

خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون دراسة تحليلية لتغريداته على منصة تويتر

Characteristics and features of Algerian President Abdelmadjid Tebboune's digital political communication Analytical study of his tweets on twitter

أ.د محمد البشير بن طبة

حسنى هلالة¹

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة

bbcha_nac@yahoo.fr

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية

h.hellala@univ-emir.dz

تاريخ الوصول 2022/07/20 القبول 2023/05/03 النشر على الخط 2023/06/05

Received 20/07/2022 Accepted 03/05/2023 Published online 05/06/2023

ملخص:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون من خلال تحليل تغريداته عبر المنصة التفاعلية تويتر، والتي يتوجه بها نحو أفراد المجتمع الجزائري.

تخوض هذه الدراسة في الخصائص الشكلية لصفحة عبد المجيد تبون من ناحية خصائصها الفنية وأشكال تفاعل الجمهور معها وكذا في سمات ومضمون الاتصال السياسي الرقمي للرئيس، وذلك عن طريق التحليل الكمي والموضوعي للقضايا التي يطرحها وأساليب الإقناع المستعملة في التغريدات، والهدف منها، وتمت الدراسة عبر تحليل بيانات حسابه الرسمي على المنصة.

توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها قدرة الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد المجيد تبون على تحقيق تفاعل قوي مع الجمهور عبر منصة تويتر، من خلال استعمال النصوص في تحرير التغريدات التي تصب أغلبها في المجال الاجتماعي والرياضي، عبر أسلوب عاطفي يتوجه به إلى جماهير المتابعين، يهدف من خلاله إلى تأكيد أهمية الوحدة والانتماء الوطني.

الكلمات المفتاحية: خصائص - سمات - الاتصال السياسي الرقمي - الرئيس الجزائري - تويتر .

Abstract:

This study attempts to highlight the characteristics and features of Algerian President Abdelmadjid Tebboune's digital political communication by analyzing his tweets on the interactive Twitter platform, which he directs towards members of Algeria's digital society.

This study examines the formal characteristics of Abdelmadjid Tebboune's page in terms of its artistic characteristics and forms of public interaction with it as well as in the features of the president's digital political communication, through objective analysis of the issues he poses and the methods of persuasion used in tweets and their purpose and the study was carried out by analyzing the data of his official account on the platform.

The study found several results, the most important of which is the ability of digital political communication of President Abdelmadjid Tebboune to achieve strong interaction with the public through the Twitter platform by using texts to edit tweets, most of which pour into the social and sports field through an emotional method that addresses a special audience aimed at confirming national affiliation.

Key words : Characteristics -features-digital political communication -Algerian President- Twitter

مقدمة:

في ظل اتساع نطاق استخدام منصات التواصل الرقمي انبثق واقع اتصالي جديد أثر على طبيعة العمل الإعلامي من جهة والاتصال السياسي من جهة أخرى، فوجدت الحكومات نفسها أمام ضرورة مواكبة تحولات المرحلة في بعدها الاتصالي خاصة من خلال السعي نحو توظيف أمثل لمنصات البيئة الرقمية الجديدة، وقد وجدت في ذلك ملاذاً لمشاركة وتقاسم سلطة الوسائط الاتصالية مع باقي المستخدمين، واتبعت ذلك انتقال السلطة الإعلامية من الصحفيين المهنيين القائمين على المحتوى الإعلامي إلى السياسيين والحكومات والجماهير العريضة التي أضحت جزءاً لا يتجزأ من الفضاء السياسي العام من خلال مشاركة وإدارة النقاش والحوار والتفاعل بشكل مستمر مع مختلف متغيرات الواقع السياسي والاجتماعي القائم، وهو ما جعل الحكومات وصناع القرار أمام فرص جديدة لمد جسور التواصل وشد أواصر الثقة التي طالما افتقرت إليها الشعوب في علاقتها مع حكوماتها.

لقد وجدت الأنظمة السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي رغم خطورتها وقدرتها على التأثير السلبي في الجماهير رافداً مهما لتعزيز الثقة وفرصة لمنح الجماهير مساحة أوفر للتعبير ولممارسة ديمقراطية افتراضية -ولو صورياً- وبخاصة في عالمنا العربي، وهذا بعد ما أبانت من تأثير كبير في الساحة الدولية إذ كانت في كثير من الأحيان مصدراً رئيساً لكثير من القرارات السيادية للدول والحكومات. وظهرت في ضوء ذلك العديد من المفاهيم الجديدة ذات الشأن بالفضاء السياسي العام على غرار الحكومات الرقمية، الاتصال السياسي الإلكتروني، والفضاء العام الرقمي، والديبلوماسية الرقمية، والمعارضة الرقمية... وغير ذلك من المفاهيم التي تؤكد على تحولات المشهد السياسي في مختلف أبعاده .

وفي هذا السياق حرصت الدولة الجزائرية بمختلف مؤسساتها على توظيف المنصات الرقمية للتواصل الدائم مع الجمهور ومسايرة تطلعاته وقضاياه ذات الصلة بالشأن الاجتماعي والسياسي والثقافي والتربوي والرياضي وغيرها من القضايا، من جهتها حرصت مؤسسة رئاسة الجمهورية الجزائرية ممثلة في رئيسها عبد المجيد تبون على التواصل الدائم والمستمر مع الجماهير عبر منصتي الفايستوك والتويتير، ومشاركتهم كل جديد يتعلق بالدولة والشعب الجزائري أولاً بأول في مظهر اتصالي واستراتيجي سياسي غير مسبوق في الجزائر، خصوصاً إذا ما استصحبنا التفاعل الجماهيري المتميز مع هذه التغريدات والمنشورات الرقمية للسيد الرئيس.

يمثل اليوم النشاط الاتصالي السياسي لرئاسة الجمهورية من خلال حساباتها الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً رسمياً ومهماً لدراسة الإستراتيجية الاتصالية الرسمية في التواصل مع الجماهير بلغة العصر، والتعامل مع الواقع الرقمي داخل الحيز الافتراضي وذلك انطلاقاً من الخطاب الرسمي الذي ينشر عبر الوسائط الإعلامية الجديدة، على اعتبار أنها تهم بوظيفة نقل الرسالة بأشكال تناسب وطبيعة كل وسيلة وخصوصيتها، ويؤدي تويتير دور المنصة الأكثر رسمية من بين منصات التواصل الاجتماعي، خاصة أن منصة التويتير تمد المستخدمين بشارة الهوية الرسمية أو ما يسمى بالشارة الزرقاء، وهي شارة تميز المستخدمين والمؤثرين عن غيرهم من باقي المستخدمين فتفادياً لانتحال الهوية وتقمص الشخصيات، كما أنها تمنح المستخدمين مشاركة بأقل من 140 حرفاً، هو عدد مناسب لكتابة خبر قصير أو عبارة كفيلاً بأن تؤدي دوراً في منتهى الأهمية، وعليه استخدمتها رئاسة الجمهورية الجزائرية ممثلة في السيد الرئيس عبد المجيد تبون، ينشر من خلالها تغريدات قصيرة بصفة دورية تتعلق شأنها بمشاركة الجماهير تفاصيل الحياة

العامّة إلى جانب بيان توجهات السلطة تجاه الأحداث والقضايا الدولية المستجدة، على ضوء ذلك جاءت هذه الدراسة متسائلة عن : خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون عبر منصة تويتر.

