب البرلمان والرأي العام ————— ط.د. علي بوعلاقة، د. إلهام صفرة
- زيادة الاهتمام بفئة النساء وتخصيص جزء مهم من المنشورات الفاييسبوكية لهذه الفئة المهمة في المجتمع، لا سيما مع ازدياد إقبال النساء على استخدام الفاييسبوك.
- ضرورة التنوع في المواضيع المعالجة عبر صفحة الفاييسبوك للنائب البرلماني وعدم الاقتصار على مواضيع محددة فقط.

7. الهوامش

- 1 الحونسي حمد علي، (2004) إشكالية الإعلام السياسي النظام الدولي الجديد 1990-2003، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن، ص16
- 2 Jean Marie Cotteret , (1973) gouvernant et gouvernés , ed presse universitaire de France, Paris, , p3
- 3 سعود آل سعود، (2010)، الاتصال السياسي والإعلام السياسي، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص20
- 4 علي خليل شقرة، (2014)، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، عمان، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص60
- 5 Danesi Marcel , (2009) dictionary of media and communication, United States of America, library of congres cataloging, p117
- 6 أحمد عطية الله، (1968)، القاموس السياسي، القاهرة، ط3، دار النهضة العربية، ص193
- 7 عمرو هاشم ربيع وآخرون، (2009) موسوعة المفاهيم والمصطلحات الانتخابية والبرلمانية، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ص72.
- 8 جبران مسعود، (1992)، الرائد: معجم لغوي عصري، بيروت، ط7، دار العلم للملايين، ص226.
- 9 مي عبد الله، عبد الكريم شين، (2014)، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، دار النهضة العربية، ص107.
- 10 مي العبد الله، (2014)، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، ط1، دار النهضة العربية، ص171.
- 11 محمد جمال الفار، (2014)، معجم المصطلحات الاعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص180.
- 12 عامر مصباح، (2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص86.
- 13 موريس أنجرس، (2006)، منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، الجزائر، ط2، دار القصبه للنشر، ص298.
- 14 أحمد بن مرسل، (2007)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ط3، ديوان المطبوعات، ص197.

8 . قائمة المصادر والمراجع

1. الحونسي حمد علي، (2004) إشكالية الإعلام السياسي النظام الدولي الجديد 1990-2003، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن.
2. سعود آل سعود، (2010)، الاتصال السياسي والإعلام السياسي، القاهرة، دار الكتاب الحديث.
3. علي خليل شقرة، (2014)، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، عمان، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع.
4. أحمد عطية الله، (1968)، القاموس السياسي، القاهرة، ط3، دار النهضة العربية.

5. عمرو هاشم ربيع وآخرون،(2009) موسوعة المفاهيم والمصطلحات الانتخابية والبرلمانية، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
6. جبران مسعود،(1992)، الرائد: معجم لغوي عصري، بيروت، ط7، دار العلم للملايين.
7. مي عبد الله، عبد الكريم شين،(2014)، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، ط1، دار النهضة العربية.
8. محمد جمال الفار،(2014)، معجم المصطلحات الاعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
9. عامر مصباح، (2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
10. موريس أنجرس، (2006)، منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، الجزائر، ط2، دار القصبه للنشر.
11. أحمد بن مرسل، (2007)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ط3، ديوان المطبوعات.

المراجع الأجنبية

12. Danesi Marcel , (2009) dictionary of media and communication, United States of America, library of congres cataloging.
13. Jean Marie Cotteret ,(1973) gouvernant et gouvernés , ed presse universitaire de France, Paris.