تتبعاً للخصوصية المعرفية والمنهجية للدراسة ارتأينا تفصيل التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ماهي موضوعات تغريدات الرئيس عبد المجيد تبون المنشورة عبر منصة تويتر؟
- ماهي أساليب الإقناع التي استعملها السيد الرئيس عبد المجيد تبون خلال ممارسته الاتصال السياسي الرقمي عبر تغريداته المنشورة على منصة تويتر؟
- من هو الجمهور المستهدف من الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد المجيد تبون من خلال تغريداته على منصة تويتر؟
- ما هي أهداف الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد المجيد تبون من خلال تغريداته على منصة تويتر؟
- ماهي الخصائص الفنية لتغريدات الرئيس عبد المجيد تبون عبر منصة تويتر؟
- ماهي أشكال تفاعل الجمهور مع تغريدات الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون؟

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية دراستنا في المكانة التي أضحت تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي افتراضي مكن من تجاوز العوائق القانونية والزمانية والمكانية فاستطاعت تنظيم الأنشطة السياسية كالمواطنة، المشاركة السياسية، الدبلوماسية السياسية والوعي السياسي، محققة اتصالاً سياسياً رقمياً متميزاً لم تستطع وسائل الاتصال التقليدية تحقيقه، من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة في تناولها لتغيير الاتصال السياسي الرقمي على المنصة الافتراضية تويتر وكيفية استغلال رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون لخصائص التكنولوجيا الرقمية في تمرير قراراته السياسية و تعزيز أفكاره في تغريدات لا تتجاوز 140 حرفاً تجمع بين النص والصورة والصوت، فقد تغير شكل الإيديولوجيا السياسية اليوم وتغيرت البيئة السياسية بشكل كبير فيجب أن يتمتع السياسيين بمهارات الأداء والعرض الذاتي والأسلوب، فالسياسي اليوم يجب أن يكون إعلامي وشخص يتفوق في التواصل من خلال وسائل الاتصال الحديثة¹، ومن جهة أخرى تنبع أهمية الدراسة من موضوعها حيث تدرس تغريدات الرئيس المنتخب بعد الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر منذ فيفري 2019 ويعد ثامن رئيس للدولة وأول رئيس جزائري يستغل التكنولوجيا الرقمية في التواصل السياسي مع جمهوره ويطرح إستراتيجيته السياسية و أفكاره وتوجهاته في ساحة للنقاش المفتوح الذي يعطي حرية التعبير لأهم أطراف العملية الاتصالية المرسل والمستقبل.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة من الناحية المعرفية إلى الاطلاع على خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد المجيد تبون وكيفية بناءه لتغريداته على منصة تويتر باعتبارها من أهم منصات الإعلام الرقمي التي تساهم في تكوين الرأي العام الجزائري والوقوف عند مختلف القضايا والمواضيع التي يطرحها صاحب الصفحة.

¹Carola schoor, In the theater of political style, Touches of populism and elitism in speeches of politicians, discourse society, 2017, vol 28, N 6, p 659.

وتهدف الورقة البحثية تطبيقيا إلى:

1. التعرف على موضوعات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون من خلال ما ينشره على صفحته.
2. الوقوف عند أساليب الإقناع التي اعتمدها الرئيس الجزائري لتمرير رسالته.
3. التعرف على سمات الجمهور المستهدف من الاتصال السياسي عند عبد المجيد تبون من خلال تغريداته.
4. معرفة أهداف الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون التي اعتمدها تغريداته على منصة تويتر.
5. التعرف على الخصائص الشكلية (الخصائص الفنية للتغريدة، أشكال تفاعل الجمهور، اتجاه التفاعل) لصفحة الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون على منصة تويتر.

أدبيات الدراسة:

الدراسة الأولى: دراسة الباحثة **Elena Albu**¹ من جامعة جونيف، تهدف هذه الورقة البحثية إلى مناقشة خصوصية التغريدات الانتخابية التي أرسلها المرشحون السياسيون لحزب استقلال المملكة المتحدة (UKIP) قبل الانتخابات وهو خطاب استراتيجي وجه نحو هدف مقصود يتمثل في إقناع الناخبين بالتصويت لهم، وعليه تم توجه الاهتمام في هذه الدراسة إلى الاستراتيجيات المعرفية والخطابية المستخدمة والدور الذي تلعبه أثناء تقديم التفسير ومدى تأثير التفاصيل اللغوية على مواقف و آراء الناس تجاه المرشحين السياسيين، تم التحليل عن طريق أخذ مجموعة بيانات خلال فترة زمنية مدتها أسبوعين قبل الانتخابات الأوروبية لعام 2014 واعتمد التحليل على فئات المحتوى تم فيها اختيار التغريدات ذات الصلة بالانتخابات فقط .

توصلت الباحثة لعدة نتائج من أهمها، يتم إيلاء اهتمام خاص بالاستراتيجيات اللغوية والصيغ النحوية التي يستخدمها السياسيون مثل الإيجاز وغياب المكونات اللفظية وشبه اللفظية، وتم استخدام تويتر في المجال السياسي بشكل يومي وكأفضل قناة خلال فترة الانتخابات، يتم التركيز بشكل خاص على الهاشتاغ ولم تدرس الباحثة إعادة التغريد قائلة أن ذلك لا يخدم أهداف دراستها كما توصلت إلى أن المرشحون يحاولون لفت الانتباه عن طريق جعل لغة الخطاب السياسي بسيطة و سهلة، كما يحاولون تقديم حجج جدلية للإجابة عن السؤال لماذا يجب على الناخبين التصويت على (UKIP)؟.

الدراسة الثانية: للباحث أحمد بودادة² بعنوان " دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام دراسة لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر للرئيس الأمريكي دونالد ترامب دراسة دكتوراه، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام الأمريكي من خلال نشاط الرئيس الأمريكي دونالد ترامب عبر منصة تويتر، وتكمن أهمية الدراسة في تبيان أهمية منصة تويتر بالنسبة لترامب كقائد رأي في تعبئة الرأي العام الأمريكي من خلال المواضيع التي يثيرها وطريقته في التعامل معها.

أقرنت هذه الدراسة بالمنهج الوصفي التفسيري فعمل على وصف وتفسير المتغيرات المرتبطة بالإعلام الرقمي والرأي العام فينحصر مجتمع الدراسة في صفحة الرئيس الأمريكي ترامب عن طريق عينة قدرها 100 يوم من التغريد، توصل الباحث لعدة نتائج أهمها، أن

¹Elena Albu، Love Britain ! vote ukip! the pragmatics of electoral tweet during the european elections 2014، Tweets from the campaign، TrailGeneva، 2016 .

²أحمد بودادة، دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020.

تغريدات ترمب محررة في قالب لغوي بسيط وسهل لا يحتمل التأويل والإيجائية، كما أن معظم تغريدات ترمب تعنى بالمجال السياسي وبالأخص القضايا الدولية والإرهاب.

الدراسة الثالثة: دراسة الباحثين ¹stamatispoulakidakos et Anastasia veneti تمت هذه الدراسة في بيئة يونانية أين تم تفحص تويتز باعتباره مساحة عامة للحوار وغير مادية أي افتراضية يمكن أن تنشأ فيها مناقشات سياسية متميزة من جهة ومن جهة أخرى يمكن أن يعمل على تعزيز مشاركة المواطنين في العمل السياسي، ومن أجل تحليل تويتز في سياق الاتصال السياسي استند الباحثان لنظرية المجال العام و عملا على تحليل تغريدات لحزبين سياسيين يونانيين (الديمقراطية الجديدة و سيريزا)، عن طريق تحليل المحتوى الكمي والنوعي مركزين على لغة الخطاب السياسي للحزبين وكذلك على المواضيع المختلفة التي تركز عليها التغريدات في محاولة للمقارنة بين الحزبين . توصل البحث لمجموعة نتائج منها أن الحزب الأول (الديمقراطية الجديدة) يهدف عبر تغريداته لتسليط الضوء على الوضع المالي والأزمة الاقتصادية وانعدام الأمن والصحة والضرائب والديون والبنوك ونسب الدخل ومقارنتها مع الاقتصاد الأوربي وتطوره، كما أن الأحزاب المدروسة تتجنب وجهات النظر الأحادية الجانب وتتجنب المنطق العاطفي كما أنها لم تعمل على التقليل من مستوى الخصوم في خطابها التغريدي غير أنها مقابل ذلك فهي تفتقر لفهم وسيلة تويتز وطابعها التفاعلي في تعزيز الحوار السياسي مع المواطنين وإثارة النقاش المثمر مع الجمهور خاصة أن فترة إجراء الدراسة كانت قبيل الانتخابات.

الدراسة الرابعة: دراسة نحلة عبد المحسن تحت عنوان "موقف مستخدمي تويتز من تغريدات النخب السياسية ما بعد 30 يونيو"²، تمت هذه الدراسة في بيئة مصرية وتهدف منها الباحثة للكشف عن أهم القضايا والأحداث المثارة في تغريدات النخب السياسية المصرية بعد ثورة يونيو ومعرفة اتجاهاتهم نحوها وكذلك للكشف عن لغة هذه التغريدات وطبيعة محتواها والشكل المتخذ في تقديمها مستندة لنظرية المجال العام لهيرماس، اعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح مستعينة بأداة تحليل المضمون مستعملة وحدة تحليل التغريدة، توصلت الباحثة لجملة نتائج منها أن المواضيع السياسية سيطرت على أغلب تغريدات النخب كما يتضح أن تعليقات مستخدمي تويتز متضاربة التوجهات يغلب عليها الطابع الهجومى والطابع السردى.

الدراسة الخامسة: دراسة الباحثين ³Kevin L & Sharareh، تمت هذه الدراسة في جامعة نيويورك وحاول فيها الباحثون التحقيق في الاختلافات الإيديولوجية في التعبير عن القيم والآراء بين النخب السياسية المنخرطة في طرق غير رسمية للاتصال السياسي، وجاءت الدراسة حول استخدام الوسائط الجديدة وبالضبط تويتز فقاموا بتحليل 500000 رسالة على تويتز مرسله من حسابات أعضاء الكونغرس وهم النخب السياسية ، وتمت الدراسة على 113 شخصية من الكونغرس سنة 2012 ثم 466 سنة 2014 وتم التحليل عن طريق تحديد قاموس كلمات لغوية بغرض إحصاء نسبة الكلمات المتعلقة بقيم كل شخصية وهي عشر قيم منها الإنجاز، القوة، التحفيز، التقليد، العالمية .. الخ، وتم التحليل عن طريق برامج الحاسوب المطورة وأهمها برنامج LIWC لحساب

¹Stamatis poulakidakos et Anastasia veneti، political communication and twitter in Greece، In Revolutionizing political communication through social media، university of Athens، 2016.

²نحلة عبد المحسن، موقف مستخدمي تويتز من تغريدات النخب السياسية ما بعد 30 يونيو، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 21، 2018.

³Kevin L, j., & sharareh, n. Liberal and conservative values، what we can learn from congressional tweets، political psychology، 2018.

التكرارات. توصلت الدراسة لنتائج مهمة منها شدد الجمهوريون والمحافظون على القيم والتقاليد والأمن القومي في حين شدد الديمقراطيون والليبراليون على قيم الإحسان والعالمية والمتعة والأمن والإنجاز والإرهاب.

ضبط المفاهيم الإجرائية:

مفهوم الاتصال السياسي: تعددت تعاريف الاتصال السياسي ولم يقف الباحثان على مفهوم شامل، ومن بين اجتهادات الباحثين نذكر: يعرفه جاك جيرستلي أنه مجموعة من الممارسات والتقنيات التمثيلية والخطابية التي تكون أرضية لتبادل وتفاعل بين الشرائح الأساسية للمجتمع وهم الفاعلون السياسيون والمواطنين والوسطاء القادمين من عالم الإعلام.¹ أما من جهته يعرفه جبار علاوي بأنه النشاط الموجه الذي يقوم به الساسة والإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهداف سياسية محددة تتعلق بالقضايا السياسية وتؤثر في الحكومة والرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل اتصال متعددة.²

يضيف يوسف بوفلجين على ذلك أنه قائم على 4 عناصر:

1. النشاط السياسي: وهو مضمون العملية الاتصالية السياسية.
2. القائم بالاتصال: وهم السياسيون أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب
3. الهدف: يتضمن الأثر المقصود من الرسالة سواء ما تعلق بوظيفة التأثير في الرأي العام أم في عملية التنشئة السياسية.
4. الوسيلة: وهي كل وسيلة اتصالية تجسد النشاط السياسي الممارس.³

أما الاتصال السياسي الرقمي فهو ذلك الاتصال الذي تطور مع وسائل الإعلام المختلفة وأصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية إذ يقوم بنقل وتحليل النشاطات السياسية وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات وتلقي رد فعل الناس نحو قراراتهم⁴

التعريف الإجرائي: يقصد بالاتصال السياسي الرقمي في هذه الدراسة أنه ذلك النشاط السياسي الموجه الذي تقوم به السلطة العليا في البلد والمتمثلة في رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، عبر وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد منصة تويتر التي يعكس من خلالها أهدافا سياسية محددة تعمل على بناء توجهات وقناعات الأفراد تجاه القضايا المطروحة في الساحة السياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها من قضايا المجتمع.

تويتر:

لغة: كلمة تويتر Twitter تعني بالإنجليزية (تغريدة) وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق وهو (Logo) الموقع وتعني باللغة العربية الطائر عندما يغرد أو عندما يطلق زقزقات قصيرة أو أصوات متقطعة.¹

¹ سعد بن سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع السعودي، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، أطروحة دكتوراه، السعودية، 2006، ص 40.

² جبار علاوي، الإتصال السياسي. دار أجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 161.

³ يوسف بوفلجين، الاتصال السياسي عبر الانترنت، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018.

⁴ أمينة عطاء الله، داوود جفافة، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 4، 2019، ص 422.

اصطلاحاً: عرفه **Dhiraj Murthy** أنه "مدونة صغيرة يشارك فيها المستخدمون أفكاراً وانعكاسات سريعة (تقتصر على 140 حرفاً) مع مستخدمين آخرين."²

جاء في تعريف آخر للباحثين **جروس وهولوتس: Grosseck, Holotescu** أنه المدونات الصغيرة، أو شكل جديد من المدونات، والتي تسمح للمستخدمين بنشر نص مختصر على الإنترنت، وعادة ما تكون 140 حرفاً أو صوراً وملفات أخرى تمكن من التفاعل في الوقت المناسب بين المستخدمين المستخدمين وذلك باستخدام مختلف الأجهزة والتقنيات من خلال موقع تويتر.³ ويضيف **ديراج ميرثي** قائلاً "وعلى الرغم من أنه يقتصر على 140 حرفاً إلا فهو لديه طرق بسيطة وقوية لربط التغريدات بموضوعات أكبر وأفراد ومجموعات معينة، ويعد هذا مظهراً فريداً لهذا الوسيط"⁴

عرفه **عبد الحليم موسى** بأنه شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرفاً، سواء عن طريق تويتر مباشرة، أو عن طريق التطبيقات الخارجية التي يقوم بها المطورون مثل تطبيق خدمة، وغيرها من التطبيقات الكثيرة.⁵

التعريف الإجرائي:

هو أحد آليات الإعلام الرقمي إذ يسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات على شكل tweets أي تغريدات تعبر عن حالتهم أو عن حدث عاجل أو رأي أو موقف أو فكرة في رسالة تتشكل من 140 حرفاً كأقصى حد، وصغر هذه التدوينات جعلها عملية للغاية خاصة للأخبار العاجلة التي تتصدر أهم الأحداث بشكل فوري ولعل ما زاد من أهمية هذه المنصة هو انتساب هائل من قادة الرأي الممثلين للسلطة العامة مثل الرؤساء-من بينهم عبد الحميد تبون- وقادة رأي وصناع القرار والمشاهير وغيرهم.

المنطلقات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

يندرج موضوع هذه الدراسة ضمن **الدراسات الوصفية** التي تسعى لإبراز خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد الحميد تبون عن طريق تفكيك حسابه الرقمي على تويتر ومعرفة كل ما تعلق بجوانبه الشكلية والداخلية والذاتية والموضوعية عن طريق وصف الظاهر والصريح، وبالتالي فإن المنهج الأنسب والذي يتلاءم مع هذا النوع من الدراسات هو **منهج المسح**، يعرف

¹ نعيمة بوزينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018.

² بودادة أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 72.

³ هاجر بن عمار، هويات مستخدمي الوسائط الجديدة - تويتر نموذجاً -، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، ص

110.

⁴ ديراج ميرثي، ترجمة محمد عبد الحميد مهران، تويتر. التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2014، ص 21.

⁵ عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 13.

المنهج Method بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة¹ وعليه فهو القواعد العلمية المستعملة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم. ومن أجل الوصول إلى الحقيقة العلمية في هذه الدراسة تم استخدام منهج المسح هو المنهج الذي يدرس موضوع البحث ويضم عددا من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية توصف بالكافية بغرض الوصول إلى تكوين القاعدة الأساسية من البيانات اللازمة لحل إشكالية الدراسة² ومنه وصف وتحليل وتفسير موضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة

تتمحور الدراسة حول خصائص وسمات الاتصال السياسي في الإعلام الرقمي من خلال تغريدات الرئيس عبد المجيد تبون باعتبارها إحدى وسائط التدوين المصغر التي يعتمد عليها صناع القرار السياسي وينحصر مجتمع الدراسة ضمن الحدود الافتراضية للحساب الرسمي الخاص بالرئيس الحالي المنتخب جماهيريا " عبد المجيد تبون" وهو يشمل كل الأخبار والأفكار والآراء التي تخص شخصه. بعد الزيارات المتكررة للباحثين لحساب الرئيس عبد المجيد تبون ومتابعة ما يكتب وينشر ومدى تفاعل الجمهور مع التغريدات القصيرة وخدمة لأهداف البحث ومشكلته ورغبة في توسيع النتائج تم اعتماد الحصر الشامل لتغريدات الحساب الرسمي للمبحوث بداية من أول تغريدة له قبل توليه الحكم أي منذ 09 نوفمبر 2019 وصولا إلى آخر يوم لبداية التحليل وهو يوم 01 جوان 2022 وعدد التغريدات 133 تغريدة.

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام أداة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع بيانات الدراسة، التي تستهدف جمع بيانات الحساب الشخصي للرئيس الجزائري الحالي عبد المجيد تبون على منصة تويتر، وذلك عن طريق الاستنباط أو الاستقراء الموضوعي والقائم على ربط مواطن الاختلاف ومواطن الالتقاء.

الخطوات المنهجية المتبعة في التحليل:

تصنيف وتعريف المحتويات المبحوثة:

تم استعمال 07 فئات في هذه الدراسة فئات الشكل كيف قيل؟ وهي فئة الخصائص الفنية التغريدية (البناء الشكلي لها)، فئة أشكال التفاعل (الإعجاب، التعليق، إعادة التغريد) وفئة اتجاهات تفاعل الجمهور وهي اتجاهات التعليقات (سليبي، إيجابي، محايد)، وفئات المضمون ماذا قيل؟ وهي فئة الموضوعات (السياسية، الاقتصادية، التعليمية والثقافية، الرياضية...)، فئة أساليب الإقناع (عاطفية، عقلية، تخويفية)، فئة الجمهور المستهدف من التغريدة (عام، خاص، هيئات ومؤسسات)، بالإضافة إلى فئة الأهداف الاتصالية، ومن أجل تحقيق فعالية وجودة عالية لعملية التحليل لابد من توافر جملة من الشروط الأساسية في بناء فئات التحليل الشمولية والاستقلالية والوضوح والملائمة³، فحاولنا جعل عملية التفيئة تشتمل كل المحتوى الاتصالي قيد الدراسة وتلائم

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ط1، 2017، ص 159.

² المرجع نفسه، ص 163.

³ محمد البشير بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 31، 2015، ص ص (316-330).

إشكالياتها بحيث لا تتداخل أي فئة مع فئة أخرى داخل إطار من الوضوح والدقة وبشكل يتناسب مع التساؤلات المثارة من خلال إشكالية الدراسة.

ضبط وحدات التحليل: وهو ما يمكننا إحضاره للعد والقياس فيوفر الويب لمستخدميه بيئة متميزة، فالمحتوى يعرض بعدة أساليب تشمل النصوص والصور والصوت والفيديو والروابط وحتى الرموز التعبيرية.¹ وبناء على ذلك تم اعتماد وحدة التغريدة لخصوصية المحتوى الرقمي المختلف عن الوحدات المتعارف عليها في أبحاث منهجية البحث العلمي، إذ أن خطوات تحليل المحتوى مرنة يمكن أن تتلون بلون المحتوى والوسيلة التي ستدرسها.

إجراءات الصدق والثبات: تم تحقيق صدق استمارة تحليل المحتوى وعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين* وتم تعديلها على أساس ملاحظاتهم. كما تم تحقيق ثبات الاستمارة عن طريق تكرار التحليل عبر تطبيق الاتساق الزمني " وهو أن يتوصل الباحثون إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، إذ جرى التحليل في أوقات مختلفة أي أن الباحث يعيد إجراء البحث بعد مضي شهر أو أكثر من إجراء التحليل الأول"² وتم ذلك عن طريق معادلة هولستي (Holsti) اتضح عنه ثبات الاستمارة بنسبة 0,87.

الجزء التطبيقي للدراسة:

الجدول 1: توزيع التغريدات بحسب فئة الموضوعات

النسبة	التكرار	الفئات الفرعية	التكرار	الفئة
46	6	الدبلوماسية في الخارج	13	سياسية
31	4	قضايا الشأن السياسي الداخلي		
23	3	الموقف من الأحداث والقضايا الدولية		
%100	13	المجموع		
40	17	الوحدة والتكافل الاجتماعي	42	اجتماعية
5	2	قضايا المرأة والطفل		
-	-	قضايا الشباب		
55	23	احتفالات ومناسبات رسمية		
%100	42	المجموع		
100	1	الميزانية العامة	1	اقتصادية
-	-	المستوى المعيشي		
-	-	الزراعة والتجارة والمشاريع الصناعية		

¹ ريان مبارك، الإشكاليات المنهجية في تحليل محتوى الويب، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1، 2020، ص ص(78.91).

² سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص ص(130.131).

المجموع	1	100%		
الهوية الوطنية	6	29	21	ثقافية وتعليمية
أخبار الفن والفنانين	5	24		
التعليم	10	47		
المجموع	21	100%		
أحداث الأمن الداخلي	14	93	15	أمنية
الصراعات الدولية	1	7		
المجموع	15	100%		
أخبار فيروس كورونا	7	70	10	صحية
قطاع الصحة وأخبار المستشفيات	3	30		
المجموع	10	100%		
أخبار المنتخب الوطني	16	64	25	رياضية
أخبار الأندية الرياضية	2	8		
ألعاب رياضية	7	28		
المجموع	25	100%		
حماية البيئة	3	50	6	بيئية
الكوارث البيئية	3	50		
المجموع	6	100%		

المصدر: إعداد الباحثين

يمثل الجدول أعلاه تصنيف التغريدات حسب الموضوعات الكلية والقضايا الجزئية، تتصدر التغريدات التي تعني بالمجال الموضوعاتي الاجتماعي أجندة عبد المجيد تبون بواقع 42 تغريدة من أصل 133 وتفرعت قضايا الاحتفالات والمناسبات الرسمية الخاصة بالمجتمع الجزائري والمسلم بمعدل 23 تغريدة بنسبة (55%) تليها الوحدة والتكافل الاجتماعي بنسبة (40%) وهذا يبين اهتمام أجندة عبد المجيد تبون بالمجال الاجتماعي وهو محور اهتمامه وهدف لصناعة رأي عام لعدة اعتبارات منها: الخلفية الثقافية للمجتمع الجزائري وتمسكه بالعادات والتقاليد والدين وكل ما يمس هويته الثقافية فيتولد لدى الفرد إحساس بانتماء قائد الرأي لنفس مجتمعه وكذا القرب من المجتمع ومشاركته أحداثه مما يلي حاجات الفرد النفسية في الانتماء الاجتماعي ووجود سلطة تحميه خاصة بعد غياب السلطة لسنوات. تأتي الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية لاهتمامات عبد المجيد تبون بمعدل 25 تغريدة وتفرعت إلى أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم بنسبة (64%) وشهدت فترة حكمه سلسلة فوز للمنتخب الجزائري في مباريات دولية مهمة غرد الرئيس قائلا "مبروك يا أبطال العرب... الله يفرحكم كما فرحتونا"، تحمل التغريدة بعدا خطايا يتجه نحو تفعيل الحماسة التي ولدتها التظاهرة، ويعد زخم المناسبة الرياضية مبرر مهم لتمرير الرسائل وقبول الآراء، وفي نفس السياق غرد قائلا "مليون

ونصف مليون مبروك يا أبطال" مقابل فوزه على نظيره المغربي، وتحمل التغريدة إيجاءات متعددة الجوانب بعد قطع الجزائر لما تبقى من علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب¹، وهذا ما يشير إلى عنصرين مهمين أولها، أن عبد المجيد تبون يستغل أي تظاهرة في تمرير خطابه العام وثانيها أن الرياضة تشكل أحد مرتكزات القبول الجماهيري في بناء المجتمع الجزائري. جاءت القضايا التعليمية والثقافية في المرتبة الثالثة وشكلت قضايا التعليم (47%) منها ما يشير لتوجه الرئيس نحو تدعيم الفئة المتعلمة والمتقفة وكذا نالت أخبار الفن والفنانين حيز تغريدي ويتبين منه أن سياق التغريد جاء مناسباتيا في المجال الثقافي عامة مثل (يوم العلم، تهنئات البكالوريا، الدخول المدرسي، ذكرى وفاة فنانيين، إبداعات فنية) ويتم ذلك من خلال التمرکز كقائد رأي يولي اهتماما لمعظم المجالات خاصة أن العلم والثقافة فهما عاملان مؤثران في الساحة العالمية في ضوء الإجماع الجماهيري وبالتالي لهما ثقل في بناء التوجه العام، تليها مباشرة القضايا الأمنية بمعدل 15 تغريدة وشكلت أحداث الأمن الداخلي النسبة الأكبر (93%)، تم التركيز عليها من قبل قائد الرأي و تأطيرها إخباريا والغاية منها هو تبيان الاهتمام من جهة والإعلام من جهة ثانية وتوجيه المعلومة في الاتجاه الذي يريده من جهة ثالثة، جاءت القضايا السياسية في المرتبة الخامسة مع 13 تغريدة 6 منها حول الدبلوماسية في الخارج و 4 تخص الشأن السياسي الداخلي ويلاحظ أنها جاءت على ترتيب متتالي منذ أول تغريدة يوم 9 نوفمبر 2019 إلى غاية إعلانه عن الفوز في الانتخابات وعددها 10 تغريدات تميزت بالتدعيم المرئي عن طريق الصور وهذا يوحى مبدئيا بقلّة اهتمام أجنحة تبون بالبناء السياسي الداخلي وتركيزه على العلاقات الخارجية من أجل تحقيق القبول العالمي قبل توليه الحكم.

جاءت القضايا الصحية بعدها وتمثلت في أخبار فيروس كورونا وهو قضية عالمية استحوذت على أجنحات كل الدول والسلطات والوسائل الإعلامية، أما في ذيل الهرم جاءت القضايا البيئية والاقتصادية أما الأولى فكانت تغريدات مؤطرة ومناسباتية خلال حرائق الغابات صيف 2021 جاءت في إطار التضامن والشكر لفرق الحماية المدنية والجيش وجاءت تغريدة واحدة اقتصادية تحدث فيها عن الميزانية العامة.

الجدول 2: توزيع التغريدات حسب فئة أساليب الإقناع

النسبة	التكرار	الفئات الفرعية	التكرار	الفئة
12,5	15	الترباط بين أجزاء المجتمع	120	عاطفية
5	5	المواطنة		
30	36	المواساة		
46,5	55	التهنئات		
6	7	الانتماء الوطني(الهوية)		
%100	120	المجموع		

¹ DW Arabic (2021)، الجزائر والمغرب... 2021 عام التوتر فهل تكون 2022 سنة الانفراج :

consulte le(17/6/2022) ، <https://2u.pw/xiYqt>

17	2	إحصاءات	12	عقلية
83	10	إنجازات		
-	-	مراجع		
%100	12	المجموع		
100	1		1	تخوفية
%100	1			

المصدر: إعداد الباحثين

يتبين من خلال بيانات الجدول الكمي أن أكثر أساليب الإقناع التي يستعملها عبد المجيد تبون تتمثل في الأساليب العاطفية بمعدل 120 تكرار من 133 وتمثلت معظمها في التهنئات بنسبة (46,5%) والمواساة بنسبة (30%) و هي أساليب جذب عاطفية تدفع للتفاعل و هو أمر متوقع لأن قائد الرأي يخاطب بناء مجتمعيًا يجب أن ينسجم معه في المناسبات الوطنية والدينية والانتماء والهوية وفي المواساة ويكون جزء من مجتمعه ويحفز الشعور الجمعي بين الأفراد المختلفين في الخصائص خاصة أن جمهور تويتز غير متجانس ويختلف في الفروق الفردية والاجتماعية وهذا يؤثر على جودة التلقي¹، واحتل أسلوب المخاطبة العقلية المستوى الثاني بمعدل 12 تغريدة يحملها إنجازات بنسبة (83%) ثم تحريرها وفق قالب وسائل الإعلام الجماهيرية (تجنيد الأطقم الطبية لمحاربة فيروس كورونا. تجنيد الجهاز العسكري والحماية المدنية لمحاربة الحرائق، إجلاء المواطنين الجزائريين من الخارج خلال أزمة كورونا) يراد منها التأثير الفعال والمباشر و زرع الثقة، وغاب عن التغريدات لغة الأرقام والحجج العقلية وغابت التغريدات الإقناعية العقلية في الموضوعات السياسية.

الجدول 3: توزيع التغريدات بحسب فئة الجمهور المستهدف

النسبة	التكرار	الفئة
9	12	هيئات ومؤسسات
15	20	جمهور عام
76	103	جمهور خاص
%100	133	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين

يوضح الجدول أعلاه تصنيف تغريدات عبد المجيد تبون حسب الجمهور المستهدف من المحتوى وتبعًا للمعطيات المبينة في الجدول يتضح أن قائد الرأي يتجه ب 103 تغريدات من 133 إلى الجمهور الخاص (هنيئًا لنجوم إفريقيا، تحية كبيرة لابن الجزائر البار النجم رياض محرز، تحية تقدير وامتنان لأطبائنا ولكل أسرة قطاع الصحة، إلى كل الطلبة والطالبات صح صيامكم وعيدكم مبارك، إلى كل أفراد الجيش الوطني الشعبي، إلى كل أفراد الدرك الوطني والشرطة والحماية المدنية، أحيي الفنانات والفنانين، عيد سعيد لكل أطفال الجزائر)

¹هاجر بن عمار، مرجع سبق ذكره، ص 268.269.270.

- توضح العبارات استهداف فئة قادة الرأي في مضامينه بعبارات مثل طلبتنا، الجيش الباسل، أنبائي، أطبائنا.
- التكرار خلال كل مناسبة وطنية فكل تغريدة توجه لجمهور خاص مختلف لغرض الترسخ عن طريق التأثير التراكمي.
- تتميز كذلك هذه التغريدات باستضافة شخصيات تستمد زخمها من مختلف الميادين التي تلقى الترحاب الجماهيري (الرياضي رياض محرز، الفنان رابح درياسة، المجاهد والطبيب والوزير عبد الرحمان خان، الأمريكي جو بايدن، الفنان حميد شريت المدعو إيدير) والغاية الأساسية من هذا هي الوصول بواسطة قادة الرأي إلى كثافة أكبر من المتابعة والتفاعل ومنه تحقيق الأجندة الرقمية، لأن المضمون يعرض على شاشات جماهير تلك الشخصيات ويدفعها للتعرض لأجندة عبد المجيد تبون لإراديا ومنه عملية التفاعل و إبداء الرأي والذهاب لفئات جماهيرية أخرى بغض النظر عن مدى اهتمامها بموضوع التغريدة. جاء الجمهور العام في المرتبة الثانية مع 20 تغريدة حاول فيها القائم بالاتصال العمل على هدفين:
- ترسيخ فكرة المصادقية بعد نجاحه في الحملة الانتخابية فتوجهت تغريداته إلى الجمهور الجزائري عامة.
- البحث عن أكثر الموضوعات التي تستهوي الجمهور الجزائري مثل الرياضة، الهوية والانتماء، التاريخ الثوري (أنظر نتائج الجدول رقم 03)، والعمل على هذه المواضيع لاستثارة الفئات العريضة للجمهور. جاءت المؤسسات والهيئات في قاعدة الهرم مع 12 تغريدة الغرض منها التأثير على المؤسسة العسكرية والمؤسسة الطبية إضافة على قطاع التعليم عن طريق بلورة محتوى وإحداث تقارب في التوجهات والضغط على هذه الجماعات ودفعها رقميا لتبني أفكاره بصورة التهئة والمواساة والتضامن (أنظر نتائج الجدول رقم 01).

الجدول 4: توزيع التغريدات بحسب فئة الأهداف الاتصالية.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
30	40	إخبار (إعلام)
26	34	توجيه الرأي العام
3	4	تنشئة سياسية
34	46	تأكيد الشعور بالهوية الوطنية
7	9	الخدمة العمومية
%100	133	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين

يوضح الجدول أعلاه أهداف عبد المجيد تبون والمقاصد التي يريدتها من رسائله الرقمية، نلاحظ هدف تأكيد الشعور بالهوية الوطنية هو المقصد الأول إحصائيا بواقع 46 تغريدة وقد تم الوصول على نفس النتائج من خلال فئات جزئية في الجدول رقم - 01، جاءت الإخبار أو الإعلام في المستوى الثاني بمعدل 40 تغريدة وتنوط وسائل الإعلام بهذه المهمة غير أن قائد الرأي استغل منصة تويتر التفاعلية في مهمة الإخبار فيما يخص بعض الأنشطة التي يقوم بها (تابعوني على قناة البلاد الليلة، سعدت اليوم باستقبال) وهي بعض الأنشطة الدبلوماسية التي سبقت فترة حكمه قبل ديسمبر 2019، (أضرب لكم موعدا غدا بحول الله على أعمدة جريدة لوفغارو، تابعت باهتمام بالغ، أمرت الحكومة وكافة السلطات الصحية) نلاحظ هنا نقاط مهمة:

- التركيز على القضايا الدبلوماسية في الخارج قبل الفوز في الحملة الانتخابية والتركيز على القضايا الداخلية والنشاطات بعد الفوز في المعركة الانتخابية بهدف كسب التأييد الداخلي.

- ارتكزت معظم الأهداف الاتصالية في فئة الإعلام على الموضوعات السياسية وهذا في صيغة الأمر أصدرت، أمرت، قمت... وهذا يدل على قدرته من السيطرة على الدولة.

جاء توجيه الرأي العام في المرتبة الثالثة مع 34 تغريدة عن طريق، محاولة إخراج الرأي العام من النمط التفكير التقليدي الذي تولد عن ترسبات عهد الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة تحت شعار الجزائر الجديدة من جهة، والحاجة لتحقيق هوية رئاسية وزرع الثقة في الجمهور المتعرض من جهة ثانية وكذا استعمال الأساليب العاطفية والعقلية -الجدول رقم 02- والتركيز بشدة على الاتجاه الإيجابي للتغريدات لزرع الأمل في المتلقي للرسالة الرقمية التوثيقية. وجاءت التنشئة السياسية في قاعدة الهرم على الرغم من أنها أهم هدف يستعمله قادة الرأي السياسيين في بناء توجهات جماهيرهم وأحد أهم وظائف الاتصال السياسي الفعال.

الجدول 5: توزيع التغريدات بحسب فئة الخصائص الفنية للتغريدة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
92	124	نص
5	6	نص وصورة
2	2	فيديو
1	1	نص وفيديو
%100	133	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين

تشير النتيجة أعلاه إلى أن النسبة الأكبر من تغريدات عبد الحميد تبون جاءت على شكل نص بنسبة قدرت ب(92%) بمعدل 124 تغريدة من أصل 133 تغريدة وهو تصميم يكثر تداوله على المنصة التفاعلية تويتر وحتى على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، اعتمد فيها القائم بالاتصال على مؤهلاته اللغوية والخطابية في عملية التحرير لأنه مصنع الخبر ويقوم بذلك عبر اختيار مجال موضوعاتي يريد صناعة أجندة حوله (لأنه المحرر والمخرج والمنتج والصحفي) وذلك وفق أيديولوجيته الخاصة وتأثيره الذاتي ليصل الخبر إلى قاعدة جماهيرية عريضة تشكل من 3،1 مليون متابع تتكون من قادة رأي، جمهور عام وخاص وحتى القائمين على الوسائط الإعلامية إذ يعتبر المرجع الأول لخطابه الرسمي وقراراته السياسية، وجاءت نسبة النص والصورة في 6 تغريدات متتالية خلال أواخر سنة 2019 قبل تولي عبد الحميد تبون للحكم ذات لقطة طويلة ومتوسطة الطول يتبادل فيها المصافحة مع سفراء دول أجنبية وعربية معبرة عن العلاقات بين البلدين يراد منها التنشيط لحملة الانتخابية، كما نشر فيديوهات خلال فترة اختفائه على صفحاته الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي أعلن من خلالها عن إصابته بفيروس كورونا وتلقيه العلاج في ألمانيا خلال ديسمبر

2020¹، مشيراً إلى تسييره لشؤون البلد عن بعد محاولاً توجيه الرأي العام المتسائل عن اختفاء الرئيس، وجاءت في نهاية الترتيب تغريدة واحدة تجمع بين دعامي النص والفيديو.

الجدول 6 : يبين توزيع التغريدات بحسب فتي أشكال تفاعل الجمهور واتجاهات تفاعل الجمهور

الفئات	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة	الفئات	التكرار	النسبة
إعجاب	ضعيف (أقل من 2000)	3	2	إيجابي	340	52
	متوسط (2001_4000)	14	11			
	قوي (4001_6000)	20	15			
	قوي جدا (أزيد من 6000)	96	72			
	المجموع	133	100			
إعادة التغريد (الريتويت)	ضعيف (أقل من 200)	26	20	سلي	190	29
	متوسط (201_400)	61	46			
	قوي (401_600)	23	17			
	قوي جدا (أزيد من 600)	23	17			
	المجموع	133	100			
تعليق	ضعيف (أقل من 1000)	40	30	محايد	122	19
	متوسط (من 1001_2000)	51	38			
	قوي (2001_3000)	21	16			
	قوي جدا (أزيد من 3000)	21	16			
	المجموع	133	100			
في موضوع التغريدة	ضعيف (أقل من 1000)	40	30	إيجابي	65	65
	متوسط (من 1001_2000)	51	38			
	قوي (2001_3000)	21	16			
	قوي جدا (أزيد من 3000)	21	16			
	المجموع	133	100			
خارج موضوع التغريدة	ضعيف (أقل من 1000)	133	100	سلي	197	29
	متوسط (من 1001_2000)	133	100			
	قوي (2001_3000)	133	100			
	قوي جدا (أزيد من 3000)	133	100			
	المجموع	133	100			
المجموع		1330				

المصدر: إعداد الباحثين

تظهر بيانات فئة شكل التفاعل أن مستوى التفاعل مع تغريدات عبد المجيد تبون من خلال فئة الإعجاب بالمشورات جاءت قوية جدا تفوق 6000 إعجاب بنسبة (72%) وهذا عدد يؤشر إلى التفاعل العالي (كما تجدر الإشارة إلى أن إحصائيات هذا

¹فرانس 24، (2021)، الرئيس الجزائري تبون يعود إلى ألمانيا للعلاج من مضاعفات مرتبطة بفيروس كورونا: <https://2u.pw/bb8fH>)consulte le(12/6/2022

التفاعل مقرون بمجتمع الدراسة التي اعتمد فيها الباحثين على المسح الشامل لتغريدات عبد المجيد تبون منذ أول تغريدة إلى آخر تغريدة قبل بداية التحليل لمدة فافت سنتين)، ويعبر الإعجاب الذي يبديه المتعرض للتغريدة عن اقتناع برأي قائد الرأي حول ما يثيره من موضوعات وتصريحات وهو إشارة إيجابية إلى حد ما لقبول رأيه والتوافق معه وبلغت أعلى نسبة إعجاب لتغريدة الرئيس 28 ألف تغريدة التي جاءت على النحو التالي " الحمد لله على العافية بعد الابتلاء شفى الله المصابين ورحم المتوفين وواسى ذوبهم. موعدا قريب على أرض الوطن لنواصل بناء الجزائر الجديدة ستبقى الجزائر دوما واقفة بشعبها العظيم وجيشها الباسل سليل جيش التحرير الوطني"¹، أعلن فيه عن أصابته بفيروس كورونا وخضوعه للعلاج في الخارج، والتمعن في التغريدة يدل على تحكم قائد الرأي في صياغة توجه عام عبر توظيفه لكلمات رمزية بسيطة (موعدا قريب) تدل على عودته إلى أرض الوطن، (لنواصل بناء الجزائر الجديدة) وهو شعار حملته ضمن 54 التزاما لعصارة حملته الانتخابية² وكذا قوله (سليل جيش التحرير الوطني) استمالة لعواطف الشعب الجزائري وإحياء لذكرى الثورة وفي نفس المعنى تليها التغريدة التي قال فيها " مليون ونصف مليون مبروك يا أبطال" وحصدت كذلك 28 ألف إعجاب وهذا ما يشير إلى التفاعل الإيجابي مع تهنئة الرئيس للفريق الوطني لكرة القدم بمناسبة فوزه في سلسلة من المباريات النهائية في كأس العرب، ويأتي الريتويت أو إعادة التغريد كشكل تفاعلي ثاني يعبر عن مستوى أعلى من الإعجاب ويفوقه ويمثل نسبيا تفاعل إيجابي متعمد من طرف الجمهور المستهدف وهذه الخاصية مهمة في استشعار توجه الجمهور نحو قضية ما وتسمح بمشاركة المحادثة على تويتر مع جماهير أخرى قد تكون غير متابعة لذلك الحساب، وجاءت نسبة الريتويت متوسطة تراوحت ما بين (201 إلى 400) ريتويت في معظم التغريدات بنسبة قدرت ب(46 % بمعدل 61 تغريدة من أصل 133.

و يأتي التعليق كشكل تفاعلي ثالث فأظهرت النتائج مستوى التفاعل عبر التعليقات متوسط (من 1001 إلى 2000) تعليق بنسبة قدرت ب 51 % ويعبر الإعجاب عن الرأي بشكل صريح عن طريق التفاعلية وهامش الحرية الذي تسمح به مواقع التواصل الاجتماعي وبناء على إشكالية الدراسة ومنظورها قام الباحثين بإحصاء 1330 تعليق بمعدل 10 تعليقات أولى من كل تغريدة، وجاءت النتائج ب 652 تعليق من أصل 1330 في موضوع التغريدة و أغلبها إيجابية خاصة التغريدات ذات المحتوى الاجتماعي مثل التعازي و التهنئات خلال المناسبات الوطنية وإنجازات الرياضيين وبعض الشباب الناشطين في المجال العلمي وشهدت هذه التغريدات تفاعل إيجابي من خلال التعليق وهذا ما يعارض نتائج الدراسة السابقة للباحثة نهلة عبد المحسن فجاءت جل التعليقات ذات طابع هجومي واستفساري واستنكاري³، و لكن جاءت معظم تعليقات الجمهور خارج الموضوع المثار في النص بمعدل 687 تغريدة وهي نسبة مرتفعة (تجدر الإشارة أنها تفوق التعليقات في موضوع التغريدة) و أغلبها تغريدات محايدة بمعدل 402

¹ عبد المجيد تبون، (13، 12، 2020)، موقع تويتر:

consulte le (<https://twitter.com/TebbouneAmadjid?s=20&t=BwSgjaBPDr42xOU4m9uR4Q> 16/6/2022)

² عثمان لحياي، (2019)، تبون يعلن 54 تعهدا في حال انتخب رئيسا للجزائر، العربي الجديد: <https://2u.pw/fU90m> (16/6/2022)

³ نهلة عبد المحسن، مرجع سبق ذكره، ص 195.

تغريدة (طلبات توظيف، طلبات لقاء مع الرئيس، طلب إطلاق سراح معتقلي الرأي، طلب إعانات علاج، طلبات سكنات، مطالب زيادة في المنحة الجامعية، طلبات لتفعيل منحة البطالة، طلبات توظيف خريجي المدارس العليا واحتياطي مسابقة توظيف الأساتذة، والتوظيف المباشر لحملة الماجستير والدكتوراه) وبعض التعليقات حول إستراتيجية الرئيس الديبلوماسية في التعامل مع القضايا الداخلية والخارجية، والتمعن في النتائج يحيلنا إلى نقطتين:

- صناعة توجه عام إيجابي قائم على التوافق بين القائم بالاتصال ورد فعل الجمهور المتابع له المتعرض لتغريداته وبالتالي ركوب الجماعة لرأي السلطة وهذا مرتبط نسبيا بمؤهلات تبون في الخطاب الرقمي ومدى تحكمه في وسائط الإعلام الرقمي.

- تنافر ما بين التغريدة المنشورة والموضوع الذي يثيره عبد المجيد تبون ونعوز ذلك إلى تكرار الموضوعات مما يؤدي إلى الخروج عن الموضوع وكذا معظم التغريدات تستهدف الجمهور الخاص مما يحيل الجمهور الآخر إلى عدم التفاعل مع النص الموجه لجمهور غيره.

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة الموسومة بـ " خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون " - دراسة تحليلية لتغريداته على منصة تويتر - إلى عديد من النتائج أهمها:

- شكلت تغريدات عبد المجيد تبون التي تعنى بالمجال الاجتماعي أجدته الرقمية بمعدل 42 تغريدة ومعظمها قضايا الوحدة والتكافل الاجتماعي بنسبة 40%، وجات القضايا الرياضية في المرتبة الثانية مع 25 تغريدة، 64% منها حول أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم، كما خصصت 21 تغريدة للقضايا الثقافية والتعليمية وركزت 47% منها على التعليم، وجاء المجال الأمني في المرتبة الرابعة مع 15 تغريدة تتناول معظمها أحداث الأمن الداخلي (الإرهاب والجيش الشعبي الوطني) بنسبة قدرت بـ 93%، في حين لم يحظى الموضوع السياسي باهتمام عبد المجيد تبون في أجدته الرقمية وحصل على 13 تغريدة، 46% منها حول الديبلوماسية في الخارج.

- غلب عبد المجيد تبون الأسلوب العاطفي على العقلي والتخويني في تمرير رسالته على تويتر فكانت عاطفية بمعدل 120 تغريدة من 133 جلها تهنئات بنسبة 46,5% أما 20 تغريدة منها كانت إنجازات ذات أسلوب عقلي بنسبة 83% ولم يعتمد عبد المجيد تبون الأسلوب التخويني في أجدته الرقمية سوى في تغريدة واحدة.

- توجه عبد المجيد تبون بتغريداته على منصة تويتر إلى جمهور خاص بنسبة 76% وتوجه كذلك بـ 20% من تغريداته إلى الجمهور العام وإلى الهيئات والمؤسسات بنسبة 9%.

- الهدف الأول من استخدام عبد المجيد تبون لمنصة تويتر هو تأكيد الشعور بالهوية الوطنية بنسبة 34% أما الهدف الثاني فهو إعلامي بنسبة 30%، أما توجيه الرأي العام فحاج في 34 تغريدة، وتقابلها الخدمة العمومية بـ 9 تغريدات ولم تحظى التنشئة السياسية سوى بأربع تغريدات.

- يغرد عبد المجيد تبون على تويتر من خلال النصوص بنسبة قدرت بـ 92% ولا يعتمد على دعابات أخرى مثل الفيديو والروابط والهاشتاغ.

- مستوى التفاعل مع تغريدات عبد المجيد تبون جاءت متوسطة إلى قوية وحازت على أزيد من 6000 إعجاب تقابلها نسبة 72% وأكثر من 400 ريتويت بنسبة 46% إلى جانب ما يقارب 20000 تعليق بنسبة 38%.
- جاءت جل تعليقات متابعي عبد المجيد تبون خارج موضوع التغريدة بمعدل 687 من 1330 تعليق معظمها ذات اتجاه محايد بمعدل 402 تعليق أي بنسبة 59%.

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون على منصة تويتر باعتبارها من أكثر الشبكات الاجتماعية التي ساهمت في ازدهار التواصل السياسي في العصر الرقمي نظرا لخصائصه العديدة مثل سهولة استخدامه وفوريته.

توصلت هذه الدراسة لنتائج عديدة من أبرزها أن الخصائص الفنية لصفحة الرئيس عبد المجيد تبون مؤثرة وتلعب دورا أساسيا في إحداث التفاعل مع الجمهور عن طريق خاصية الإعجاب وإعادة التغريد أو التعليق حيث جاء جل شكل التفاعل محايد خارج موضوع التغريدة، مما يسمح ب بروز اهتمامات الجمهور وتطلعاته من الرئيس، كما جاءت تغريداته في قالب النص المكتوب سعى من خلالها لإثارة مواضيع اجتماعية ورياضية وثقافية وتعليمية أظهرت بشكل جلي اهتمامه بقطاع الشباب والرياضة والتعليم التي تعتبر ركائز قيام أي دولة وتطورها ورهان مستقبلها، واستهدف من غالبية تغريداته الجمهور الخاص المتمثل في الأطباء وقطاع الصحة وقطاع الجيش الوطني والدرك والشرطة والفنانين والرياضيين هذا ما أبرز اهتمام الرئيس بهذه الفئات المجتمعية المهمة التي تساهم في سير الحياة العامة وتحافظ على أمن واستقرار البلد، كما أبانت الدراسة أن الاتصال السياسي الرقمي للرئيس عبد المجيد تبون يتسم بالأسلوب العاطفي في خطابه السياسي على تويتر، وذلك من خلال تأكيده في تغريداته على تحقيق هدف الشعور بالهوية والانتماء الوطني باعتباره أهم مطلب لبناء الجزائر الجديدة القائمة على الترابط الاجتماعي، وبناء على هذه النتائج يصل الباحثين لطرح الاقتراحين التاليين:

- ✓ ضرورة إجراء المزيد من الدراسات التحليلية التي تهدف إلى التعرف وتقييم ووصف الجهود المبذولة من قبل رئاسة الجمهورية الجزائرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ منصة تويتر تعتبر أداة فعالة في بناء السياسات العامة وتسهيل الوصول إلى الجمهور وبالتالي لا بد على الحكومة وهيئاتها استخدام هذه الأداة بطريقة إبداعية تفاعلية بعيدا عن الطرق التقليدية والعمل على إيجاد اتصال ثنائي الاتجاه من خلال توظيف هذه المنصة في الاستفسارات وقياس آراء الجماهير من خلال استطلاعات الرأي.

قائمة المراجع:

الكتب:

- جبار علاوي، الإتصال السياسي. (دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015).
- ديراج ميرثي، ترجمة محمد عبد الحميد مهران، تويتر. التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، (دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2014).
- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ط1، 2017).
- عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، (الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014).

الرسائل الجامعية:

- أحمد بودادة، دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020.
- سعد بن سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع السعودي، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، أطروحة دكتوراه، السعودية، 2006.
- نعيمة بوذينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018.
- هاجر بن عمار، هويات مستخدمي الوسائط الجديدة - تويتر نموذجاً -، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017.
- يوسف بوفلجين، الاتصال السياسي عبر الانترنت، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018.

المقالات:

- أمينة عطاء الله، داود جفافة، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 4، 2019.
- ريان مبارك، الإشكاليات المنهجية في تحليل محتوى الويب، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 1، 2020.
- محمد البشير بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 31، 2015.
- نهلة عبد المحسن، موقف مستخدمي تويتر من تغريدات النخب السياسية مابعد 30 يونيو، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 21، 2018.

مواقع الإنترنت:

- DWArabic، (2021)، الجزائر والمغرب... 2021 عام التوتّر فهل تكون 2022 سنة الانفراج [https://2u.pw/xiYqt:consulte le\(17/6/2022\)](https://2u.pw/xiYqt:consulte le(17/6/2022))

• عبد المجيد تبون، (13، 12، 2020)، موقع

تويتر:

<https://twitter.com/TebbouneAmadjid?s=20&t=BwSgjaBPD42xOU4m9uR4Q>

consulte le 16/6/2022

• عثمان لحياي، (2019)، تبون يعلن 54 تعهدا في حال انتخاب رئيسا للجزائر، العربي الجديد:

<https://2u.pw/fU90m>)consulte le 16/6/2022

• فرانس 24، (2021)، الرئيس الجزائري تبون يعود إلى ألمانيا للعلاج من مضاعفات مرتبطة بفيروس

كورونا: <https://2u.pw/bb8fH>)consulte le 12/6/2022

المراجع بالأجنبية:

- Carola schoor, In the theater of political style, Touches of populism and elitism in speeches of politicians, discourse society, vol28, N6, 2017.
- Elena Albu 'Love Britain ! vote ukip! the pragmatics of electoral tweet during the European elections 2014' Tweets from the campaign Trail' Geneva, 2016 .
- kevin L, j., & sharareh, n. Liberal and conservative values. what we can learn from congressional tweets, political psychology ,2018.
- Stamatis poulakidakos et Anastasia veneti, political communication and twitter in Greece, In Revolutionizing political communication through social media, university of Athens, 2016.

* الأساتذة المحكمين:

- أ - د/ فضيل دليو: أستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 03.
- أ/ إيدير شيباني: أستاذ ورئيس قسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل.
- د/ عبد السلام شكركر: أستاذ بقسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل.