

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

قسم: الدّعوة والإعلام والاتصال

تخصص: علوم الإعلام والاتصال



كلية أصول الدين

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

## الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ل م د

تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

أ.د. محمد البشير بن طبة

إعداد الطالبة:

حسنى هلاله

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
ليلي فيلاي	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
محمد البشير بن طبة	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
عيشة كعباش	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
رشيد خضير	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة الشهيد حمزة لخضر - الوادي
رضوان بلخيري	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة العربي التبسي - تبسة
نور الدين حشود	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

السنة الجامعية 1445/1446هـ - 2024/2025م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

قسم: الدّعوة والإعلام والاتصال

تخصص: علوم الإعلام والاتصال



كلية أصول الدين

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

## الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ل م د

تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

أ.د. محمد البشير بن طبة

إعداد الطالبة:

حسنى هلاله

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
ليلي فيلاي	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
محمد البشير بن طبة	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
عيشة كعباش	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
رشيد خضير	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة الشهيد حمزة لخضر - الوادي
رضوان بلخيري	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة العربي التبسي - تبسة
نور الدين حشود	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

السنة الجامعية 1445/1446هـ - 2024/2025م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ  
الَّذِي هدانا لهذا  
الذي كنا لنهتدي لولا  
أن هدانا الله

## شكر وتقدير

الحمد والشكر لله تعالى الذي وفقني وأعانني وسدد خطاي على إتمام هذا العمل المتواضع، وأسأله عز وجل أن يجعله علماً يُنتفع به.

أتوجه بخالص عبارات الشكر والتقدير والاحترام إلى أستاذي الفاضل والمشرف على هذه الأطروحة، الأستاذ الدكتور "محمد البشير بن طبة"، الذي لم يَجْعل عليا بالتوجيه والدعم طيلة سنوات إنجاز هذا البحث، وعلى تسهيلات الدائمة، جزاه الله عني خير الجزاء.

كما لا يفوتني أن أعرب من شكري وامتناني لمشرفي في مرحلة الماجستير، الأستاذ "إيدير شيباني" على دعمه المستمر وعلى ثقته وسعادته بنجاحاتي، وعرفانا بأثره البالغ في إكمال هذه المسيرة.

أتقدم بالشكر الجزيل لكل أعضاء لجنة المناقشة على الوقت والجهد الذي قدموه في قراءة وتقييم رسالتي، وإلى جميع السادة المحكمين الذين أسهمت ملاحظاتهم القيمة في تصويب هذا العمل.

وفي هذا المقام، أخص بالشكر جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، وكلية أصول الدين، على إتاحة الفرصة لي لاستكمال مسيرتي الأكاديمية، وعلى ما وفرته من دعم علمي وإداري، أتوجه بالشكر والتقدير لكافة أساتذتها وإداراتها الإدارية، لما قدموه من تسهيلات ومساندة طوال فترة دراستي.

شكرا لكل من ساهم في إتمام هذا العمل بمساعدة، كلمة أو دعاء.

## إهداء

إلى روح والدي رحمه الله معلمي الأول الذي وهبني الثقة، القوة والإرادة.  
إلى والدي العزيزة، وصديقتي الوفية التي لم تكل يوماً عن دعمي وتشجيعي ودفعي نحو  
النجاح.

إلى أخواتي شريكات الطموح والفرح، وأزواجهم وأبنائهم، وكل عائلتي.

إلى صديقتي وزملائي في البحث العلمي.

إلى كل من ساندني بصدق وبكلمة طيبة.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان		
-	شكر وتقدير		
-	إهداء		
-	فهرس - المحتويات، الجداول، الأشكال -		
-	ملخص الدراسة باللغة العربية		
-	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية		
-	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية		
1	مقدمة		
موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية			
الفصل الأول			
5	إشكالية الدراسة		
7	تساؤلات الدراسة		
8	أهمية الدراسة		
9	أهداف الدراسة		
10	أسباب اختيار الموضوع		
11	تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة		
12	نوع الدراسة ومنهجها		
15	أداة جمع البيانات		
25	مجتمع وعينة الدراسة		
30	الدراسات السابقة		
47	منظور الدراسة		
الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر			
الفصل الثاني			
	الاتصال السياسي-المكونات، الوظائف والخصوصية الجزائرية		
61	مفهوم الاتصال السياسي	1	1
66	جدلية العلاقة بين الاتصال والسياسة	2	1
70	مكونات الاتصال السياسي	3	1

82	نماذج دراسة الاتصال السياسي	4	1
91	أهمية الاتصال السياسي	5	1
92	وظائف الاتصال السياسي	6	1
96	خصوصية الاتصال السياسي في الجزائر	7	1
شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للاتصال السياسي في الجزائر		2	
103	مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي	1	2
104	خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	2	2
106	أنواع شبكات التواصل الاجتماعي	3	2
111	ظهور وتطور شبكة فيسبوك	4	2
113	البناء الشكلي والوظيفي لشبكة فيسبوك	5	2
115	الأبعاد الاجتماعية والسياسية لشبكة فيسبوك في الجزائر	6	2
118	العوامل المؤثرة في استخدام شبكة فيسبوك كأداة للاتصال السياسي في الجزائر	7	2
الأحزاب السياسية الجزائرية والتوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي		3	
124	مفهوم الأحزاب السياسية	1	3
126	الأحزاب السياسية: الوظائف والتصنيفات	2	3
129	كرونةولوجيا تطور الأحزاب السياسية في الجزائر	3	3
134	القواعد المنظمة للنشاط الحزبي في الجزائر	4	3
136	واقع الأحزاب السياسية في الجزائر	5	3
139	أهمية شبكات التواصل الاجتماعي للأحزاب السياسية الجزائرية	6	3
140	كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي	7	3
التحليل الكمي، الإحصائي والكيفي لفئات المضمون		الفصل الثالث	
144	بطاقات تعريفية بالأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة	1	
148	اختبار تحليل التباين الأحادي One Way Anova	2	
151	فئة الموضوعات واتجاهاتها	3	
255	فئة الشخصيات الفاعلة	4	
264	فئة الأساليب الإقناعية والمصادر المعتمدة	5	
311	فئة الجمهور المستهدف والأهداف	6	

التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات الشكل		الفصل الرابع
328	فئة أنواع المنشورات	1
336	فئة أشكال تفاعل الجمهور	2
352	فئة اللغة الموظفة	3
نتائج الدراسة		الفصل الخامس
374	نتائج الدراسة التحليلية لفئات المضمون	1
386	نتائج الدراسة التحليلية لفئات الشكل	2
392	نتائج الدراسة المقارنة بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة	3
397	تحليل النتائج وفق منظور الدراسة	4
401	خاتمة	
403	توصيات الدراسة	
404	قائمة المراجع	
416	الملاحق	

فهرس المحتويات، الجداول، الأشكال

رقم	فهرس الجداول	صفحة
1	يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحكين فيما يخص فئات المضمون	22
2	يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحكين فيما يخص فئات الشكل	23
3	يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحللين فيما يخص فئات المضمون	24
4	يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحللين فيما يخص فئات الشكل	24
5	يوضح معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الجمهور الجزائري	26
6	يوضح بيانات أولية حول الأحزاب السياسية - عينة الدراسة -	28
7	يوضح عدد منشورات عينة الدراسة	29
8	يوضح عدد التعليقات على منشورات الدراسة	30
9	يوضح البناء الشكلي والوظيفي لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	113
10	يوضح القواعد المنظمة للنشاط الحزبي في الجزائر	134
11	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	151
12	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوعية الموضوعات التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	151
13	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	162
14	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	163
15	يوضح الموضوعات التوزيع الكمي للموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	175
16	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	176
17	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	187
18	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	187
19	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الاجتماعية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	201
20	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	202
21	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة	211

	الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	
211	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	22
217	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	23
217	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	24
225	يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	25
225	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الدينية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	26
228	يوضح التوزيع الكمي لموضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	27
228	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	28
232	يوضح التوزيع الكمي لموضوعات النشاطات الداخلية للأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	29
232	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	30
237	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	31
237	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	32
239	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	33
239	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	34
241	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	35
242	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	36
243	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية	37

	- عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	
244	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	38
246	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	39
246	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	40
248	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	41
248	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الأمنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	42
250	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	43
250	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الدينية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	44
251	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	45
252	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	46
253	يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	47
253	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	48
255	يوضح التوزيع الكمي للشخصيات الفاعلة في الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	49
255	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الشخصيات الفاعلة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	50
264	يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الخطاب الإقناعي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	51
265	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	52
268	يوضح التوزيع الكمي للإقناع العاطفي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة -	53

	في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	
268	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي العاطفي الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	54
278	يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الإقناع العقلاني الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	55
278	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي العقلاني الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	56
283	يوضح التوزيع الكمي لمرجعية الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	57
283	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع الموظفة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	58
288	يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	59
288	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر شبكة فيسبوك	60
298	يوضح التوزيع الكمي لمرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	61
298	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات عبر شبكة فيسبوك	62
303	يوضح التوزيع الكمي للمصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	63
304	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص المصادر المعتمدة في خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك	64
311	يوضح التوزيع الكمي للجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	65
311	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوعية الجمهور المستهدف من خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك	66
316	يوضح التوزيع الكمي للأهداف التي سعت لتحقيقها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- من خلال خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	67
317	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الأهداف التي سعت لتحقيقها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك	68
328	يوضح التوزيع الكمي لأنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة-	69

	في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	
328	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أنواع المنشورات التي وظفتها في خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك	70
336	يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور باستخدام الملصقات التعبيرية مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	71
337	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور مع منشوراتها عبر شبكة فيسبوك	72
342	يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	73
342	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على منشوراتها عبر شبكة فيسبوك	74
346	يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- مع تعليقات الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	75
346	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعلها مع تعليقات الجمهور على منشوراتها على شبكة فيسبوك	76
349	يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور من خلال مشاركة منشور الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	77
350	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور مع خطابها السياسي من خلال مشاركة المنشور على فيسبوك	78
352	يوضح التوزيع الكمي للغة الموظفة في منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	79
352	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في منشوراتها على فيسبوك	80
358	يوضح التوزيع الكمي للغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	81
359	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك	82
365	يوضح التوزيع الكمي للحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	83
365	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك	84
369	يوضح التوزيع الكمي للتهذيب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية	85

فهرس المحتويات، الجداول، الأشكال

	-عينة الدراسة- عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك	
369	يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص التهذيب في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك	86

صفحة	فهرس الأشكال	رقم
71	يوضح مكونات الاتصال السياسي	1
107	يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في العالم نهاية سنة 2023	2
111	يوضح تطور عدد مستخدمي شبكة فيسبوك من 2004 إلى 2013	3
112	يوضح معدل نمو مستخدمي فيسبوك من 2012 إلى 2023	4

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك كوسيلة لاتصالها السياسي، من خلال دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصفحات الرسمية لأربعة أحزاب سياسية جزائرية، سعت الدراسة إلى تقديم فهم معمق لمضمون وشكل الخطاب السياسي الذي تنشره الأحزاب للجمهور وكيفية التفاعل معهم.

اعتمدت الدراسة على منهجي المسح والمقارنة لتحليل منشورات الصفحات الرسمية للأحزاب عينة الدراسة على فيسبوك، وذلك من الفترة 1 أكتوبر 2023 إلى 31 مارس 2024، مستخدمة تحليل المحتوى الكمي والكيفي وتحليل التباين الأحادي، وكشفت النتائج عن وجود تباينات واضحة بين الأحزاب في توظيفها للمنصة؛ إذ ركزت بعضها على القضايا السياسية الوطنية والدولية، بينما أولت أخرى اهتمامًا أكبر للقضايا الاقتصادية والأمنية، مستخدمة في خطابها استمالات إقناعية عاطفية قائمة على مرجعية وطنية وإنسانية متنوعة.

كما أظهرت الدراسة اختلافات ملحوظة في مستوى تفاعل الجمهور مع الأحزاب من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة، وأبانت أن الأحزاب تستخدم فيسبوك كمنصة أساسية في اتصالها السياسي، لكنها لا تزال تعتمد بشكل كبير على أساليب الاتصال التقليدية، حيث غلب الطابع الأحادي على خطابها السياسي مع ضعف واضح في تفاعلها مع الجمهور، وأظهرت الدراسة أيضًا أن التكنولوجيا تلعب دورًا مهمًا في تغيير طبيعة الاتصال السياسي، حيث ساهمت الوسائط المتعددة في جعل المحتوى أكثر جاذبية وتفاعلية.

## الكلمات المفتاحية:

الاتصال السياسي، الخطاب السياسي، شبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك، الأحزاب السياسية الجزائرية

## Abstract

This study aimed to explore how Algerian political parties employ social media networks, particularly Facebook, as a means of political communication through a comparative analytical study of the official pages of four Algerian political parties. The study sought to provide an in-depth understanding of the content and form of the political discourse published by these parties for the public and how they interact with them.

The study relied on survey and comparative methodologies to analyze the posts on the official Facebook pages of the sample parties from October 1, 2023, to March 31, 2024, using quantitative and qualitative content analysis and univariate analysis of variance. The results revealed clear differences among the parties in their use of the platform; some focused on national and international political issues, while others gave more attention to economic and security matters, utilizing emotional persuasive appeals rooted in diverse national and humanitarian references in their rhetoric.

The study also showed significant differences in the level of public interaction with the parties through likes, comments, and shares. It highlighted that while parties use Facebook as a primary platform for political communication, they still rely heavily on traditional communication methods, with their political discourse being predominantly one-way and showing a clear weakness in engaging with the public. Furthermore, the study indicated that technology plays an important role in transforming the nature of political communication, as multimedia elements contribute to making the content more engaging and interactive.

## Key Words:

Political Communication, Political Discourse, Social Media Networks, Facebook, Algerian Political Parties

## Résumé

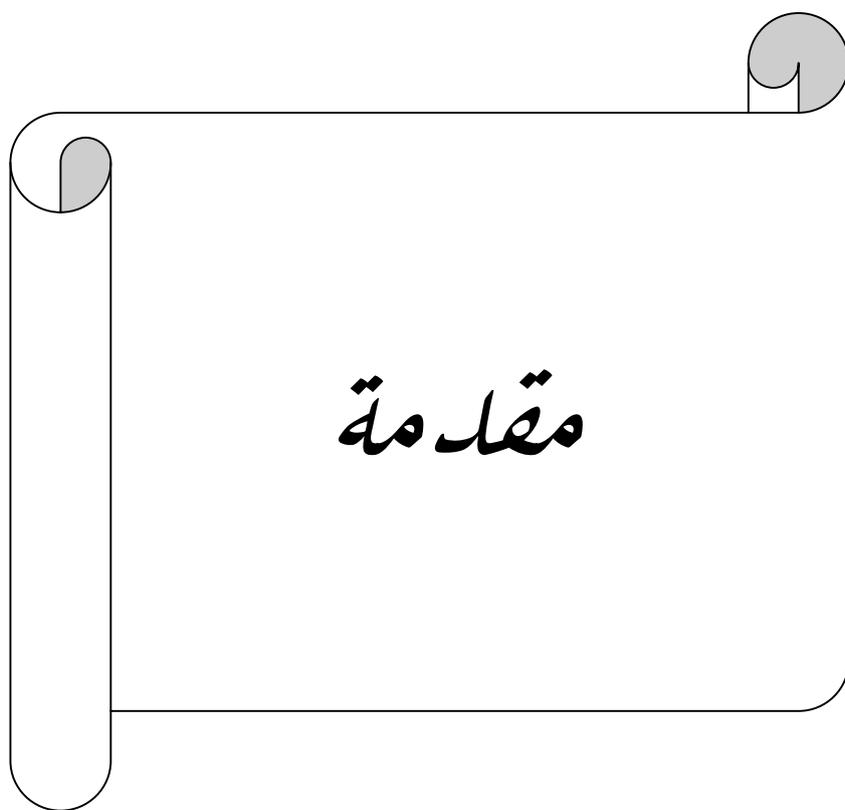
Cette étude visait à explorer comment les partis politiques algériens utilisent les réseaux sociaux, en particulier Facebook, comme moyen de communication politique, à travers une étude analytique comparative des pages officielles de quatre partis politiques algériens. L'étude cherchait à offrir une compréhension approfondie du contenu et de la forme du discours politique publié par ces partis pour le public et de la manière dont ils interagissent avec lui.

L'étude s'est appuyée sur des méthodologies d'enquête et de comparaison pour analyser les publications sur les pages Facebook officielles des partis de l'échantillon, du 1er octobre 2023 au 31 mars 2024, en utilisant l'analyse de contenu quantitative et qualitative ainsi que l'analyse de variance univariée. Les résultats ont révélé des différences claires entre les partis dans leur utilisation de la plateforme ; certains se sont concentrés sur les questions politiques nationales et internationales, tandis que d'autres ont accordé plus d'attention aux questions économiques et de sécurité, en utilisant des appels persuasifs émotionnels basés sur des références nationales et humanitaires variées dans leur rhétorique.

L'étude a également montré des différences significatives dans le niveau d'interaction du public avec les partis à travers les mentions J'aime, les commentaires et les partages. Elle a mis en évidence que bien que les partis utilisent Facebook comme plateforme principale pour leur communication politique, ils dépendent encore fortement des méthodes de communication traditionnelles, leur discours politique étant essentiellement unidirectionnel et montrant une faiblesse claire dans l'engagement avec le public. En outre, l'étude a indiqué que la technologie joue un rôle important dans la transformation de la nature de la communication politique, car les éléments multimédias contribuent à rendre le contenu plus attrayant et interactif.

## Mots clés:

Communication politique, discours politique, médias sociaux, Face book, partis politiques algériens



## مقدمة الدراسة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تحولاً كبيراً في أساليب الاتصال السياسي بفضل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ولم تعد وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية وحدها اللاعب الأساسي في تشكيل الرأي العام، حيث باتت شبكات التواصل الاجتماعي تحتل مكانة مركزية في الحياة السياسية وحتى والاجتماعية، هذه الشبكات الرقمية، مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، غيرت من طبيعة الاتصال بين الفاعلين السياسيين والجمهور، إذ أتاحت لهم منصة جديدة لبث الرسائل السياسية وتبادل الأفكار بطرق أكثر فعالية وسرعة.

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، بفضل قدرتها على التفاعل المباشر والتواصل اللحظي، ساحة جديدة للأحزاب السياسية للتواصل مع جمهورها والتأثير فيه، فهي توفر فضاءً افتراضياً يتيح للسياسيين نشر برامجهم وأفكارهم والتفاعل مع المواطنين في بكل سهولة وبآنية وبطرق عديدة، وبالتالي أضحت هذه الوسائل جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجيات الاتصالية للأحزاب السياسية في مختلف دول العالم، بما في ذلك الجزائر، فمن خلال منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للأحزاب تجاوز القيود التقليدية للإعلام المكتوب أو السمعي البصري، والوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً.

في الجزائر كما هو الحال في العديد من الدول، أدت التحولات السياسية والاجتماعية إلى زيادة الحاجة إلى التواصل الفعّال مع الجمهور وبخاصة خلال الأزمات، وفي هذا السياق ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي على تعدد أنواعها كأداة هامة للأحزاب السياسية لنشر خطابها السياسي والتفاعل مع الناخبين والمواطنين على حد سواء، حيث وفرت هذه الوسائل للأحزاب فرصاً غير مسبقة للتواصل المباشر مع الجمهور، دون الحاجة إلى المرور عبر الوسائل التقليدية التي قد تحد من وصول الرسالة إلى مختلف فئات المجتمع، وقد تغير من شكل الرسالة السياسية للحزب أو مضمونها من خلال مقص الرقيب الإعلامي أو بناء على الخط الافتتاحي للمؤسسة السياسية، وحتى بناء على رغبات بعض الأطراف السياسية الفاعلة التي تمتلك الحق في إملاء بعض التعديلات من خلال شرعية النص الدستوري الذي حكم الإعلام الجزائري لسنوات طويلة إلى غاية التعددية الإعلامية 2012.

إن المجتمع الجزائري وبكل ما عاشه في تاريخه الاستعماري والسياسي والثقافي وحتى الاقتصادي من ظروف أثرت على تركيبته وثقافته وميولاته، وبالتالي على خياراته السياسية، حيث بات يُعاصر كم هائل من المعلومات المختلفة المتدفقة من شبكات التواصل الاجتماعي، ولاسيما فيسبوك الذي يعايش ترحاب من طرف الفرد الجزائري من خلال توظيفه في حياته اليومية وفي تلقي الأخبار الوطنية والعالمية والشأن السياسي الداخلي والعالمي، وهو ما جعل هذا الوسيط يحتل أهمية كبيرة اجتماعياً لدى الجمهور الجزائري، ودفع

بالأحزاب السياسية الجزائرية إلى توظيف هذه المنصة للتواصل مع جماهيرها وناخبها، استهدافا لتوسيع وعائها السياسي ودفع جمهورها المستهدف إلى ترجمة اتصالها السياسي عبر المنصة إلى سلوك انتخابي في أرض الواقع، كما يطرح الموضوع نفسه كإشكالية بحثية لكيفية استعمال الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكة فيسبوك في اتصالها السياسي.

وعليه جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي بالتحديد فيسبوك كوسيلة لممارسة اتصالها السياسي والتواصل مع الجمهور ضمن هذه الفضاءات المفتوحة والخالية نسبيا من الرقابة في محاولة لتقديم فهم شامل للاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد عليها الأحزاب في التفاعل مع الجمهور عبر هذه الوسائل الرقمية، ومن خلال تحليل المحتوى السياسي المنشور على صفحات فيسبوك الخاصة بعينة من الأحزاب الجزائرية، سيتم الكشف عن الأساليب والوسائل التي تستخدمها هذه الأحزاب في بناء خطابها السياسي ونشره للجمهور.

لقد قسمت الباحثة الدراسة إلى خمسة فصول يمثل الفصل الأول موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية وتضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة، نوع الدراسة ومنهجيتها، والأداة التي تم جمع البيانات من خلالها، إضافة إلى مجتمع الدراسة وعينتها، كما وضعت مجموعة من الدراسات السابقة كخلفية نظرية للدراسة، ومنظور الدراسة كآخر عنصر في هذا الفصل.

أما الفصل الثاني فجاء تحت عنوان الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، وقسمناه إلى ثلاثة أجزاء، أما الأول فجاء تحت عنوان الاتصال السياسي -المكونات، الوظائف والخصوصية الجزائرية، تطرقنا فيه إلى مفهوم الاتصال السياسي، جدلية العلاقة بين الاتصال والسياسة، مكونات الاتصال السياسي، نماذج دراسته وأهميته بالإضافة إلى عنصر خصوصية الاتصال السياسي في الجزائر، وجاء الجزء الثاني بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للاتصال السياسي في الجزائر، تطرقنا فيه إلى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، خصائصها، أنواعها، ظهور وتطور شبكة فيسبوك، البناء الشكلي والوظيفي لشبكة فيسبوك، الأبعاد الاجتماعية والسياسية لشبكة فيسبوك في الجزائر إضافة إلى العوامل المؤثرة في استخدام شبكة فيسبوك كأداة للاتصال السياسي في الجزائر، أما الجزء الثالث من الفصل الثاني فجاء بعنوان مفهوم الأحزاب السياسية ووظائفها وتصنيفاتها، كرونولوجيا تطور الأحزاب السياسية في الجزائر، القواعد المنظمة المنضمة للنشاط الحزبي في الجزائر، أهمية شبكات التواصل الاجتماعي للأحزاب السياسية الجزائرية، وكآخر عنصر تطرقنا إلى كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي.

وجاء الفصل الثالث التطبيقي بعنوان التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون، قمنا فيه بإنجاز بطاقات تعريفية بالأحزاب السياسية عينة الدراسة، مع شرح اختبار تحليل التباين الأحادي One Way Anova عبر برنامج Spss الموظف في قياس الفروق الموجودة بين الأحزاب السياسية المدروسة، ثم تحليل فئات الموضوعات وفئة اتجاهات الموضوعات ضمن العنصر الثالث في الفصل الرابع، ثم تحليل فئة الشخصيات الفاعلة، وفئتي الأساليب الإقناعية والمصادر المعتمدة في العنصر الخامس، إضافة إلى تحليل فئة الجمهور المستهدف وفئة الأهداف كآخر عنصر في الفصل.

جاء الفصل الرابع بعنوان التحليل الكمي، الإحصائي، والكمي لفئات الشكل تم التطرق فيه إلى تحليل فئة أنواع المنشورات، وتحليل فئة أشكال تفاعل الجمهور، إضافة إلى تحليل فئة اللغة الموظفة.

جاء الفصل الخامس بعنوان نتائج الدراسة، احتوى على أربعة عناصر الأول بعنوان نتائج الدراسة التحليلية لفئات المضمون، والعنصر الثاني بعنوان نتائج الدراسة التحليلية لفئات الشكل، ثم نتائج الدراسة المقارنة بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، ونهاية الفصل مع تحليل النتائج وفق منظور الدراسة.

تم اختتام الدراسة بخاتمة ومجموعة توصيات وقائمة المراجع بالإضافة إلى مجموعة ملاحق تحتوي على قائمة مجتمع الدراسة واستمارة تحليل المحتوى إضافة إلى صور من الصفحات الرسمية للأحزاب السياسية عينة الدراسة.

# الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

## 1. إشكالية الدراسة:

أنتجت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بيئة رقمية افتراضية عملت على مدِّ الجماهير بإمكاناتٍ وفرص لممارسات اتصالية أكثر فاعلية وتحرراً، كما مكنتهم من تجاوز الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية التقليدية، هذا ما ساعد في ميلاد فضاء افتراضي عام تتم من خلاله الحوارات والنقاشات البين (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، أمنية...) يكون فيه المتلقي غالباً فاعلاً في بناء الرسالة والتفاعل معها من خلال إنتاج ونشر وتلقي المعلومة وحتى مشاركتها عبر روافد هذا الفضاء الافتراضي العام.

في هذا السياق تجددت النقاشات على المستوى النظري حول نظرية الفضاء العام للفيلسوف الألماني (يورغن هابرماس Jurgen Habermas) التي طرحها في كتابه "التحولات البنيوية للمجال العام" (Structure Transformation of Public Sphere)، على اعتبارها أحد أهم النماذج المعرفية لفهم وتفسير الفضاء العام من منظور اتصالي، وبالتالي مدى قدرتها على تفسير الفضاء العام بأبعاده الاتصالية الجديدة وظواهره المعقدة، خاصة إذا ما استصبحنا خصوصية بعض الأمم والمجتمعات التي تختلف عن بيئة نُشوء النظرية، على غرار المجتمعات العربية والإسلامية ومنها - الجزائر - ذات الخصوصية (الثقافية، السياسية، التاريخية، التنموية، التقنية... إلخ)

كشفت التجربة الإنسانية المعاصرة قوة البيئة الافتراضية في إدارة الشأن العام السياسي في البلاد العربية خاصة، وذلك لما وفرته من مناخ جديد ممتد الحرية ومتعدد الوسائط وواسع الانتشار على نحو أربك الحياة السياسية لدول ظلت منغلقة لفترات طويلة من الزمن، رغم لجوء الكثير منها إلى فرض إجراءات لضبط هذه البيئة الافتراضية من خلال القوانين والتشريعات وفرض الرقابة الأمنية للحد من سقف الحريات والتقليل من احتمالية وصول الأفراد للمعلومات السياسية وتبادلها مع الآخرين عبر المنصات المفتوحة على غرار "الفايسبوك Face book، التويتير Twitter و اليوتيوب You Tube ... " استعملها الأفراد للتعبير عن آرائهم ومواقفهم في قضايا الشأن العام.

أدى الانتشار الواسع لهذه التقنيات إلى تلاشي قدرة الدول على التحكم في تدفق المعلومات للرأي العام، الأمر الذي أدى بدوره إلى تراجع قدرتها على إدارة الفضاء العام والتحكم فيه، خاصة بين مستخدمي الشبكة الذين يطالبون بمزيد من الشفافية والمساءلة ويختارون المعلومات السياسية التي يتعرضون لها من الإنترنت، وتبدو أهمية هذا الواقع الجديد المتمثل في قدرة الوسائط الرقمية من التأثير في أجنده الرأي العام أكثر وضوحاً في ضوء النمو المتسارع في أعداد مستخدمي الإعلام الاجتماعي، ومنه زادت تأثيراته واتضح في تطور الأحداث السياسية في العالم.

شكلت الأحداث السياسية التي عاشتها بعض الدول العربية فيما سمي إعلامياً - أحداث الربيع العربي 2012- أحد أهم مظاهر تأثير الفضاء العام الافتراضي في الواقع السياسي والاجتماعي للشعوب، حيث مكن هذا الأخير الجماهير من رفع صوتها والمطالبة بحقوقها وتعريفها بقضاياها وقوتها وقدرتها على المشاركة في المظهر السياسي العام في البلاد بعد عقود طويلة من الزمن استندت على ثنائية الحاكم والمحكوم.

إن اتساع نطاق حرية التعبير وتعدد فضاءات النشر والتواصل العام وتنامي فكرة حرية الشعوب في تقرير مصيرها، خاصة بعد الأحداث التي عاشتها الدول العربية، وكذا تراجع أسلوب السيطرة على القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية ... والذي لم يعد مجدياً في نقل الرسائل السياسية من السلطة الحاكمة إلى مواطنيها، جعل الأفراد الجزائريون يعبرون كغيرهم في مسيرات مليونية سنة 2019 عن رفض سيطرة النظام القائم آنذاك والاعتراض عن مخرجات هذا النظام الذي لم يكن في مستوى تطلعات الشعب الجزائري، ولم تكن الأحزاب السياسية بمنأى عن ذلك، خاصة أنها أهم فواعل سياسية إلى جانب السلطة ولها جزء من مسؤولية صنع القرار السياسي، وفي تولي مسؤولية قرارات البرلمان والسلطات التشريعية والتنفيذية، حيث وُجّهت لها اتهامات بعدم امتلاكها رؤية وإستراتيجية ولا حتى قاعدة شعبية وأنها لم تستطع التكيف مع القانون، ولم تكن في مستوى ثقة ناخبها، ومقابل ذلك أرجعت الإطارات الحزبية ضعف خطابها السياسي وفعاليتها كمؤسسات ممثلة للديمقراطية إلى السلطة الحاكمة متهمه إياها بالتضييق وإغلاق فضاءات المعارضة والنقاش والحوار، من خلال تغييبها عن المشهد السياسي والإعلامي، وحتى تمييع دورها في العملية السياسية، إن هذه الأوضاع أفقدت الأحزاب شيئاً من شرعيتها السياسية لدى الجمهور الجزائري، ما أدى إلى الهوة بين المواطنين والعملية السياسية وما تشمله من نظام سياسي، وأحزاب سياسية، وانتخابات بكل أشكالها.

بعد الأحداث السياسية التي عاشتها الجزائر تقوم السلطة السياسية المنتخبة شرعياً بعد رئاسيات 2019 الممثلة في رئيسها عبد المجيد تبون بالعمل على احتواء الأطراف السياسية من خلال إستراتيجياتها الخطابية السياسية، وتصليح علاقة اللاتقنة التي تكونت بين النخب السياسية والجمهور، ومنه السماح للأحزاب بشقيها - الموالاة والمعارضة - بممارسة نشاطها في ظل الالتزام بالقانون والدستور وتحمل مسؤولية مرافقة رئاسة الجمهورية في صنع القرارات والموافقة عليها بعد انتخابات تشريعية سنة 2021.

في ظل ضرورة الالتزام بأسس النظام الديمقراطي - التعددية الحزبية - ورغبة السلطة في تحقيق استقرار النسق الاجتماعي من خلال إشراك الأحزاب السياسية في صنع السياسات العامة، تبرز فضاءات التواصل الافتراضي كخيار أمام الأحزاب لعرض الذات السياسية عبر نشر خطابها على شبكات التواصل الاجتماعي وإصلاح صورتها لدى الرأي العام، من خلال تقديم البرامج السياسية، نشر الوعي والثقافة السياسية، ثقافة الحوار السياسي بين الأحزاب والحوار بدل الصراع، تحقيق التوازن بين استخدام المنافسة السياسية والتعاون

السياسي، تحقيق التنمية السياسية المستدامة والديمقراطية، توفير خيارات مجدية للمواطنين وكذا وبناء علاقة جديدة بين الشعوب وتحقيق الديمقراطية التشاركية من خلال إشراك الأفراد في صنع القرارات عبر الفضاء الشبكي والخصائص التفاعلية التي أتاحتها سمات العصر.

وبناء على ما سبق ذكره والأهمية المتزايدة لشبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على توجيه الرأي العام في الفضاء العمومي الإلكتروني، خاصة شبكة فايسبوك التي تلاقي رواجاً من طرف الجمهور لما لها من ميزات كمنصة تواصل اجتماعي بين الأفراد، ومن جهة أخرى الأهمية التي أثبتتها الدراسات التي اطلعنا عليها في تسيير وحشد الرأي العام السياسي في الكثير من الأحداث الهامة، والدور الوظيفي الذي تلعبه نخب الأحزاب السياسية الجزائرية بشقيها -المعارضة والموالاة- في بقاء سيرورة النظام السياسي الجزائري الديمقراطي واستمرار النسق الداخلي، تحاول هذه الدراسة التطرق إلى كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة اتصالها السياسي عبر نشر خطابها من خلال شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك وأمام هذا ارتأينا أن نصيغ السؤال الرئيس لهذا البحث وفق الشكل التالي:

كيف وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك في نشر خطابها السياسي؟ وهل توجد فروق بينها؟

وتتبعاً للمسار المنهجي للدراسة ارتأينا تفريع التساؤل الرئيس وفق الآتي.

## 2. تساؤلات الدراسة:

### أولاً. فئات المضمون:

1. ما الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟
2. ما اتجاهات الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟
3. من الشخصيات الفاعلة في الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟
4. ما أساليب الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟
5. ما المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

6. من الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

7. ما الأهداف التي سعت لتحقيقها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

### ثانيا. فئات الشكل:

1. ما أنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

2. ما أشكال تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

3. ما اللغة التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها؟

### 3. أهمية الدراسة:

يتجلى مكن أهمية هذه الدراسة في اختلافها عن الدراسات السابقة والمشاهدة للموضوع -التي اطلعنا عليها- والتي تطرقت إلى الاتصال السياسي للأحزاب السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلال الاستحقاقات الانتخابية المختلفة - المحلية، التشريعية والرئاسية-، التي تمتاز بكثافة النشر وإبراز استراتيجيات خطابية وأجندات سياسية قد لا تعبر عن واقع الاتصال السياسي اليومي لهذه الأحزاب، وإضافة الدراسة الحالية أنها تتطرق إلى الاتصال السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة من خلال منشوراتها في الفضاء العام فيسبوك خلال الحياة اليومية التي يمكن أن تكشف خطابها السياسي الفعلي.

تنبع أهمية الدراسة أيضا من الالتقاء النظري إذ تتلاقى فيها توجهات بحثية في تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مثل علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وعلم الاجتماع تحت إطار مصطلح الاتصال وهذا ما يسمح بالتفكير كيف؟ تحدث عمليات الاتصال السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية عبر الفضاء العام فيسبوك من خلال رؤية توضح الخطابات السياسية وكذا التقنية للأحزاب عينة الدراسة مع الأخذ بعين الاعتبار ثراء مصطلح الاتصال وأبعاده المختلفة:

البعد الإنساني والاجتماعي القائم على أن التواصل هو أساس العلاقات الإنسانية والذي يساهم في تطوير واستدامة الروابط التي تشكل نسيج الحياة الاجتماعية واستقرار نسقها.

البُعد السياسي القائم على أن الاتصال هو أساس النقاش والحوار بين أصحاب السلطة والشعوب - الحاكم والمحكوم - والذي يضيف الشرعية السياسية للنخب الحاكمة و يؤسس للمجتمع السياسي ومشهد ظهور السلطة.

البُعد التقني: القائم على أن الاتصال لا يهدف إلى توفير المعلومات فحسب بل هو أيضا مظهر من مظاهر التفاعل، حيث يتجه السياسي إلى الامتثال لمتطلبات الاتصال التفاعلي الذي فرضته المنصات الرقمية من جهة، وظهور مواطن متطلب بشكل متزايد من جهة أخرى، حيث أصبح يتسم العصر بسياق ديمقراطي وسياسي واضح للغاية.

أما على المستوى التنظيري فتنبع أهمية الدراسة من النقاش حول إمكانية الحديث عن وجود فضاء عمومي افتراضي قائم على الحوار والنقاش عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة وجمهورها ومدى فاعلية مصطلحات الاتصال السياسي، الديمقراطية والمشاركة...، عبر الفضاء الرقمي الحديث في الجزائر.

#### 4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى معرفة الاتصال السياسي ومكوناته وأهم وظائفه وكذا خصوصيته في الجزائر، كما تهدف أيضا إلى التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أداة للاتصال السياسي في الجزائر مع التركيز على شبكة فيسبوك وأبعادها السياسية والاجتماعية، وما يؤثر على استخدامها كأداة اتصالية سياسية، إضافة إلى معرفة ماهية الأحزاب السياسية الجزائرية وتطورها التاريخي وواقعها اليوم في المجتمع وكيف أنها اتجهت لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العملية السياسية.

وتهدف الدراسة من الناحية التطبيقية إلى:

- ✓ التعرف على الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ التعرف على اتجاهات الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ معرفة الشخصيات الفاعلة في الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ التعرف على أساليب الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.

- ✓ معرفة المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ التعرف على الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ معرفة الأهداف التي سعت لتحقيقها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ التعرف على أنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ التعرف على أشكال تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- ✓ معرفة اللغة التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.

#### 5. أسباب اختيار الموضوع:

وراء كل بحث علمي قيد الإنجاز أسباب دفعت الباحث للتقصي حوله وتكون غالبًا نابعة من ميولاته وتوجهاته الذاتية والموضوعية، وبعض الضرورات المجتمعية التي تفرض نفسها في ميدان الأبحاث العلمية الأكاديمية، وعليه نذكر في هذا الجزء من الدراسة بعض الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر - :

#### 1.5 الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية من طرف الباحثة في الإطلاع على واقع الاتصال السياسي للأحزاب الجزائرية في الفضاء العام الرقمي.
- الاهتمام بالمجال البحثي الخاص بشبكات التواصل الاجتماعي وأدوارها المختلفة، خاصة في تسيير المشهد السياسي في السياق الجزائري.

#### 2.5 الأسباب الموضوعية:

- تزويد محركات البحث في المكتبة الجامعية بمرجع متخصص في الاتصال السياسي للأحزاب الجزائرية بشكله الرقمي.

- البحث في الاتصال السياسي الجزائري وتطوراته في سياق كرونولوجي مختلف عن ما سبقه من الدراسات العلمية.
- متغيرات العصر التي أثبتت قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير الديناميكيات السياسية.
- مراجعة وفحص إمكانية الحديث عن وجود فضاء عام اتصالي وفق الطرح الهابرماسي في المجتمع الجزائري الذي تختلف سياقاته الثقافية والسياسية والاجتماعية عن المجتمع الغربي الذي تبلورت فيه نظرية الفضاء العام.

### 3.5. الضرورة المجتمعية:

حاجات المجتمع لفهم العمليات السياسية الحزبية وتبسيطها عبر الأبحاث العلمية المتخصصة، على غرار التطورات التي يعيشها المجتمع الجزائري على مختلف الأصعدة، التقنية وارتفاع مستويات استخدامها، الاتصالية وتطور أنماط الاتصال في الجزائر من النمط التقليدي القائم على الاتصال الشخصي والمباشر من خلال الجمعيات والنوادي والأماكن المخصصة للخطاب السياسي، إلى نمط الاتصال الغير شخصي التفاعلي المعتمد على التقنية الرقمية، وكذا التطورات السياسية في مسرح الحياة السياسية الجزائرية، ومن جهتها التطورات الاجتماعية في تركيبة وثقافة المجتمع وحاجاته الملحة على فهم الأحداث والاطلاع والحوار والانفتاح وكذا المشاركة في صنع القرار.

### 6. تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة:

تحتوي الدراسة على خمس مفاهيم أساسية تتمثل في: **الاتصال السياسي، الخطاب السياسي، شبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك، الأحزاب السياسية**، ونشير أننا سنعرض في الجزء المنهجي من الدراسة المفاهيم الإجرائية فقط، أما لغويا واصطلاحيا فسنعرضها في الشق النظري للدراسة.

➤ **الاتصال السياسي:** هو تلك الجهود الاتصالية التي تبذلها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- عبر توظيف شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك للوصول إلى الرأي العام والتأثير فيه وتشكيل المواقف والاتجاهات السياسية، وذلك من خلال التعليق على الأحداث الوطنية والدولية ونشر نشاطاتها اليومية، والتفاعل الرقمي مع الجماهير عبر الفضاء العام الافتراضي.

➤ **الخطاب السياسي:** هو مضمون وشكل الرسائل التي تنشرها الأحزاب السياسية الجزائرية عبر صفحاتها الرسمية على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

➤ **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مجموعة من المواقع التي تتيحها شبكة الإنترنت وتوفر إمكانية فتح حسابات رسمية أو غير رسمية لعرض الذات من طرف المستخدمين، وكذا إمكانية التواصل والتفاعل وتتميز بكثرة عدد مستخدميها.

➤ شبكة فيسبوك: هي شبكة التواصل الاجتماعي المعروفة شكلا بالرمز  لصاحبها مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg التابعة لشركة ميتا، تتميز بالبساطة وسهولة الاستخدام، وتتيح إمكانية إضافة الأصدقاء ومتابعة الصفحات، وكذا نشر النصوص والصور والفيديوهات وإمكانية التفاعل بالإعجاب والتعليق ومشاركة المنشورات، وحتى إنشاء مجموعات خاصة للدردشة ومناقشة مواضيع مختلفة.

➤ الأحزاب السياسية: تجنح الدراسة إلى أن الأحزاب السياسية هي مجموعة منظمة من الأشخاص الذين يمارسون العملية السياسية في النظام الاجتماعي وفق إيديولوجية ومبادئ معينة، وتسعى للقيام بوظيفة سياسية هدفها الوصول إلى الحكم، وقد تم حصرها في دراستنا في الأحزاب الأربع الآتية \_ لاعتبارات منهجية متعلقة بالدراسة \_ ممثلة في كل من حزب جبهة التحرير الوطني، حزب جبهة القوى الاشتراكية، حزب التجمع الوطني الديمقراطي، وحزب حركة مجتمع السلم.

## 7. نوع الدراسة ومنهجها:

### 1.7 نوع الدراسة

تتنمي الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى جمع معلومات وبيانات عن الظاهرة محل الدراسة بأحد المناهج أو بعضها، وبالاستناد إلى إحدى الأدوات العلمية المنهجية أو بعضها، ثم بعد ذلك تحليلها واستعراض نتائجها بشكل واضح ودقيق، وهذا ما يساهم في الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ومن ثم تفسير الظاهرة المدروسة ووضع اقتراحات مستقبلية لها، وهو ما تروم إليه دراستنا في بعديها النظري والتطبيقي، إذ تسعى لتوضيح ظاهرة توظيف عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في نشر خطابها السياسي والفروق بينها في الاستخدام، وقد اخترنا لها عينة زمنية تساعدنا في وصف الوضع الراهن خلال فترة الدراسة من أجل فهم العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين مفردات الدراسة، وتحليلها مضمونا وشكلا كميًا، إحصائيًا وكيفيًا وصولًا لاستعراض النتائج.

### 2.7 منهج الدراسة:

يُعرف المنهج بأنه تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات اجتماعية يعتمد عليه الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة لتصوير الواقع الاجتماعي والحياتي، حيث تساهم تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر<sup>1</sup>.

باعتبار دراستنا ضمن حقل الدراسات الوصفية ولما كانت تهدف إلى معرفة كيفية توظيف عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في نشر خطابها السياسي والفروق بينها، وقد

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، ط 01، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان .الأردن، 2012، ص 120.

اخترنا لها عينة زمنية تساعدنا في وصف الوضع الراهن خلال فترة الدراسة من أجل فهم العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين المفردات، وتحليلها مضمونا وشكلا وكما وكيفا وصولا لاستعراض النتائج، وبناءً عليه فإن المنهجين الملائمين لهذا النوع من الدراسات الاتصالية الرقمية - التحليلية المقارنة - هما **منهجي المسح والمقارنة**.

**المنهج المسحي** وذلك من خلال وصف الجانب النظري للموضوع إلى جانب تصنيف وتحليل وتفسير الخطابات السياسية الرقمية الخاصة بالأحزاب الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة فيسبوك، وترمي الدراسات المسحية حسب الباحثين عموما إلى تصوير الوضع الحاضر ووصف الممارسات والعمليات والاتجاهات السائدة والظروف القائمة سواء كان الوصف بكلمات وعبارات لفظية أو كان برموز رقمية أو بالطريقتين معا.<sup>1</sup> ويعتبر هذا المنهج المسحي عموما من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية خاصة منها الوصفية.

تأسيسا على إشكالية الدراسة وموضوعها وتساؤلاتها تم الاعتماد على **المنهج المقارن** إلى جانب المنهج المسحي بغية الوصول إلى نتائج أعمق في البحث، وذلك من خلال المقارنة بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة من خلال الاعتماد على النتائج الكمية لتحليل المحتوى ونتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova من خلال برنامج Spss، بهدف الكشف عن الاختلافات الموجودة بينها، وذلك راجع لكون المقارنة منهج أساسي ومهم في كافة العلوم بما فيها العلوم الإنسانية والاجتماعية فضلا عن كونها أداة عقلية رئيسية يعتمدها الإنسان في حياته للمفاضلة بين الأشياء.

جاء في **لسان العرب** (قارن الشيء بالشيء مقرنة، وقرانا، اقترن به وصاحبه) وجاء في القاموس المحيط: وازنه بمعنى عادله وقابله وحاذاه. ويذهب الدكتور **إبراهيم السامرائي** إلى أن لفظة (المقارنة) أسدُ معنى، وأوفى غرضا لأن هذه الدراسات لم تكن من ثمرات الفكر العربي بل من ثمرات الفكر الغربي، وقد عرفت عندهم نتيجة اختصاصهم وتعمقهم في هذا العلم.<sup>2</sup> بينما عرفها الفيلسوف البريطاني **جون ستوارت مل John Stuart Mill** بأنها دراسة ظواهر متشابهة أو متناظرة في مجتمعات مختلفة أو في موضوع أو أكثر عبر مجتمعين أو أكثر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، ص 129.

<sup>2</sup> حمدية موحان محمود: **المنهج المقارن (الموازن) وحاجة العربية إليه**، مجلة كلية العلوم الإسلامية، العدد 33، بغداد، 2013، ص 488.

<sup>3</sup> هشام زغاشو وأمير وحشي: **منهجية البحث في السياسة المقارنة - دراسة نظرية في المفهوم والأهداف وأساليب التحليل**، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 5، 2018، ص 189.

يلاحظ من خلال التعريف أن ستيوارت مل حدد مجموعة ضوابط يحتاجها الباحث لإجراء أي دراسة مقارنة في مقدمتها:

- ✓ ضرورة وجود قدر من التشابه والاختلاف بين الظواهر محل المقارنة.
- ✓ عدم صلاحية المقارنة بين الظواهر والأحداث الكلية أو الفرعية المتطابقة تماما أو المختلفة تماما.

تهتم الدراسات التي تخوض المجال السياسي بالمنهج المقارن ويسمى في منهجية البحث العلمي بالسياسة المقارنة comparative politics وتعتبر في هذه العلوم بديلا عن المنهج التجريبي لأنها تتمكن من الإحاطة بالظاهرة السياسية بوصفها ظاهرة إنسانية، فالمقارنة تملك القدرة عن الكشف عن متغيراتها والاختلافات الموجودة بينها وكذا تشابهاتها من خلال غايات رئيسة أهمها:

الكشف عن الدوافع العميقة لممارسة السياسات ورد فعل المحكومين سواء راضيين أو ساخطين عن الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وكذا تمكن المقارنة من معالجة وقائع العالم السياسي كأحداث متغيرة ومتطورة ونسبية.<sup>1</sup>

يعرف فضيل دليو المنهج المقارن بأنه إجراء علمي منطقي يستهدف التحليل المقارن للواقع الاجتماعي بالتركيز على وحدتين أو أكثر من الوحدات الاجتماعية الكلية أو الفرعية والتي يجب أن تكون مختارة بشكل ممنهج وبعبارها سياقاً تحليلياً للتشابه أو الاختلاف بين المتغيرات أو العلاقات<sup>2</sup>، كما يعرف بأنه منهج بحث علمي يستعين به الباحث على التعمق في فهم مسألة ما بالرجوع إلى أسلوب المقارنة من خلال إبراز أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بينها وبين مثيلاتها.<sup>3</sup>

## 8. أداة جمع البيانات:

بالعودة على الظاهرة المدروسة وإشكالياتها وتساؤلاتها وطبيعة ميدانها الذي يبحث في المضامين المنشورة على صفحات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - وتأسيساً على نوع الدراسة الوصفية ومنهجيتها المسحي والمقارن فإننا اعتمدنا على أداة تحليل المضمون.

<sup>1</sup> برتراند بادي، غي هيرمت، ترجمة عز الدين الخطابي: السياسة المقارنة، د ط، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2013 ص ص (8-9).

<sup>2</sup> فضيل دليو: منهج التحليل المقارن الكيفي - تصور كيفي بمنحى تكمي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 12، المجلد 12، 2020، ص 269.

<sup>3</sup> بوبكر خلف: منهجية إعداد البحث العلمي الأكاديمي الناجح، ط 1، مطبعة منصور الوادي، الجزائر، 2022، ص 14.

يعرف هولستي أداة تحليل المحتوى أو تحليل المضمون على أنها أسلوب بحثي يرمي إلى الخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصا موضوعيا ومنهجيا منظما.<sup>1</sup> ويعرفها برنارد بيرلسون B. Berelson بأنها أسلوب بحث يهدف إلى الوصف Description الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.<sup>2</sup>

وتُعرف أيضا أنها إحدى الأدوات البحثية الأساسية التي يستند إليها باحثو الإعلام والاتصال في تحليل المضامين الإعلامية المختلفة، سواء كانت نصوص أو مواد إذاعية أو تلفزيونية وذلك وفقا لإستراتيجية بحثية يتم فيها تحديد أهداف الدراسة ونوع العينات وطبيعة فئات المضمون المستهدف تحليلها، وكذا والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.<sup>3</sup>

مما سبق فإن أداة تحليل المحتوى هي تقنية بحث إجرائية (منهجية) تُستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة والباطنة، من ناحية مضمونها وشكلها، وهذا ما ستحاول دراستنا التطرق له من خلال تحليل منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - الموجودة على صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك من خلال تحليل مضمونها وشكلها.

وبناء على ذلك نقوم باستعمال أداة تحليل المحتوى الكمي من أجل تحليل السلوك اللفظي للأحزاب السياسية الجزائرية وذلك من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية ومن ثم تحليلها كفيما.

## 18. تحديد فئات التحليل :

تحدد الفئات الواجب دراستها انطلاقا من الإشكالية التي يَحْطها الباحث ويتم ذلك عن طريق مراحل:

أولاً: ترجمة الإشكالية (التساؤل الرئيس) إلى مفاهيم ومتغيرات وأبعاد فمؤشرات.

ثانياً: بناء قاعدة معرفية حول الموضوع المراد تحليله من خلال المؤشرات لتتم على أساسها بناء الفئات.

ثالثاً: تشكيل فئة من كل مؤشر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه - أسسه - استخداماته، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2004، ص 80.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط 1، دار الشروق، جدة، 1983، ص ص (17-18).

<sup>3</sup> هشام صويلح: أثر منهجية تحليل الخطاب في تطوير الدراسات الإعلامية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 2، المجلد 8، 2020، ص (5-6).

<sup>4</sup> يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص 80.

احتوت استمارة تحليل المحتوى الخاصة بالدراسة الموسومة "الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر"، على 07 فئات خاصة بفئات المضمون و 03 فئات خاصة بالشكل نستعرضها في هذا العنصر من البحث ويتم تضمينها في نهاية هذا العمل في عنصر الملاحق.

**أولاً. فئات المضمون:** نحاول من خلال هذه الفئة التعرف على الخطاب السياسي الموجه من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - إلى الجمهور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وهي فئات تجيب عن التساؤل ماذا قيل؟.

**فئة الموضوعات:** تذهب هذه الفئة إلى دراسة الموضوعات المطروحة في الخطاب السياسي الرقمي للأحزاب السياسية -عينة الدراسة- وتهدف إلى التعرف على الأجندة السياسية للأحزاب وأهم الموضوعات التي تنشرها للجمهور ومنها اختبار فرضية نظرية ترتيب الأولويات وتم تقسيمها إلى:

#### 1. الموضوعات السياسية:

**1 1. موضوعات سياسية وطنية:** ومؤشراتها تعديل الدستور، الانفتاح السياسي، الحوار الوطني، الانفتاح الإعلامي، تغيير النظام السياسي، الحوكمة (الحكم الرشيد)، تأطير العمل السياسي، الفصل بين السلطات، الديمقراطية التشاركية، المواطنة، التنمية المحلية، الاستحقاقات الانتخابية.

**1 2. موضوعات سياسية دولية:** ومؤشراتها القضية الفلسطينية، السياسة الخارجية، العلاقات الجزائرية المغربية، العلاقات الجزائرية العربية، العلاقات الجزائرية الأوروبية، العلاقات الجزائرية الإفريقية، الحروب والنزاعات الدولية، الأمن الإقليمي والدولي، التعاون الدولي والتنمية، التحالفات والمنظمات الدولية.

**2. الموضوعات الاقتصادية:** ومؤشراتها ملف العمل والتشغيل، دعم المشاريع المصغرة والابتكار، رقمنة القطاع الاقتصادي، محاربة المضاربة والابتكار، الزراعة، الصناعة، التجارة، السياحة، ترشيد النفقات، الموارد الطاقوية، الاستيراد والتصدير، الدعم الفلاحي، التمويل البنكي، قانون المالية، سوق المحروقات، الطاقات المتجددة.

**3. الموضوعات الاجتماعية:** ومؤشراتها الفئات الهشة، قضايا المرأة، قضايا الطفل، قضايا الشباب، الأجور والقدرة الشرائية، العدالة الاجتماعية، الآفات الاجتماعية، الدعم الاجتماعي، السكن والبنية التحتية الحضرية، الرعاية الصحية والصحة العامة.

4. **الموضوعات الثقافية:** ومؤشراتها الإرث الثوري، الموروث الثقافي، الأمازيغية، القطاع الفني، الهوية الوطنية، المواضيع الترفيحية، الوحدة الأفريقية، الوحدة المغاربية، الوحدة العربية.

5. **الموضوعات الأمنية:** ومؤشراتها السيادة الوطنية، مكافحة الإرهاب الجرمية، الأمن المحلي، الجيش الوطني، الأمن السيبراني، الهجرة غير الشرعية، خطاب الكراهية والتحريض، الأمن الغذائي، الأمن الطاقوي، الأمن الفكري.

6. **الموضوعات الدينية:** ومؤشراتها المرجعية الدينية، المؤسسات الدينية، الشعائر الدينية.

7. **موضوعات التربية والتعليم:** ومؤشراتها مرئية الجامعات، الانفتاح العلمي، رقمنة قطاع التربية والتعليم، إصلاح المنظومة التربوية.

8. **موضوعات النشاطات الداخلية للحزب:** ومؤشراتها خرجات ميدانية، نشاطات الأمين العام، نشاطات برلمانية، عرض مواعيد إعلامية للحزب، العلاقات العامة الداخلية للحزب، مناقشة قرارات، استطلاعات الرأي العام.

**فئة اتجاهات الموضوعات:** تبحث هذه الفئة في الاتجاهات الثلاث - المؤيد، المعارض، المحايد- لكل فئة من الفئات الجزئية لفئة الموضوعات أي - السياسية الوطنية والدولية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الأمنية، الدينية، التربوية والتعليمية، النشاطات الداخلية للحزب-

**فئة الشخصيات الفاعلة:** تهتم هذه الفئة بدراسة الشخصية الظاهرة في منشورات الأحزاب السياسية -عينة الدراسة- ومؤشراتها، جهاز الحكومة الجزائري، رؤساء الأحزاب، مناضلو الأحزاب، شخصيات وطنية غير حزبية، شخصيات تاريخية، شخصيات دينية، شخصيات رياضية، شخصيات فنية، شخصيات إعلامية، شخصيات علمية وخبراء، جمعيات منظمات المجتمع المدني.

**فئة أساليب الإقناع:** تعمل هذه الفئة على اختبار نظرية الفضاء العام الهابرماسي التقليدية في الفضاء العام الرقمي فيسبوك وإمكانية وجود نقاش وحوار بين الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - والجمهور وتمت تفييئتها إلى:

1. **فئة أسلوب الخطاب في المنشورات:** تمكننا هذه الفئة من الكشف عن أسلوب الخطاب المنشور في صفحات الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - وقسمت إلى:

1.1 أسلوب الإقناع العقلاني: ويقصد به عقلانية طرح الخطاب السياسي في المنشورات لإثارة النقاش ومؤشراتها التكرار، إبراز المصالح المشتركة، إنجازات، مراجع، مناظرة (مقابلة الآراء)، إحصاءات، تقارير رسمية.

2.1 أسلوب الإقناع العاطفي: وهو ضد العقلاني ومؤشراتها الرموز والشعارات، المواساة، النصح والإرشاد، السخرية والاستنكار، الترهيب والتخويف، المبالغة في التهويل، إعطاء الرأي على أنه حقيقة، الإشاعات، إظهار التعاطف، الغضب، الإلهام من خلال مشاركة قصص، الامتنان، إثارة الحماس.

3.1 مرجعية الإقناع في المنشورات: تركز هذه الفئة على الرسالة الإقناعية المتضمنة في الخطاب السياسي الخاص بالأحزاب السياسية - عينة الدراسة - ومؤشراتها دينية عامة، مذهبية، عرقية، وطنية، جهوية، إنسانية عالمية.

2. فئة أسلوب الخطاب في التعليقات: تهتم هذه الفئة بمقابل سابقتها " فئة طبيعة الخطاب في المنشورات" بتحليل تعليقات الجمهور - المتفاعل من خلال التعليقات - في إطار النقاش العام عبر فضاء فيسبوك ومؤشراتها انتقادية، تهكمية، تهجمية، استفزازية، دعم ومواساة، الإيجابية والموافقة، التعبير عن الامتنان، إضافة قيمة، التشجيع على المزيد، الإلهام والتحفيز، الاحترام والتقدير.

1.2 مرجعية الإقناع في التعليقات: تركز هذه الفئة مثل سابقتها - مرجعية الإقناع في المنشورات - على تحليل التعليقات والتي سنكشف من خلالها البنية الإقناعية في خطاب الجمهور المشارك في النقاش العام ومؤشراتها دينية عامة، مذهبية، عرقية، وطنية، جهوية، إنسانية عالمية.

فئة المصادر: أي أصل الخطاب السياسي ومصدره ومؤشراتها تصريحات مسؤولين، وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية، وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، شبكات التواصل الاجتماعي، قوانين ومراسيم، البحوث والدراسات الأكاديمية، التقارير والبيانات الحكومية، مصادر ذاتية للحزب.

فئة الجمهور المستهدف: ومؤشراتها الهيئة الناخبة، أنصار الحزب، قادة الرأي والمؤثرون، المعارضون، الشباب، النساء، المهاجرون (الجالية الجزائرية)، الجمعيات والمجتمع المدني.

فئة الأهداف: وهي الغايات من وراء خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - ومؤشراتها تعزيز قيم المشاركة السياسية، تشكيل الإرادة السياسية، تسويق صورة الحزب السياسي، تأكيد الشعور بالهوية الوطنية، المساعدة في صنع القرارات الوطنية، المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية، استقطاب المتطوعين والناشطين، التعريف بالمشروع السياسي للحزب، ترقية حقوق الإنسان، تعزيز الحوار الحزبي الوطني، زيادة المرئية والوصول عبر شبكات التواصل الاجتماعي، جمع التبرعات والهبات، بناء شبكة علاقات.

ثانيا. فئات الشكل:

وهي الفئات التي تهتم برصد الأشكال التي ظهرت بها المادة الإعلامية أي الشكل الذي اتخذته الخطاب السياسي وتُجيب عن السؤال كيف قيل؟.

**فئة أنواع المنشورات:** وهي القوالب الفنية التي تساهم في صياغة وتحرير ونشر الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية- عينة الدراسة- ومؤشراتها نص مكتوب، صور، صور ونص مكتوب، فيديو سمعي بصري، فيديو ونص مكتوب، بث مباشر، مقطع قصير - ريلز -.

**فئة أشكال التفاعل:** وتشير إلى كيفية تعامل الجمهور مع الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - وتم تقسيمها إلى:

1. شكل التفاعل باستخدام الملصقات التعبيرية: ومؤشراتها أعجبني، أحببته، متضامن، أضحكني، أدهشني، أحزنني، أغضبني.

2. شكل التفاعل من خلال التعليق: ومؤشراتها التعليق بنص، التعليق بصورة، التعليق بملصق، نكز شخص (طاق).

3. شكل تفاعل الحزب مع تعليقات الجمهور: ومؤشراتها الرد على التعليقات، التعبير عن الشكر والامتنان للتعليقات البناءة، إضافة رابط توضيحي، عدم الرد.

4. شكل التفاعل من خلال مشاركة المنشور: (0 تفاعل)، (1-100)، (أزيد من 100).

**فئة اللغة الموظفة:** وهي الحروف اللغوية التي كتبت بها المنشورات والتعليقات على المنشورات عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك وقسمت إلى:

1. اللغة الموظفة في المنشورات: ومؤشراتها العربية، العامية (الجزائرية)، الفرنسية، المزج بين العربية والفرنسية، الإنجليزية، المزج بين العربية والإنجليزية، الأمازيغية، المزج بين العربية والأمازيغية.

2. اللغة الموظفة في التعليقات: ومؤشراتها العربية، العامية (الجزائرية)، الفرنسية، المزج بين العربية والفرنسية، الإنجليزية، المزج بين العربية والإنجليزية، الأمازيغية، المزج بين العربية والأمازيغية.

3. فئة الحرف الموظف في التعليقات: ومؤشراتها حرف عربي، حرف لاتيني، حرف أمازيغي.

4. فئة التهذيب في التعليقات: لغة مهذبة، لغة غير مهذبة.

## 8.2. تحديد وحدات التحليل:

تمثل وحدة التحليل في أداة تحليل المحتوى آلية إجرائية أساسية تُمكن من قياس فئات التحليل داخل المضمون الخاضع للدراسة، وفي دراستنا تأخذ سمات البيئة الافتراضية وهذا بناءً على طبيعة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وعليه استعملنا الوحدات الآتية الذكر:

✓ **وحدة الفكرة:** وهي وحدة أساسية لقياس فئات المضمون تتضمن الفكرة التي يتحدث عنها موضوع التحليل.

✓ **وحدة المنشور:** تعد من أهم الوحدات في تحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص فيسبوك.

✓ **وحدة الكلمة:** تحتل هذه الوحدة مكانة مهمة في حصر المصطلحات ذات العلاقة بالموضوع وتم اللجوء إليها لقياس مؤشرات بعض الفئات نظراً لصعوبة حصرها من خلال وحدة الفكرة ولدقة وحدة الكلمة في التحليل.

✓ **وحدة الزمن - المقطع السمعي البصري -:** تم استعمال هذه الوحدة في قياس بعض فئات الشكل التي جاءت في شكل فيديوهات، بث مباشر، مقاطع ريلز.

8.3. **تحديد وحدات العد والقياس:** بعد استكمال المراحل السابقة في بناء أداة تحليل المحتوى تأتي مرحلة اختيار وحدات القياس، وهي ما يحسبه الباحث حين يشرع في عملية التحليل، وهي المطلب النهائي من عملية الترميز وتمهد للعرض الإحصائي وعقد المقارنات وكذا دراسة الارتباطات<sup>1</sup>، واستعملنا في الدراسة وحدة المنشور، وحدة الفكرة، وحدة التعليق، وحدة المشاركة، وحدة الملصق كوحدة للعد، واستعملنا كوحدة للقياس التكرارات، النسبة المئوية، المتوسط الحسابي، تحليل التباين الأحادي **One Way Anova** عبر برنامج **Spss**.

## 8.4. إجراءات الصدق والثبات:

صدق التحليل: التحكيم الخارجي لاستمارة التحليل

بعد أن استوفت الباحثة بناء استمارة تحليل المحتوى قامت بعرضها على الأستاذ المشرف وهو ما مكن من الحصول على ملاحظات وجيهة أخذت بعين الاعتبار لمراجعة الاستمارة وإعدادها بدقة أكبر، بعد ذلك

<sup>1</sup> محمد البشير بن طبة: تحليل المحتوى في بحوث الاتصال - مقارنة في الإشكاليات والصعوبات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 14/13، ديسمبر 2015، ص 326.

تم توجيه استمارة تحليل المحتوى إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال وعددهم 05 محكمين بالإضافة إلى الأستاذ المشرف.<sup>1</sup>

بعد استلام ملاحظات الأساتذة المحكمين قامت الباحثة بعرضها على الأستاذ المشرف مجدداً أين قاما بالأخذ بعين الاعتبار الملاحظات والتصويبات لتصبح الاستمارة جاهزة للتحليل.

### ثبات التحليل:

تهدف هذه الخطوة إلى التأكيد على الحصول على نفس النتائج تحت نفس الظروف في حالة تكرار قياس نفس المضامين وعندما يقوم بالتحليل أكثر من محلل في وقت واحد أو أوقات مختلفة، بمعنى أن الثبات La Fiabilité هو مقدار التطابق أو الاتفاق بين مرمزين اثنين أو أكثر.<sup>2</sup>

قمنا باستعمال النوعين من قياسات الثبات المتعلق باتفاق المحكمين، والمتعلق باتفاق المرمزين (المحللين) وذلك من خلال معادلة هولستي Holsti :

$$R = \frac{N \times C}{1 + (N - 1) C}$$

R وهي معامل الثبات

N هو عدد المحكمين (أو عدد المحللين)

C هو متوسط الاتفاق بين المحكمين (أو المحللين)

اختبار ثبات تحكيم استمارة تحليل المحتوى:

فئات المضمون:

تم ترقيم الفئات وعناصرها في الاستمارة عند تقديمها للمحكمين وبلغ عددها فيما يخص فئات المضمون 196 فئة.

<sup>1</sup> - أ.د. محمد البشير بن طبة، أستاذ التعليم العالي

- أ.د. فضيل دليو، أستاذ التعليم العالي، جامعة قسنطينة 3

- أ.د. نصر الدين بوزيان، أستاذ التعليم العالي، جامعة قسنطينة 3

- أ.د. هند عزوز، أستاذ التعليم العالي، جامعة جيجل

- د. أمين جنيح، أستاذ محاضر أ، جامعة جيجل

- د. إدير معياش، أستاذ محاضر أ، جامعة المدية

<sup>2</sup> تمار يوسف: أصول تحليل المحتوى وتقنياته، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 167.

الجدول رقم 02 : يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحكمين فيما يخص فئات المضمون

متوسط الاتفاق	نسبة الاتفاق	معدل الاتفاق	فئات المضمون	المحكمون
0.78	%78.06	153	196	أ - ب
0.82	%82.65	162	196	أ - ج
0.91	%91.83	180	196	أ - د
0.92	%92.85	182	196	أ - هـ
0.88	%88.26	173	196	ب - ج
0.97	%97.95	192	196	ب - د
0.96	%96.93	190	196	ب - هـ
0.83	%83.16	163	196	ج - د
0.80	%78.06	158	196	ج - هـ
0.95	%95.40	187	196	د - هـ

$$C = \frac{0.78+0.82+0.91+0.92+0.88+0.97+0.96+0.83+0.80+0.95}{10} = \frac{8.82}{10} = 0.88$$

$$R = \frac{5 \times (0.88)}{1 + (5-1) \times (0.88)} = \frac{4.4}{5.52} = 0.79$$

$$R = 0.79$$

نلاحظ من خلال النتائج أن نسبة الثبات بين المحكمين فيما يخص فئات المضمون عالية وتقدر ب (0.79)، ومما يؤكد صلاحية معامل الثبات هو انحصاره بين (0.65 و 0.99) ومادون ذلك ينبغي على الباحث إعادة النظر في فئاته وعناصرها وإعادة إجراء الاختبار مرة أخرى حتى الوصول إلى نسبة اتفاق مقبولة.<sup>1</sup>

فئات الشكل:

تم ترقيم الفئات في الاستمارة وعناصرها عند تقديمها للمحكمين وبلغ عددها فيما يخص فئات الشكل 62 فئة.

<sup>1</sup> يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص ص (123)-

الجدول رقم 01 : يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحكمين فيما يخص فئات الشكل

المحكمون	فئات الشكل	معدل الاتفاق	نسبة الاتفاق	معدل الاتفاق
أ - ب	62	58	%93.54	0.93
أ - ج	62	60	%96.77	0.96
أ - د	62	61	%98.38	0.98
أ - هـ	62	59	%95.16	0.95
ب - ج	62	57	%91.93	0.91
ب - د	62	60	%96.77	0.96
ب - هـ	62	57	%91.93	0.91
ج - د	62	58	%93.54	0.93
ج - هـ	62	55	%88.70	0.88
د - هـ	62	61	%98.38	0.98

$$C = \frac{0.93+0.96+0.98+0.95+0.91+0.96+0.91+0.93+0.88+0.98}{10} = \frac{9.39}{10} = 0.93$$

$$R = \frac{5 \times (0.93)}{1 + (5-1) \times (0.93)} = \frac{4.65}{4.72} = 0.98$$

$$R = 0.98$$

نلاحظ من خلال النتائج أن نسبة الثبات بين المحكمين فيما يخص فئات الشكل عالية وتقدر ب (0.98).

اختبار الثبات بين المحكمين:

قمنا بتقديم استمارة تحليل المحتوى المصممة لباحثين اثنين مرفقة بدليل التعريفات الإجرائية الخاصة بها حتى تتضح ملامح الدراسة للمحللين، وتم إرفاقها بعينة تحليلية تجريبية قوامها 24 مفردة، وبالمقابل قامت الباحثة بتحليل نفس العينة.

أخذنا عينة تجريبية بطريقة قصدية من مجتمع الدراسة قوامها 24 مفردة بمعدل 6 منشورات عن كل حزب، المنشور الأول من شهر أكتوبر، المنشور الأول من شهر نوفمبر، المنشور الأول من شهر ديسمبر، المنشور الأول من شهر جانفي، المنشور الأول من شهر فيفري، المنشور الأول من شهر مارس.

ثبات فئات المضمون:

عدد فئات التحليل المتعلقة بالمضمون هي 173، وعليه يصبح عدد المواد المحللة 4152 خاصة بحساب ثبات فئات المضمون، وبعد إجراء التحليل من طرف المحللين (3.2.1) ودراسة عنصر الاتفاق تبين ما يلي:

الجدول رقم 04: يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحللين فيما يخص فئات المضمون

المحللون	فئات الشكل	معدل الاتفاق	نسبة التوافق	متوسط الاتفاق	متوسط الاتفاق بين المحللين
2-1	173	3692	%88.92	0.88	0.87
3-1	173	3543	%85.33	0.85	
3-2	173	3662	%88.19	0.88	

$$R = \frac{3 \times (0.87)}{1 + (3-1) \times (0.87)} = \frac{2.61}{2.74} = 0.95$$

R = 0.95

وبما أن معامل الثبات هو (0.95) وهي نسبة تقع في المجال الذي حدده الباحثون كمجال لتحقيق الثبات في الدراسات الإعلامية، فيمكننا القول أن نسبة الثبات في فئات المضمون قد تحققت.

ثبات فئات الشكل:

عدد فئات التحليل المتعلقة بالشكل هي 50، وعليه يصبح عدد المواد المحللة 1200 خاصة بحساب ثبات فئات الشكل، وبعد إجراء التحليل من طرف المحللين (3.2.1) ودراسة عنصر الاتفاق تبين ما يلي:

الجدول رقم 03: يوضح البيانات الخاصة بحساب نسبة اتفاق المحللين فيما يخص فئات الشكل

المحللون	فئات الشكل	معدل الاتفاق	نسبة التوافق	متوسط الاتفاق	متوسط الاتفاق بين المحللين
2-1	50	1117	%93.08	0.93	0.90
3-1	50	1098	%91.50	0.91	
3-2	50	1052	%87.66	0.87	

$$R = \frac{3 \times (0.90)}{1 + (3-1) \times (0.90)} = \frac{2.7}{2.8} = 0.96$$

R = 0.96

بما أن معامل الثبات هو (0.96) وهي نسبة تقع في المجال الذي حدده الباحثون كمجال لتحقيق الثبات في الدراسات الإعلامية، فيمكننا القول أن نسبة الثبات في فئات الشكل قد تحققت.

## 9. مجتمع وعينة الدراسة:

### 1.9. تحديد مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع الذي تشغل عليه دراستنا في كل الأحزاب السياسية الجزائرية التي تمتلك حضورا على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال حساب رسمي على شبكة فيسبوك، وتستعمله في نشر خطابها السياسي، مع الإشارة إلى أن المجتمع المستهدف Target Population من عنوان الدراسة هو شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المختلفة، وعلى اعتبار اتساعها وتعددتها من ناحية وتساؤلات الدراسة وأهدافها وخصوصية بيئة الدراسة وواقعها التقني والاتصالي من ناحية ثانية، واستنادا على نتائج الدراسات السابقة والموروث المعرفي الذي تطرق لمجتمع شبكات التواصل الاجتماعية، وكذا بالاطلاع على الصفحات ذات النشاط السياسي المقبول وعلى وجه الخصوص صفحات الفاعلين السياسيين من أحزاب سياسية ذات تأثير سياسي. تم الاشتغال في هذه الدراسة على شبكة فيسبوك التي تعد أحد أكثر المنصات تداولاً بين الجزائريين لاعتبارات:

عدد مستخدميها وشعبيتها كمنصة تواصل اجتماعي وكذا تطورات معدلات استخدامها خلال السنوات الأخيرة - 2023. 2024 -، حيث شهدت نسب استخدام الفرد الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي تطورا معتبرا مع بدايات يناير 2024، وهذا ما كشفه Data Reportal حيث أشار أنه يوجد 24.85 مليون مستخدم نشط على وسائل التواصل الاجتماعي ما يعادل 54,1% من إجمالي السكان الجزائريين، وضمن هذا يحتل فيسبوك المرتبة الأولى من بين شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام بمعدل 24,85 مليون مستخدم مع بداية 2024.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Rym Nasri: **Internet – forte progression, Le Soir D Algérie**, 04-03-2024, Consulte Le 25-04- 2024, a la 10 :42. <https://www.lesoirdalgerie.com/actualites/internet-forte-progression-en-algerie-113558>

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الجدول رقم 05: يوضح معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الجمهور الجزائري<sup>1</sup>

اسم الشبكة	عدد مستخدمي الشبكة في الجزائر	إجمالي عدد المستخدمين	عدد مستخدمي الشبكة مقارنة بعدد مستخدمي الإنترنت	مستخدمي الشبكة أزيد من 18 عاما
فيسبوك Face book	24.85 مليون	54.1 %	74.20 %	83.2 %
يوتيوب You tube	22.80 مليون	49.6 %	86.10 %	67.7 %
إنستغرام Instagram	11.40 مليون	24.80 %	34.00 %	36.1 %
تيك توك Tik Tok	17.42 مليون	37.90 %	52.00 %	58.4 %
لينكيدن LinkedIn	3.90 مليون	8.50 %	11.60 %	13.1 %
سناپ شات Snapchat	7.88 مليون	17.10 %	23.50 %	21.40 %
تويتير (X) Twitter	1.24 مليون	2.70 %	3.70 %	3.90 %

تحديد إطار المعاينة: نظرا لخصوصية بيئة إجراء الدراسة التقنية (عدم وجود موثيق ومراسيم رسمية متاحة على شبكة الإنترنت توضح الأحزاب الناشطة والمعتمدة لسنة 2023-2024) والاتصالية (الضعف في الإستراتيجية التواصلية مع الجمهور)، حيث لم تتمكن من الحصول على قائمة مضبوطة بالصفحات الرسمية للأحزاب السياسية الجزائرية على شبكة فيسبوك ومن تجليات ذلك:

- عدم وجود وسم الصفحة الرسمية الذي تتيحه خدمات الفيسبوك في كل الصفحات الحزبية الجزائرية.
- تواصل الباحثة مع مسيري الصفحات من خلال معلومات الاتصال المتاحة على الصفحة - الرابط الالكتروني لموقع الحزب على الإنترنت، رقم الهاتف، الإيميل الرسمي للحزب - دون وجود رد لتأكيد ملكية الصفحات خاصة منها التي تمتلك عدد قليل من المتابعين.

وعليه قمنا بالبحث في شبكة الإنترنت، على قائمة الأحزاب السياسية الجزائرية المعتمدة وتبين وجود 71 حزبا<sup>2</sup>، ثم اتجهنا للبحث عن هذه الأحزاب في شبكة فيسبوك، وتبين أن 40 منها تمتلك صفحة رسمية على الفيسبوك بينما 31 لا تمتلك أي صفحة، وقمنا بإنجاز قائمة مجتمع البحث تفصيلا - اسم الحزب ورمزه، قيادة الحزب، الاسم الرسمي لصفحة الحزب على شبكة فيسبوك، عدد متابعي صفحة الحزب، رابط الصفحة على الفيسبوك - (أنظر قائمة الملاحق)

<sup>1</sup> Simon Kemp: Digital 2024- Algeria, 23-02- 2024, Reviewed on 25- 03- 2024, at 17:41. <https://bit.ly/4dV5bKH>

<sup>2</sup> دليل الجزائر الشامل: الأحزاب السياسية في الجزائر الصفحة الرئيسية، سبتمبر 2018، تم الاطلاع 22 مارس 2024، على الساعة 12.02، متاح على الرابط <https://bit.ly/47Ou0Xa>

2.9. تحديد عينة الدراسة:

بعد أن تعرفنا على المجتمع الأصلي للدراسة والمتمثل كما ذكرنا سلفا في الأحزاب السياسية الجزائرية التي تمتلك صفحات رسمية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وتنشر خطابها السياسي من خلاله، قامت الباحثة كخطوة مولية بالاشتغال على اختيار عينة من المجتمع الأصلي وهنا يكون على الباحث عليه أن يختار وفق طريقة معينة ومفردات معينة وشروط منظمة ومضبوطة:

**اختيار عينة من المجتمع الأصلي:** قامت الباحثة باختيار أربعة صفحات للأحزاب السياسية الجزائرية بطريقة قصدية أو هادفة وهي طريقة تستخدم للحصول على معلومات من شريحة محددة قادرة على توفير المعلومات اللازمة، إما بسبب خصائصهم أو بسبب أن بعض المعايير التي وضعها الباحث وتتوفر فيهم،<sup>1</sup> وعليه تم الاعتماد على **العينة القصدية** في اختيار الأحزاب السياسية الأربع عينة الدراسة للاعتبارات الآتية :

- **معيار جماهيرية الحزب على الفيسبوك:** وهو أهم معيار حيث توصلت الباحثة لتحديد العينة القصدية المكونة من أربع أحزاب سياسية من خلال مقارنة نسب المتابعة والإعجاب لكل صفحة هي متاحة على شبكة فيسبوك، فيما يخص مستوى نشاط الصفحة ودورية نشرها، وكذا الأكثر تفاعلا من طرف الجمهور لغرض تحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها فيما يخص دراسة التعليقات التي تعتبر جزء هام من دراستنا.
- **معيار المقتضى المنهجي للدراسة المتمثل في المقارنة :** المنهج المقارن الذي يستوجب وجود اختلافات بين عينة الدراسة.
- **معيار الاختلافات الفكرية والأيدولوجية:** لكل حزب هو عينة الدراسة بين - الوطني، الوسطي، الليبرالي، الاشتراكي، الإسلامي..-
- **معيار الأقدمية :** قدم الأحزاب السياسية عينة الدراسة وفعاليتها كمؤسسات سياسية في الجزائر.
- **معيار الحضور السياسي:** وهو ما يمثل بروزها في مختلف الاستحقاقات الانتخابية وحضورها في المشهد السياسي الجزائري.

<sup>1</sup> فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، د ط، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009، ص 100.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الجدول رقم 06: يوضح بيانات أولية حول الأحزاب السياسية -عينة الدراسة-

عدد متابعي الصفحة	الاسم الرسمي لصفحة الحزب	رمز الحزب	اسم الحزب
27.000 ألف	حزب جبهة التحرير الوطني - الصفحة الرسمية	FLN	جبهة التحرير الوطني (الصفحة الجديدة)
67.000 ألف	حزب جبهة التحرير الوطني - الصفحة الرسمية	FLN	حزب جبهة التحرير الوطني (الصفحة الأولى)
38.000 ألف	Front des forces socialistes	FFS	جبهة القوى الاشتراكية
184.000 ألف	التجمع الوطني الديمقراطي - RND	RND	التجمع الوطني الديمقراطي
136.000 ألف	حركة مجتمع السلم - حماس	HMS	حركة مجتمع السلم

روابط الصفحات الرسمية لحسابات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة على شبكة فيسبوك:

✓ حزب جبهة القوى الاشتراكية

<https://www.facebook.com/ffs.dz?mibextid=ZbWKwL>

✓ حزب التجمع الوطني الديمقراطي

<https://www.facebook.com/rnd.algerie?mibextid=ZbWKwL>

✓ حزب حركة مجتمع السلم

<https://www.facebook.com/HmsDz?mibextid=ZbWKwL>

✓ حزب جبهة التحرير الوطني (الصفحة الأولى) قبل تغييرها نهاية ديسمبر 2023

<https://www.facebook.com/flndz.fb?mibextid=ZbWKwL>

✓ حزب جبهة التحرير الوطني (الصفحة الثانية) بعد تغييرها بداية جانفي 2024

<https://www.facebook.com/share/Y5wnm2F6g4jizZkT/?mibextid=qi2Omg>

تحديد عدد منشورات الدراسة:

تم تحديد فترة من 1 أكتوبر 2023 إلى غاية 31 مارس 2024 وهو ما يقدر ب 06 أشهر كمجال زمني لعينة دراستنا لعدة اعتبارات:

✓ الدخول الاجتماعي وانطلاق العديد من الأنشطة والبرامج الاجتماعية والتعليمية، مما يلقي دورا على

الأحزاب السياسية في تحضير مؤسساتها إلى جانب المؤسسات الحكومية لضمان نجاح هذه الفترة.

✓ الأحداث السياسية الخارجية المتزايدة والتي اعتبرنا مبدئيا زيادة النشاط الحزبي خلالها.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- ✓ السنة التحضيرية لانتخابات رئاسة الجمهورية والتي تشهد نشاط مكثف للبقاء على اتصال بالناخبين.
- تم حصر منشورات الدراسة من خلال أسلوب **المسح الشامل** ويسمى كذلك بالحصر الشامل ويعني دراسة كل عناصر المجتمع دون استثناء.<sup>1</sup> وتم تعريفه أيضاً على أنه طريقة لجمع المعلومات والبيانات من وعن جميع المفردات حيث يدرس فيه حالة جميع وحدات المجتمع موضوع الدراسة دون استثناء وهذا ما يقتضي الوصول إلى كافة الوحدات لجمع البيانات عنها.<sup>2</sup> وعليه اعتمدنا على هذا النوع من أساليب حصر المنشورات لاعتبارات ارتأيناها مناسبة منها توسيع حجم المجتمع لتحقيق فهم أعمق للظاهرة، توسيع الفرص البحثية التي بإمكانها حل مشكلة الدراسة ويرى بعض الباحثين أن أسلوب الحصر الشامل يمتاز عموماً ب:
- دقة النتائج التي يتم التوصل إليها من طرف الباحث.
  - إمكانية تعميم النتائج على كل المجتمع.
  - الخلو من التحيز وخطأ الصدفة.
  - المساعدة على التنبؤات والتصورات المستقبلية وتحديد حجمها وأسبابها وكيفية معالجتها.
  - استخراج نسب ذات أهمية ودلالة في تفسير الظواهر الاجتماعية.<sup>3</sup>

الجدول رقم 07 : يوضح عدد منشورات عينة الدراسة

اسم الحزب	جبهة التحرير الوطني	جبهة القوى الاشتراكية	التجمع الوطني الديمقراطي	حركة مجتمع السلم
عدد المنشورات				
أكتوبر 2023	71	28	66	143
نوفمبر 2023	66	7	36	99
ديسمبر 2023	48	18	70	111
جانفي 2024	43	17	49	75
فيفري 2024	89	30	69	84
مارس 2024	55	8	56	134
المجموع	372	108	346	646
المجموع الكلي	1472 منشور			

<sup>1</sup> خليفي رزقي، شبقارة هجيرة: منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، العدد 23، ديسمبر 2017، ص 282

<sup>2</sup> عيسى يونس، سامية شينار، عائشة عماري: العينة وأسس المعاينة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد 07، ديسمبر 2021، ص 530.

<sup>3</sup> نبيهة صالح السمراي: **مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية**، ط 1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2014، ص 118.

تحديد عدد التعليقات:

تم حصر تعليقات الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية عينة الدراسة بأسلوب المسح الشامل والتعليقات الأكثر ملائمة" (وهي التقنية التي يوفرها الفيسبوك لكل مستخدم عند تصفحه للمنشورات ومقاطع الفيديو )

الجدول رقم 08: يوضح عدد التعليقات على منشورات الدراسة

اسم الحزب	جهة التحرير الوطني	جهة الاشتراكية	القوى التجمع الديمقراطي	الوطني	حركة مجتمع السلم
عدد التعليقات					الشهر والسنة
1174	491	112	718	2023	أكتوبر 2023
718	200	88	589	2023	نوفمبر 2023
1009	817	114	311	2023	ديسمبر 2023
676	256	94	474	2024	جانفي 2024
790	526	85	1158	2024	فيفري 2024
890	509	31	470	2024	مارس 2024
5257	2799	524	3720	المجموع	
12300 تعليق					المجموع الكلي

10. الدراسات السابقة:

حتى يستطيع الباحث الشروع في استعراض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع بحثه لا بد له من طرح بعض التساؤلات منها:

- ✓ هل قام بإعداد ملخص وافٍ يشمل غالبية الدراسات السابقة التي تطرقت إلى متغيرات موضوع بحثه؟
- ✓ هل قام بتقويم هذه الدراسات فيما يتعلق بكفاية عيناتها وأدواتها وسلامة مناهجها ودقة استنتاجاتها؟
- ✓ هل استنتج الباحث العلاقات الموجودة بين البحوث السابقة وبين مشكلة بحثه أم اكتفى بمجرد العرض فقط؟
- ✓ هل حدد علاقة هذه الدراسات بمشكلة بحثه وفروضة ومدى الاستفادة منها في حل مشكلة بحثه؟
- ✓ هل وضع للدراسات السابقة عنوانا مناسباً وأوضحه في الجزء الخاص بها في التقرير؟<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم يحيوي: الدراسات السابقة أهميتها وكيفية توظيفها في بحوث العلوم الاجتماعية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 1، المجلد 10، 2021، ص 325.

وبناء على ما ذكر سيتم التعامل مع الدراسات السابقة الخاصة بموضوع بحثنا وفق الخطوات التالية:

- ✓ استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بمتغير الاتصال السياسي الممارس من طرف الأحزاب السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الدراسات التي اختارت شبكة فيسبوك كمجتمع للدراسة، مع مراعاة التنوع بين الدراسات في بيئات مختلفة الجزائرية والأجنبية
- ✓ تلخيص منهجية إعداد الدراسات (عنوانها- إشكالياتها- تساؤلاتها وفرضياتها- أهميتها في البحث العلمي- نوعها- المنهج الموظف- أدوات جمع البيانات- مجتمعها وعينتها- التأطير النظري للدراسات).
- ✓ استعراض أهم النتائج العامة لكل دراسة والتي ارتأينا أنها تشارك في بعض مما تهدف إليه دراستنا.
- ✓ التعقيب المنهجي والموضوعي على منهجية إعداد الدراسات ونتائجها.
- ✓ تحديد التشابه والاختلاف والاستفادة من الدراسات السابقة وعلاقة هذه الدراسات ودراستنا الحالية من ناحية (الأهداف، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، المجتمع والعينة، التأطير النظري للدراسة) مع الإشارة أنه لم يتم التطرق إلى ما احتوت عليه الفصول النظرية للدراسات.

تطرت بعض الدراسات العلمية السابقة لموضوع الاتصال السياسي للأحزاب السياسية في مجال الشبكات الرقمية وتناولته من زوايا مختلفة، تنوعت بين الجزائرية الأجنبية. وسوف نستعرض في هذا الجزء من البحث جملة من الدراسات التي تمت الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملاحظاتها، وتقديم بعض التعليقات عليها التي تتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية ونود الإشارة هنا إلى أن الدراسات التي سيتم استعراضها جاءت في الفترة الزمنية بين 2016 و 2023 - سنتخذ معيارا لترتيبها - وأغلبها في البيئة الجزائرية نظرا لتخصص البحث في الأحزاب السياسية الجزائرية، وكذا بعض البيئات الأجنبية الأخرى من أجل توسيع رؤية الباحثة للموضوع.

تجدر الإشارة بداية أن هذه الدراسات كانت منبرا لدراستنا وقدمت إضافات مهمة خصوصا أنها تجمع بين متغيرين من البحث وهما الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي، ونشير إلى أن دراستنا تُعنى بتحليل الصفحات الرسمية الخاصة بالأحزاب الجزائرية والتي اخترناها بطريقة قصدية كعينة للدراسة، ومن ثم تحليل مضمونها وشكلها كميًا وكيفيًا والمقارنة بينها، وفي نفس السياق تدرس تفاعل الجمهور مع هذه الخطابات من خلال التعليق من أجل استكشاف إمكانية وجود نقاش وحوار عقلائي ومنطقي، وهو ما يعنيه الاتصال السياسي في دراستنا كتفاعل بين طرفين - الأحزاب السياسية والجمهور - من خلال فضاء اتصالي هو فيسبوك، إلا أن دراستنا لا تركز على المستخدمين أو السياسيين - الأحزاب السياسية - ودراسة طبيعة استخدامهم لشبكة فيسبوك ولا عادات وأنماط استخدامهم له ودوافع ذلك ونظرتهم له أو الإشباع السياسية المحققة من ذلك...، غير أنه محدد مهم لانطلاق دراستنا، وعليه اطلعنا على قاعدة معرفية

للدراسات السابقة التي فصّلت هذا المجال البحثي وأفادت في انطلاق دراستنا<sup>1</sup>، وبذلك ركزنا في هذا الجزء على الدراسات ذات العلاقة المباشرة بموضوع الأطروحة والتي استندت على نفس المنهج والأدوات البحثية، كما أننا لن نتطرق إلى الاتصال السياسي الحزبي الممارس عبر الإعلام الجماهيري ( الصحف، الإذاعة والتلفزيون) غير أنها منطلق مهم أيضا لدراستنا وتفسير نتائجها وعليه سيتم توظيفها في تحليل نتائج الدراسة.

## 110. الدراسات الجزائرية:

### الدراسة الأولى:

الاتصال السياسي عبر الانترنت قياس مؤشرات أداء صفحات التواصل الاجتماعي- الأحزاب السياسية الألمانية نموذجا

أطروحة دكتوراه بجامعة الجزائر الجزائر 03 كلية الإعلام والاتصال قسم علم الاتصال من إعداد الباحث يوسف بوفلجين، نوقشت خلال السنة الجامعية 2017 - 2018.

انطلق الباحث في دراسته من إشكالية مفادها: هل استعمال الأحزاب الألمانية لمواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها يعني بالضرورة أنها تقوم بعملية اتصال سياسي ناجحة على تلك المواقع؟  
خلص عبرها الباحث لطرح مجموعة من التساؤلات تتلخص في (كيفية استعمال الأحزاب الألمانية لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي، أهم المواقع التي تعتمد عليها الأحزاب، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال السياسي للأحزاب المدروسة، مدى استطاعة تحقيق الأهداف المرجوة من الاتصال السياسي، تفاوت الأحزاب الألمانية في الاعتماد على المواقع، مدى استطاعة الأحزاب من تأسيس قاعدة متينة لها على مواقع التواصل، مؤشرات أداء الصفحات، مدى التفاعلية التي خلقتها المواقع بين الأحزاب والجمهور)

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي كما اعتمد على المنهج المقارن عن طريق دراسة مؤسستين أو أكثر بهدف مقارنة أدائهما. يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من نوعين أما الأول فيتمثل في جميع الأحزاب السياسية الألمانية المرخصة والناشطة على وسائل التواصل الاجتماعي وعددها 69 حزب أما الثاني فيتمثل في جميع تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، أما عينة البحث فقد اعتمد الباحث على

---

منا: دراسة حنان مجاهد: التسويق السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية لعينة من جمهور صفحات الفاعلين السياسيين، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، 2018-2019.  
دراسة أمينة عطاء الله: وسائل الإعلام الجديدة واستخداماتها في الاتصال السياسي - دراسة مسحية على عينة من السياسيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019-2020.

عينات قصدية في اختيار ثلاث أحزاب ألمانية مقابل 04 مواقع تواصل اجتماعي فيسبوك وتويتز، غوغل بلس، يوتيوب.

توصلت الدراسة لمجموعة من الاستنتاجات، أدركت الأحزاب السياسية الألمانية الثلاث التي تناولتها الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال السياسي مما دفع بها إلى إطلاق صفحاتها على فيسبوك وتويتز بشكل مبكر ثم بعدها غوغل بلس يوتيوب وهي لا تمتلك إستراتيجية متوازنة ومدروسة في عملية استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، فتشغل الأحزاب الثلاثة القضايا ذات الاهتمام من قبل الرأي العام لتكثيف عملية النشر خاصة خلال المناسبات الانتخابية أو أثناء حدوث الأزمات الاجتماعية والاقتصادية فيما تراجع في الأيام العادية، وفشلت الأحزاب في خلق تفاعل جيد مع المستخدمين على المواقع قيد الدراسة، وبقي التفاعل السياسي قليل جدا مقارنة بعدد المتابعين.

- لم تستغل الأحزاب الألمانية قيد الدراسة صفحاتها بالشكل المطلوب لتكون تلك الصفحات فضاء عموميا رقميا للاتصال السياسي.

### الدراسة الثانية:

استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا " دراسة في محتوى صفحات عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية على الفيسبوك ومستخدميها

أطروحة دكتوراه من إعداد الباحثة فائزة بوزيد، من جامعة محمد خيضر بسكرة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علوم الإعلام والاتصال تمت مناقشتها خلال السنة الجامعية 2019-2020

انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية مفادها : ما هي أولويات قضايا النخب السياسية الجزائرية على صفحاتها الرسمية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وما أولويات الجمهور المتصفح لهذه الصفحات ؟ وطرحنا مجموعة من التساؤلات الفرعية تلخص في (أهم القضايا والموضوعات، أهداف الاتصال للأحزاب السياسية، الشخصيات الفاعلة في المحتوى، فئات الجمهور المستهدفة، طبيعة المصادر، كيفية تفاعل الجمهور، المناطق الجغرافية المستهدفة، القوالب الفنية المستخدمة، طبيعة اللغة المستخدمة، أشكال الاتصال السياسي، كيفية متابعة الجمهور الجزائري لصفحات الأحزاب، دور الاتصال للنخبة السياسية الجزائرية في توجيه أولويات القضايا، أولويات قضايا الجزائريين المستخدمين لمواقع الأحزاب).

تدرج دراسة الباحثة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية مستخدمة منهج المسح بنوعين مسح المضمون ومسح الجمهور، وتبعنا لذلك تم إعداد الدراسة من خلال اعتماد أداتي الاستبيان بغرض قياس مختلف القضايا التي يتابعها المواطن الجزائري وتثير اهتمامه، إضافة إلى أداة تحليل المضمون من أجل تحليل

صفحات الأحزاب السياسية قيد الدراسة عبر شبكة، وفيما يخص عينة الدراسة اعتمدت الباحثة نوعين من أنواع العينات بالنسبة لمحتوى الصفحات العينة العشوائية المنتظمة أما فيما يخص المسح اختارت العينة القصدية.

استخدمت الباحثة نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) في إطار البيئة الإعلامية الجديدة التي يغيب فيها التحكم في تدفق المعلومات من القائم بالاتصال إلى الجمهور.

توصلت الدراسة لمجموعة نتائج نوجزها فيما يلي، أبرز موضوعات الأحزاب السياسية عينة الدراسة هي موضوعات سياسية ( الحراك الشعبي، الإصلاح الرئاسيات) وكذا بعض القضايا الاجتماعية مثل التكافل الاجتماعي، وغابت القضايا الاقتصادية عن منشوراتها التي شملت في معظمها قادة الحزب ونشاطاتهم وبعض الموالون، وتوصلت أيضا إلى اختلاف أولويات القضايا لدى الجمهور عن قضايا الأحزاب السياسية.

### الدراسة الثالثة:

توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر " دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من صفحات الأحزاب السياسية الجزائرية

أطروحة دكتوراه الطور الثالث من إعداد الباحث نور الدين دحمان من جامعة الجزائر 03 كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، تخصص اتصال سياسي واجتماعي، تمت مناقشتها خلال السنة الجامعية 2019-2020.

انطلق الباحث في بناء دراسته من إشكالية مفادها كيف وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية شبكات التواصل الاجتماعي خلال حملاتها الانتخابية لتشريعات ومحليات 2017؟ وما هو أثر ذلك على المشاركة السياسية في الجزائر؟، تم تفرعها إلى تساؤلات فرعية تتلخص في (الموضوعات والقضايا السياسية المطروحة، الأساليب الإقناعية المستخدمة، القيم السياسية المستقاة، الأبعاد الدلالية للصور الموظفة، الشفرت اللسانية والأيقونية، أثر مضامين الصفحات في تعزيز المشاركة السياسية، عادات وأنماط استخدام وتفاعل الجمهور مع المنشورات).

تهدف هذه الدراسة في مجملها إلى محاولة معرفة كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية خصوصا في المحطات الانتخابية، ومدى انعكاس ذلك على المشاركة السياسية لدى الجمهور المتلقي للمضامين الحزبية على صفحاتها الافتراضية، وتدرج دراسة الباحث ضمن الدراسات

الوصفية التحليلية التي تفرض استخدام منهج المسح في شقيه الوصفي والتحليلي ودعمه الباحث بمقاربة سيميولوجية، ولإنجاز الدراسة استخدم الباحث أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات كأداة رئيسة في البحث مستعينا بمقاربة سيميولوجية لتحليل الصور والشعارات السياسية المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية، إضافة إلى ذلك قام الباحث بصياغة استمارة استبائية لدراسة أثر التوظيف السياسي لهذه الشبكات في المشاركة السياسية، أما فيما يخص عينة الدراسة اعتمد على العينة القصدية في الدراسة التحليلية والسيميولوجية وكذا الميدانية.

أما فيما يخص المقاربة النظرية للدراسة فاعتمد الباحث نظرية ترتيب الأولويات - وضع الأجندة- إضافة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية.

خلصت الدراسة للعديد من النتائج نذكر منها، سعت كل الأحزاب السياسية المدروسة إلى ترسيخ قيم سياسية من خلال خطاباتها السياسية والانتخابية مثل الديمقراطية والمواطنة وروح الانتماء للوطن في حين أحزاب المعارضة ركزت في خطابها الانتخابي على حرية التعبير والرأي وإتاحة مبدأ تكافؤ الفرص في المحطات الانتخابية كما حاولت كل الأحزاب المدروسة استغلال صفحاتها الرسمية في شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق لبرامجها ومرشحيها وطرح مواضيع تصب في مربع اهتمام الهيئة الناخبة.

#### الدراسة الرابعة:

الاتصال السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر" الحملات الانتخابية للأحزاب السياسية أنموذجا"

أطروحة دكتوراه للباحث رزين محمد من جامعة العربي التبسي- تبسة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تخصص علوم الإعلام والاتصال، نوقشت خلال الموسم الجامعي 2020 - 2021

انطلق الباحث في دراسته من إشكالية رئيسية مفادها، ما مدى مساهمة صفحات شبكة الفايسبوك الخاصة بمرشحي الانتخابات الرئاسية الجزائرية 12 ديسمبر 2019 في التحفيز على الحوار والنقاش وتشكيل فضاء عام لتبادل الرسائل السياسية خلال الفترة القانونية للحملة الانتخابية؟ وتم تفرعها لأسئلة جزئية تتمحور عموما حول (مدى نشاط وفاعلية الصفحات، محتوى خطابات المرشحين، مدى تفاعل مستخدمي الشبكة مع المرشحين، إمكانية تشكيل صفحات المرشحين على فيسبوك فضاء عاما للنقاش السياسي وفق تصور هابرماس).

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تعمل على جمع معلومات وبيانات وفيرة عن الظاهرة المدروسة واستعان فيها الباحث بالمنهج التاريخي في جمع المعلومات التي تصب في إطار الموضوع فيما يتعلق بالشق

النظري للدراسة، كما اعتمد في الجانب التطبيقي للدراسة على منهج دراسة الحالة مع طريقة المسح الكمي الوصفي التحليلي، واعتمد في جمع البيانات المقابلة لمعالجة وتفسير الظاهرة المدروسة عمليا من جميع جوانبها مع عدد من الأفراد الفاعلين الذين لهم علاقة بالمجتمع المتاح للبحث، أما الأداة الثانية فهي أداة تحليل المضمون للمضامين المنشورة على صفحات المترشحين لرئاسيات 2019 الجزائرية، إضافة إلى الاستعانة بمقاربة سيميولوجية.

وفيما يخص مجتمع البحث وعينته، اختار الباحث شبكة فيسبوك كمجتمع افتراضي على وجه الخصوص صفحات الفاعلين السياسيين من أحزاب سياسية وناشطين سياسيين وشخصيات وطنية ذات تأثير سياسي معتبر، واختار الصفحات الرسمية لمترشحي الانتخابات الرئاسية لسنة 2020 وعددها خمس صفحات تمثل كل واحدة مرشحا وهي (عبد المجيد تبون، عبد القادر بن قرينة، علي بن فليس، عبد العزيز بلعيد، عز الدين ميهوبي)، بالنسبة للعينة استخدم الباحث العينة العشوائية المنتظمة لاختيار 20% من 1422 منشور ممتد طول فترة الحملة الانتخابية الرسمية المحددة ب 22 يوما، واعتمد الباحث في تأطير دراسته على نظرية الفعل التواصلي لهابرماس.

توصلت الدراسة لنتائج عديدة أهمها، اعتمد المترشحون على الفيسبوك لنقل مجريات الحملات الانتخابية، وكذا فإن الفضاء العام الذي تشكله الصفحات المبحوثة لا يمكن أن ينظر إليه على أنه فضاء منتج للنقاش المولد للأفكار والتصورات والتي من شأنها أن تكشف عن الرغبات والاحتياجات مع الإشارة إلى أن النسبة الضئيلة من التعليقات التي تتضمن نقاشا هي في الأخير تمثل عدد محدود من التعليقات التي تحتاج بدورها لدراسة أعمق.

### الدراسة الخامسة:

ممارسات الاتصال السياسي للأحزاب الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك " دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات صفحتي حزب حركة مجتمع السلم وحزب القوى الاشتراكية الفايسبوكية خلال الفترة الممتدة من 22 جانفي 2019 إلى 22 مارس 2019.

أطروحة دكتوراه بجامعة الجزائر 03 كلية الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، تخصص اتصال سياسي واجتماعي، من إعداد الباحثة بوشقورة سولاف، نوقشت خلال السنة الجامعية 2021-2022

انطلقت الباحثة في بناء دراستها من إشكالية مفادها كيف يوظف حزب حركة مجتمع السلم وحزب القوى الاشتراكية ممارسات الاتصال السياسي عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟ وانبثق عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تتمحور عموما حول (أهمية توظيف الأحزاب

السياسية لـفيسبوك، الاستراتيجيات الاتصالية المعتمدة، ملامح المضامين التي نشرتها الأحزاب عبر صفحاتها، أهم الوظائف الاتصالية التي تسعى لتأديتها الأحزاب، الآليات الإقناعية المستعملة، كيفية تفاعل الأحزاب مع متابعي الصفحات).

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا شاملا، معتمدة على المنهج المسحي من أجل توثيق واقع ممارسة الأحزاب السياسية للاتصال عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، بالنسبة لمجتمع البحث تمثل في الأحزاب السياسية الجزائرية المعتمدة لسنة 2019، وتمثلت عينة الدراسة في حزبي جبهة القوى الاشتراكية، وحزب حركة مجتمع السلم عن طريق المعاينة القصدية واعتمدت الباحث لأحزاب المعارضة التي طالما اشتكت من تحيز وسائل الإعلام التقليدية مع أحزاب السلطة والموالاة، أما بالنسبة للفترة الزمنية المختارة من طرف الباحثة فاستخدمت كذلك العينة القصدية في اختيارها من 22 جانفي إلى 22 مارس 2019 وذلك بسبب خصوصية السنة 2019 السياسية من حراك جماهيري واتخذته بمثابة معلم معياري والذي امتد شهر قبل الحراك وشهر بعد الحراك. فيما يخص أدوات جمع البيانات، استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون ( فئات الشكل والمضمون)، وكذا أداة المقابلة نصف الموجهة كأداة ثانوية مساعدة وتمت مع بعض الفاعلين في الأحزاب السياسية المدروسة وكذا بطريقة قصدية (ممثلاً واحداً من كل حزب).

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة منها أن الفيسبوك يحتل أهمية واضحة لدى الأحزاب السياسية المدروسة نظرا لما يتميز به من ميزات وخدمات اتصالية، كما ويتبنى كلا الحزبين إستراتيجية اتصالية دعائية وتسويقية تقوم على الانتشار الواسع كما توصلت أيضا أن ممارسات الاتصال السياسي الذي يقوم به الحزبين يتسم بالاستمرارية الزمنية والحديثية في النشر، كما يقوم الحزبان بتوظيف الفيسبوك بهدف الإخبار والتسويق للحزب بشكل خطي غير تفاعلي مع متابعي منشوراتهم بغض النظر عن توجههم المعارض أو المؤيد.

#### الدراسة السادسة:

استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق البرامج الانتخابية - دراسة تحليلية على صفحات الأحزاب المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019 بالجزائر على الفيسبوك.

هي أطروحة دكتوراه للباحث فرحات محي الدين من جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، نوقشت خلال الموسم الجامعي 2022 - 2023.

انطلق الباحث في دراسته من إشكالية مفادها كيف استخدمت الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في تسويق برامجها الانتخابية؟ وفي إطار هذه الإشكالية صاغ الباحث مجموعة من الأسئلة الجزئية التي تطرقت لدراسة فئات شكل ومضمون المحتوى وجاءت حول (أبرز أشكال النشر، معدلات النشر اليومي، الأنماط التفاعلية المستخدمة، مؤشرات التفاعل مع الجمهور حول ما ينشره الحزب، مستويات اللغة المستخدمة، العناصر الجغرافية المستخدمة، الشخصيات الفاعلة، العناصر المشكلة للبرنامج الانتخابي، قوالب المحتوى الترويجي الأهداف التي تسعى لتحقيقها، الأفراد الذين يثيرون المواضيع على صفحات الأحزاب، طبيعة المصادر الإستimalات الإقناعية، الجمهور المستهدف).

وظف الباحث في انجاز دراسته المنهج الوصفي لتقديم المادة العلمية للموضوع ومنه ما تعلق بالتسويق السياسي عبر الفضاءات الالكترونية وهذا لاتفاقه مع أهداف الدراسة المسطرة من طرف الباحث في محاولته لفهم كيفية استخدام الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات الرئاسية، واستخدم في جمع البيانات أداتي الملاحظة البسيطة وتحليل المحتوى لصور ومنشورات مكتوبة وفيديوهات من طرف الأحزاب السياسية وعددها 720 منشور عبر الصفحات الفاييسبوكية تم اختيارها عن طريق أسلوب المسح الشامل.

وتمثل مجتمع الدراسة في منشورات الأحزاب السياسية خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية 2019 وعددها أربعة - حزب التجمع الوطني الديمقراطي ب 170 منشور، حزب جبهة المستقبل ب 210 منشور، حزب حركة البناء الوطني ب 80 منشور إضافة إلى حزب طلائع الحريات ب 260 منشور. واعتمد الباحث على أسلوب المسح الشامل للمنشورات.

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة منها، أن الأحزاب السياسية محل الدراسة تستخدم مزيجا من الفيديو والصور والنصوص لصناعة المحتويات الإعلامية لتسويق المنتج السياسي، وهذا محاولة منهم لإقناع جمهور المتلقين وكسب اهتمامهم ومن ثم انتمائهم، كما تعتمد غالبا على اللغة العربية الفصحى. كما يعتبر رؤساء الأحزاب هم الفاعلون السياسيون الرئيسيون في المضامين المنشورة على صفحات الأحزاب المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019 وكرتيب لأكثر المواضيع اهتماما من قبل مسيري هذه الصفحات نجد أن برامجهم الانتخابية وشرحها ومناقشتها هي الأكثر أهمية وتليها المواضيع السياسية العامة، ثم المواضيع المتعلقة بالجانب الاجتماعي والمستوى المعيشي للمواطن الجزائري.

**the power of likes: social media logic and political communication**

رسالة دكتوراه للباحثة Bente Kalsnes من جامعة أوسلو University of Oslo كلية العلوم الإنسانية Faculty of Humanities قسم الإعلام والاتصال Department of Media and Communication نوقشت في أكتوبر 2016.

جاءت الدراسة في البيئة السياسية النرويجية حاولت من خلالها الباحثة تقديم فهم للوضع المحيط بالاتصالات السياسية الرقمية بشكل عام والسياق النرويجي بشكل خاص محاولة من خلالها استكشاف كيف ولماذا يتكيف الفاعلون السياسيون (الأحزاب السياسية النرويجية) والجهات الفاعلة (الفاعلون الإعلاميون) والمواطنون مع منطوق وسائل الإعلام الاجتماعية.

ولتحقيق ذلك منهجياً قامت بصياغة ثلاث تساؤلات فرعية كالآتي:

- (الفاعلون السياسيون): كيف ولماذا يستخدم الفاعلون السياسيون - الأحزاب السياسية النرويجية - وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط؟
  - (ممثلو وسائل الإعلام): كيف ولماذا يستخدم الصحفيون السياسيون وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط؟
  - (المواطنون): كيف ولماذا يستخدم المواطنون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية؟
- تنتمي دراسة الباحثة إلى البحوث الوصفية التحليلية جمعت فيها بين البحث الكمي والنوعي من خلال تطبيق الأساليب المختلطة من خلال مقابلات فردية مع ممثلي وسائل الإعلام ومجموعات الفاعلين السياسيين ممثلي الأحزاب السياسية وكذا من خلال استمارات استبائية.

قامت الباحثة ببناء أطروحتها حول خمس دراسات تجريبية الغرض منها الإجابة عن الأسئلة البحثية الرئيسية من مختلف الأفاق تمثلت في:

**المحور الأول:** تقديم هيكلية عامة عن ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي للسياسيين في النرويج والسويد من خلال بناء منهجي ثلاثي (في مرحلته الأولى تم تحديد وإحصاء جميع السياسيين اللذين يملكون صفحات رسمية على مواقع التواصل ثم كثاني مرحلة أنشأت مؤشر النشاط بناء على الفترة الزمنية لكل فاعل سياسي مع اختيار تطبيق الفيسبوك كنموذج بسبب طبيعته العامة وكثالث مرحلة قامت بتطوير متغيرين تابعين لقياس

الممارسات السياسية مثل - العمر، الجنس، الوظيفة، نوع المنصب، حجم الدائرة الأيديولوجية، نسبة التصويت).

**المحور الثاني:** هنا شرعت الباحثة في مقارنة الإستراتيجية المعبر عنها بالأداء الفعلي للأحزاب السياسية النرويجية على موقع فايسبوك واهتمت بقياس مستوى التفاعل واستراتيجيات الحملات الانتخابية من خلال مقابلات شبه منظمة مع مسؤولي الاتصالات في الأحزاب، مكنت هذه الإجراءات الباحثة من تقييم التباين الموجود بين الإستراتيجية والممارسة.

**المحور الثالث:** ركزت هنا الدراسة على بناء جدول الأعمال ووضع أجندة الوسائط من خلال وسائل التواصل الاجتماعي من خلال النظر في كيفية تفاعل الصحفيين السياسيين مع المعلومات من الجهات السياسية الفاعلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهنا ركزت الباحثة على تويتر من خلال تنظيم مقابلات.

**المحور الرابع:** كان التركيز هنا على مقارنة أجندة مناقشتين متلفزة حول الانتخابات فيما يتعلق بالمناقشات وتم ذلك من خلال إجراء مقارنة تحليلات محتوى للمناظرات التلفزيونية وكذا التغريدات لحسابات المستخدمين.

**المحور الخامس:** كان الهدف هنا هو فحص التفاعلات التي تحدث بين المواطنين والفاعلين السياسيين باستخدام مسح تمثيلي لعينة قدرها 1057 نرويجيا.

توصلت الدراسة بعض النتائج نذكر منها، يمكن لتكنولوجيا الاتصالات الجديدة أن تغير المجتمع والسلطة السياسية، وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة النرويجية على حد سواء عملت على تعزيز علاقات القوة الحالية وأحدثت تغييرات حيث حازت ثلاثة أحزاب على أكبر قدر من الاهتمام على وسائل التواصل الاجتماعي تماما كما فعلت وسائل الإعلام التقليدية، كما لا يزال التلفزيون أيضا أكثر قناة مهمة للناخبين النرويجيين وأيضا بث المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو الأكثر شيوعا بين النرويجيين السياسيين أكثر من الحوار والتفاعل من خلال التعليق مع الناخبين من جهة أخرى تسهل وسائل التواصل الاجتماعي حشد وتنظيم القاعدة الشعبية والالتزام في الانتخابات.

### الدراسة الثانية:

#### **Facebook Usage In Political Communication In Ghana: The Case Of Two Political Parties**

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه فلسفة للباحث (Akwasi Bosompem Boateng) من مركز الاتصال والإعلام والمجتمع Centre for communication media and society المدرسة التطبيقية للعلوم الإنسانية The school of applied human science جنوب إفريقيا ، تمت مناقشتها أبريل 2019.

وضع الباحث مجموعة من الأسئلة البحثية لتوجيه الدراسة في عملية جمع البيانات نلخصها في (كيفية تمييز الأفراد بين الدور الذي تلعبه الأحزاب السياسي في غانا وسبب اعتمادها على فيسبوك على حساب الشبكات الأخرى، الطرق التي تستخدم بها الأحزاب فيسبوك في التواصل مع الجمهور والأنشطة التي تقوم بها قبل وبعد وأثناء الانتخابات، كيف يمكن للأحزاب السياسية وأصحاب السلطة التفاعل بشكل هادف لإنشاء علاقة متبادلة بغرض تحقيق أهداف سياسية، طبيعة ومحتوى رسائل الحزب وما يقابلها من تعليقات الجمهور على فيسبوك).

تهدف دراسة الباحث إلى إلقاء الضوء على الجدل حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاتصال السياسي في إفريقيا، من خلال دراسة كيفية استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية في غانا وكيفية تعامل الأحزاب المدروسة مع الجمهور من خلال هذه الشبكات وبالضبط شبكة فيسبوك كمنصة للتفاعل بين الجمهور والأحزاب أثناء فترة الانتخابات، كما تسعى إلى توسيع النقاش حول أبعاد الاتصال السياسي والعلاقات بين الأحزاب السياسية وأصحاب السلطة وكيفية تواصل الأحزاب السياسية معهم كما تقدم الدراسة الفرصة لتقييم كيفية استخدام الأحزاب السياسية في غانا التكنولوجيا والأشكال الرقمية لحزبين سياسيين هما الحزب الوطني الجديد و المؤتمر الوطني الديمقراطي.

استخدم الباحث في دراسته أداة دراسة الحالة الحزبين ثم المقارنة بينهما من خلال جمع البيانات من خلال المقابلات مع مسؤولي الحزبين والتوثيق والسجلات والأرشيف وكذا الملاحظة المباشرة ، وبالنسبة لحجم عينة الحالة تم اختيار الحزبين السالفي الذكر كدراسة حالة وذلك لاعتبارات أنها شاركت في جميع الانتخابات العامة في غانا منذ ذلك الحين 1992 وفازت من قبل بالسلطة العليا وتمثل خلال فترة إجراء الباحث لدراسته الأغلبية في البرلمان وهي من الأحزاب الأقدم في تاريخ غانا على حد تقدير الباحث.

بالنسبة لمنهج البحث اعتمد على الطريقة النوعية مقابل الطريقة الكمية إذ اعتمد على بيانات نوعية من المقابلات وبيانات كمية من تحليل المحتوى منشورات فيسبوك على صفحات الحزبين، كما استعان الباحث أيضا بالمنهج المقارن. منظور الدراسة اعتمد الباحث في دراسته على فرضيات نظرية ترتيب الأولويات، حيث تقوم الأحزاب بتحديد الأولويات ومشاركتها مع الجمهور وإعطاء المعاني للقضايا من خلال المنشورات واستعمل الباحث في هذه الدراسة على جدول الأعمال خاصة الأجندة السياسية لإظهار كيف أن الحزب الوطني الجديد والمؤتمر الوطني الديمقراطي في غانا شبكات التواصل الاجتماعي على وجه التحديد فيسبوك لعرض القضايا البارزة بالنسبة لهم وتبادلها والتفاعل معها بشكل مباشر من قبل الجمهور المتابع وأصحاب المصلحة في المجال العام.

توصلت الدراسة لنتائج عديدة نذكر منها ما يلي، يحتل الفيسبوك أهمية كبيرة في أنشطة الأحزاب السياسية ويوفر فرص للتواصل والمشاركة التفاعلية مع الجمهور وهو أقل تكلفة بالنسبة للأحزاب ومتابعيهم وأكثر فعالية مقارنة بغيره من الوسائل، تستخدم الأحزاب السياسية فيسبوك في التواصل مع أصحاب السلطة لاسيما أثناء فترة العمليات الانتخابية داخل الحزب بالإجماع والاعتراف القاطع بدور شبكة الفيسبوك في الانتخابات قبل وأثناء وبعد الانتخابات الحزبية الداخلية مثل نشر الإعلانات والحملة وتسويق أعضائها من خلال الصور والنصوص ومقاطع الفيديو، كما أن جميع أنشطة الأحزاب كانت في شكل مشاركات وتعليقات وردود فعل أخرى واستخدمت هذه الأحزاب فيسبوك أياما قليلة وبمنشورات غير منتظمة طوال فترة الانتخابات الداخلية للمديرين التنفيذيين الوطنيين .

### الدراسة الثالثة:

#### La Communication Des Partis Politiques Québécois Sur Facebook : Quel Rapport Au Politique ?

دراسة الباحثة Houda Bachisse من جامعة كيبك مونتريال Université Du Quebec A – Montreal ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الاتصال نوقشت خلال أوت 2021.

طرحت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية نلخصها فيما يلي (استخدامات الأحزاب السياسية في كيبك للفيسبوك، أهدافهم من وراء الاستخدام، تصورات الأحزاب فيما يتعلق بالممارسات السياسية الخاصة بهم وتعليقات المواطنين على فيسبوك، استخدامات المواطنين لشبكة فيسبوك الخاصة بنفس الأحزاب والدوافع التي توجههم لذلك، كيفية تفاعل المواطنين مع المعلومات التي تنشرها الأحزاب المدروسة وكيفية فك شيفراتها).

تهدف الدراسة إلى البحث في ديناميكيات الاتصال التي تحدث بين السياسيين والمواطنين في كيبك كندا على منصة فيسبوك ومحاولة وصف هذه الظاهرة الاتصالية من خلال وضعها في سياق اجتماعي وسياسي، وتحاول الدراسة أيضا تحليل طبيعة العلاقة مع السياسة التي يطورها مواطنو كيبك والجهات الفاعلة السياسية من خلال أنشطة التواصل على فيسبوك وتحديد الاستخدامات والدوافع من استعمال فيسبوك من قبل الأحزاب السياسية والمواطنين وتصوراتهم اتجاه ممارسة الاتصال السياسي.

ولتحقيق الأهداف السابقة الذكر اعتمدت الباحثة على المنهج النوعي أو الكيفي لأنه يقدم وجهات نظر مختلفة تسمح بدراسة موضوع البحث مع تعقيداته من خلال البحث الإثنوغرافي الافتراضي تم الاعتماد فيه على الملاحظة بدون مشاركة للأوضاع على صفحات الفيسبوك الأربع للأحزاب السياسية الرئيسية في كيبك CAQ, PQ, QS, PLQ من يناير 2018 إلى غاية أكتوبر 2018 بالإضافة إلى المقابلة مع مسؤولي الاتصال

للأحزاب الأربع، وهذا كله إضافة لأداة تحليل المحتوى كأداة مساعدة ( اعتمدت فيها على فئة المنشورات، التعليقات، اتجاه التفاعل ).

توصلت الباحثة إلى مجموعة نتائج نذكر منه، إن ممارسات الاتصال السياسي على الفيسبوك بين الأحزاب السياسية والمواطنين في كيبك يعيش نوع من التضيق السياسي والاجتماعي العميق في مناخ يتسم بعدم الثقة وخيبة الأمل بين المواطنين تجاه الطبقة السياسية مثل التشكيك في شرعية السياسيين. استعملت الأحزاب السياسية في كيبك - كندا - الفيسبوك ومزايا التسويق السياسي لإبراز خطاباتها والتحكم في تغطيتها الإعلامية واستخدمت هذه الخطابات لدعم مصداقيتها وإضفاء شرعيتها السياسية عن طريق بناء هوية تضخم وجوده وفق أساليب تتراوح بين التبرير والإقناع والنقد والإغواء.

### الدراسة الرابعة:

#### **Visual Politics: Visual Political Communication On Social Media**

أطروحة دكتوراه للباحثة Xénia Farkas من كلية الدكتوراه للعلاقات الدولية والعلوم السياسية corvinus doctoral school of international relations and political science من جامعة كورفينوس بودابست ( المجر ) University Of Budapest نوقشت سنة 2022.

انطلقت الباحثة في دراستها من تساؤل رئيس مفاده : ماهي استراتيجيات الاتصال السياسي القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي؟ وتمحورت التساؤلات الفرعية إجمالاً حول (الاختلافات بين منصات التواصل الاجتماعي، إستراتيجية الاتصال السياسي عبر المنصات، الاختلافات الموجودة بين الشعبيين وغير الشعبيين، تأثيرات الاتصال المرئي على وسائل التواصل الاجتماعي من حيث مشاركة المستخدم).

اعتمدت الباحثة على تحليل المحتوى الكمي والنوعي وركزت الفئات على طبيعة الصور ومحتواها وخصائصها والفاعلين فيها والمرجعيات الثقافية والسياسية للشخصيات السياسية والتعليقات والمشاركات الألوان الديكورات ... إلخ ، وتضمنت مجموعة البيانات جميع منشورات فيسبوك 2925 و 858 على أنستغرام تحتوي على صور مرشحين مجريين يمتلكون حسابات على فيسبوك وإنستغرام أثناء الانتخابات البرلمانية 2018.

توصلت الدراسة لبعض النتائج منها، تختلف استراتيجيات الاتصال السياسي المرئي بين منصتي فيسبوك وأنستغرام فيعد فيسبوك أكثر رسمية بينما الاتصال السياسي المرئي على أنستغرام يتميز ببعد غير الرسمي، كما أنه لا توجد شخصية سياسية متميزة بشكل لافت للنظر خلال عمليات الاتصال السياسي على

منصات التواصل الاجتماعي، وتميزت المنشورات بإضفاء الطابع الشخصي والتركيز على القائد وتطبيق لغة لفظية إيجابية ولوحظ اختلاف في استخدام المنصات من قبل النخب السياسية وخلال الفترات المختلفة.

### التعقيب المنهجي والموضوعي على منهجية إعداد الدراسات ونتائجها:

- ركزت معظم الدراسات الجزائرية التي تطرقت إلى الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك بشكل أساسي على تحليل المضمون، وهو يعتمد أساسا على فهم شكل ومضمون الخطاب السياسي وأساليب التفاعل مع الجمهور، إلا أنه قد يعاني أحيانا من قيد محدودية التحليل التفاعلي، أي عبارة أخرى إن الاكتفاء بتحليل مضمون وشكل المادة الإعلامية لوحده قد يفقد الباحث القدرة على دراسة رد الفعل من طرف الجمهور، وكان الأفضل مرافقة أدوات تحليلية أخرى مثل تحليل التفاعل عبر تعليقات الجمهور على نفس المضمون قيد الدراسة..، على عكس ذلك الدراسات الأجنبية التي اعتمدت على مجموعة متنوعة من الأدوات البحثية مثل تحليل الشبكات الاجتماعية والإثنوغرافيا الافتراضية.

- ركزت معظم الدراسات على فترات انتخابية محددة، مما يجعل نتائجها تعتمد بشكل كبير على طبيعة تلك الفترات الزمنية وما يرافقها من ظروف سياسية خاصة، على الرغم من أهمية الانتخابات كحدث سياسي مؤثر، إلا أن هذا النهج قد يحصر الفهم في إطار زمني محدد، وكان الأحرى توسيع الفترات الزمنية لتشمل التحليل المتواصل لنشاط الأحزاب خارج مواسم الانتخابات بغرض رصد التغيرات في أساليب الاتصال السياسي الحزبي لتعزيز شمولية النتائج.

- لم تتطرق أي دراسة من الدراسات السابقة إلى تطبيق المنهج المقارن لمعرفة الفروق الموجودة بين الأحزاب السياسية، خاصة أن معظم هذه الدراسات بُنيت على العينة - القصصية - ومعيار الاختلاف الأيديولوجي أو على معيار المعارضة والموالاتة، مما يستوجب استخراج الفروق بين هذه التيارات الحزبية، ذلك أنه من غير المجدي القول بتطابقها في كيفية توظيف فيسبوك في الاتصال السياسي، أو حتى تشابهها التام في الموضوعات المطروحة أو في نسبة تفاعل الجمهور معها.

- ركزت نتائج الدراسات الجزائرية في الغالب على طبيعة الرسائل المقدمة دون التعمق في شرح تأثير هذه الرسائل على الجمهور، أو تحليل كيفية تفاعل المستخدمين مع المنشورات، بينما الدراسات الأجنبية ركزت على خصائص شبكة فيسبوك وإعادة تشكيلها لنمط الاتصال السياسي للأحزاب القائم فيما سبق على وسائل الاتصال الجماهيرية.

- ركزت الدراسات على قضايا محددة مثل الحملات الانتخابية أو القضايا الدولية، وكان يمكن للباحثين تناول موضوعات أوسع تتعلق بمشاركة الشباب أو بالسياسات الاقتصادية..

- أظهرت الدراسات الأجنبية أن الأحزاب السياسية تنجح في تعزيز التفاعل مع الجمهور عبر منصات التواصل، وتظهر نتائج الدراسات الجزائرية - التي حللت تعليقات الجمهور - عكس ذلك، وهذا يسلط الضوء على الفرق بين الاستخدام الفعال لوسائل الاتصال في السياقات الدولية، وبين الاستخدام المحدود الذي يركز على الرسائل الأحادية في السياق الجزائري، حيث كان الأجدر بالدراسات الجزائرية أن تبني نهجا أكثر تفاعلية لفهم كيفية تأثير هذه الأدوات الرقمية على الجمهور، وهذا بدوره يؤكد أهمية التكنولوجية في فهم طبيعة الاتصال السياسي المعاصر والتي اعتبرناها مؤشر هام لدراستنا.

● أوجه التشابه بين دراستنا والدراسات السابقة:

- تشترك دراستنا مع العديد من الدراسات الجزائرية والأجنبية مثل دراسة Boateng في غانا ودراسة Bachisse في كيبك..، حيث تم استخدام فيسبوك كأداة رئيسية لتحليل الاتصال السياسي للأحزاب السياسية.

- ركزت العديد من الدراسات، مثل دراسة سولاف بوشقورة ورزين مُجد على تحليل تفاعل الأحزاب مع الجمهور على فيسبوك، وهو موضوع يتقاطع مع دراستنا في فهم مدى وكيفية تفاعل الجمهور مع الخطاب السياسي المقدم من الأحزاب.

- تشترك دراستنا مع بعض الدراسات الجزائرية وحتى الأجنبية في اعتماد نظرية ترتيب الأولويات كإطار نظري، مثل دراسة فائزة بوزيد التي حللت أولويات القضايا التي طرحتها الأحزاب السياسية وكيف أثرت في ترتيب اهتمامات الجمهور وكذا دراسة Boateng.

● أوجه الاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة:

- ركزت معظم الدراسات السابقة على تحليل الفترات الانتخابية والتسويق السياسي، بينما ركزت دراستنا على تحليل الاتصال السياسي اليومي الممارس خارج الفترات الانتخابية للأحزاب.

- تختلف دراستنا في أنها تعتمد على تحليل كيفية استخدام الأحزاب لشبكة فيسبوك في نشر خطابها السياسي، بينما ركزت بعض الدراسات الأخرى مثل دراسة رزين مُجد على الفاعلين السياسيين بشكل خاص أو على الانتخابات الرئاسية والتشريعية...

- تعتمد دراستنا بشكل أكبر على نظرية الفضاء العام لهايرماس وتدرس تفاعل الجمهور مع الأحزاب، بينما ركزت بعض الدراسات الأخرى على الإقناع السياسي دون الخوض بشكل مباشر في مفهوم الفضاء العام وتفاعله.

- تختلف دراستنا من حيث السياق السياسي حيث تركز على المحلي، بينما ركزت الدراسات الأجنبية على أنظمة سياسية في دول مثل غانا، كندا، والنرويج، فإن دراستنا تُركز بشكل خاص على السياق الجزائري وما يرتبط به من خصوصيات سياسية واجتماعية.

- بعض الدراسات الأجنبية مثل دراسة Kalsnes في النرويج ركزت بشكل أكبر على تفاعل المواطنين مع الأحزاب، وكيفية استخدام المواطنين لوسائل التواصل لأغراض سياسية، بينما تركز دراستنا على تحليل تفاعل الأحزاب الجزائرية مع جمهورها دون التركيز على استخدامات الأفراد بشكل منفصل.
  - ركزت بعض الدراسات الأجنبية مثل دراسة Bachisse على المنهج الإثنوغرافي الافتراضي وتحليل التفاعلات على منصات التواصل الاجتماعي، بينما اعتمدت دراستنا بشكل أساسي على تحليل المحتوى الكمي وتحليله كفيما، دون استخدام منهجيات نوعية مثل الإثنوغرافيا الافتراضية.
  - وظفت دراستنا المنهج المقارن لمعرفة الفروق بين الأحزاب السياسية في كيفية توظيفها لشبكة فيسبوك كأداة للاتصال السياسي، بينما الدراسات الأخرى اكتفت بالتحليل لوحده.
- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

**أولاً:** عرفتنا الدراسات السابقة نظرياً على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الجمهور الجزائري وبالضبط فيسبوك، حيث أفادتنا علمياً أن خصوصية المجتمع الجزائري وتركيبته الثقافية تتجه نحو الفيسبوك أكثر من الشبكات الأخرى وهذه الإضافة أسهمت في تحديد مجال بحث دراستنا.

**ثانياً:** أرشدتنا دراسة الباحث - رزين محمد - إلى أهمية المجال الافتراضي في خلق نقاش سياسي تواصلية يسهم في فتح مجال أمام الجمهور الجزائري للمشاركة في القرار السياسي، وهذا من خلال صفحات الفاعلين السياسيين الجزائريين، وكذا قدرة المجال العام فيسبوك على إحياء نظرية الفضاء العمومي لهايرماس، وهذا ما ساعدنا في بناء جزء من الخلفية النظرية التي تنطلق منها دراستنا.

**ثالثاً:** أفادت الدراسات السابقة في تعريفنا بأن شبكات التواصل الاجتماعي نقلت السلطة نحو المستخدم في المجتمع الافتراضي وهي سلطة قد تكون مفيدة إذا تم توظيفها بعقلانية، خاصة أن هذا المجتمع هدم جزء من هيمنة الإعلام العمومي الذي مارس لسنوات طويلة اتصال سياسي فوقي من السلطة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية وصولاً إلى الجمهور دون رد فعل، وبفضل شبكات التواصل الاجتماعي أصبح هذا الأخير - الجمهور - فاعلاً ومُجرباً للفواعل السياسية ومنها الأحزاب على توظيف هذه المنصات الرقمية في نشر خطابها عبر روافد الفضاء الافتراضي، هذه المتغيرات الموجودة في نتائج الدراسات السابقة الجزائرية جعلت دراستنا تحاول خوض هذا المحور المعرفي للتدقيق أكثر فيه.

**رابعاً:** تمثل عينات بحث الدراسات السابقة معظم الأحزاب السياسية الفاعلة في الفضاء الواقعي وكذا الافتراضي، وعلاوة على ذلك فهي تمثل تقريباً غالبية الأحزاب ذات المشاركة في الاستحقاقات الانتخابية الجزائرية، وهذا يعطينا نتائج موضوعية إلى حد ما، ويجعلنا نركز على واقع مؤسس وأكثر عملية، كما قدمت

لنا الدراسات فكرة انطلاق حول أحزاب نفس عينة دراستنا مثل حزب جبهة التحرير الوطني وحزب حركة مجتمع السلم، وهو ما جعلنا نستغني عن إجراء دراسة استكشافية.

**خامسا:** ساهمت الدراسات السابقة في بناء الخلفية النظرية لدراستنا، خاصة في مجال نظرية ترتيب الأولويات، حيث وفرت دراسات مثل دراسة بوزيد تحليلاً عميقاً لأولويات القضايا التي تطرحها الأحزاب على فيسبوك وكيفية تأثيرها في الجمهور.

**سادسا:** ساعدتنا الدراسات الأجنبية مثل دراسة Farkas في فهم كيفية استغلال الأحزاب السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي في بناء استراتيجيات تواصلية مرئية، مما ساهم في تعزيز رؤيتنا لتحليل استراتيجيات الاتصال المرئي - الصور والفيديوهات والوسائط المتعددة - للأحزاب الجزائرية.

**سابعاً:** استفدنا من دراسات مثل Kalsnes التي ركزت على التفاعل مع الجمهور من خلال فيسبوك، حيث أتاحت لنا الفرصة لاستكشاف طرق جديدة لتحليل كيفية تفاعل الأحزاب الجزائرية مع الجمهور ومدى نجاحها في ذلك.

**ثامناً:** وفرت الدراسات الأجنبية مثل دراسة Boateng في غانا فرصة لتوسيع فهمنا لكيفية استخدام الأحزاب السياسية في دول أخرى لفيسبوك كمنصة تواصل، مما أتاح لنا فرصة مقارنة هذه الاستخدامات مع السياق الجزائري وتحليل الفروقات والتشابهات من أجل بناء قاعدة معرفية لموضوعنا.

## 11. منظور الدراسة:

من أجل فهم الخارطة النظرية للبحث في الاتصال السياسي لابد من الاسترشاد بالمقالة التي كتبها إياهو كاتز عام 1987 حول أهم المقاربات التي هيمنت على دراسات الاتصال عامة والسياسي منه على وجه الخصوص، حيث قسم اتجاهات البحث إلى 03 محاور كبرى، المقاربة المؤسساتية أو الوظيفية، المقاربة النقدية، المقاربة التكنولوجية، ويعتبر أنه يمكن إجمال كل هذه المداخل تحت مسمى واحد أطلق عليه اسم - مقاربة الأثر المحدود- ، فوسائل الإعلام تخبرنا في المدخل البنائي في ما يجب أن نفكر فيه وفي المدخل النقدي في ما لا يجب أن نفكر فيه، بينما تعلمنا في المدخل التكنولوجي كيف نفكر.<sup>1</sup>

لقد تشعبت الساحة الفكرية بنظريات مختلفة ومداخل عدة تعالج الظواهر الاتصالية والإعلامية من جوانب مختلفة سياسية، اجتماعية، تقنية..، ويعود مبرر الاعتماد على نظرية أو أكثر من ذلك دون باقي

<sup>1</sup> نور الدين هميسي: الخارطة النظرية للبحث في الاتصال السياسي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 1، المجلد 11، الجزائر، 2017، ص 208.

النظريات إلى أسباب عدة منها ما تعلق بطبيعة الدراسة وأهدافها، ومنها ما تعلق بإمكانية تطبيقها..، وفي إطار دراستنا سنعتمد على ثلاث نظريات تمثل كل واحدة منها مقارنة مختلفة: نظرية الحتمية التكنولوجية ضمن المقاربة التكنولوجية، نظرية الفضاء العام ضمن المقاربة النقدية، ونظرية ترتيب الأولويات ضمن المقاربة البنائية الوظيفية، ونشير أن هدفنا من توظيف هذه النظريات ليس المقارنة بينها، إذ أن كل واحدة منها تنطلق من أسس معرفية ومفاهيمية مغايرة، بل تكمن غايتنا في استثمارها بشكل تكاملي من أجل الوصول إلى فهم أعمق وأشمل لموضوع البحث، إذ نرى أن هذه النظريات رغم اختلاف منطلقاتها الفكرية تساهم معا في إلقاء الضوء على مختلف جوانب الاتصال السياسي عبر فيسبوك، وتساعدنا في تفكيك الظاهرة المدروسة مع تجاوز حدود كل نظرية منفردة.

### 1. نظرية ترتيب الأولويات - وضع الأجندة - :

- **ظهور النظرية:** أكدت أغلب المراجع نسب النظرية إلى **دونالد شو وماكسويل ماكومبس 1972** فقد اعتمدت دراستهم الإمبريقية على أسلوب تحليل المحتوى للتعرف على كيفية تقديم الصحف والمجلات والتلفزيون للأخبار السياسية عن المرشحين والقضايا الانتخابية من خلال فترة زمنية معينة.<sup>1</sup>
- **مفهوم وضع الأجندة:** استمد الباحثون تعريفهم لمفهوم الأجندة من العبارة الشهيرة التي أطلقها برنارد كوهين في كتابه " الصحافة والسياسة الخارجية 1963" والتي مفادها " إن الصحافة ممكن أن تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها، حيث أضحت المنطلق الأول للباحثين والدارسين لنظرية ترتيب الأولويات في الاتصال السياسي لسنوات.<sup>2</sup>
- **فروض النظرية:** تستند معظم الدراسات الخاصة بترتيب الأجندة إلى الفرض الرئيسي الذي تبناه كل من ماكومبس وشو في دراستهما الأولى بناء على التصورات التي طرحها كل من كوهين في الستينات من القرن الماضي ولييمان في العشرينات منه، ومفاده:

يوجد اتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1، عربة للطباعة والنشر، القاهرة- مصر، 1997، ص ص (295 - 296).

<sup>2</sup> إلهام بوتلجي: المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة.. من وسائل الإعلام التقليدية إلى الوسائط الجديدة، مجلة متيجة للدراسات الإنسانية، العدد 09، 2018، ص 143.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 4، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2015، ص 409.

● **العوامل المؤثرة في وضع الأولويات:** يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات وهي طبيعة القضايا ويقصد بها ما إذا كانت ملموسة من طرف الجمهور أو أنها مجردة أو غير ملموسة أي لا يدركها الجمهور، والثانية هي أهمية القضايا حيث توجد علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية، وزيادة حصولها على أولويات أكبر، كذلك الخصائص الديمغرافية مثل التعليم الذي يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة، أيضا الاتصال الشخصي الذي يتدخل في وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، أيضا توقيت إثارة القضايا مثلا فترات الانتخابات تقوم وسائل الإعلام بدور أكبر في ترتيب الأولويات، كما تلعب نوعية الوسيلة المستخدمة دورها في تحديد الأولويات.<sup>1</sup>

عموما ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات يتم التركيز عليها بشدة وهي تثير اهتمام الناس تدريجيا فتخلق لهم نوع من التفكير حول ذلك الموضوع الذي طرحته وسائل الإعلام، وهي بدورها تعمل على إبراز وطمس قضايا محددة تستهدف غالبا خدمة صانعي القرار السياسي.

● **الانتقادات الموجهة للنظرية:**

- أغفلت دراسات ترتيب الأولويات التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام وركزت على الآثار قصيرة الأمد.
  - يرى البعض أن الارتباط لا يعني السببية بمعنى أنه من المحتمل أن تكون التغطية الإعلامية لوسائل الاتصال قد عكست اهتماما فعليا لدى الجمهور بهذه القضية وليس العكس، خاصة إذا كنت وسائل الإعلام هذه هي المصدر الوحيد للجمهور وحاجته إليها لتحصيل معلومات كافية عن القضية.
  - لا يوجد تحديد قاطع من الأسبق هل أجندة الجمهور أو أجندة الوسيلة.
- على الرغم من هذه الانتقادات إلا أنه هناك إجماع لدى الباحثين على أن النظرية ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع.<sup>2</sup>

● **نظرية ترتيب الأولويات في الفضاء الرقمي:**

تركز البحوث الجديدة في وضع الأجندة على تحديد سمات المحتوى الإعلامي عبر شبكة الإنترنت والتي تجعل من القضية بارزة أو تكتسي أهمية بالغة على غرار الروابط المتشعبة والتي تعتبر آلية من آليات

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي وليلى السيد، مرجع سبق ذكره، ص 176.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، المرجع نفسه، ص 298.

التأثير أو مؤشر على الأهمية التي توليها الوسيلة الإعلامية للقضية،<sup>1</sup> حيث غيرت الوسائط الاتصالية الجديدة من المشهد الإعلامي بدرجة كبيرة بفضل وسائطها المتعددة وبيئتها التفاعلية التي تسمح بمنح الأفراد مزيداً من المعلومات والقدرة على مشاركتها دون الحاجة إلى القادة المهنيين والصحفيين المتخصصين.

#### ● مجال الاستفادة من نظرية ترتيب الأولويات في دراستنا:

- تساعدنا نظرية ترتيب الأولويات في فهم كيف تختار الأحزاب السياسية الموضوعات التي تود تسليط الضوء عليها في خطابها السياسي، إذ توضح كيف تسعى الأحزاب لتوجيه انتباه الجمهور نحو القضايا التي تُخدم أهدافها السياسية وتعمل على إبرازها في مقدمة النقاش.
  - تقدم لنا النظرية إطاراً لفهم كيف أن شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أصبحت أداة فعالة في تشكيل الأجندة الإعلامية، حيث أتاحت للأحزاب القدرة على التحكم في نوعية الموضوعات المطروحة.
- تساعدنا النظرية في دراسة مستوى التطابق بين ترتيب الأولويات الذي تضعه الأحزاب من خلال المحتوى المنشور، مع اهتمامات الجمهور من خلال التعليقات والتفاعل، ومنه معرفة ما إذا كانت الأحزاب قادرة على التأثير في أجندة الجمهور، أو أنها مجرد انعكاس للموضوعات.

#### 2. نظرية الفضاء العام (Public Sphere Theory)

- **ظهور النظرية:** تنطلق مختلف الاجتهادات في نظرية الفضاء العام مما حدده المهندس الأول للمفهوم الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس Jürgen Habermas أبرز المفكرين الألمان المعاصرين وآخر أعلام المدرسة النقدية، فهو ينتمي لنفس التيار الفكري لمدرسة فرنكفورت أو النقدية الجديدة التي تتميز بدفاعها عن الفرد ضد أي سلطة، كما تدافع عن العقل ضد كل مظاهر اللاعقلانية التي سادت أوروبا أواسط القرن العشرين<sup>2</sup>، هذه الخلفيات مهدت لظهور نظرية الفضاء العام أو المجال العام كنظرية اجتماعية سياسية على يد هابرماس التي طرحها لأول مرة في كتابه التحول البنيوي للمجال العام عام 1962.
- **مفاهيم النظرية:** يعتبر مفهوم الفضاء العام من المفاهيم النظرية الأكثر حضوراً وتداولاً واستلهاماً ومقاربة داخل الأدبيات النظرية في جل حقول المعرفة الاجتماعية والإنسانية وعلى رأسها حقل الدراسات التواصلية، إضافة إلى أنه من المفاهيم التي يُستعان بها عادة في الخوض في النقاش النظري حول الديمقراطية والتمكين السوسيوسياسي والمواطنة والفعل السياسي والاجتماعي.<sup>3</sup> إذا فالفضاء العام (المجال العام) هو

<sup>1</sup> إلهام بوثلجي، مرجع سبق ذكره، ص 157.

<sup>2</sup> حمدي أبو النور حسن: يورغن هابرماس الأخلاق والتواصل، د ط، التنوير للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، 2016، ص 06.

<sup>3</sup> Peter Dahlgren : **The internet –Public Spheres and Political communication – Dispersion and deliberation**, political communication, vol 22, 2005, p 148.

مساحة تمارس فيها عمليات النقد والنقاش العام في المسائل السياسية التي تهم المجتمع.<sup>1</sup> و تعرف مي العبد الله بأنه المكان الذي يجتمع فيه المواطنين للنقاش والجدال لبلورة رأي عام مشترك فيما بينهم، يؤثر على القرار والفعل الاجتماعي، وصياغة اتجاهاتهم نحو مختلف القضايا. كما يجب أن يُشكل الفضاء العام في المجتمعات الحديثة مسرحاً مفتوحاً يعمل على تفعيل المشاركة السياسية، من خلال النقاش والحديث بين المواطنين. إن الفضاء العام يشترط توفر حرية التعبير وحرية الاجتماع، وحرية المشاركة في النقاشات وفي صناعة القرارات. والوظيفة الإستراتيجية للفضاء العام هي المساهمة في تكوين رأي عام قوي وفعال لتحقيق أكبر قدر من الوفاق لتشكيل السياسات الوطنية والخارجية.<sup>2</sup>

ويقول العياضي الفضاء العمومي يأخذ صبغة فيزيائية (شارع، حي) ومؤسساتية (مدرسة، جامعة، برلمان) أو صبغة تواصلية (صحافة، إذاعة، تلفزيون، إنترنت).<sup>3</sup>

عموما ارتبط مفهوم الفضاء العام ارتباطا وثيقا وحساسا بمفاهيم عديدة مثل الديمقراطية، العدالة، السيادة، الحرية، الرأي العام، السلطة الشرعية وغيرها وبالتالي فهو يقوم بعمل المراقب والمنظم للعمل السياسي والاجتماعي للدولة في كيفية تسيير الشؤون العامة للأفراد فيلاحظ، يحلل ويناقش يفهم ويقوم بمدى قدرة الدولة وفعاليتها في تحقيق المصلحة العامة، وعليه فإن الفضاء العمومي يتشكل من خلال البرلمان، الأحزاب، الجمعيات، النقابات، الهيئات العالمية، الاتحادات المختلفة، المظاهرات، الاحتجاجات، وسائل الإعلام الجماهيرية، المؤسسات الحكومية كالوزارات، المؤسسات الدينية المسجد والكنيسة، المؤسسات الاجتماعية العمومية، الساحات العامة، الأسواق، المقاهي... وغيرها.<sup>4</sup>

● **فروض نظرية الفضاء العام:** يوجد افتراضين أساسيين وضعهما هابرماس في نظريته لتشكيل الفضاء العام وهي:

**الفرض الأول:** إتاحة حيز ما للأفراد، يُمكنهم من المناقشة والحوار حول القضايا الهامة وتبادل المعلومات والآراء، بناء على مبدأ المساواة، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي ليس شرط من شروط المشاركة في الحوار.

<sup>1</sup> سهى يونس إسماعيل، طاهر حسو زيباري: نظرية المجال العام عند هابرماس دراسة تحليلية، مجلة لارك، العدد 4، 2022، ص 445.

<sup>2</sup> مي العيد الله: متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت- لبنان، 2020، ص ص (180-181).

<sup>3</sup> نصر الدين لعياضي: إشكالية الفضاء العمومي والتلفزيون في الدول العربية، الصورة والاتصال، العدد 1، 2012، ص ص (145-146).

<sup>4</sup> مصطفى ثابت: نظرية الفضاء العمومي وتجليات الديمقراطية الإلكترونية في الوطن العربي، ألف اللغة والإعلام والمجتمع، العدد 4، المجلد

9، 2022، ص ص (66-67).

الفرض الثاني: إن النقاش الذي يتم في المجال العام، ينبغي أن يقتصر على الاهتمام بالحوار حول القضايا العامة الشائعة المعنية بالصالح العام.<sup>1</sup>

● **مركزات نظرية هابرماس:** يرى هابرماس أن عملية التواصل تتم من خلال اللغة التي يتم بواسطتها إنشاء علاقة بين المشاركين في التفاعل، حيث يفترض هذا الاتفاق وجود معرفة مشتركة بينهم أو تقارب في وجهات النظر، أيضا يشترط تحرر الحوار من أشكال الضغط، بل لا بد من أن يكون بين ذوات حرة وهو مطلب أساسي، كما ينادي في نظريته بمبدأ تكافؤ الفرص أي أن يتاح لكل مشارك في الحوار فرصة متساوية لسائر المشاركين وأن لا تمارس أي سلطة على الحوار سوى سلطة العقل.

أن يعبر كل مشارك في التواصل عن مزاعم الصدق والقدرة على تبريرها للمشاركة في عملية التفاهم المتبادل، وأن يعبر المتكلم عن مقاصده بصدق ليكون هو المستمع في وضعية القدرة على الاتفاق والقبول.<sup>2</sup>، ولخصها عبد الغفار مكاوي مركزا على اللغة مثل قابلية التعبير اللغوي وحقيقة مضمونه، وصدق محتواه ومصداقية مقاصد المعبر عنه أو إخلاصها، والمشروعية المعيارية للقول أو التعبير أي المطالبة بأن يكون صحيحا أو ملائما بالنظر إلى علاقته بمضمون قيمى أو معياري يقرب المتكلم والسامع معا. وما نستشفه من كل هذه الشروط هو أن الفعل التواصلى لن يستقيم إلا بأهم عنصر فيه وهو اللغة والتي لم تصبح مع هابرماس أصواتا أو جملا أو عبارات وإنما أصبحت اللغة تشير إلى الفعل ونجاح التواصل مرهون باللغة.<sup>3</sup>

إجمالا يمثل الفضاء العمومي بالنسبة لهابرماس مساحة مشيدة بوساطة سيوررات لغوية و خطائية من قبل فاعلين اجتماعيين ملتزمين بوساطة الأفعال الكلامية والخطائية ينتج الفضاء العمومي مواقف و آراء تسهم في مناقشة الشؤون العامة وفقا للتراضي والتوافق المجتمعي، وفي الظروف المثالية يعد الفضاء العمومي مصدرا شرعيا لإنتاج الرأي العام الضروري والمطلوب لإعطاء خاصية الشرعية للسلطة في أي ديمقراطية صحية.<sup>4</sup> بذلك فإن مدى ديمقراطية النظم السياسية تتجلى في قدرتها على توفير فرص النقاش داخل الفضاء العمومي<sup>5</sup>

<sup>1</sup> أماني المهدي: المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي - معايير التشكل والمعوقات، المركز الديمقراطي العربي، 20 مارس

2018، تم التصفح يوم 11 فيفري 2024، على الساعة 11.11، متاح على الرابط <https://democraticac.de/?p=53184>

<sup>2</sup> فتيحة حيدرة: نظرية الفعل التواصلى عند بورغن هابرماس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة، المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية، تخصص فلسفة، الجزائر، 2007-2008، ص ص (78-88).

<sup>3</sup> جلال مقورة: الفعل التواصلى عند هابرماس نظرية وتطبيق، مجلة المعيار، العدد 32، المجلد 16، 2013، ص 362.

<sup>4</sup> Bart Cammaerts: Critiques on the participatory potentials of Web 2.0, Communication, culture & critique, vol 1, n 4, 2008, p 360.

<sup>5</sup> Seyla Benhabib: Situating the self: Gender, community and postmodernism in contemporary ethics, Psychology Press, 1992, p 87.

- **الفضاء العام الافتراضي:** قد ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية " هابرماس " إلى حد كبير حيث القضايا العامة ومعارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها وهو ما يطلق عليه البعض الفضاء المعلوماتي، وإذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه " هابرماس " يعني ذلك الفضاء الذي يتم فيه التحوار والمناقشة وتبادل إمكانية التواصل والتفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة فإن فضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه هابرماس.
- **مميزات الفضاء العام الافتراضي:** النشاط التواصلي لا يتم إلا من خلال علاقة تفاعل بين فردين أو أكثر داخل سياق العالم المعيش، فكل إنسان له القدرة على الكلام والفعل وله حق المشاركة في التجربة التواصلية.

يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية في نظرية الفضاء العام الهابرماسي المستحدثة من جهات عديدة:

- **الأولى:** باعتبارها فضاء وليس وسيلة يتيح القدرة على مقاربتها على أنها تمثيل افتراضي للحياة الاجتماعية والسياسية.
- **الثانية:** من خلال كونها وسائل وفرت فضاءات جديدة للتعبير مفتوحة أمام الأفراد حيث شكلت حالات تواصلية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أدوات مستجدة مثل الكتابة والتدوين والدرشة والصور والفيديوهات.
- **الثالثة:** قدرتها على المشاركة في الشأن العام، حيث سمحت للنخب السياسية المهمشة مثل الفاعلون السياسيون والأحزاب السياسية بتجاوز آليات تغييبها من الفضاء العمومي التقليدي القائم على الوسائط الغير حيادية والذي تسيطر عليه الدولة خاصة في المجتمعات الشمولية.
- **إرهاصات نظرية الفضاء العام في الجزائر:**

إن تحديد وضبط الفضاء العام في الجزائر يعتبر عملية صعبة لعدة اعتبارات وذلك أن المجال العمومي سواء على مستوى المفهوم أو على مستوى النموذج يجد صعوبة في الاستجابة للتحويلات التي شهدتها السياق الأوروبي مسقط رأس النظرية، فكيف يكون الحال إذا ماطبق على سياقات مختلفة عنه جغرافيا وتاريخيا وثقافيا ودينيا؟، خاصة أن النموذج ظل حبيس النطاق الألماني رغم أنه تم بناءه على أساس دراسة ثلاثة نماذج هي ألمانيا، فرنسا وبريطانيا..، كما أن أحداث طوفان الأقصى 2023 أعادت الجدل في العالمين العربي والإسلامي حول نظرية الفضاء العام عامة وحول صاحبها على وجه الخصوص الذي انحاز بشكل واضح في كل خرجاته الإعلامية والعلمية إلى السردية الصهيونية في التعامل مع الأحداث واعتبر الفضاء العام العربي والإسلامي فضاء غير إنساني وهمجي.

لقد ألفت تلك التصريحات بظلالها على الموقف العلمي والموضوعي من النظرية، دفع البعض إلى رفضها ومقاطعتها جملة وتفصيلاً باعتبارها صهيونية معادية وغير أخلاقية تماماً،<sup>1</sup> إذا ما وضعناها أمام فهمه وتعريفه للأخلاق ومدى اتفاقها مع أركان فلسفته العلمية النقدية التي تطالب بالتجرد في بحث كل المواقف والمسائل والقضايا بحثاً دقيقاً يشمل كل الأطراف دون الانحياز لطرف حيث قفز تقرير هابرماس وزملاؤه على الزمن متجاهلين الامتداد التاريخي للقضية الفلسطينية و75 سنة من الاحتلال.<sup>2</sup>

إن اجتماع هذه المتغيرات التاريخية والحاضرة توضح خصوصية هذه النظرية التي تحتاج إلى إسقاطات تتوافق مع خصوصية كل مجتمع ومنها الجزائري، ونجد أن التجربة الجزائرية تتجه نحو السيطرة على المجال العام من طرف النظام السياسي بعد الاستقلال بمختلف أشكاله الرمزية والمادية بما يخدم الجماعات الحاكمة ومصالحها، ويتأكد هذا الطرح مع بداية 1988 وما صاحبها من تغيرات سياسية عميقة، حيث تحول المجال العام إلى خشبة للصراع بين تيارات أيديولوجية مختلفة،<sup>3</sup> وحتى ما تلاها من أحداث سياسية وإعلامية أثرت على الفضاء العام الاتصالي الجزائري وحتى مع بداية الألفية الثالثة يمكن ملاحظة أن الاستخدام السياسي للمجال العام اعتبر استمراراً وإفرازاً لسنوات التسعينات، يقول نصر الدين لعياضي، تتحكم الدولة في كل مفاصل المنظومة الاتصالية في الجزائر بشكل مباشر أو غير مباشر عبر النص التشريعي، احتكار الإعلان، طباعة الصحف، الإعانات المختلفة لوسائل الإعلام، هذا علاوة على التعيين لمسؤولي المؤسسات العمومية وتوجيهها حسب الأحداث..<sup>4</sup>

بفعل التطورات التقنية واتساع المجال العام كما ذكرنا سلفاً إلى الفضاء العمومي الافتراضي وكذا أحداث الحراك الجماهيري 2019 استغلّت الفواعل السياسية الجزائرية خاصة منها المغيبة عن المشهد السياسي في الجزائر مثل بعض الأحزاب السياسية وبعض الإطارات السياسية وحتى المواطن الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي كمنبر للتواصل السياسي بين الفواعل السياسية والجمهور من خلال فضاء خالي من القيود والرقابة

<sup>1</sup> من خلال تواصل الباحثة مع الأستاذ الدكتور فضيل دليو أشار أن نظرية الفضاء العام لهابرماس غير ملائمة للمجتمعات العربية بشكل عام وبشكل أخص في السياق الجزائري بسبب اختلاف طبيعة النظام السياسي والفضاء العام في العالمين الأوروبي والجزائري كوسيط بين الدولة والمجتمع بالإضافة إلى فرضياتها المثالية مثل دور المجتمع المدني والحوار العلني، كما أنها تقوم على نموذج مثالي للتفاعل بين المؤسسات السياسية والإعلام والمواطنين لتكوين رأي عام توافقي يخدم المصلحة العامة، وهو ما لا يتحقق في الواقع الرقمي بشكل متوازن، كما أضاف أن هابرماس، بصفته مؤيداً للصهيونية، قد يُعد مرجعية إشكالية من الناحية الأخلاقية، خاصة في ظل موقفه المؤيد للأعمال العدائية ضد الشعب الفلسطيني.

<sup>2</sup> أحمد الشيخ: ثقافت هابرماس والسقوط الأخلاقي، الجزيرة، 20 نوفمبر 2023، تم التصفح يوم 6 جويلية 2024، على الساعة 48: 23، متاح على الرابط <https://bit.ly/3UebWjv>

<sup>3</sup> عثمان ياسين: دور التفاعلية في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الرقمي الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، 2023، ص 60.

<sup>4</sup> نصر الدين لعياضي: الإعلام الجزائري وسباقات الانتقال من النموذج التبعوي إلى مولاة السلطة، مركز الجزيرة للدراسات، 30 ماي 2024، تم التصفح يوم 11 سبتمبر 2024، على الساعة 12.03، متاح على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5937>

السياسية والتضييق الممارس سابقا ومن احتكار المعلومة، وهذا ما نلتمسه جليا في ظهور عشرات الصفحات السياسية التي لاقت إعجاب المستخدمين.

ومما يجب الإشارة إليه نهاية هذا العنصر أن نظرية الفضاء العام ورغم ما شهدته من انتقادات إلا أن هذا لا ينقص من قيمتها إنما يدعو إلى تكييفها وتأطيرها وفق التطورات التكنولوجية ووفق خصوصية المجتمعات والثقافات الأخرى.

#### ● مجال الاستفادة من نظرية الفضاء العام في دراستنا:

- فهم وتفسير الدور الذي تقوم به صفحات الأحزاب السياسية عينة الدراسة في إتاحة النقاش والتفاعل للمستخدمين من أجل تحقيق المشاركة العامة.
- التعرف على دور صفحات الأحزاب عينة الدراسة في تشكيل فضاء عام حوارى قائم على النقاش الحر والواعي حول مختلف الموضوعات والقضايا السياسية، الاقتصادية، الثقافية.. الأمنية.. والتي نشرتها الأحزاب من خلال اتصالها السياسي الممارس عبر الشبكة.
- الاستفادة من النظرية في تحليل وتفسير نتائج الدراسة من خلال التركيز على الدور الذي يمكن أن تلعبه الصفحات الخاصة بالأحزاب عينة الدراسة في خلق فضاء تواصلى أخلاقي، عقلاني، ديمقراطي، إيجابي.. أو إذا كان عاطفي متحيز فارغ من العقلانية.

#### نظرية الحتمية التكنولوجية:

- **ظهور النظرية:** تعود نظرية الحتمية التكنولوجية للباحث هربت مارشال ماكلوهان وهو أستاذ للأدب الإنجليزي وأحد أهم الباحثين المهتمين بتطور الاتصال ما بين عصر الطباعة إلى عصر الراديو ثم التلفزيون<sup>1</sup>، إلى أن قدم نظريته في ستينات القرن الماضي 1962 في كتابه مجرة غوتمبرغ وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيرها على المجتمعات الحديثة، وعرفت النظرية رواجاً منقطع النظير وأصبحت منطلقاً للكثير من الأبحاث في الإعلام والاتصال.<sup>2</sup>
- **مفاهيم النظرية:** الحتمية التكنولوجية Technological-Determinism إذا كان ماركس يؤمن بالحتمية الاقتصادية فإن ماكلوهان يؤمن بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات وتشير الحتمية إلى نموذج تفسيري يقوم على تصور مفاده أن ظاهرة ما تحدث نتيجة متغير

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي وليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 274.

<sup>2</sup> ياسين قرناي: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة- بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي-، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 01، المجلد 08، جانفي 2014، ص 67.

واحد، وتتضمن مبدأ العلية والسببية وتضيف فكرة الضرورة واللزوم وتشير التكنولوجيا إلى التقنية التي يستخدمها الناس في وقت معين من أجل التكيف مع الوسط البيوفيزيقي.<sup>1</sup>

● **تطور التاريخ الإنساني لدى ماكلوهان:** يقسم ماكلوهان تاريخ تطور الاتصال بين البشر إلى أربع مراحل وهي:

1. المرحلة الشفوية: مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية.

2. مرحلة الكتابة: النسخ التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.

3. عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريباً.

4. عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريباً، حتى الوقت الحالي.

يشير ماكلوهان إلى أن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على التشكيل.

● **المتغير الرئيس في النظرية:** في الوقت الذي رأى فيه كثير من الباحثين الإعلاميين أن الوسيلة هي المحدد

لنوعية الاتصال وتأثيره، فإن ماكلوهان كان دوماً يرى بعكس ذلك أن الوسيلة هي الرسالة، موضحاً أنه

لا يمكننا النظر إلى مضمون وسائل الإعلام باستقلالية عن تقنيات الوسائل الإعلامية، فإذا نظرنا إلى

الكتابة نجد مضمونها هو الكلام والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع والمطبوع هو مضمون التلغراف

ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية وكل تكنولوجيا جديدة تخلق ظروف جديدة،

ومهما كانت نوعية الوسائل السائدة فإنها ستؤثر على الطريقة التي يرى بها الناس العالم.<sup>2</sup>

● **افتراضات النظرية:** يقدم ماكلوهان تصورات نظرية وبعض الافتراضات الأساسية عن التأثير الكمي

لوسائل الإعلام والاتصال في المجتمع:

**الافتراض الأول:** إن الناس يتكيفون مع بيئتهم في كل عصر من خلال توازن ونسبة محددة لاستخدام الحواس

وصلتها بالوسيلة الاتصالية الرئيسية التي يستخدمونها والتي ينتج عنها نسبة استخدام لحاسة معينة ذات صلة

بنوعية الوسيلة المستخدمة، ويعتقد ماكلوهان أن كل وسيلة هي امتداد للواقع الإنساني، ومهما كانت نوعية

الوسائل السائدة فإنها ستؤثر على الطريقة التي يرى بها الناس العالم.

**الافتراض الثاني:** قوة التأثير تكمن في الوسيلة ذاتها بمعزل عن ماتحملة من مضمون، وهذا اصطلاح عليه

الرسالة هي الوسيلة، ويرى ماكلوهان أن مضمون الاتصال ليس له علاقة بالتأثير إنما مايجعل هناك فرقا في

<sup>1</sup> رندا بوسعيد: التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام - قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسيوولوجيا، العدد

01، المجلد 01، جوان 2016، ص 41.

<sup>2</sup> مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط 2، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2010، ص 298.

حياة الناس هو الوسائل السائدة في ذلك العصر وليس مضمونها، وأن وسائل الإعلام الإلكتروني ستغير جميع أوجه حياة البشر والحضارة وذلك ليس بسبب مضمونها بل بسبب طبيعتها.<sup>1</sup>

وتذكر بعض الدراسات أن ماكلوهان قسم فرضياته إلى ثلاث فروض:

**الأولى: القرية العالمية:** تعتبر أن العالم أصبح قرية كونية وهذا لوصف التغيرات التي طرأت على المجتمعات الحديثة بسبب انتشار وسائل الاتصال، وهذه القرية يلتقي فيها الناس بعضهم ويشعرون بتقارب متزايد يعود بهم للعصر القبلي القائم على الاتصال الشفهي وهنا تنبأ بعصر الإنترنت.

**الثانية: الوسيلة هي الرسالة:** هي عبارة صاغها ماكلوهان تعني أن شكل الوسيلة يضمن نفسه في الرسالة وذكرناها سلفاً.

**الثالثة: الوسائل الساخنة والباردة:** وهو اصطلاح ابتكره ماكلوهان للتمييز بين الوسيلة التي تحافظ على التوازن في استخدام الحواس والتي تقدم المعنى جاهزاً إلى حد ما وتقلل احتياج الفرد للخيال وسماها بالوسائل الساخنة، أما الباردة فهي التي تحتاج إلى المحافظة على توازن الحواس وتحتاج قدر كبير من الخيال فالمطبوع والراديو ساخن أما التلفزيون بارد.<sup>2</sup>

#### • الانتقادات الموجهة للنظرية:

إن القول بأن التغيرات الاجتماعية تحدث نتاج تأثيرها بالعامل التكنولوجي وحده، يعتبر تجاهلاً للعوامل الأخرى حيث أن الكثير من التغيرات الاجتماعية تحدث دون تغيرات تكنولوجية.

الاحتمية تتجاهل الإنسان باعتباره العنصر الفاعل في التغيير مثلاً الحركات الاجتماعية والثورات الفكرية التي عرفها تاريخ البشرية.<sup>3</sup>

• **الاحتمية التكنولوجية في البيئة الرقمية:** يعتقد البعض أن التكنولوجيا الرقمية منحت الفرصة لإثبات صحة رؤية ماكلوهان لوسائل الإعلام إذ يذكر أن كل وسيلة إعلامية جديدة تستعين بخصائص الوسيلة التي سبقتها في الوجود وحتى لغتها، وهذا ما حصل فعلاً مع شبكة الإنترنت التي تشكل محتواها من وسائل الإعلام التي سبقتها وجوداً، وأنتجت وسيلة هجينة تجمع خصائص الوسيلة السمعية والسمعية

<sup>1</sup> ياسين قرناي، مرجع سبق ذكره، ص ص (68-69).

<sup>2</sup> رشيد بن راشد، حسنية بلحاج: مقارنة الاحتمية التكنولوجية - دراسة تحليلية تاريخية، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، العدد 04، المجلد 07، 2019، ص 61.

<sup>3</sup> رندا بوسعيد، مرجع سبق ذكره، ص 49.

البصرية والمكتوبة وفرضت شكلا مبتكرا للقراءة والمشاهدة<sup>1</sup>، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي منصات تغير أسلوب تواصلنا، حيث يعتمد الناس على التغريدات والمنشورات للتعبير، فضلا عن دورها في تشكيل الحركات السياسية التي برهنت عن قدرة الشبكات بفضل ميزاتها-البث المباشر، الفيديوهات القصيرة، الحركات والمؤثرات، والموسيقى..- وقدرتها على تشكيل الرسالة في تحويل مسارات سياسية واجتماعية عديدة.

● مجال الاستفادة من نظرية الحتمية التكنولوجية في دراستنا:

- تساعدنا النظرية في تحليل كيفية توظيف الأحزاب السياسية للتقنيات الحديثة التي يوفرها فيسبوك، مثل البث المباشر، التفاعل مع الجمهور، استخدام الصور والفيديوهات، ومنه قدرتها على تغيير أساليب التواصل السياسي التقليدي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية وتوجهه نحو بيئة أكثر تفاعلية وتأثيرا.
- من خلال النظرية يمكننا تفسير كيف أن طبيعة الفيسبوك كمنصة تكنولوجية فرضت على الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة أنماطا جديدة من التواصل، تعتمد أكثر على الوسائط المتعددة والتفاعل المباشر، وهو ما يساهم في تشكيل نوع جديد من الخطاب السياسي يتميز بالسرعة والتفاعل الفوري مع الأحداث.
- تساعدنا النظرية في تفسير كيف أن مضمون الخطاب السياسي لا ينفصل عن التكنولوجيا التي تستخدم لنشره فتوظيف فيديو قصير تتيحه المنصة قد يؤثر على كيفية استقبال الجمهور لهذا المحتوى وتفاعله معه.

<sup>1</sup> نصر الدين لعباضي: التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، 6 ديسمبر 2021، تم التصفح يوم 18 جويلية 2024، على الساعة 19.00، متاح على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5226>

## الفصل الثاني

الاتصال السياسي وشبكات التواصل  
الاجتماعي في الجزائر

## 1. الاتصال السياسي - المكونات، الوظائف والخصوصية الجزائرية -

تمثل إشكالية الاتصال السياسي داخل الأنظمة الديمقراطية سؤالا محوريا يستمر طرحه وإعادة طرحه بصفة مستمرة بهدف خلق نقاش سياسي دائم حول المسائل الجوهرية، وبالنظر لأهمية الاتصال في الحياة اليومية أصبحت شرعية النظم السياسية الديمقراطية مرتبطة بقدرتها على الاتصال الفعال، إلى درجة اعتباره رهانا حقيقيا لكل من يريد ممارسة السلطة، وعليه لا توجد حكومة أو حزب في المجتمعات لا تستثمر في هذا المجال الذي يطور بصفة معتبرة وأصبح أكثر تعقيدا لسببين أولهما تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة على غرار شبكات التواصل الاجتماعي عامة، وشبكة فيسبوك خاصة، والثاني هو القدرة المتزايدة للجمهور على تفكيك مدونات الرسائل السياسية.

يعد الاتصال السياسي في الجزائر ركيزة أساسية لتبني الديمقراطية بعد إقرارها دستوريا ولذا فهو وسيلة لنقل الأفكار والآراء السياسية من الفاعلين إلى الجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيري والإلكتروني، وهو يواجه العديد من التحديات التي فرضتها المتغيرات السياسية والتقنية في الجزائر، وبناء عليه سيكون هذا الجزء من الدراسة ميدانا للبحث في الاتصال السياسي عامة، والجزائري خاصة.

## 1.1 مفهوم الاتصال السياسي:

تُعتبر المفاهيم في البحث العلمي بمثابة مفاتيح لفهم الدراسة، إذ يتجه إليها الباحث ليحدد ويتعرف على بحثه بدقة، ويقول في هذا نصر الدين لعياضي يقتضي بناء أي موضوع التسلح بـعدة مفاهيمية والمفاهيم هي تمثيلات ذهنية مجردة وعامة وموضوعية يحملها ذلك الحامل اللفظي والذي يستند عليه التفكير العلمي<sup>1</sup>، وتصبح المصطلحات مفاهيمًا عندما تمر بالجوانب الثلاث (الجانب اللغوي وهو ضروري لكنه غير كاف لوحده في البحث العلمي لتعدد مدلولاته، الجانب الاصطلاحي وهو كذلك ضروري غير أنه لا يكفي في الدراسات الكمية ويتناسب والدراسات النظرية، الجانب الإجرائي وهو ضروري ولا بد من وجوده في الدراسات الميدانية الكمية)<sup>2</sup>، وبحكم عرضنا للتعريف الإجرائي الخاص بمفاهيم الدراسة في الجزء المنهجي، فإننا سنعرض في هذا الجزء من الدراسة التعاريف اللغوية والاصطلاحية تفصيلاً، وبداية مع الاتصال السياسي:

**الاتصال السياسي:** يتكون مصطلح الاتصال السياسي من كلمتي الاتصال والسياسة.

**الاتصال في معاجم اللغة:** تعددت التعاريف المقدمة للاتصال في قواميس اللغة ونطرح بعضها في هذا العنصر من الدراسة.

تُعرف كلمة الاتصال أو (communication) باشتقاقها من

أصلها اللاتيني (communis) أي (common) ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة أي أننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.<sup>3</sup>

وتوافق ذلك مي العبد الله فترى أن الاتصال يعني المشاركة وتكوين العلاقات، أما في اللغة العربية فيرجع الاتصال إلى الفعل اتصل، والاسم يعني المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار والآراء والمعلومات، عن طريق الكلمات والإشارات والرموز.<sup>4</sup>

تتقاطع التعاريف في كلمة المشاركة والتبادل وهذا يدل أن العملية الاتصالية هي عبارة عن عملية دائرية بين عنصرين أساسيين هما المرسل والمستقبل.

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي: مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الإستمولوجيا والأيدولوجيا، إضافات، العدد 30، 2015، ص 232.

<sup>2</sup> بلقيي فطوم: الأسس المنهجية لتحديد المصطلحات والمفاهيم في البحوث الاجتماعية، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 01، 2022، ص 516.

<sup>3</sup> مُجد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014، ص 7.

<sup>4</sup> مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2014، ص 21.

الاتصال في المعنى الاصطلاحي: تختلف التعريفات الاصطلاحية للاتصال من باحث لآخر ومن بيئة لبيئة أخرى وتختلف تبعاً لمتغير الزمن.

ينقل لنا الباحث فضيل دليو بعض التعريفات الخاصة بالاتصال في البيئة الغربية فعرفه تشارلز كولي (Charles Cooley) بأنه ذلك الميكانيزم الذي توجد من خلاله العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان. أما تشارلز رايت (Ch. R. Wright) فيرى أن الاتصال هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد أما من وجهة نظر بيرلسون وستاينر (Berelson , Steiner) فقد عرفا الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات، أما الباحث كارل هوفلاند (Carl Hovlzd) فيرى أن الاتصال هو العملية التي ينقل عمدا بمقتضاها المرسل منبهات لكي يعدل سلوك المستقبلين وعكس ذلك يرى إدوارد ساير (Edward Sapir) يشمل الحالات التي لا يكون فيها نقلا متعمدا للمنبهات.<sup>1</sup>

أما في البيئة العربية فيعرفه كمال الدين جعفر عباس أنه عملية ديناميكية يقوم بها الشخص لنقل رسالة ما تحمل معلومات وأراء واتجاهات أو مشاعر إلى الآخرين لهدف ما عن طريق الرموز في ظرف ما بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش.<sup>2</sup> ويضيف عليه عبد الرزاق الدليمي أنه العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين.. ويقوم على جملة من الأشكال الرمزية المستمدة من الثقافة التي يرتبط بها الفرد أو يتعلمها عن طريق الخبرة الشخصية.<sup>3</sup>

تأسيسا على ما سبق فإن الاتصال في أبسط معانيه هو عملية نقل و تبادل المعلومات بين الأطراف الأساسية للعملية الاتصالية (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل) بغرض إحداث تغيير في المواقف والاتجاهات والسلوك.

### السياسة: في معاجم اللغة:

تعرف السياسة لغة مثلما جاء في لسان العرب لابن منظور أن السياسة مصدر للفعل " ساس " يسوس، وساس الأمر سياسة: قام به وسوسه القوم: جعلوه يسوسهم.<sup>4</sup> بمعنى يقودهم، والسياسة (Politique / Policy)

<sup>1</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط 4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص ص (15-16).

<sup>2</sup> كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، ط 1، المكتب الإسلامي، بيروت. لبنان، 2004، ص 37.

<sup>3</sup> عبد الرزاق مجد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص (27-28).

<sup>4</sup> ابن منظور: لسان العرب، الجزء 6، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1996، ص 492.

وهو التدبير الحكيم والنظر الحصيف في عواقب أمر ما والجهة التي تضع سياسة خاصة بهدف معين ترتبط بإطار للعمل التنفيذي لتحقيق هذا الهدف.<sup>1</sup>

### السياسة في المعنى الاصطلاحي:

تختلف التعريفات بين البيئة الغربية والعربية ومن مجتمع لآخر فيرى الباحثون في البيئة الغربية أنه لا يوجد تعريف واحد للسياسة يحظى بولاء جميع باحثي العلوم السياسية، ولكن ذلك لا يعني عدم وجود تعريف متفق عليه عالمياً وتعرف السياسة بمفهوم بسيط وهو الصراع من أجل السلطة<sup>2</sup>، ويرى آميل ليتريه (E. Littré) بأن السياسة هي ماله علاقة بالشؤون العامة ويشير لالاند (André Lalande) إلى أن السياسة هي كل ماله علاقة بالدولة والحكم<sup>3</sup>، ويصف كذلك مصطلح السياسة أو الخطط والبرامج والمبادئ أو بعبارة أعم مساق فعل يؤديه فاعل من نوع ما غالباً ما يكون فاعلاً سياسياً مثل حكومة، حزب، أو رجل سياسة.<sup>4</sup>

أما عند العرب فالسياسة لفظ لها دلالات كثيرة ومتشعبة، لكن من حيث الحركة اللغوية تتجه تقريبا نحو مفهوم التدبير والتنظيم. فالسياسة عند العرب في معناها العام تتجه نحو حسن التدبير والعناية بالشيء. فكل ما هو قابل للتدبير عند العرب يعد موضوعاً لها ومن ذلك لفظة السياسة.<sup>5</sup> وهي أيضاً علوم الحكومة وفن علاقات الحكم وتطلق على مجموعة الشؤون التي تهم الدولة، وآخرون يعدون السياسة أنها تدور حول الرعاية والتدبير لشؤون الناس، وهدفها تحقيق الخير، والتطلع إلى التغيير وتحسين الشأن، وإبعاد الشر على أساس التحكم في كل شيء يطال الإنسان في الحياة، واستعمال الحيلة والحذر والمكيدة ضد الأعداء، والتحلي بالمرونة.<sup>6</sup>

يتجه مصطلح السياسة في البيئة الغربية نحو السلوك والممارسة والقوة والسيطرة والصراع على الحكم، بينما يتجه في البيئة العربية نحو الفن والتنظيم والتدبير وهو ما يشبه فيما يعرف في الإسلام بالشورى.

<sup>1</sup> أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية إنجليزي- فرنسي- عربي، د ط، مكتبة لبنان، لبنان، 1982، ص 318.

<sup>2</sup> Mary Hawkesworth, Maurice Kogan : **Encyclopedia of government and politics** , Encyclopedia of government and politics, Volume 1, British Library Cataloguing in Publication Data, 1992, p p ( 23- 26).

<sup>3</sup> جاسم زكرياء: المدخل إلى علم السياسة، د ط، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018، ص 4.

<sup>4</sup> طوني بينيت وآخرون، ترجمة سعيد الغانمي: مفاتيح اصطلاحية جديدة " معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع"، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت- لبنان، 2010، ص 412.

<sup>5</sup> عبد القادر عرفة: المدينة والسياسة - دراسة في الضروري في الضروري في السياسة لابن رشد، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص ص (76- 77).

<sup>6</sup> فادي مجدي جديد: دور الأحزاب السياسية في عملية التنمية السياسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 2، المجلد 37، 2021، ص 399.

## الاتصال السياسي:

تعددت التعريفات المقدمة لمصطلح الاتصال السياسي وبقي الإجماع على تعريف موحد غائبا، وهذا نظرا لعدم اتفاق الباحثين في حقل الاتصال السياسي على تعريف موحد، فإراه معظم الباحثين نمطا جديدا من أنماط الاتصال يحتاج للكثير من الاجتهاد. فيما يراه البعض الآخر وجد مع وجود الاتصال البشري والحاجة لتنظيم الدولة والشعوب وهو ما يتقاطع مع تعريف مصطلح الاتصال في مفهومه العام ونستعرض في هذا الجزء مجموعة تعريفات لباحثين عرب وأجانب:

في المعاجم تعرف الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية مصطلح الاتصال السياسي Political Communication بأنه يشير إلى ذلك التدفق المستمر للمعلومات فيما بين وحدات النظام السياسي وبينه وبين النظم الأخرى داخل وخارج المجتمع وتتم من خلال وسائل الإعلام والأحزاب وجماعات المصلحة والبيروقراطية وقادة الرأي.<sup>1</sup> ويعرف ميدو (Meadow) بأنه مجموع الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي والمؤثرة فيه، نلاحظ اشتراك هذا التعريف مع مصطلح الاتصال في تبادل الرموز والإشارات والكلمات المنطوقة والمسموعة والسمعية البصرية... بينما دومينيك وولتون (Dominique Wolton) أضاف على تعريف ميدو بأنه ذلك الفضاء الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة للفاعلين الثلاثة الذين يمتلكون شرعية التعبير عن أنفسهم أمام العامة حول السياسة والمتمثلين في، رجال السياسة والصحفيين و الرأي العام من خلال صناديق الاقتراع.<sup>2</sup>

يختلف هذا التعريف عن ما سبقه في بعض الجوانب منها:

- ✓ توسيع الرؤية التقليدية لمنظور الدراسات الإعلامية في مجال الاتصال السياسي التي كانت تقتصر على دراسات التأثير والتي ركزت على تأثير فاعل سياسي على الجمهور من خلال بحوث المسوح، دون التركيز على علاقة الفواعل الثلاث ببعض.
- ✓ تحديد أصل وجوهر الاتصال السياسي والمتمثل في كونه فضاء للتعبير والتشابك بين ثلاثة عناصر تؤسس للديمقراطية وإشراك الأفراد أو ما سماه الباحث " الرأي العام " وهذا عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الأفراد لضمان معرفة حال الرأي العام.
- ✓ يؤكد التعريف أيضا أن الجمهور ليس غائبا عن التفاعل في الاتصال السياسي فهو ليس تبادل للخطابات السياسية بين الطبقات السياسية ووسائل الاتصال والأحزاب السياسية وباقي المؤسسات السياسية إنما هو ذلك الحضور الحقيقي للرأي العام.

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية، 2006، د ط، د ب ن، ص 17.

<sup>2</sup> Dominique Wolton: *La communication politique – construction d'un modèle*, Hermès, N° 4, 1989, P 29.

يلاحظ تركيز الباحثين الأجانب على هرمية الاتصال السياسي القائم على ثلاث مرتكزات رجال السياسة (الفاعلين السياسيين) وسطاء الإعلام (الصحفيين) و الرأي العام الممثل في المواطنين أو الجمهور. أما بالنسبة لتعريفات الباحثين في البيئة العربية فمعظمها ترجمة لما تناوله الباحثين في الغرب رصدنا في هذا الجزء بعض الإضافات منها، سعد بن سعود يعرفه بأنه العلم الذي يدرس مجموع الأنشطة و الفعاليات التي يمارسها القائمون بالعملية الاتصالية من أجل تحقيق بعض الأهداف السياسية وينصب جوهره في إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات والمواقف والآراء لدى الجمهور المستقبل للرسائل السياسية، وذلك بغرض تحقيق أهداف محددة يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية.<sup>1</sup>

نلاحظ أن الباحث اتجه بتعريفه للاتصال السياسي نحو العلم الذي يدرس الأنشطة السياسية وليس الممارسة الفعلية للأنشطة السياسية.

ويتجه جبار علاوي نحو اعتباره نشاط موجه يقوم به الساسة والإعلاميون أو أفراد الشعب والذي يعكس أهداف سياسية محددة تتعلق بالقضايا السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل اتصال متعددة.<sup>2</sup>

يشترك تعريف الباحثين السالفا الذكر في كون الاتصال السياسي مجموعة أنشطة موجهة ومدروسة من طرف القائم بالاتصال بغية التأثير في المواقف والاتجاهات السياسية والمجتمعية ويقوم على ثلاث فواعل هم السياسيون والإعلاميون والأفراد.

وأضاف عليهما يوسف بومشعل بتعريف مغاير قائلاً أنه "مجموع التقنيات والمسالك التي يعتمد عليها الفاعلون السياسيون من أجل إغراء وإدارة و مراوغة الرأي العام ويمارس الاتصال السياسي من قبل الشخصيات و الأحزاب من أجل ضم المواطنين ودفعهم لتقبل البرامج و الأفكار السياسية و يعتمد الاتصال السياسي خصوصاً على المزاجية ما بين تقنيات الملاحظة الاجتماعية الخاصة بعلم الاجتماع و تقنيات ترويج المنتجات الخاصة بالإشهار."<sup>3</sup>

أما الاتصال السياسي بمفهومه الحديث، فيعبر عن جملة الممارسات الرامية إلى إقامة روابط بين محترفي السياسة و ناخبهم و ذلك باستعمال خاص للسبل التي تقدمها وسائل الإعلام من المقال الصحفي إلى الشريط ومن النشر البريدي إلى النشر الإلكتروني "<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد بن سعود البشر : مقدمة في الاتصال السياسي، ط 02، مكتبة العبيكان، الرياض- السعودية، 2011، ص 40.

<sup>2</sup> جبار علاوي، مرجع سبق ذكره، ص 161.

<sup>3</sup> بومشعل يوسف: دور الاتصال السياسي في ترقية قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري: مجلة أفاق للعلوم، العدد 3، المجلد 5، 2020، ص 1015.

<sup>4</sup> إدير معياش: وسائل الإعلام وعملية الاتصال السياسي، مجلة الدراسات الإفريقية، العدد 1، المجلد 1، 2014، ص 04.

من خلال استعراض التعريفات السابقة يمكننا الخروج بخاصيتين مهمتين للاتصال السياسي وهما:

- الاتصال السياسي هو عملية أساسية في الوقت المعاصر تسمح بوجود حوار وتشارك بين الفواعل الثلاث اللذين يمتلكون شرعية التحدث العلني في قضايا السياسة وهذه الشرعية اكتسبت من خلال الانتخابات بالنسبة لرجال السياسة وشرعية وسائل الاتصال الجماهيرية في مراقبة المحيط الاجتماعي ومنه السياسي وحق الصحفي في استقاء المعلومة الصحيحة وشرعية الفرد باعتباره كيان مجتمعي له حقوق مدنية مكفولة في المشاركة في صنع القرار من خلال حق الاقتراع وتقرير المصير السياسي.
- الاتصال السياسي لا يجري في إطار فضاء مغلق المعالم بل مفتوح على المجتمع حيث أن كل فاعل يتحدث.

وعليه يمكننا تعريف الاتصال السياسي من وجهة نظر إعلامية على أنه نشاط اتصالي تعمل من خلاله وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة - الصحيفة، الإذاعة، التلفزيون - وكذا وسائل الإعلام الحديثة على نقل ونشر وإيداع المضامين السياسية بغرض الوصول إلى الرأي العام و التأثير عليه من أجل تشكيل المواقف و الاتجاهات السياسية.

## 2.1 جدلية العلاقة بين الاتصال والسياسة:

بداية إنه ليس من القائم تصور العلاقة بين الاتصال والسياسة دون العودة إلى خلفيات علاقة هذين المفهومين، فنجد للإغريق الفضل الأول و السبق في الحديث عن السياسة بأشكال أخرى سميت بالدولة و الديمقراطية... والذي أخده عنهم فلاسفة الغرب في العصر الحديث.

بدأت هذه الأفكار بالحديث عن أصل الدولة و نشأتها والتي تحدث عنها أرسطو و أخذها عنه سير هنري حوالي القرن الرابع قبل الميلاد، ثم تدرج الحديث إلى رجل الدولة هذا المفهوم الذي بدأ مع سقراط و أخده عنه أفلاطون و كان لأرائهما أثر واضح على فلاسفة العصر الحديث لاحقاً.

أما التخصص و تقسيم العمل الذي نادى به سقراط و أفلاطون كان مقدمة للمبدأ العصري الذي نادى بوضع الرجل المناسب في المكان المناسب، وكذا المشاركة في الحكم التي تميزت بها أثينا في القديم و منه مبدأ سيادة القانون في أثينا. إن هذه الأفكار وعلى بساطتها إذا ما نظرنا لها في زمننا فأفكاراً عادية، إلا أنها كانت العوامل التي جعلت من الفلاسفة اليونانيين مهد التفكير في علم الاتصال السياسي.<sup>1</sup> ويرى مُجّد

<sup>1</sup> فضل الله مُجّد إسماعيل: الأصول اليونانية للفكر السياسي الغربي الحديث، ط 01، دار الجامعيين للطباعة والتجليد، الإسكندرية - مصر ، 2001، ص ص (8 - 9).

بن سعود البشر أن أفكار اليونانيين على الرغم من أهمية المرور عليها تاريخيا غير أنها عصور قد أوغلت في القدم.<sup>1</sup>

عموما اهتم علماء السياسة إلى جانب علماء الاتصال بدراسة التفاعل الموجود بين النظامين السياسي الاتصالي وما يحدث على مستوى هذه العملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا دائما على العلاقة الجوهرية بينهما، حتى أن منهم من نادى بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على نظريات الاتصال المعروفة لأن الاتصال هو حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار.

اهتم **ألوند Almond** بتحديد موقع الاتصال في النظام السياسي وشبه الوظيفة الاتصالية بالدورة الدموية مركزا على الجانب الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها تمثل المدخل الأهم لترجمة المصالح في المجتمعات الديمقراطية، إذ يعتبر ألوند أن كل شيء في السياسة هو اتصال، ومن جهة أخرى يرى **لاسويل Laswell** أن البناء الاجتماعي يشبه الهرم الذي يتربع الحكام وهم الصفوة على قمته وجماهير الشعب في القاعدة وبينهما أفراد المجتمع، وهؤلاء قد لا يكونون محايدين عند القيام بأدوارهم خصوصا أنهم يشكلون جزء من مؤسسات أو أحزاب سياسية أو غيرها من الجهات التي تقوم بدور نشط في السياسة العامة وهذا يتعلق بالتأثير الذي تمارسه وسائل الاتصال السياسي.<sup>2</sup>

بينما خلص **قابريل ألوند Gabriel Almond** إلى التأكيد على أن كل شيء في السياسة اتصال فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسية لتدفق المعلومات من النخب السياسية إلى الجماهير و أيضا لنقل المشاكل والطموحات وتصورات الجماهير إلى النخب، وعموما يتم النظر إلى العلاقة بين الطرفين الطرفين الاتصال والسياسة ضمن مستويين رئيسيين هما:

✓ **المستوى الأول:** إن وسائل الاتصال تتميز بكونها أداة رقابية وكذلك توجيهية لسياسات وقرارات المؤسسات السياسية.

✓ **المستوى الثاني:** إن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الاتصال لتصبح ضمن أدواتها لتحقيق أهدافها السياسية.

من جهته أشار **دافيد أبتير David Apter** إلى أن عدم اكتمال دائرة المعلومات يؤثر سلبا على فاعلية النظام السياسي وسياسته، ويعقد في ذلك مقارنة بين التدفق الإعلامي والنظم السياسية للدول النامية حيث

<sup>1</sup> نجّد بن سعود البشر، مرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>2</sup> إبراهيم بسيوني حمادة: دور الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، 1993، ص ص (51-52).

تكون دائرة المعلومات في الأولى غالبا مكتملة ومستمرة بينما في الثانية تكون المعلومات غير كاملة مما يؤدي إلى عدم استقرار النظام السياسي وعدم رشد سياسته.

بينما يذكر كروس ويفر أن النظام السياسي يتكون من ثلاثة عمليات مرتبطة بالاتصال هي:

- عمليات تتعلق بالجماهير مثل أفعال الأفراد غير المنتمين للنخبة.
- عمليات تتعلق بالنخبة.
- عمليات مشتركة بين الجماهير والنخبة وهي تتعلق بالأفعال التي يقوم بها الأفراد الذين ينتمون للجماهير من جهة والنخبة من جهة أخرى.<sup>1</sup>

بناء على ما طرحه الباحثون والمختصون في الاتصال يتضح لنا أن جل تصوراتهم تنحصر حول ما يلي: يوجد دائما ربط بين الاتصال والسياسة والمجتمع، حيث تعتبر العملية الاتصالية انعكاس لتطور المجتمع ونشاطه الاتصالي والصفوة هي التي تتربع على عرش العملية الاتصالية ثم في أعلى الهرم يأتي بقية الجماهير. وعليه فتوجد علاقة جوهرية بين العملية الاتصالية والسياسية.

إنه يصعب تصور العملية السياسية بدون عملية تواصلية موازية لها أو قائمة عليها، والواقع أن ما يوجد بين طرفي هذه المعادلة هي علاقة جدلية بكل المقاييس غير أن دائرة التأثير بينما تختلف بالنظر للنظام السياسي السائد، فالنظامان أي الاتصال والسياسة كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي، ومن هنا تتمظهر عملية استقطاب وسائل الإعلام من طرف السلطة السياسية فإما أن يكون الغرض هو توظيفها في الدعاية أو أن الغرض هو اعتمادها كوسيلة لتجميل صورة النظام السياسي.<sup>2</sup>

يبقى تأثير الاتصال على السياسة أو العكس لا يتحقق إلا إذا توفرت شروطه ومن أهم هذه الشروط توفر ما يجب أن يكون من بعد فكري في كلتا العمليتين الاتصال والسياسة، فكل نشاط إنساني وبخاصة إذا كان اتصاليا أو سياسيا يدير ظهره للفكرة يصاب بالشلل كما يعبر الأستاذ مالك بن نبي رحمه الله، أما إذا افتقد البعد الفكري فإنه يصاب إضافة إلى ذلك بالاضطراب والعمى والضلال عن الوجهة القاصدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بكار أمينة وسوراخ إلهام: الاتصال السياسي و أحداث الربيع العربي بين قيود المفهوم ومتطلبات الممارسة ، مجلة المفكر، العدد 17، 2018، ص ص (459-460).

<sup>2</sup> عامر أمال: أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب- دراسة تحليلية لبرنامج جورتال القوسطو، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017-2018، ص 49.

<sup>3</sup> كمال الدين جعفر عباس، مرجع سبق ذكره، ص 41.

بعد ذلك تطورت البحوث الخاصة بالاتصال والسياسة كمجال بحثي خاص، وكانت 1957 بالنسبة للمهتمين بمقل الاتصال السياسي عام النبوءة بظهور ملامح نمط جديد من أنماط الاتصال السياسي<sup>1</sup>، حيث بدأ في الخمسينيات الاهتمام بالموضوعات ذات العلاقة بالاتصال والسياسة كتأثير التلفزيون على الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة عام 1952، وقد تنوعت البحوث في مجال الاتصال السياسي وبلغت الذروة في اهتمام الباحثين والمتخصصين بها وبخاصة في حقل الاتصال والعلوم السياسية، ففي عام 1972 أصدر مجموعة أساتذة الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية قائمة ببليوغرافية بأسماء بعض الدراسات في مجال الاتصال السياسي، فكان مجموع ما استطاعوا جمعه يزيد عن 1500 دراسة متخصصة، ثم توسعت الدراسات فلم تعد تقتصر على العلاقة بين الحكومة والمجتمع فقط، بل توسعت لدراسة اللغة السياسية، الخطابية السياسة الدعاية السياسية والمناظرات وسائل الإعلام الحملات، الانتخابية الرأي العام، السياسة العامة<sup>2</sup>.

مر الاتصال السياسي بثلاث مراحل خلال تطوره حيث نشر الباحثان بلومر و كافناغ بحثا مطولا سنة 2010 في مجلة الاتصال السياسي التي تصدر عن بريطانيا تحت عنوان " العصر الثالث للاتصال السياسي : الآثار والسمات و قد حدد الباحثان التغيرات الأساسية التي طرأت على المجتمع الأنغلو سكسوني ووسائل الإعلام والتي حددت بدورها شكل الاتصال السياسي في عديد الأنظمة الديمقراطية خلال الفترة ما بعد الحرب العالمية الثانية ... حيث ذكر البحث ثلاثة عصور مختلفة للاتصال السياسي وهي:

**العصر الأول:** و هو عصر ارتبط فيه الاتصال السياسي بشكل كبير بالمؤسسات السياسية التي اتسمت نسبيا بالقوة والاستقرار من حيث الأفكار والبرامج.

**العصر الثاني:** فيه زاد حجم قاعدة الناخبين وقد ساعد في ذلك التصويت باستخدام الهاتف المحمول، كما زادت احترافية الأحزاب في مجال إدارة الحملات الانتخابية واستطاعت التوفيق بين التوجهات الإعلامية للقنوات التي تعمل لصالحها و بين المحطات التلفزيونية المحدودة الأخرى و التي تبني توجهها إخباريا مغايرا لتوجهها.

**العصر الثالث:** و الذي اعتبره الباحث لا يزال في مرحلة النشأة حيث يتسم بوفرة كبيرة في وسائل الإعلام، وقد ساهمت عدة متغيرات في ظهوره خاصة المتعلقة بالاحترافية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> مُجَّد بن سعود البشر، مرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>2</sup> أمال عامر، مرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>3</sup> يوسف بوفلجين: الاتصال السياسي عبر الإنترنت قياس مؤشرات أداء صفحات التواصل الاجتماعية- الأحزاب السياسية الألمانية نموذجًا، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2017-2018، ص ص(31-32).

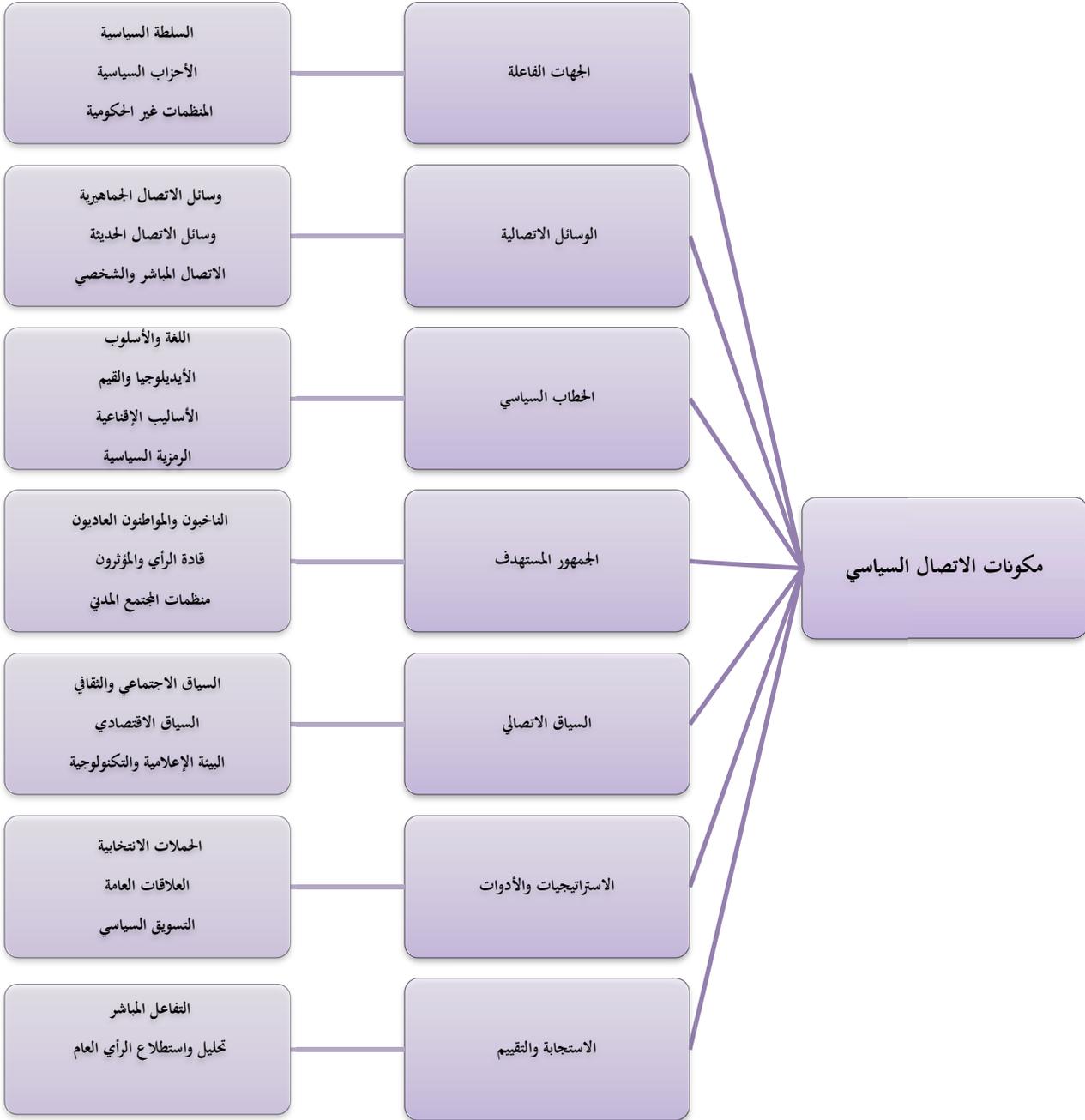
مما يجب الإشارة إليه هنا أن تطور علاقة الاتصال بالسياسة في شكل بحوث خاصة بمجال الاتصال السياسي كانت في دول غربية.

### 3. مكونات الاتصال السياسي:

إن الاتصال السياسي عملية ديناميكية تهدف إلى نقل الرسائل السياسية وتبادل المعلومات بين الفاعلين السياسيين والجمهور، ويشمل الاتصال السياسي مجموعة متنوعة من المكونات التي تعمل معا لتوجيه الرأي العام، بناء الدعم السياسي، تعزيز المشاركة السياسية.. تتوزع هذه المكونات على عناصر رئيسية كل عنصر يشير إلى أهم أطراف عملية الاتصال السياسي (السلطة، وسائل الاتصال، الجمهور) على غرار العناصر المتعارف عليها (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، الجمهور المستهدف، التغذية الراجعة أو العكسية)، تقول الباحثة Lynda Lee Kaid إن مكونات الاتصال السياسي لم تتغير وظلت كما هي وتتجسد في الأسئلة المعروفة التي طرحها عالم الاجتماع هارولد لاسويل في مقال نشر عام 1969 من خلال طرح التساؤلات من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي قناة؟ بأي تأثير؟ وينبغي تركيز الاهتمام على مرسلي الرسائل ومستقبلها وعلى الرسالة نفسها والقناة التي تنقل عبرها من مصدرها إلى وجهتها، والأثر الذي أحدثته إن وجد، وبناء على ذلك يدرس باحثو الاتصال السياسي أمورا مثل السمات البارزة لمنشئي الرسائل السياسية والخلفيات والمواقف التي تصدر من المتلقين لتفسير الرسائل وشكل الرسائل وجوهرها، والأثر الذي تتركه مختلف قنوات الاتصال على الرسائل التي تندفق عبر شبكاتهم وفي نهاية المطاف على تأثير الرسائل على العمليات السياسية على المستويين الفردي والمجتمعي.<sup>1</sup> وعموما قسمناها إلى سبعة عناصر كالتالي:

<sup>1</sup> Lynda Lee Kaid: **Political communication research**, lawrence erlbaum associates, publishers, Mahwah, New Jersey, London, 2004, P 46.

الشكل رقم 01: يوضح مكونات الاتصال السياسي



**1 3 1: الجهات الفاعلة:** وهي الجهات التي تمتلك الأفكار والمعلومات والبرامج والاستراتيجيات السياسية- أي المرسل- التي تود نقلها إلى الطرف الآخر من العملية الاتصالية -أي إلى الجمهور- وبذلك تكون هي منشئة الرسالة في عملية الاتصال السياسي وصنفتها كالتالي:

**السلطة السياسية:** إن السلطة السياسية هي الوظيفة الاجتماعية التي تقوم على سن القوانين وحفظها وتطبيقها ومعاينة من يخالفها وهي التي تعمل على تغييرها وتطويرها كلما دعت الحاجة، وحسب الأهداف

التي رسمتها الجماعة لنفسها وبذلك فإن التنظيم، التقرير، العقاب، هي من مهام السلطة في أية جماعة كانت.<sup>1</sup> وهي قوة ذات طابع نظامي ترتبط بمنصب أو موقع أو وظيفة رسمية معترف بها في المجتمع وتحويل صاحبها حق إصدار قرارات لها صفة الإلزام بالنسبة للآخرين وتمنحه حق توقيع الجزاء على من يخالفها وهي قوة محددة منظمة بشكل رسمي.<sup>2</sup> ويخصص فيها رجال السياسة قدرتهم وعملهم على التعامل مع الأوضاع السياسية والاجتماعية وينتخبون ممثلا سياسيا وهو فرد قادر على الجمع بين المصالح العليا للدولة ومطالب المجموعات الاجتماعية المتنوعة واحترام الحريات العامة.<sup>3</sup>

الأحزاب السياسية: يلجأ الحزب إلى الاتصال السياسي بهدف إيصال رسائل سياسية تعتمد بصورة كبيرة على الحوار المفتوح مع الجماهير المختلفة، وهذا بهدف ترسيخ العقيدة السياسية للحزب أي أيديولوجيته في عقول الجماهير رغبة في كسب التأييد الشعبي، وتستعمل الأحزاب في ذلك خاصية الاستماع لانشغالات المواطنين والرغبة في تقديم خطط واستراتيجيات سياسية هامة لمعالجتها وتغيير الأوضاع السياسية.. وإذا ما أصبح الحزب في السلطة يستوجب عليه التركيز أكثر على الاستمرارية في تحقيق تطلعات الجمهور لضمان استمرارية الحكم.<sup>4</sup>

عموما تعد الأحزاب السياسي جزءا هاما من العملية السياسية في أي نظام ديمقراطي وهي أحد أبعاد الشرعية السياسية نظرا لكونها تشارك بطريقة مباشرة في الحكم من خلال المجالس البرلمانية والشعبية وحتى البلدية ومن خلال مراقبة وتقييم دور الحكومة وسياساتها، ولها حق الحديث عن الأوضاع العامة وتعبئة الجماهير لصالحها من خلال خطابها السياسي.

المنظمات غير الحكومية: رغم أن دورها أقل تأثيرا كفاعل سياسي غير أنها تؤثر على السياسات العامة، من خلال نشر المعلومات واللقاءات وحملات التوعية خاصة توظيفها لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الأحداث يجعل منها جهة فاعلة في الاتصال السياسي الحديث وتعرف بأنها تنظيمات أو جمعيات خاصة ينشئها الأفراد بمبادرة منهم وبعيدا عن تأثير السلطة السياسية، وتنشأ تلقائيا نظير الحاجة إلى تنظيم الصفوف

<sup>1</sup> عبد القادر عرابي: السلطة السياسية من منظور الحوكمة مفهوم قديم ومقاربة جديدة- أية علاقة؟، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14، 2018، ص 490.

<sup>2</sup> مولود طيب: أشكال وأسس الممارسات الموصلة للسلطة السياسية في الدولة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران، 2016، ص 44.

<sup>3</sup> Alian touraine : **Communication Politique et crise de la représentativité**, Hermès la Revue, n °1, 4, 1989, p46 .

<sup>4</sup> مهملي بن علي: الاتصال السياسي وتفعيل الأداء الحزبي في الجزائر، مجلة الصورة والاتصال، العدد 05، 2016، ص 137.

من أجل ممارسة نشاط ما،<sup>1</sup> زادت أهمية للمنظمات غير الحكومية عندما أصبحت تجتمع مع الدول لتطوير السياسات العالمية، بحيث تمتلك بعض هذه المنظمات القدرة على بعث التعبئة السياسية بين المواطنين، وهو أمر مخرج لقادة الحكومة من خلال توظيف الصحافة وغالبا ما تكون لها الخبرة الكبيرة في قضايا مركزية والتي قد تفتقدها الدولة فعلا<sup>2</sup>، وفي حالات خاصة يمكن للمنظمات الحكومية أن تكون عوامل حقيقية للتغيير وذلك أنها يمكن أن تقدم مساهمة حاسمة في نشر القضايا التي يتم التعامل معها بشكل سيء من قبل الدولة، ويمكنها أن تكشف عن جدول أعمالها مما يجعلها جماعات ضغط تؤثر على القرارات السياسية التي تعتبر نظريا مملوكة للدولة.<sup>3</sup>

**2.3.1. الوسائل الاتصالية:** تحتل وسائل الإعلام والاتصال دور الوسيط بين الجمهور والمؤسسات السياسية المختلفة ما يعني أنها عنصر هام من مكونات الاتصال السياسي، حيث أنها تقدم معلومات للناس كما تعبر عن السلطة السياسية فوسائل الإعلام مركب ثنائي تستقطب المعلومات وتقوم بإعطائها للآخرين، وقسمناها إلى:

**وسائل الاتصال الجماهيرية:** استطاعت وسائل الاتصال الجماهيرية - الصحف، الإذاعة، التلفزيون - منذ ظهورها أن تجبر الدول والحكومات على الاهتمام بقضايا ومشكلات ظلت إلى وقت قريب بعيدة عن دائرة الاهتمام، مما أثر بشكل كبير على السياسات الداخلية للدول وعلى صانعي القرارات السياسية في العالم، فتوجد علاقة ارتباطية بين وسائل الإعلام الجماهيري والمؤسسات السياسية، أي أن وسائل الإعلام هي الوسيط الناقل بين المؤسسات السياسية والجمهور المتلقي.<sup>4</sup> وهي تهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق والتحليلات من أجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية أو المنظمات الرسمية أو الشعبية يساهم في تكوين الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير، كما تقوم

<sup>1</sup> مصطفى بلعور وشنين مصعب: إشكالية عمل المنظمات الدولية غير الحكومية في دول الحراك العربي، مجلة دفاتر السياسية والقانون، العدد 15، جوان 2015، ص 401.

<sup>2</sup> Matthew Bolton, Thomas Nash: **The role of middle power-NGO- Coalitions in Global policy- the case of the cluster munitions Ban, Global policy, volume 1, may 2010, p p (173.174).**

<sup>3</sup> Délber Andrade lage, Leonardo nemer caldeira brant: **The Growing Influence of Non-Governmental Organizations: Chances and Risks**, anuário brasileiro de direito internacional, January 2008, p 81.

<sup>4</sup> مندر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط 01، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2013، ص 173.

وسائل الاتصال السياسي بدور مهم في التنشئة السياسية للأفراد من خلال تقديمها للمعلومات عن الحياة السياسية.<sup>1</sup>

تحتل وسائل الإعلام دور جوهري في العملية السياسية خاصة في عملية التثقيف السياسي فالإعلام الجماهيري في النظام الديمقراطي يعمل على التعريف بسياسات و أعمال الحكومة من خلال قنوات الصحافة، ويتم فحصها بشكل كامل بمعرفة رموز المعارضة السياسية والمعلقين والمحريين والجماهير بشكل عام، وتستخدم الموضوعات المنشورة بالجرائد ونشرات الأخبار كأساس للمناقشات وعندما يريد أحد كبار السياسيين اختبار رد فعل جماهيري إزاء فكرة متعلقة بالسياسات فإنه يطلق بالون اختبار في شكل لقاء صحفي متحفظ يعرض فيه مميزات تتيحها هذه الخطوة فإذا لقيت الخطة معارضة شديدة فإن المسؤول يتخلى عن هذه الخطة، وإذا لقيت مساندة جماهيرية فإنه يتخذ خطوات ايجابية لتنفيذها سواء عن طريق التشريع أو التنفيذ.<sup>2</sup>

**وسائل الاتصال الحديثة:** هناك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام الجديدة والعملية السياسية حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي حلقة الوصل بين الجمهور والنظام الحاكم صانع القرارات، وهذه الوسائل هي التي تسهم بدرجة كبيرة في إنجاح أو فشل النظام السياسي، كما تشكل المشاركة السياسية للأفراد من خلال النشاطات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية والتي يساهم بمقتضاها أفراد المجتمع في اختيار حكامهم.

كما أن المشاركة السياسية للأفراد من خلال النشاطات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية تسهم في إشراك أفراد المجتمع في اختيار حكامهم وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، وعليه سيشارك الأفراد في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام لفرض ممارسة السلطة والتعبير عن آرائهم من القضايا الوطنية بشكل آني وسريع، وساهم ازدياد استخدام وسائل الإعلام الجديدة في تغيير جوهر العملية السياسية بصفة عامة والتعبئة الاجتماعية على الخصوص وصار فاعلوا الحقل السياسي أكثر ميلا لاستخدامها في مهامهم، حيث تشير معظم الدراسات إلى أن الإنترنت من أكثر القنوات تأثيرا على مستوى النشاط السياسي للأفراد مما أدى لولادة اتصال سياسي حديث نسبة لما يسمى بالإعلام الجديد القائم على الشبكات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد بوعون: وسائل الإعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 23، ديسمبر 2016، ص ص (107 - 108).

<sup>2</sup> إدوين إمري وفيليب أولت، ترجمة إبراهيم سلامة: الاتصال الجماهيري، د ط، المجلس الأعلى للثقافة، د ب ن، 2000، ص 38.

<sup>3</sup> أمينة عطاء الله: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 04، الجزائر، 2019، ص ص (444 - 445).

برزت أهمية الإعلام الجديد في المجال السياسي من خلال السماح للأشخاص بإبداء آرائهم مباشرة في العديد من القنوات السياسية حيث استطاع الإعلام الرقمي تحرير الخطاب العام وتمكن من فرض واقع سياسي وفتح آفاق سياسية جديدة ولم تعد الدولة هي الفاعل السياسي الوحيد فيها<sup>1</sup>

عموما تكتسي شبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في عملية الاتصال السياسي، حيث أصبح الساسة والنخب الحاكمة مثل المسؤولين والمرشحين والأحزاب يوظفونها كقناة تواصلية مع الجمهور.. حيث أصبح بإمكانهم إدارة حملاتهم الانتخابية من خلال البث المباشر الذي ينتجه فيسبوك والفيديوهات عبر يوتيوب وحتى مشاركة الصور عبر أنستغرام..

**الاتصال المباشر والشخصي:** وهو الاتصال الذي يسود حياتنا اليومية والذي يضمن لنا البقاء والتطور في الحياة ولولاه لما استطاع الإنسان أن يصل إلى هذا القرن مصحوبا بتجارب الآخرين، ويمتاز هذا النوع من الاتصال بأنه مباشر ويحدث في منطقة جغرافية محددة ويستطيع القائم بالاتصال فيه أن يحصل على رجع صدى بشكل مباشر، يقول الدكتور علي أبو العلا "يمتاز الاتصال الشخصي على الجماهيري بالآتي:

- 1 - إن اتجاه انتقال الرسالة هنا في اتجاهين.
  - 2 - القدرة على اختيار المستقبل.
  - 3 - القدرة عن الاستعلام عن تأثير الرسالة لدى المستقبل.
  - 4 - تأثير الاتصال الشخصي في المستقبل أكثر من الاتصال الجماهيري خاصة مناطق الريف.
- كما يشير إلى أنه يمتاز بعدة ميزات أهمها:
- انخفاض تكلفة الاتصال الشخصي بالقياس إلى الوسائل الأخرى التي تحتاج إلى نفقات مالية وإمكانات عالية تفوق ما ينفق على الاتصال الشخصي.
  - إمكانية توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف وذلك يتيح للقائم بالاتصال مخاطبة كل جمهور باللغة التي يفهمها فالجماهير تختلف من منطقة لأخرى.
  - سهولة قياس رجع الصدى.<sup>2</sup>

عموما يُستعمل الاتصال الشخصي في المجالات السياسية والممارسات الديمقراطية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 06، 2018، ص 131.

<sup>1</sup> عماد لبيد: الإعلام الجديد والآفاق الجديدة للتعينة السياسية والممارسات الديمقراطية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 06، 2018، ص 131.

<sup>2</sup> محمد علي أبو العلا: فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، د ب ن، 2014، ص ص(23-24).

الإعلام الرقمي الجديد، غير أنهم يتجهون لإلقاء الخطابات عبر الاتصال الشخصي عن طريق زيارة الناس في الأماكن التي يقيمون به والتحدث معهم في منابهم، ويسمى هذا بالاتصال المباشر أو بالاتصال وجها لوجه. **3.3.1 الخطاب السياسي:** يذهب فيليب بروتون Philippe Breton إلى تعريفه على أنه نشاط إنساني يتخذ أوضاعا تواصلية متعددة ووسائل متنوعة ويهدف إلى إقناع شخص أو مستمع أو جمهور ما، بتبيين موقف ما أو المشاركة في رأي ما.<sup>1</sup> ويعرف الخطاب السياسي discours politique كذلك أنه الخطاب الموجه عن قصد إلى متلق مقصود، بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب، يتضمن هذا المضمون أفكارا سياسية، أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسيا والخطاب السياسي يهتم بالأفكار والمضامين<sup>2</sup>

وبذلك فالخطاب السياسي هو ذلك الشكل الذي يستخدمه الفاعلون السياسيون والأحزاب السياسية في نقل مضمون أفكارهم واتجاهاتهم السياسية والأيدولوجية للتأثير على اختيارات الفئة المستهدفة مستعينا بمختلف وسائل الإعلام ( الصحف، الإذاعة، التلفزيون، ومواقع التواصل الاجتماعي) للوصول إلى السلطة.

ويمثل عنصر الرسالة السياسية أي مضمونها وشكلها، حيث أن الرسائل السياسية المبتوثة إعلاميا أو شبكيا مشفرة، وعليه وجب علينا التفكير كيف نقرأ تلك الرسائل، وكيف أن هذه الرسائل تسهم في خطابات أوسع انتشارا، ونحن هنا نحتاج بشدة لطرح سؤال من يمكنه التكلم؟ ويمكننا أن نجادل بأن هذا الأمر عائد على الفاعلين السياسيين كالسلطة والأحزاب السياسية ووسائل الإعلام، والمنصات الإعلامية الجديدة.. ونطرح في هذا الجزء ما يخص خطاب الجهات الفاعلة من السياسيين وقسمناها إلى:

**اللغة والأسلوب:** يستخدم القائمون بالاتصال السياسي لغة مؤثرة ومقنعة في تقديم وجهات نظرهم للرأي العام، خاصة في مناسبات معينة مثل الحملات الانتخابية والمناظرات السياسية.. ويعتمدون على الكلمة وعلى القدرات البلاغية لإقناع الجمهور أو السيطرة عليهم وتحقيق أهدافهم وكذا الترويج لأفكارهم<sup>3</sup>، كما يحرص السياسيون دائما على استخدام خطاب مُصاغ بأسلوب متغير بحسب تغيرات توقعات الجمهور، ولا ينسون غالبا إضفاء صبغة ترفيحية على خطاباتهم لجذب الجماهير .. وتستخدم غالبا لغة عاطفية أكثر قدرة على التأثير في الوقت المتاح، وقد ثبت أن لها تأثيرا كبيرا على الناخبين، لقدرتها على مخاطبة الجانب العاطفي

<sup>1</sup> Philippe Breton: **l'argumentation dans la communication**, Alger Editions du Casbah, , Alger, 1998, p 3 .

<sup>2</sup> محمود عكاشة: لغة الخطاب السياسي - دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، ط 1، دار النشر للجامعات، القاهرة، ص 45.

<sup>3</sup> أبو سعيد محمد عبد المجيد: الاتصال السياسي والأخلاق: ضدان لا يلتقيان، مناهج تفسير القرآن الكريم بين التقليد والتجديد، العدد 28، 2010، ص 212.

ولوحظ أن لها علاقة بعمق المضمون النظري للخطاب وتعقيده .. وينصح مديرو الانطباع السياسي بضرورة تحديث اللغة لمواكبة التغيرات<sup>1</sup>

**الأيديولوجيا والقيم:** تعرف الأيديولوجيا على أنها تعبير عن الفكر المنظم والمتسق الذي يضم تحت لوائه مجموعة من الأفراد أو الجماعات الذين تجمعهم قضية واحدة يدافعون عنها ويستمتتون من أجلها..<sup>2</sup> وتتجلى بصفتها أفكارا تقوم بوظيفة تحقيق هيمنة الدولة .. وبلورتها جدلية التاريخ والواقع وفي العمل السياسي يتجلى نهج الأيديولوجيا في العمل السياسي في استخدام القيم الأخلاقية القاطعة فنجد في التجربة الأمريكية غالبا ما يصف السرد الأيديولوجي المعارضة بأنها قوة غير أخلاقية معادية للديمقراطية ..، وبالتالي فإن النهج الأيديولوجي يبني تسلسلا هرميا للفاعلين السياسيين وللقيم السياسية والاجتماعية التي تتبناها الأنظمة ويحدد إطارا صارما للتفاعل الدولي المحتمل ويتبين أن تعزيز الأيديولوجيا والقيم في العملية السياسية أمر مطلوب خلال فترات الأزمات والفترات الانتقالية خاصة وفي ظروف انهيار النماذج الاجتماعية والسياسية والصراعات القائمة.<sup>3</sup>

**الأساليب الإقناعية:** يتكون الإقناع السياسي من عدة عناصر ذكرها العربي بوعمامة<sup>4</sup> تفصيلا ونوجزها هنا وتمثل في - المرسل، مصداقية المرسل أي صفته ووزنه النفسي ونفوذه، المكانة الاجتماعية، الجاذبية الشكلية، الشعبية، المهارة الاتصالية، الرسالة الإقناعية، العقل والعاطفة، استخدام الأدلة، استخدام أوتار الخوف، تكرار الرسالة، تقديم الحجج..، وعموما فإن الخطاب السياسي يستند على الإقناع وهو مسألة عاطفة وصورة وعقل، وهو مسألة عاطفة لأن الحقل السياسي هو بامتياز المكان الذي تنضبط فيه علاقات السلطة والخضوع لمبادئ عاطفية، وهو مسألة عقل لأن هؤلاء الذين يبحثون عن القيادة يتوجب عليهم امتلاك المشروعية والمصداقية،<sup>5</sup> وقسم الباحث يوسف ولد النية الأساليب العقلية المنطقية إلى الحجج والبراهين وهي ما يتم الاستدلال به مثل القرآن، الحديث، الشعر، التاريخ، الأمثال، الحكم وكذا الأساليب العقلية مثل الألفاظ العاطفية مثل الألفاظ الدينية، والألفاظ الوطنية، الكلمات ذات الرنين والوطنية، تلوين الكلام بلون ديني وذكر المقدسات، التضحية، تمجيد المواقف المشهورة في تاريخ الأمة..، بالإضافة لما أسماه الباحث

<sup>1</sup> مناف الحمد: التسويق السياسي النظرية والممارسة بين عالمين، د ط، مركز حرمون للدراسات المعاصرة، وحدة الأبحاث الاجتماعية، قطر، 2018، ص ص (7-8).

<sup>2</sup> قيش سميرة: ترجمة الأيديولوجيا في الخطاب السياسي، مجلة معالم، العدد 02، المجلد 14، الجزائر، 2021، ص 52.

<sup>3</sup> إسلام زعيل: الأيديولوجيا مقابل البراغماتية في السياسة الخارجية الأمريكية، مجلة عربي، 08 ديسمبر 2021، تم التصفح يوم 11 أبريل 2024، على الساعة 11:37، متاح على الرابط <https://bit.ly/4eUXxC>

<sup>4</sup> العربي بوعمامة وعيسى عبيدي نورية: الخطاب السياسي والإقناع مقارنة مفاهيمية، مجلة passerelle، العدد 01، المجلد 07، 2018، ص ص (99-100).

<sup>5</sup> زكرياء السرتي: الحجاج في الخطاب السياسي المعاصر، ط 1، جدار للنشر والتوزيع، 2014، ص 2.

بأسلوب الوعد والوعيد وهو ما يعرف في أبحاث البحث العلمي بالأسلوب التخويفي، وهو ما شمل التهديد بالعقاب، الضغط النفسي..<sup>1</sup>

إن العلاقة العضوية بين الاتصال السياسي والإقناع تجعل منه خطابا جرى إنتاجه بعناية وفي سياق تفاعل اجتماعي لتخليق الدلالة السياسية وتقاسم الأنساق المعرفية والرمزية المشتركة بين السياسي وجمهوره، وبذلك يتعالى في هذا الاتصال السياسي الإقناع وتتفاعل مسارات الحجاج والتأثير وأحيانا التوجيه والإغواء والتلاعب.<sup>2</sup>

الرمزية السياسية: يمكن للرموز السياسية أن تساعد في جعل النظام السياسي أو الحركة السياسية أكثر تماسكا ويمكن للرمز نفسه أن يثير ارتباطات مختلفة ويحفز إدراكا وعواطف مختلفة لدى الجمهور على سبيل المثال في العديد من الدول تحمل مصطلحات الحرية والعدالة أهمية رمزية تساعد على إضفاء الشرعية على النظام القانوني والمؤسسي.<sup>3</sup>

**1 3 4. الجمهور المستهدف:** إن الضلع الثالث في مثلث الاتصال السياسي يتمثل في الجمهور وهو عنصر المستقبل، حيث تحتاج وسائل الإعلام إلى جمهور، ويحتاج السياسيون أن ينتخبوا وقسمناه إلى:

**الناخبون والمواطنون العاديون:** إن الافتراض الأكثر شيوعا حول الجماهير هو أنهم يشكلون عامة الشعب، وهكذا سنميل إلى التفكير في قارئ الجرائد، مشاهدي التلفزيون، المدونين، القارئ عبر شبكة الإنترنت، فالإعلام الإخباري مختص بالعمل على المصلحة العامة وهذا يرتبط مباشرة بأن العامة هم جماهير وسائل الإعلام، والفاعلون السياسيون غالبا يرجعون إلى العامة من خلال وسائل الإعلام لإضفاء الشرعية على مواقفهم السياسية وتبريرها.<sup>4</sup>

**قادة الرأي والمؤثرون:** ويمثلون نخبة المجتمع مثل الأكاديميين، الصحفيين، المدونون، المحللون السياسيون، المثقفون.. وهم الأفراد الذين يتصفون بملكة القدرة على القيادة السياسية أو الاجتماعية وصنع القرار

<sup>1</sup> يوسف ولد النية: الحجاج في الخطاب السياسي قراءة في أساليب الإقناع، مجلة المعيار، العدد 45، المجلد 23، 2019، ص ص (896-897).

<sup>2</sup> شهيرة بن عبد الله: اشتغال العواطف في الاتصال السياسي الشعبي - مقارنة سيميوتداولية لنماذج من الخطابات السياسية المصنفة "شعبوية" في تونس، كتاب الحجاج والعواطف، د ط، ركاز للنشر والتوزيع، تونس، 2023، ص ص (33-34).

<sup>3</sup> Empfohlene Zitierung : **Political Symbolism** , In F. M. Moghaddam (Ed.), The SAGE Encyclopedia of Political Behavior, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2017, p 2.

<sup>4</sup> هيدر سيفجني، ترجمة سارة كمال: الإعلام السياسي - مقدمة نقدية، ط 1، مجموعة النيل العربية، القاهرة- مصر، 2018، ص 92.

السياسي، فيتقدمون على غيرهم في السيطرة والتحكم، ويمكن تعريفها أنها قلة من الأفراد الذين تتوفر فيهم خصائص وسمات شخصية تمكنها من قيادة المجتمع والتأثير على مساره..<sup>1</sup>

**منظمات المجتمع المدني:** يعرف المجتمع المدني بأنه مجموعة الأبنية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية تنظم في إطارها شبكة معقدة من العلاقات والممارسات بين القوى والتكوينات الاجتماعية في المجتمع<sup>2</sup>، يعتبر المجتمع المدني ضروري وهام من أجل تجسيد وتكريس المشاركة السياسية، من خلال الضغط على الحكومات لإرساء سياسات عامة.. وتلعب تنظيمات المجتمع المدني دورا متناميا في كل دول العالم فباختلاف الأدوار المعطاة لها فهي رهان أساسي لاستمرار الديمقراطية والتطور السسيواقتصادي في نفس الوقت، ويمكن القول أنها شيء أساسي في العملية السياسية ومشاركة المواطنين في القضايا المهمة<sup>3</sup>، وعن العلاقة بين الحكومة والمجتمع المدني هي علاقة تكامل واعتماد متبادل وتوزيع للأدوار، والمجتمع المدني ما هو إلا تجليات للدولة الحديثة التي توفر شرط قيامه عن طريق تقنين نظام للحقوق..<sup>4</sup>

**1 3 5. السياق الاتصالي:** وهي البيئة التي يتم فيها الاتصال السياسي بما في ذلك الظروف الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية والسياسية ويعتبر عنصرا حاسما لفهم كيفية استقبال الرسائل السياسية وتفسيرها من طرف الجمهور وقسم إلى:

**السياق الاجتماعي والثقافي:** أما السياق الاجتماعي ما يشمل تركيبة المجتمع من حيث الطبقات الاجتماعية والفئات العمرية ومستوى التعليم فالاستجابة للرسائل السياسية تعتمد بشكل كبير على القيم والظروف الاجتماعية، هذا إضافة إلى العادات والتقاليد التي تلعب دورا مهما في تحديد كيفية تعامل الأفراد مع الخطاب السياسي، أما عن السياق الثقافي فهو ما يتعلق بالقيم والمعتقدات السائدة سواء تقليدية حديثة والتي تحدد بشكل واضح كيفية استقبال الأفكار السياسية، وهذا إضافة إلى الدين ودوره في توجيه السلوك السياسي حيث أن نموذج الدولة القومية لم ينجح في تحليل النشاط الاتصالي السياسي من الدوافع والمطالب

<sup>1</sup> منتصر مجيد حميد، أسامة عبد علي خلف: دور النخب السياسية في التحول الديمقراطي - أنماط ونماذج، مجلة حوليات آداب عين شمس، المجلد 48، مارس 2019، ص 39.

<sup>2</sup> عمrani كربوسة: المجتمع المدني في ظل الحراك العربي الراهن.. أي دور؟، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014، ص 155.

<sup>3</sup> غنية شليغم: دور تنظيمات المجتمع المدني في تكريس المشاركة السياسية، دفاثر السياسة والقانون، العدد 02، 2009، ص ص (1-2).

<sup>4</sup> محمد الطيب حمدان: دور المجتمع المدني في المساهمة في التنمية وصنع السياسات العامة في الدول النامية، مجلة المفكر، العدد 02، المجلد 6، 2011، ص 107.

والمؤثرات الدينية فعلى سبيل المثال يرى البعض أن الدين الإسلامي يقدم نسقا عقيديا متكاملًا وأيديولوجية لبناء الدولة والتعامل مع العالم الخارجي.<sup>1</sup>

**السياق الاقتصادي:** إن المستوى الاقتصادي وكذا النمو الاقتصادي يؤثر بشكل كبير على الرسائل السياسية وكيفية تلقي الجمهور لها حيث أن الوضع الاقتصادي للفئة الاجتماعية المستهدفة من الاتصال السياسي قد يحدد تفضيلاتها وخياراتها السياسية، إذا فالعلاقة بين الاقتصاد والسياسة يظهر تأثير الأول الهائل على الثانية.. حيث يمكن التأكيد على الدور المركزي الذي تمارسه العوامل الاقتصادية في اختيارات السياسة الخارجية وحتى الداخلية، لأن تنفيذ معظم السياسات يتطلب توافر الموارد الاقتصادية وهي تحدد قدرة الدولة على الدخول في سباقات التسلح ذات التكاليف الباهظة والتبادل التجاري..<sup>2</sup>

**البيئة الإعلامية والتكنولوجية:** كلما كان الإعلام حرا زاد الاتصال السياسي ديمقراطية حيث يتم تداول الأفكار والمعلومات بحرية ما يسمح للجمهور باتخاذ قرارات سياسية بناء على معلومات متنوعة وعلى النقيض إذا كان الإعلام مقيدا بالتشريعات والقوانين ذلك أن الدور الحقيقي لوسائل الإعلام في دولة ديمقراطية هو مراقبة الأنظمة والأنشطة السياسية ونقلها للجمهور دون تزييف في إطار الأخلاقيات والمبادئ العامة التي تنظم العمل الإعلامي داخل الدولة غير أنه بطريق أو بأخرى يؤثر الإعلام في عملية صنع القرار وذلك عبر أربعة مراحل تحديد المشكلة، تحديد البدائل، اختيار المعلومات، تطبيق القرار بحيث تعمل إستراتيجية الإعلام على تقديم معلومات متناسقة في الاتجاه المؤثر في صنع القرار<sup>3</sup>، أما تكنولوجيا المعلومات فقد سمحت جزئيا للسياسيين والجمهور بالتواصل مباشرة دون الحاجة للوسائط التقليدية غير أنه من جانب آخر قد تتعرض المعلومات والحقائق عبر هذه الوسائط للتزييف أكثر منه في الإعلام التقليدي بسبب عدم القدرة على ضبط هذا الفضاء وهذا يعني تضليل الجمهور في اتخاذ القرار السياسي.

**1 3 6. الاستراتيجيات والأدوات:** ويمثل هذا العنصر الأساليب التي يستخدمها الفاعلون السياسيون لإيصال رسائلهم وتحقيق أهدافهم وقسمت إلى:

**الحملة الانتخابية:** إن الحملة الانتخابية عملية معقدة تتطلب استراتيجيات هامة مثل مراقبة التغيرات والضغوطات في البيئة المحيطة بالعملية الاتصالية السياسية وتكييف أفكار الحملة مع هذه التغيرات، ويراعي

<sup>1</sup> أحمد خميس، مُجد الطبار: استخدام الدين في الحياة السياسية، مجلة السياسة والاقتصاد، العدد 10، المجلد 11، أبريل 2021، ص 13.

<sup>2</sup> حسين أمين هندي: دور الأحزاب السياسية بالتأثير في الواقع الاقتصادي، د ط، الأحزاب السياسية وجماعات الضغط، جامعة الجنان، معهد العلوم السياسية، لبنان، 2020، ص 11.

<sup>3</sup> مُجد صبار: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، مجلة سُبُل، العدد 17، جانفي 2023، تم التصفح يوم 18 جوان 2024، على

الساعة 18. 24، متاح على الرابط <https://subulmagazine.com/?p=4040>

غالبا في اختيار وتنفيذ مواضيع الحملة ردود أفعال المنتجات السياسية الأخرى أي المرشحين المنافسين ومراقبة الأهداف الاتصالية.. ومدى إمكانية وصول الرسائل السياسية إليهم..، وبعد ذلك يتم تصميم المنتج السياسي بناء على نتائج مرحلة البحث وتقصي الحقائق التي تم جمعها حتى يكون المرشح معبرا عن مطالب أغلبية الناخبين.<sup>1</sup>

**العلاقات العامة:** يقوم خبراء العلاقات العامة بأعمال الدعاية للمرشحين والأحزاب السياسية والتنظيمات التي تعد من أهم وسائل إقناع الجمهور بالمرشح السياسي وبرامجه الانتخابية والحزبية..، ومن بين أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في الحزب، بناء صورة ذهنية إيجابية عن الحزب ومحاولة ترسيخها لدى الجمهور، إبراز الوزن السياسي للحزب وتعزيز موقفه.. ومن المؤكد أنه لا يتم إستراتيجية اتصالية واحدة في العلاقات العامة خصوصا في المجال السياسي حيث توجد أربع استراتيجيات تتمثل في - إستراتيجية الإعلام، إستراتيجية الإقناع، إستراتيجية بناء الإجماع، إستراتيجية الحوار.<sup>2</sup>

**التسويق السياسي:** وهو يدور حول قدرة المؤسسة السياسية أو القادة السياسيين أو الأحزاب السياسية على تمييز نفسها في السوق السياسية عن باقي القادة والأحزاب المنافسين، ويتم هذا غالبا عن طريق استمرارية الاتصال بين هذه المؤسسات السياسية والناخبين من جهة وتحديد موضوعات تعبر عن رغبات ومطالب الناخبين ويجب التركيز أن تكون هذه الموضوعات متلائمة مع ما يطرحه الحزب من أفكار وأيديولوجية، لأن أي تناقض سيكون بمثابة نقطة ضعف ممكن أن تستغل من المنافسين.<sup>3</sup>

**7.3 1. الاستجابة والتقييم:** ويقصد بها التغذية العكسية واستجابة الجمهور أي المستقبل للرسالة - الخطاب السياسي - من المصدر المتمثل في السلطة أو الأحزاب السياسية..، وقسمناها إلى:

**التفاعل المباشر:** ويتم ذلك من خلال التعليقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أو النقاشات العامة عبر صفحات الفاعلين السياسيين أو وسائل الاتصال الجماهيرية وحتى عبر المجموعات الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي تمكن من فهم ردود فعل الجمهور وتقييم فعالية الرسائل السياسية.

<sup>1</sup> صحراوي بن شيحة وآخرون، دور الاتصال والتسويق السياسي في تعديل المسار التقليدي لحملة الدعاية أثناء الحملة الانتخابية، مجلة Les Cahiers du mecas، العدد 01، المجلد 05، ص 103.

<sup>2</sup> إيدير شيباني: واقع العلاقات العامة في الأحزاب السياسية الجزائرية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 02، المجلد 01، جانفي 2018، ص 85.

<sup>3</sup> سيف حيدر الحسيني: التسويق السياسي للأحزاب السياسية وتأثيره على إدراك الناخب، ط 1، دار أمجد للشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2018، ص ص (62.63).

تحليل واستطلاع الرأي العام: يستخدم لجمع وتحليل البيانات حول توجهات الجمهور وآرائهم حول القضايا السياسية المختلفة مما يمكن الجهات الفاعلة من تعديل إستراتيجيتها، كما تتمتع استطلاعات الرأي بمكانة هامة خلال فترات الانتخابات حيث أجريت دراسة على تأثير نشر استطلاعات الرأي العام في مرحلة ما قبل الانتخابات على سلوك المواطنين في التماس المعلومات حول المرشحين للرئاسة حيث ترتبط عملية صنع القرار في هذه المرحلة بتجربة التعرض لنتائج الاستطلاعات لاسيما المنشورة على الانترنت، وتوصلت الدراسة أنها عامل وسيط مهم في التماس المعلومات.<sup>1</sup>

#### 4.1. نماذج دراسة الاتصال السياسي:

انتقلت فكرة النموذج إلى الدراسات الاجتماعية، ثم إلى الدراسات السياسية من خلال علم البيولوجيا، حينما حاول علماء الاجتماع أن يستفيدوا من التطورات العلمية الكبيرة التي تحققت في العلوم الطبيعية ولقد شبه الاجتماعيون المجتمع بالكائن الحي و أحدثوا تناظر بينهما، ومن هنا جاءت فكرة النموذج كمثل للواقع المعقد وتبسيطا له.

يشير مفهوم النموذج من الناحية العلمية إلى شكل رمزي يعمل على رصد وتقديم مكونات وعناصر وعلاقات وتفاعلات، هذه العناصر الكامنة أو الظاهرة أو المتوقعة تسهل استيعاب الظواهر الاجتماعية. إن عملية وضع النماذج من أهم عطاءات علماء الاتصال منذ عشرات السنين في محاولة عملية جادة للتعبير عن عملية الاتصال والأجزاء المكونة للظاهرة الاتصالية وتفسير الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه هذه المكونات، خاصة وأنه ثبت أن الناس يفهمون الأشياء عن طريق نماذج وتصورات فكرية جاهزة، فعندما تقول أنا أفهم هذا الشخص فأنت تهمه طبقا لتصورك النموذجي الجاهز.

تستخدم بعض الدراسات مفهوم النموذج والنظرية بمعنى واحد فتعرض التفاصيل وبناءات النظرية مرادفة للنموذج في سياق النظرية وتستعين النظرية بالنموذج في بنائها وفهمها وعليه:

- النظرية بناء كلي لعمل الإعلام بجزئياته والنموذج جزء لعمل الإعلام.
- النموذج يركز على العمليات الإدراكية للإنسان عند الاتصال والنظرية تركز على العلاقات الخارجية والمؤسسية.
- النموذج أكثر ثباتا وقابلية للتعميم على الأفراد والنظرية أكثر تعقيدا وأقل قابلية للتعميم لارتباطها الكبير بالمجتمع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فاطمة الزهراء مُجَّد السيد: استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية- ثقافة التحليل وتجاهل الواقع، مركز الجزيرة للدراسات، جانفي 2017، تم التصفح يوم 25 جويلية 2023، على الساعة 04.21، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YdRbFN>

<sup>2</sup> عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، ط 01، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016، صص(335 - 336).

#### 1.41. النماذج الكلاسيكية لدراسة الاتصال السياسي:

##### النموذج الاستراتيجي: Le Modèle Stratégique

إن مصطلح استراتيجي يعني عملية اتصالية موجهة نحو أهداف موافقة لمصالح الفاعل أو القائم بالاتصال، وهذا النموذج يصب اهتمامه على وضعيتين صعبتين قد تعترض الحياة السياسية والتي قد تمر به الأنظمة السياسية عندما تكون في حالة الحرب، أو في حالة الصراع و التنازل للاستيلاء على الحكم.<sup>1</sup> يقوم النموذج الاستراتيجي حسب **Hugues Cazenave** على فكرة عدم المساواة بين الأطراف المتداخلة في العملية الاتصالية السياسية فالمرسل الوحيد في المجال السياسي عادة ما يكون هو الحاكم سواء كان قائد جيوش أو رجال السلطة، فهم وحدهم المؤهلين لأخذ الكلمة ولكن في حالة ما لا يكون المرسل منتميا إلى الدائرة الضيقة للفئة الحاكمة وهذا يعني أنه خاضع لأوامر الحاكم فالزعيم عادة مايعتمد على شبكة أعوان يتولون مهمة تضليل الرأي العام.

للمنموذج حدود ذات طبيعة سياسية راجعة للصبغة البراغماتية الطاغية على النموذج فالنموذج يقوم على البحث عن الفاعلية بأية وسيلة ومهما كان الثمن...، بالإضافة إلى غياب الالتزام بمبادئ أو أخلاقيات التي تتميز بها الإجراءات التي تتخذها الحكومات مع المحكومين، لتدخل في تناقض مع فكرة ممارسة الديمقراطية.

##### النموذج السلوكي : Le modèle comportementaliste ou behaviorist

يتبين من النموذج أن له علاقة مباشرة بنظرية الإبرة تحت الجلد أو ما يعرف بنظرية الطلقة السحرية لهارولد لاسويل في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن الماضي، وتعد من أولى النظريات التي أسست لعلم الإعلام والاتصال، حيث تم تنفيذ هذه النظرية وقتها لكون المجتمع كان مجتمع جماهيري يتميز بالعزلة النفسية عن الآخرين وانعدام المشاعر الشخصية وأفراده متحررين من الالتزامات الاجتماعية، وعليه كانت تتماشى مع هذا المجتمع حيث صممت بطريقة وببلاغة تصل بها إلى كل عضو على حدة في المجتمع الجماهيري، لكون أفراده يتقبلون دون مقاومة كل ما يبيث إليهم من وسائل الإعلام حيث لخصها هارولد لاسويل في قوله من يقول؟ يقول ماذا؟ لمن يقول؟ بأي قناة أو وسيلة؟ و بأي أثر؟.

عليه فإن الاتصال السياسي في هذا النموذج يعرف على كونه علاقة قائمة بين مرسل من؟ ، ورسالة ماذا؟، ومستقبل لمن؟، وقناة بأية قناة؟، و ذات تأثير بأي تأثير؟، إذ ينظر هذا التعريف إلى الاتصال السياسي كعملية خطية لانتقال المعلومات، وهو يصب كل اهتمامه على العنصر الأخير من سؤال لاسويل وهو عنصر التأثير الذي استقطب اهتمام معظم الدراسات الإعلامية لما بعد الحرب العالمية الثانية، وفي مقدمة التأثيرات

<sup>1</sup> نبيلة بوخبرة: نماذج الاتصال السياسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، جوان 2014، ص 77.

التي ستجلب اهتمام الباحثين اللذين انصب اهتمامهم على موضوع الدعاية الحربية، ثم فيما بعد انتقل اهتمام الباحثين إلى ما يسمى بتأثير الحملات الانتخابية.

للمنموذج السلوكي حدود فهذا النموذج هو الذي سيطر على الدراسات والبحوث الاتصالية بعد الحرب العالمية الثانية Francis Balle يفسر هذه السيطرة بإرجاعها إلى الطابع الإجرائي العملي للسؤال المركزي لاسويل الذي تلاه، فنموذج لاسويل سمح بتجزئة مجال البحث إلى عناصره الأساسية وبالتالي التحكم فيه بتخصيص دراسات لكل طرف على حدا، المرسل، المستقبل، القناة، الرسالة، الآثار التأثير.<sup>1</sup> مما يعاب على هذا النموذج:

- 1 - تركيزه فقط على الآثار القريبة المدى المباشرة لوسائل الإعلام مهملًا الآثار العميقة والبعيدة المدى.
- 2 - تركيزه على جوانب التغيير الذي يحدثه التعرض لوسائل الإعلام.
- 3- التركيز على عنصر الآثار الموحدة في سلسلة لاسويل وإهمال العناصر الأربعة الأخرى خاصة الجمهور لمن؟<sup>2</sup>

### النموذج التحويري: Le Modele Dialogique

إن هذا النموذج يظهر كتكملة للنموذج النقدي فهو يطرح بصفة معينة المجتمع المثالي فهذا النموذج يقوم على مبدأ الحوار، والاتصال بالنسبة لهذا النموذج هو تبادل الحجج بين مختلف الأفراد الذين يشكلون المجتمع.

يقوم هذا الأخير على فكرة أن الاتصال هو تبادل للحجج والبراهين قصد الإقناع بين مختلف الأفراد المكونين للمجتمع وعليه فالالاتصال السياسي هنا قائم على فكرة العقلانية، و أن المعلومات المتبادلة فيه هي حجج وبراهين عقلانية قبل كل شيء، كما أنه يصف خاصية أخرى للاتصال السائد في هذا النموذج يتمثل في تبادل الأدوار، فكل فرد يمكن أن يكون مرسلًا ومستقبلًا في العملية الاتصالية وهنا يتبين أن النموذج التحويري يتناقض تمامًا مع النموذج الاستراتيجي في هذه النقطة بالذات، حيث لا يؤمن هذا الأخير بوجود فئة من الأفراد أم الفاعلين اللذين يملكون الحق المطلق في احتكار التعبير الاجتماعي والخطاب العام كما هو الشأن في النموذج الاستراتيجي.<sup>3</sup>

### النموذج النسقي: Le modèle systémique

يحلل النموذج النسقي الاتصال السياسي بوضعه في مجموع الأنساق التي يتفاعل معها (النظام السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي) والمكونة للمجتمع، وهذا النموذج إذا يعرف الاتصال السياسي

<sup>1</sup> نبيلة بوخيزة: تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2006 - 2007، ص 117.

<sup>2</sup> نبيلة بوخيزة، نماذج الاتصال السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 81.

<sup>3</sup> نبيلة بوخيزة: تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، مرجع سبق ذكره، ص ص (119 - 120).

كعملية تبادل المعلومات بين مختلف الأطراف المشكلة للنظام السياسي كبنية مستقلة نسبيا هذا من جهة وبين النظام السياسي كله وما يحيط به من جهة أخرى.

عموما يمكن تطبيق النموذج النسقي في المجال السياسي تقول الباحثة نبيلة بوخبرة " يمكننا الاستشهاد بدراستين بارزتين الأولى G .A Almond و Y.G.Colemen والثانية K .W Deutsc ، تنتمي الدراسة الأولى إلى التحليل الوظيفي إذ ترى أن الاتصال السياسي بالنسبة إليها ما هو إلا وظيفة سياسية تختلف عن وظيفة الإدماج و الحس الاجتماعي والتجنيد و هذه الوظيفة مدروسة وفق 4 معايير التي يمكن تلخيصها فيما يلي :

- تجانس المعلومات السياسية.
- تحرك المعلومات السياسية.
- حجم المعلومات السياسية.
- اتجاه المعلومات السياسية.

على ضوء هذه المعايير، قام الباحثان بعقد مقارنة بين الأنظمة السياسية من خلال طبيعة الاتصال السياسي المتبنى في مختلف الأنظمة المدروسة، وانتبهوا إلى إبراز أوجه الاختلاف بين الأنظمة الديمقراطية والشمولية من جهة، وكذلك بين البلدان الصناعية والبلدان السائرة في طريق النمو.

أما الدراسة الثانية فقد انتهت خط النموذج السبرنطقي الذي ينظر إلى الاتصال السياسي كسبل للمعلومات المتدفقة سواء من خارج النظام أو من داخل النظام وهي المعلومات المحفوظة بها في ذاكرة النظام أو المتكونة من كليهما، هذه المعلومات يتم تصفيتهما وغربلتها إلى أن تصل لمركز القرار.<sup>1</sup>

#### دافيد إيستون و نموذج المدخلات والمخرجات:

يعد إيستون david Easton رائد التحليل النظمي للحياة السياسية، فقد عرف النظام السياسي بأنه التفاعلات التي تحدث في المجتمع والتي من خلالها يتم توزيع الموارد النادرة القيم سلطويا، إن الوظيفة الرئيسة للنظام السياسي هي التوزيع السلطوي للقيم في المجتمع ، أي عملية صنع القرارات الملزمة، ويشير التخصيص إلى القرارات التي تعطي هذا وتحرم ذلك، ويكون التخصيص سلطويا إذا انصاع الأفراد للقرارات أيا كان السبب والدافع الخوف من السلطة ، المصلحة الذاتية أو الاعتقاد بشرعية النظام.

وقدم إيستون إطارا لتحليل النظام السياسي يرى فيه دائرة متكاملة ذات طابع ديناميكي تبدأ بالمدخلات وتنتهي بالمخرجات مع قيام عملية التغذية الاسترجاعية بالربط بين المدخلات والمخرجات، وهكذا يتكون النظام السياسي لدى إيستون من العناصر التالية:

**المدخلات:** وهي الضغوط والتأثيرات التي يتعرض لها النظام السياسي وتدفعه إلى النشاط والحركة ، هذه المدخلات تنبع من البيئة التي يوجد فيها، وقسمهم إلى مجموعتين :

<sup>1</sup> نبيلة بوخبرة، مرجع سبق ذكره، ص ص (79-80).

المطالب: قد تكون عامة أو خاصة ويتم التعبير عنها وبلورتها في برنامج مبسط. المساندة: يعتمد استمرار النظام على ضمان حد أدنى من الولاء والساندة، وإذا نقص التأييد عن هذا الحد الأدنى بات النظام في خطر.

**المخرجات:** وهي تمثل استجابة النظام للمطالب الفعلية المتوقعة وهي بعبارة أخرى السياسات أو القرارات التي تتعلق بالتوزيع السلطوي للموارد هذه المخرجات قد تكون: ايجابية حينما تحاول السلطة تعديل البيئة أو النظام السياسي من خلال الوفاء بالمطالب وقد تكون رمزية مثل الوعود والعروض العسكرية وإثارة مشاعر الخوف من وجود تهديد خارجي أو انقسام داخلي.<sup>1</sup>

بعد العرض الموجز لأهم النماذج النظرية التي حاولت من قريب أو بعيد تحليل ظاهرة من ظواهر الاتصال السياسي ومواضيعه نصل لنتيجة مفادها أن من بين النماذج السبع المذكورة سابقا تبقى الهيمنة ولاشك للنموذج السلوكي على بحوث الاتصال السياسي فهو أول أطر بحوث الاتصال السياسي الذي لا يزال إلى يومنا الحالي إطار أغلب بحوث الاتصال السياسي.

#### 2.41. النماذج الحديثة للاتصال السياسي:

##### نموذج وتسلي وماكلين: Bruce Westely ET Maclom Maclean

أو ما يسمى بنموذج العلاقات الدائرية ويهتم هذا النموذج بالاتصال الجماهيري وركز على رجوع الصدى المتبادل ورأى أن التأثير لا يتحقق بالرسائل المقصودة والهادفة من المصدر، ويتكون من 04 عناصر: **أولاً:** الفرد يشاهد الأحداث والأشياء وهذا الفرد قد يكون مراسلا لصحيفة فيختار بعد التعرض للمعلومات التي سينشرها عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

**ثانياً:** ظهور مصدر للمعلومات هذا المصدر يتمثل في جماعة اجتماعية أو نظام سياسي مثلا وزير يتحدث إلى الشعب وعليه ستكون كالاتي:

✓ المصدر - أ - الوزير يتأثر بوجود الفرد - ب - المتمثل في الصحفي.

✓ الأحداث يمكن مشاهدتها بدون - ب - الصحفي، ولكن يحدث التأثير بين - أ - و - ب - بسبب حاجة الجمهور لذلك، يعني هذا أن الوزير مهم للإعلان عن الحدث السياسي رغم أن الحدث قد يشاهده الجمهور بدون هذا وهذا هو هدف الاتصال السياسي.

**ثالثاً:** المعلومات الإخبارية أو احتياجات الجمهور عندما يظهر قارئ النشرة الإخبارية سوف يقدم من خلال وسائل الاتصال الجماهيري معلومات ومواقف و آراء لرجال السياسة والسياسات العامة، وعليه فالمصدر

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفتاح ومحمود منصور هببة: النظم السياسية وسياسات الإعلام، ط 01، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005، ص ص (76 - 75).

المتمثل هنا في المذيع لن يهتم بالأحداث إلا إذا كان مهتما بها الوزير مثلا : عندما لا يكون لدى وزير الداخلية علاقة بالأحداث الكروية فلن يهتم بها المذيع وعندما لا يكون لديه تصريح بشأن بعض القضايا السياسية لن يهتم بها المذيع وهذا هو دور الاتصال السياسي. وعليه فإن المذيع يختار ما يقوله المصدر المتمثل في الوزير ويصيغه في شكل رسائل اتصالية سياسية وفق ما يخدم بعض المصالح الخاصة بالسياسات العامة. رابعا: يتمثل في علاقات الصحفي بالمصدر وبالوسيلة وبالجمهور وعلاقات الجمهور بالصحفي كلها في إطار من التأثير و التأثير.

وعليه تحدث عمليات التأثير المرتد feed back، والتي تكون مقصودة مثل ما يحدث في عملية الاتصال السياسي.<sup>1</sup>

نموذج رايت : Charles Wright

ويسمى بنموذج الوظيفة والدور يركز هذا النموذج على الوظائف والأدوار التي تقوم بها عمليات الاتصال، وضع النموذج تشارلز رايت في دراسته التحليل الوظيفي للاتصال الجماهيري منذ 1970 ودارت هذه الوظائف بين التفسير والتوجيه والإخبار وركز هنا على وظيفة الإخبار وعليه حددها الباحث كما يلي:  
أولا: الأهداف المطلوبة:

- إن سريان المعلومات الاتصالية يوفر غالبا إنذارا سريعا عن التهديدات السياسية، هذه الإنذارات تقدمها وسائل الاتصال للجميع حتى توفر شعور بالمساواة.
- الأخبار السياسية تحقق الاحتياجات اليومية للجماعات.
- سريان المعلومات وتكرارها يحقق نوعا من الترسخ والتطبيق لبعض الأحكام والقيم، فالأخبار حول الفساد السياسي مثلا يحقق نوعا من الأحكام حول شرعية وعدم شرعية هذه الأفعال.
- وسائل الاتصال الجماهيرية تعمل على تأكيد هذه الأحكام وتطويرها بما يخدم بعض الجهات القائمة بالاتصال.

ثانيا: الأهداف غير المطلوبة:

- تعرض المجتمع لعدم الاستقرار خاصة عند عدم القدرة على فرض الرقابة على نوعية الأخبار السياسية.
- قد تجعل الأخبار الأفراد والجماعات يشعرون بالدعر من حل المشاكل وقد يصاب قدر من الناس باللامبالاة السياسية أو حدوث انقسام.

<sup>1</sup> رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، ط 1، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، القاهرة - مصر، 2017، ص 79.

ويضيف رايت للنموذج مجال الترفيه من وسائل الاتصال ويرى أن هدفه هو تحويل أنظار الناس عن القضايا الجادة وتجنب الناس العمل المفيد وتعمل على إنزال المستوى والذوق العام، وعموما إن التحليل الوظيفي لرايت يعد تفسيراً مقبولاً لأهداف الاتصال ومنه الاتصال السياسي في معظم المجتمعات.<sup>1</sup>

نموذج نيكومب: Theodore Newcomb

أو ما يسمى بنموذج تحديد المواقف، وسع تيودور نيكومب سنة 1971 من النماذج السابقة والفكرة الرئيسية التي يقوم عليها النموذج هي فكرة تحديد المواقف فهناك ضرورة بشرية مستمرة لأن يكون لنا موقف حيال الأشياء والأشخاص والأحداث ولا بد لنا من تحديد موقف حيال شيء في عملية الاتصال الجماهيري، هذه المواقف ستكون اتجاه أحد أمرين إما موضوعات الاتصال وقضاياها وهو ما نسميه الاتجاهات و إما أشخاص قائمين بالاتصال وهو ما نسميه تفاعلات ووسائل الإعلام تساعد في تحديد المواقف من القضايا والأشخاص.

قام نيكومب بدراسة حول الحملات الانتخابية توصل فيها إلى أن الاتصال الجماهيري يقوم بتغيرات رئيسية مثلا : تغيير شعور الشخص - أ - اتجاه الشخص - س - قد يقلل من مشاعر المعارضة الشديدة للشخص - ب - ، يعني لو أن وسائل اتصال مثل صحيفة و تلفزيون غيرت مشاعرك اتجاه رئيس حزب سوف يقلل هذا من معارضتك للمرشح في ذلك الحزب في إطار دائرة إقامتك.<sup>2</sup>

نموذج الحكم الاجتماعي: أو ما يسمى بنموذج تغيير الاتجاهات

عُنت كثير من النماذج بعملية تغيير الاتجاه ودور الاتصال الجماهيري في هذا لأن تغيير الاتجاه هو أساس تغيير الآراء كما أثبتت الدراسات أن جل ما تفعله وسائل الاتصال الجماهيري هو تغيير اتجاهات الجمهور أكثر من الآراء.

من أهم هذه النماذج تلك التي وصفها أوسجود Osgood ولعل أهم نموذج هو نموذج الحكم الاجتماعي الذي قدمه كارل هوفلاند C Hovland، ويقوم هذا النموذج على تغيير الاتجاهات التي (الاتجاهات)، " هي مجموعة من الفئات والأحكام التي تعلمها الأفراد ويستخدمونها في تقييم المنبهات والمعلومات والمواقف".

للفرد ثلاث مجالات رئيسية يصنف بها الرسائل الاتصالية التي تصله.

<sup>1</sup> رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص (83 - 84).

<sup>2</sup> - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 373.

**1- مجال القبول:** مثلا المواقف والعبارات والشخصيات السياسية تحظى بالقبول وهي تتفق نسبيا مع اتجاهه، فعندما يكون موقفك من إسرائيل هو العداة المطلق لوجودها وتصرفاتها فإن القول بأنها دولة إرهابية سوف يدخل في مجال قبولك و أيضا كل العبارات التي تشكل هذا المجال مثل العمليات الاستشهادية من الفلسطينيين هامة جدا، حماس محقة في رفضها الاعتراف بهذا الكيان ...

**2- مجال الرفض:** المواقف والعبارات التي ترفض فيها الآراء والشخصيات والمواقف السياسية المفروضة طبقا لاتجاهاتك، فعندما يكون اتجاهك السابق من إسرائيل هو العداة فسوف يكون اتجاهك من زيارة إسرائيل أو التطبيع معها أو أنها دولة ديمقراطية يقع في مجال الرفض.

**3- مجال عدم الالتزام:** المواقف والعبارات التي لا يرفضها أو لا يقبلها الفرد بشكل واضح أما لأن الفرد ليس لديه معلومات حولها أو لاتهمه أو لم يكون فيها رأي.<sup>1</sup>

### نموذج النخبة:

استخدمت كلمة النخبة أو الصفوة في القرن 17 م لوصف السلع ذات النوعية الممتازة، ثم انتشر استخدامها ليشير إلى الجماعات الاجتماعية العليا وطبقا لقاموس أكسفورد فإن أقدم استخدام في اللغة الانجليزية كان عام 1823 حينما كانت تنطبق بالفعل على الجماعات الاجتماعية.

إن هذا النموذج يقسم المجتمعات إلى فئتين النخب والجماهير وقد تطور على يد " رايت ميلز " Wright Mills فيرى أن هناك نخبة من السياسيين والعسكريين وبعض الاقتصاديين والإعلاميين ممن ينفردون باتخاذ القرارات السياسية عن الشعب ويرى أنها في الغالب تخدم مصالح النخبة لا مصالح الجمهور، فالنخبة المشكلة أساسا من رجال السياسة ورجال الاقتصاد ورجال الصحافة تضغط وتؤثر في الجمهور وليس العكس.<sup>2</sup>

ويعتبر هذا النموذج أن السياسة العامة ما هي إلا تعبير عن الخيارات المفضلة للنخبة السياسية الحاكمة التي تستحوذ على توجيه وصنع القرار وتمتلك القوة والنفوذ ما من شأنه أن يؤثر على الرأي العام الذي يستقبل رسائلها الاتصالية والتي غالبا ما تحظى بالقبول والدعم، وتأخذ السياسة العامة حسب هذا النموذج مسار الانسياب الهرمي أو الرأسي والتي تنزل من النخبة إلى الجمهور.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص 80.

<sup>2</sup> أو شن سمية: نماذج ونظريات صنع السياسة العامة واتخاذ القرار، تم التصفح يوم 20 جوان 2021، على الساعة 21:15، متاح على الرابط <https://bit.ly/3AQTFlw>

<sup>3</sup> بورياح سلمى: دور مراكز الأبحاث والدراسات في صنع السياسات العامة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011، ص 25.

وعليه وفقا لهذا النموذج نجد أن السياسات العامة والقرارات السياسية لا تحدد بمطالب وفعاليات الأشخاص والمجموعات إنما تحددها النخبة الحاكمة من خلال الخيارات التي تتبعها وتعمل الإدارة العامة ووسائل الاتصال المختلفة على تطبيقها ونشرها.

### نموذج فاعلية المواد السياسية:

يهتم هذا النموذج بدور الوسائل الاتصالية في تفعيل العمل السياسي سواء بالمشاركة أو العزوف أو في التثقيف أو التنشئة السياسية أو الحراك و الثورات الشعبية وسواء في بناء إيديولوجيات فردية وحزبية أو في تخطي هذه الانتماءات الإيديولوجية .

يقوم النموذج على 03 عناصر أساسية وهي:

1 - إن الفاعلية السياسية عملية شديدة التعقيد ترتبط بثقافة الأفراد وطبيعة النظام السياسي بين الحرية والطغيان، ومستوى المجتمع الاقتصادي ووعي الشعب بذاته وخبراته في المشاركة والعمل الحزبي، واحترام القوانين وتبادل السلطة ومن ثمة القدرة على السلوك السياسي.

2 - دور المعلومات في الممارسة السياسية شديد الرسوخ بدأ من القرارات السياسية المحفورة في المعابد حتى طغيان الاتصال الجماهيري.

3 - دور الإنترنت واستخدامه الواسع هو الذي ساهم في تأصيل نموذج فاعلية المواد السياسية أو ما يسمى حاليا بفاعلية النت Net.

✓ فتوافر المعلومات يزيد من وعي الناس بالعمل السياسي ويدفعهم للمشاركة فيه.

✓ الانترنت بتنوع استخداماته يتفوق على وسائل الاتصال الأخرى في أنه جعل الاتصال السياسي ليس من الحكومات والنخبة والسلطة إلى الشعب، بل جعل من القاع الشعب إلى القمة السلطة.

إن التفاعلية التي يتيحها الإنترنت للشباب تزيد من مشاركاته السياسية بما تعنيه من القدرة على الاختيار والنقد والتعليق.

فاعلية المعلومات عبر الإنترنت أبرزت وسيطا اتصاليا ربما يكون جديدا وهم المعروفون باسم الناشط السياسي، والناشط هنا يختلف علميا عن قائد الرأي التقليدي وان كان يمارس نفس أدواره، الناشط قد يظهر فجأة ولديه قدرة على التعبئة<sup>1</sup>.

عموما يشير النموذج إلى أن الفاعلية السياسية تبلغ قممتها عندما تتناغم معلومات المواطن مع معلومات السلطة السياسية.

<sup>1</sup> رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص ص (185-186).

## 1.5 أهمية الاتصال السياسي:

تختلف أهمية الاتصال السياسي باختلاف النظم السياسية والاقتصادية وكذا الاجتماعية وحتى الثقافية وهي تعكس البناء الذي تعمل فيه وتؤثر وتتأثر به.

**وسائل الاتصال في النظام الليبرالي:** يعبر نظام الاتصال في النظم الليبرالية عن آراء تنافسية وي طرح البدائل ويجعل للفرد حق التأيد والمعارضة، كما يكون تدفق المعلومات أسرع وبطريقة تسمح للنظام الخاص بالمساهمة في وسائل الاتصال إلى جانب حد أدنى من تدخل الحكومة وتشجيع المنافسة الحرة، أما تمويل هذه الوسائل فيكون معظمه من الإعلانات، بالمقابل تعمل على هذه الوسائل على مراقبة الحكومة وتقديم معلومات عنها إلى الجمهور.<sup>1</sup>

**وسائل الاتصال في الأنظمة الشمولية:** في هذا النوع من الأنظمة تحتكر الحكومة كل قنوات الاتصال وتسيطر عليها بل تدرجها في النظام السياسي الداخلي، وتسعى لضبط ورقابة كل القنوات الرسمية وغير الرسمية وهو جزء من احتكار القوة، وتهدف جميع هذه الوسائل إلى تأكيد الإقناع بشرعية النظام السياسي ودفع الجمهور نحو سلوك يعبر بالضرورة عن هذا الموقف، أي ينظر لوسائل الاتصال في ظل هذا النظام السياسي إلى أنها هياكل لتعبئة القدرات الرسمية والتنظيمية، وتسيطر عليها الأيديولوجية بدرجة جد واضحة.<sup>2</sup>

**وسائل الاتصال في الدول النامية:** إن المسلك الشيوعي للاتصال السياسي كان الأكثر جاذبية في الكثير من دول الثالث، حيث تقوم وسائل الاتصال بدور كبير في تعبئة الجمهور وتفسير الأيديولوجية الرسمية وتغليب وظيفة الدعاية، ويقوم الاتصال عامة في المجال السياسي على المساعدة في تحقيق وحدة الشعب وتقوية نفوذ الدولة وتأييد الأهداف القوية، بينما تبرز في هذه الدول أشكال متعددة لسيطرة الدولة تختلف باختلاف مرحلة التطور، وتميل دول العالم الثالث إلى تقييد حرية المناقشة، وتسعى لاستخدام وسائل الإعلام لحشد التأيد الشعبي لكل سياسات الدولة.<sup>3</sup>

وهكذا فإن أهمية الاتصال السياسي نسبية تختلف باختلاف النظام السياسي وباختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية .

<sup>1</sup> فاروق أبو زيد: مشكلات الاتصال السياسي في مصر، د ط، مركز البحوث والدراسات السياسية، القاهرة - مصر، 2000، ص 292.

<sup>2</sup> لامية طالة: الاتصال السياسي ووسائل الإعلام - قراءة تحليلية في جدلية العلاقة، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد 01، 2022، ص 622.

<sup>3</sup> فاروق أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 292.

يعمل الاتصال إذا ما ارتبط بالسياسة على تكوين القيم السياسية من خلال العمل كقناة تواصل بين النخبة والجمهور، وبالعكس ممكن أن يؤدي إلى تأكيد قيم الثقافة السياسية السائدة كما أشرنا سابقا ومنه دفع الجماهير للاهتمام بالسياسة وإشراكها في عملية اتخاذ القرار وطرح القرارات والبدائل للحوار.

يساعد الاتصال السياسي في تكوين الرأي العام من خلال تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق وحتى الأخبار، واستخدامها كقنوات للتعبير السياسي ونشر أفكار أو آراء النخبة الحاكمة أو المعارضة.

يساعد في تغيير الاتجاهات غير المرغوبة وتثبيت تلك المرغوبة، إذ أن العلاقة بين العمليتين السياسية والاتصالية علاقة جوهرية على نحو مميز...، حيث أن محاولة تغيير نظام الحكم في دولة ما بالقوة تبدأ بخطوة السيطرة على وسائل الاتصال كخطوة لضمان النجاح للنظام الجديد فمن يملك وسائل الاتصال السياسي يؤثر ويوجه واتساع سيطرة النظام السياسي ترتبط دوما بالسيطرة على وسائل الاتصال.<sup>1</sup>

يمكننا استنتاج أن الاتصال السياسي هو جزء أساسي من الحياة الاجتماعية ومن الديمقراطية وتكمن أهميته في عدة جوانب مثل زيادة وعي المواطنين بالقضايا المختلفة التي تمس حياتهم وتحفيزهم على المشاركة السياسية سواء عن طريق التصويت أو الانتخابات أو الانخراط في الأنشطة السياسية، كما يسمح بزيادة الشفافية والمساءلة من خلال تقديم المعلومات عن السياسات الحكومية مما يمكن المواطنين من محاسبة قادتهم، ولعل الأهمية الكبرى له تكمن في القدرة على إدارة الأزمات السياسية بكفاءة خصوصا إذا ما استخدمت الرسائل السياسية لتهدئة الأوضاع أو توجيهه خلال الأزمات خاصة منها الاحتجاجات على غرار ما حصل في الكثير من دول العالم مثل الدول العربية خلال بدايات القرن الواحد والعشرين.

## 1.6. وظائف الاتصال السياسي:

يأخذ الاتصال السياسي معظم وظائفه من الاتصال في حد ذاته حيث يستند بالأساس إلى مبادئ العملية الاتصالية القائمة على تبادل المعارف والخبرات غير أن ما يميزه هو تركيزه على القضايا السياسية، وفي سياق السياسة تتنوع وظائف الاتصال لتشمل الكثير نوجزه فيما يلي:

### الوظيفة الإخبارية:

تعد الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء، أي إلى جانب كونها تحمل وظيفة إعلام الجمهور عن سياسات الدولة وإعطائها قراراتها الشرعية التي تهدف إلى صنع

<sup>1</sup> جبار علاوي، مرجع سبق ذكره، ص ص (167.168).

قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة، فإنها تؤدي وظيفة الإخبار و تكوين الرأي العام<sup>1</sup> وما يميزها أنها غالبا ما تقوم على خدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية يساهم في بناء صورتها الذهنية.

وفي ذات السياق يشير بعض الباحثين إلى أن هناك نمطي استخدام مختلفين لهذه الوظيفة (الإخبارية)

✓ **الأول:** له علاقة بملاحقة الأحداث الجارية التي تقع، ومعرفة ما تقوم به الحكومة وفهم ما يحدث في العالم، بالإضافة لمعرفة ما يقوم به القادة.

✓ **الثاني:** يتعلق باستخدام وسائل الاتصال السياسي للمعرفة العامة وزيادة الخبرات والمعلومات الشخصية، وبسبب تعود الفرد في المجتمع الحديث على التعرض لكم هائل من الأخبار والمعلومات أصبحت وسائل الاتصال ذات أهمية كبيرة في تحقيق هذه الوظيفة المتطورة والمتزايدة لديه.<sup>2</sup>

### التنشئة السياسية:

إن المقصود بالتنشئة السياسية هو كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل لآخر، وتتم بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق لتعميق التوجهات والقيم السياسية الشائعة والمستقرة في المجتمع ، وكذا من خلال تنمية مدركات الفرد وتعزيز قدراته السياسية وفهمه للأوضاع العامة، بحيث يستطيع التعبير عن ذاته من خلال سلوكيات ينتجها في الحياة السياسية، ويأتي ذلك من خلال قيام الاتصال السياسي في الدولة الواحدة بإكساب المواطن تفاصيل الحياة السياسية والقضايا الخاصة بالحملات الانتخابية والمرشحين وكل ما يخص النسق السياسي.<sup>3</sup>

إذا يمكننا أن نقول أنها عملية تنموية يتم من خلالها تلقين الفرد المعرفة والقيم والمواقف والاتجاهات العامة، وتشكيل الثقافة السياسية أو تغييرها عبر وسائل الاتصال السياسي يعتمد غالبا على وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون ، الراديو، الإنترنت وهو في مجمله توعية للفرد حول السياسات السائدة على المستويين الداخلي والخارجي.

### التسويق السياسي:

يعد التسويق السياسي خليط هام من أنشطة متعددة الجوانب فهو نشاط تسويقي يستعمل مختلف التقنيات التسويقية في التأثير على الجمهور، وفي معانيه ليس جديدا ولكنه كمفهوم يعد حديثا لا يتجاوز

<sup>1</sup> العربي بوعمامة ومُجد مساهل: الاتصال السياسي في ظل الوسائط الجديدة في تجدد المفاهيم والوظائف مقارنة معرفية، مجلة التراث ، العدد 29 ، المجلد 1، ديسمبر 2018، ص 723.

<sup>2</sup> مُجد بن سعود البشر، مرجع سبق ذكره ، ص 69.

<sup>3</sup> أحمد ياسين: الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط 1، عمان .الأردن، 2015 ، ص 146.

ظهوره العقدين من الزمن، إذ أن التسويق للأفكار السياسية مصطلح سائد في أدبيات العلوم السياسية وغرضه هو محاولة إقناع الجماهير أو الحصول على تأييد المستهلكين السياسيين.

عرفه **أوكاس Ocass** بأنه استخدام التسويق لتوفير القدرة للأحزاب السياسية للتعرف على اهتمامات الناخبين المختلفة وحاجاتهم من خلال التحليلات التسويقية والتخطيط والتحكم في الحملات السياسية والانتخابية<sup>1</sup>. ويعد فرانكلين روزفلت Franklin Roosevelt 1945 هو أول من استعمل الوسائل الدعائية في التسويق السياسي و أول من استعمل مصطلح التسويق السياسي بدلا من مصطلح الدعاية السياسية، ثم مع بداية ثمانينيات القرن الماضي بدأت الأحزاب السياسية الأوروبية في استعمال التسويق السياسي<sup>2</sup>.

عموما تزيد فاعلية التسويق السياسي بشدة أثناء الحملات الانتخابية، وهو المحور الذي يتوقف عليه نجاح المنظمة السياسية في إيصال المرشح السياسي للمنصب الذي يطمح إليه و يلعب الاتصال دورا مهما في التسويق السياسي فهو أهم مرتكزاته<sup>3</sup>. ويعتبر التسويق الانتخابي جزءا هاما منه، غير أنهما يختلفان في انقطاع التسويق الانتخابي بمجرد فوز المرشح أو انتهاء العملية الانتخابية في حين التسويق السياسي مستمر ودائم<sup>4</sup>.

**التأثير في اتجاهات الرأي العام :**

قد يصنع الرأي العام السياسة العامة للدولة وهو غير بعيد عنها، ويظهر مدى تأثير الرأي العام في السياسة في مدى ما يمارسه الرأي العام من ضغوط لتحديد القرارات الحكومية وعلى صنع السياسة العامة وإحجام المسؤولين عادة عن اتخاذ موقف أو قرار قد يواجه بمعارضة شعبية قوية<sup>5</sup>، ومنه فصناع القرار بحاجة إلى المعلومات التي تظهر قيمتها الحقيقية عندما تحتاجها السلطة فبرزت الحاجة إلى مؤسسات لجمع المعلومات وهي وسائل اتصال لها علاقة مباشرة بمتخذي القرار السياسي.

**المساعدة في صنع القرارات:** إن تطوير الاتصال السياسي سيسمح بتنمية الوعي والفكر السياسيين وخلق رأي عام يساهم في اتخاذ القرارات التي تخصه، ووسائل الإعلام تمثل الفضاء الأمثل للحوار وتبادل الأفكار

<sup>1</sup> بن صالح جعفر: الاتصال السياسي في الجزائر المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئاسة الجمهورية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية الحضارة الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر، 2013، ص 43.

<sup>2</sup> قاسم حسين السعدي: إستراتيجية التسويق السياسي في التنافس الانتخابي، مجلة بابل للعلوم الإنسانية، العدد 04، جامعة بابل، 2019، ص ص (59 - 60).

<sup>3</sup> عبد الغفار رشاد القصبي: الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، د ط، مكتبة الآداب، القاهرة، 2007، ص 108.

<sup>4</sup> قاسم حسين السعدي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

<sup>5</sup> كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، ط 01، دار المسيرة للنشر، عمان - الأردن، 2011، ص 197.

وتشكيل رأي عام واعي وصلب وقادر على التأثير على صانع القرار وجعله يتخذ القرار السليم م الذي يخدم المصلحة العامة<sup>1</sup>

### دعم مشروعية النظام السياسي:

تعمل وسائل الاتصال على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات وتقوية العاطفة تجاه النظام السياسي وضمان شرعية الحكومات إذ تعمل على مساعدة النظام الاجتماعي القائم من خلال توعية الجماهير وإقناعها عن طريق تحقيق الإجماع والاتفاق حول شعارات أهداف واحدة ووسيلتها في ذلك هي الإقناع الذي يتحدد في السيطرة على الجماهير وتوعيتها بجدوى النظام.<sup>2</sup> ومن جهة أخرى وسائل الإعلام على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات وتدعم الوضع السياسي القائم وبهذا تضمن شرعية الحكومات عن طريق محاولة تحقيق الإجماع.

### تأكيد الشعور بالهوية الوطنية:

تقوم وسائل الاتصال بدور مهم في تأكيد الشعور بالهوية الوطنية من خلال نقل تراث المجتمع وعاداته وتقاليده وتعميق الروابط التاريخية والثقافية والاجتماعية والسياسية وبث روح الانتماء والولاء للوطن ومنه تعميق العلاقة بين أفراد المجتمع والحكومة، وتقوم وسائل الاتصال بدور مهم من خلال محاولات الإقناع المتتالية من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة والعمل على ترسيخ القيم الأصلية ومحاربة المفاهيم الضارة.

### الرقابة على الحكومة:

إن الوظيفة السياسية للاتصال تؤكد ما تقوم به وسائل الاتصال من نقل آراء الأفراد والجماعات والقوى السياسية من شأنها أن تصل إلى متخذي القرار الذين بدورهم قد يقومون بتعديل ومراجعة سياساتهم وقراراتهم في ضوء ما تعرضه وسائل الاتصال من القاعدة الشعبية بمختلف شرائحها و هذا من شأنه أن يؤدي غرضاً مزدوجاً، فهو:

- ✓ من جهة يسمح للرأي العام بالمشاركة في عملية اتخاذ القرار على مستوى النخب الحاكمة.
- ✓ ومن جهة ثانية يوجه عملية صنع القرار من قبل الحكومات في ضوء ما يصلها عبر وسائل الاتصال من القاعدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نصر الدين بوزيان وفضيل دليو: الاتصال السياسي في الجزائر، د ط، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، سلسلة أعمال المنتقيات، الجزائر، 2010، ص 162.

<sup>2</sup> أمال عامر: مرجع سبق ذكره، ص 65.

<sup>3</sup> محمد حمدان المصالح: الاتصال السياسي الدولي: ط 03، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص 59.

إن من أهم مسؤوليات وسائل الاتصال : التأكد من حقيقة ما ينشر وحماية المجتمع من تسلط النظام السياسي، وهذا الدور الوافي يتم بشكل أفضل بواسطة وسائل مستقلة تحكمها اهتماماتها ومعاييرها الخاصة ، كما تقوم بنقل توجهات و آراء أفراد المجتمع والجماعات والقوى السياسية بشأن مختلف القضايا إلى السلطة السياسية من أجل مراجعة وتعديل السياسات لتتوافق مع التوجهات العامة للمجتمع.<sup>1</sup>

**إدارة الصراعات السياسية:**

تساهم وسائل الاتصال في مواجهة الصراعات من خلال زيادة حجم المعلومات الصحيحة بين الأفراد كان من الصعب نشوء الخلافات، ووسائل الاتصال تساهم في حل النزاعات داخل المجتمع من خلال تغطية معلوماتها ومواجهة الأزمات وتوفير الطرق المواتية لاستقرار النظام السياسي القائم ، ففي أوقات الصراعات تصبح وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون أسلحة حيوية للحكومة والمجتمع لتطمئن الشعوب بأن حكومته ترضى أمنه.<sup>2</sup>

ما يجب ذكره أن تغطية وسائل الاتصال للأحداث تظهر الفلسفة القائمة وطبيعة العلاقة القائمة بين الوسائل والسلطة السياسية.

## 7.1. خصوصية الاتصال السياسي في الجزائر:

### 1.7.1. العلاقة بين السلطة السياسية والإعلام في الجزائر:

إن المتأمل لمسار التطور التاريخي لوسائل الإعلام الجزائرية الوطنية يجد أنها شديدة الارتباط بنسق السلطة السياسية الجزائرية التي عرفت هي الأخرى حقبتين هامتين في مسار تطورها، الحقبة الأولى عرفت بمرحلة الأحادية السياسية والتي بدأت ملامحها منذ فجر الاستقلال 1962 إلى غاية 1989، حيث تميزت باختيار السلطة النهج الاشتراكي في غدارة البلاد من خلال سياسة الحزب الواحد "حزب جبهة التحرير الوطني"، واستمر الوضع كذلك حتى نهاية الثمانينيات أين شهدت الجزائر أول تحول سياسي تمثل في إقرار التعددية السياسية والإعلامية سنة 1990.<sup>3</sup>

يشير محمد زرين أنه من المعروف عن النظام السياسي الجزائري كخصوصية أنه ديمقراطي شكلا، وتسلطي مضمونا وهذا الشكل من الأنظمة تدين به الكثير من دول العالم .. فالجزائر على طوال محطاتها يحكمها نفس النظام وبنفس الأساليب انطلاقا من نفس العقلية والاختلاف الوحيد ما بين مرحلة الحزب الواحد والتعددية

<sup>1</sup> محمد بن سعود البشر ، مرجع سبق ذكره ، ص 77.

<sup>2</sup> - عامر أمال: مرجع سبق ذكره ، ص 56.

<sup>3</sup> يوسف بومشعل: واقع الاتصال السياسي في الجزائر - من الأحادية السياسية إلى التعددية السياسية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 04، المجلد 10، ديسمبر 2018، ص 1014.

الحزبية هو تغير النظام الاقتصادي.<sup>1</sup>، دون الإعلامي رغم وجود التعددية التي سمحت للخصوصية الإعلامية بعد زمن طويل من إقرار التعددية السياسية 1990، وكانت سنة 2012 فجر بروز الإعلام الجزائري، غير أنه وقبل الحكم على أي نشاط اتصالي سياسي لوسائل الإعلام الجزائرية لا بد من المرور كرونولوجيا على المحطات التاريخية للنظام السياسي الجزائري وتحولاته وبالتالي لا بد من المرور على الترسانة التشريعية للبلاد والجهود المبذولة في إطار حقوق الإنسان والحريات العامة والإعلامية ذلك أن وسائل الإعلام الاتصال ومدى حريتها أهم مقومات الاتصال السياسي في النظم الديمقراطية التي تنتمي إليها الجزائر.

## 271. التشريعات الإعلامية في الجزائر:

يعد قانون الإعلام 90/07 مهّد التعددية الإعلامية في تاريخ الجزائر المستقلة الذي تم إقراره 3 أبريل 1990 واعترف قبل كل شيء بحق المواطن في الإعلام ومعرفة الوقائع والأحداث على الصعيد الوطني والدولي طبقا للمواد 35، 39، 40 من الدستور.. بعده جاء القانون العضوي 12/05 المتعلق بالإعلام إثر الإصلاحات السياسية التي أعلن عنها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة ماي 2011 من ميزات أنه نص على فتح مجال السمع البصري على الخواص، ولعله بصدور هذا القانون اكتملت ملامح التعددية الإعلامية في الجزائر من خلال وضع حد للاحتكار مارسته الدولة على مجال السمع البصري لمدة نصف قرن من الزمن.<sup>2</sup>

صدر في 12 جانفي 2012 القانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام وهو يتضمن أحكام تخص تحديد المبادئ والقواعد التي تحكم ممارسة الحق في الإعلام وحرية الصحافة في المادة الأولى وتشير المادة الثانية إلى حرية ممارسة النشاط الإعلامي في ظل احترام الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، حق المواطن في الإعلام الموضوعي والكامل، الطابع التعددي للأفكار والآراء..، وجاءت المادة الثالثة "يقصد بأنشطة الإعلام في هذا القانون العضوي، كل نشر أو بث لوقائع أو أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية وتكون موجهة للجمهور أو لفئة معينة"، وجاء في المادة الرابعة تضمن أنشطة الإعلام على وجه الخصوص عن طريق: وسائل الإعلام التابعة للقطاع العمومي، وسائل الإعلام التي تنشئها هيئات عمومية، وسائل الإعلام التي تملكها أو تنشئها أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة، وسائل الإعلام التي يملكها أو ينشئها أشخاص معنويون يخضعون للقانون الجزائري

<sup>1</sup> محمد رزين، العربي بوعمامة: واقع الاتصال السياسي في الجزائر - مقارنة تحليلية للحظة الحراك الشعبي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 1، المجلد 6، 2020، ص 186.

<sup>2</sup> بوعسيرة عمر: التعددية الإعلامية وآليات حمايتها في ضوء القانون العضوي رقم 05/12، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد 2، المجلد 1، 2015، ص ص (53-54).

ويملك رأس مالها أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية، وفي الباب الثالث المادة 40 تنشأ سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتتولى تشجيع التعددية الإعلامية والسهر على جودة الرسائل الإعلامية ..تحديد قواعد وشروط الإعانات والمساعدات التي تمنحها الدولة لأجهزة الإعلام، السهر على احترام مقاييس الإشهار، وفي الفصل الثاني المادة 64 تؤسس سلطة ضبط السمع البصري وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وجاءت المادة 84 يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر ماعدا في الحالات التالية، عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني، عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية، عندما يتعلق بسر البحث والتحقيق القضائي .. عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.<sup>1</sup>

أما القانون رقم 04/14 المؤرخ في 24 فيفري 2014 المتضمن النشاط السمي البصري وهو أول قانون تحدث عن السمي البصري، وجاء في المادة 2 يُمارس النشاط السمي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام قانون 2012 رقم 05/12 وجاء الجديد في المادة 48 يتضمن دفتر الشروط العامة لاسيما الالتزامات التي تسمح باحترام التعددية الحزبية وتعددية التيارات الفكرية والآراء في البرامج الإذاعية والتلفزيونية..، الامتثال لقواعد والتزامات إنتاج وبث الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية ..التزام الحياد والموضوعية والامتناع عن مآرب وأغراض مجموعات مصلحة سواء كانت سياسية أو اقتصادية .. الامتناع عن توظيف الدين لأغراض حزبية وتلتزم سلطة ضبط السمي البصري في المادة 54 بمتابعة هذه الالتزامات من خلال ممارسة الرقابة وجاء في المادة 57 أنها تتشكل من 9 أعضاء يعينون بمرسوم رئاسي 5 من اختيار رئيس الجمهورية 2 يقترحهما رئيس مجلس الأمة و2 يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني<sup>2</sup>، إن الملاحظ أن تشكيل الأعضاء لم يكن عن طريق الانتخاب وإنما مقترحة ومعينة.

وجاء نص دستور 2016 في القانون 01/16 المؤرخ في 06 مارس 2016 الذي يخص قوانين الإعلام المتعاقبة التي تدرجت في منح الحرية وهو ما لمناه في القوانين والمواد السابقة الذكر، فالمشرع الجزائري لم يفرط في تقييده حرية العمل الصحفي وإنما حاول حماية المصالح العليا للبلد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية، العدد 01، 14 جانفي 2012.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 04 /14 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 24 فيفري 2014 ، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

<sup>3</sup> محمد الطيب سكيرفة: التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 04، المجلد 13، 2021، ص 551.

### 3.71. دور الإعلام الرقمي بعد الحراك الشعبي 2019:

فتحت العهدة الخامسة للرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة الباب أمام فترة رئاسية جديدة رغم حالته الصحية التي لا تسمح له بممارسة مهامه الدستورية على أكمل وجه هذا ما جعل ملايين الجزائريين يخرجون للتعبير عن رفضهم واستيائهم من الفساد المالي والإداري والإعلامي، حيث زاد من الإعلام من الانغلاق خاصة منه العمومي الناتج عن تحكم السلطة، مما زاد الحاجة إلى القنوات البديلة التي سمحت بانتشارها تطورات التكنولوجيا مما جعل من شبكات التواصل الاجتماعي ولاسيما الفيسبوك أهم قناة للاتصال السياسي ولنقل مطالب الجمهور وأظهرت فيها الكثير من وسائل الإعلام الحكومية وحتى الخاصة انتقادات بسبب محاولة احتوائها للحراك والتقليل من شأنه، وتعد هذه المرحلة الأكثر دفعا للإعلام المواطن أو الإعلام الرقمي في الجزائر بعيدا عن كل قوانين الإعلام التي تفرضها الحكومة على المؤسسات.

بعد استقالة عبد العزيز بوتفليقة شهد الإعلام بعض التغيرات لكن قيود الصحافة بقيت قائمة، خاصة بعد الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في إلغاء السلطة وتغييرها، نهاية سنة 2019 فاز الرئيس عبد المجيد تبون بالانتخابات الرئاسية إلى غاية سنة 2020 أين تنبه لخطورة الإعلام الرقمي على نظام الحكم القائم بسبب سرعة انتشار الخبر والقدرة على التعبئة، فتوجه مباشرة لضبط هذا المجال حيث أحصت وزارة الاتصال ما يقارب 150 موقع إلكتروني إخباري بالجزائر، 84 منها فقط مصرح لدى الوزارة وكان هذا النوع من الصحافة في ظل فراغ قانوني، هذه الأوضاع أدت بالناشرين والصحفيين في مجال الإعلام الإلكتروني للمطالبة بتقنين المجال وإصدار قانون لتنظيم النشر ولاسيما ما تعلق بالتمويل والإشهار، وهو ما جعل رئيس الجمهورية يأمر عبد العزيز جراد الوزير الأول في 4 فيفري 2020 في تسوية الوضعية القانونية للصحف الإلكترونية، حيث ستتعامل السلطات مع الصحف الإلكترونية كما تتعامل مع المكتوبة الوطنية ومنها حق الاستفادة من الإشهار العمومي.<sup>1</sup>

جاء في المرسوم الفصل الثاني المادة 04 يمارس نشاط الإعلام عبر الإنترنت كل شخص طبيعي يتمتع بالجنسية الجزائرية ويمتلك رأسماله أشخاص طبيعيين أو معنويون وفي المادة 6 يخضع نشاط الإعلام عبر الإنترنت للنشر عبر موقع إلكتروني، تكون استضافته موطنة حصريا ماديا ومنطقيا في الجزائر بامتداد اسم النطاق dz والمادة 7 على كل جهاز للإعلام عبر الإنترنت أن مستفيد من دعم مادي مهما كانت طبيعته أن يكون له ارتباط عضوي بالهيئة المانحة للدعم ويجب بيان هذه العلاقة، وفي المادة 13 الابتعاد عن

<sup>1</sup> إلهام بوتلجي: الإعلام الإلكتروني في الجزائر -دراسة نقدية في المرسوم التنفيذي المحدد لممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-332، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد 07، 2021، ص 559.

التحريض والكراهية والعنف والتمييز على أساس الانتماء الجهوي أو العرقي أو الديني أو الرأي السياسي أو الإيديولوجي أو نوع الجنس.<sup>1</sup>

إن الملاحظ من المواد هو محاولة السيطرة على الإعلام الإلكتروني وتقييده بعد ما عرف الانفلات لسنوات وكان بعيدا عن الرقابة، ويرى الناشطون في مجال الإعلام الإلكتروني بأن صدور المرسوم التنفيذي في الجريدة الرسمية نوفمبر 2020 جاء متأخرا ومن المستبعد بتركيبته أن يملأ الفراغ الكبير الذي تركه قانون الإعلام 2012 بالنسبة للنشاط الرقمي الإخباري بالجزائر، حيث حمل بعض مواد الاستفهام وغابت عنه الدقة والجدية المدروسة في ظل وجود أكبر مشكل سيكون عائقا لنمو وتطور الإعلام عبر النت، على غرار قرار التوطين المحلي الذي يعطي الحق للسلطة بحجب المواقع التي لا تخدمها.. ويتترك سؤال حول المعايير التي يتم بموجبها منح الإشهار العمومي للمواقع<sup>2</sup>

صدر في قانون 29 أوت 2023 في المادة 12 يجب على كل وسيلة إعلامية مستفيدة من تمويل أو مساعدة مادية لأن يكون لها ارتباط عضوي بالهيئة المانحة، ويمنع تحت طائلة العقوبات الجزائية المقررة قانونا تمويل أو مساعدات مادية مباشرة وغير مباشرة من أية جهة أجنبية<sup>3</sup>

ما يمكن استنتاجه بخصوص ما ذكر:

- إن التحرر الفعلي للإعلام كان بطيئا ومرتبطا دوما بالسلطة.
- إن سياسة الاتصال السياسي في الجزائر تتخذ وسائل الاتصال قنوات رسمية لها لنقل خطابها السياسي سواء من خلال التمويل أو التشريع القانوني أو الحصص الإخبارية.
- إن التشريعات ورغم توجهها نحو التعددية تستمر في تعزيز سيطرة الدولة على الإعلام سواء من ناحية تعيين الأعضاء في سلطات الضبط أو من خلال وضع شروط صارمة على الإعلام الصحفي والسمعي البصري والإلكتروني.
- لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا رئيسيا في تجاوز القيود الحكومية على الإعلام التقليدي، مما جعلها وسيلة فعالة للاتصال السياسي.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المرسوم التنفيذي 332/20 المتعلق بممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت والمؤرخ في 22 نوفمبر 2020، الجريدة الرسمية، العدد 70، 25 نوفمبر 2020.

<sup>2</sup> إلهام بوثلجي، مرجع سبق ذكره، ص ص (562-563).

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 23/14 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 27 أوت 2023، الجريدة الرسمية، العدد 56، 29 أوت 2023.

- رغم تنظيم الإعلام الإلكتروني في 2020 لا تزال القيود قائمة، خاصة فيما يتعلق بالتوطين المحلي والتمويل، هذه القيود تعكس محاولة الدولة للسيطرة على الإعلام الرقمي الذي انفلت من الرقابة لفترة طويلة.
- تستمر التشريعات في تقييد حرية التعبير من خلال قانون 2023 عبر منع التمويل الخارجي والسيطرة على الإشهار العمومي مما يطرح تساؤلات حول شفافية تطبيق هذه القوانين.

إن خصوصية الاتصال السياسي في الجزائر تتمحور حول التوتر بين التعددية الشكلية والرقابة الفعلية، حيث تتصرف الدولة بشكل محكم في الإعلام من خلال التشريع والنص القانوني، وتوظف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لنقل سياساتها الرسمية، مع ترك مساحة محدودة للتعددية السياسية والفكرية، كما أن إشكالية الاتصال السياسي في الجزائر تتمحور حول التفاعل غير المتكافئ بين الأطراف الأساسية للعملية وهي السلطة، وسائل الإعلام والجمهور فالأولى تحتفظ بسيطرة كبيرة على وسائل الإعلام التقليدية ويتجلى ذلك في كيفية توجيه الإعلام من خلال التشريعات لخدمة الخطاب السياسي الرسمي، أي أن الثانية في خدمة الأولى ويحكمها النص القانوني، أما الطرف الثالث المتمثل في الجمهور فيعاني من محدودية المشاركة في العملية الاتصالية السياسية لأن الإعلام الجماهيري غالباً ما يعكس وجهة نظر السلطة دون إتاحة مجال كاف للتعبير عن تطلعات المواطنين ورغم الانتشار الواسع للإعلام الإلكتروني كبديل يعزز دور الجمهور في المشاركة والتعبير والنقد إلا أن جهوداً متواصلة للسلطة تحاول السيطرة على هذا المجال من خلال النظام القانوني الذي يستهدف تقييد الإعلام الرقمي وحجب أي موقع لا يتماشى وسياستها.

## 2. شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للاتصال السياسي في الجزائر:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم مخرجات الطفرة التكنولوجية في مجال وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال، والتي شهدت ولا تزال انتشارا واسعا في الجزائر ووسط الأفراد خاصة منهم الشباب، وهذا في ظل الخدمات والتطبيقات التي تتصف بها الشبكات الاجتماعية على تعدد أشكالها وخصائصها ما جعلها محل اهتمام سياسي بعد أن كانت تحمل بعدا اجتماعيا ترفيهيا وتواصليا.

وفي ظل المشهد السياسي في الجزائر وتحولاته بعد اكتساح التقنية ليوميات الفرد الجزائري أصبح موقع الفيسبوك منبرا هاما للتواصل السياسي بين الفاعلين السياسيين والجمهور رغم الخصوصيات والعوامل التي تتداخل لتؤثر بطريقة أو بأخرى في توظيف هذه الشبكة كأداة جديدة للاتصال السياسي الجزائري استكمالا أو تعويضا للإعلام التقليدي.

## 1.2 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

لغة: يعرفها قاموس التكنولوجيا الرقمية "High-tech dictionnaire" بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".<sup>1</sup> وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks) بأنها مواقع Websites أو تطبيقات Application مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات ورسائل وصور.<sup>2</sup> بينما تعرفها موسوعة ويب أوبيديا بأنها عبارة أو مصطلح يستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية متيحا لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة موفرا إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية.<sup>3</sup>

وأشار محمد طارق هارون نقلا عن معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات المتاح على الخط المباشر ODLIS أن الشبكات الاجتماعية هي تلك الخدمات الإلكترونية المتاحة على الويب والتي صممت بغرض تمكين أعضائها من إنشاء حسابات شخصية Accounts لهم سواء كانت تلك الحسابات لأشخاص أو منظمات وتتم عملية الاتصال بين الأفراد بغرض التواصل، التعاون ومشاركة المحتويات بينهم.<sup>4</sup> وارتبطت شبكات التواصل الاجتماعي عموما بكونها منصات هامة أمام فئة الشباب في التعبير عن الآراء والمواقف والقضايا والمشاركة في الجدل العام وتنوعت أنماط استخدامهم لها مع تعدد المواقف والاتجاهات وتغيير طبيعة ظروف السياق المحلي.<sup>5</sup>، ويمكن تعريفها أيضا على أنها تلك التطبيقات التي تنتشر بشكل واسع على شبكة الإنترنت وهي ذات طابع تفاعلي تسهل عملية إنشاء محتوى يستطيع من خلالها المستخدم تنسيقه ومشاركته<sup>6</sup> وهي أيضا نوع من القنوات التي تعتمد على الإنترنت كمنصة لجذب المستخدمين ويمكن للأشخاص تطبيقها لتقديم المشكلات وفقا لما يفضلونه ورغبتهم في التفاعل مع الآخرين.<sup>7</sup> ويتم تعريف الشبكات الاجتماعية على أنها مجموعة من العلاقات المحددة مثل التعاون والمشورة والتحكم والتأثير بين مجموعة لا حصر لها من

<sup>1</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2013، ص 51.

<sup>2</sup> جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية - من القبيلة إلى الفايبروك -، ط 1، الإمارات العربية المتحدة، 2013، ص 20.

<sup>3</sup> جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 128.

<sup>4</sup> محمد طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص 46.

<sup>5</sup> إيناس السعيد إبراهيم: السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2019، ص 10.

<sup>6</sup> Davis Jenny: Social Media- The International Encyclopedia of Political Communication, Australian, 2016, p 2.

<sup>7</sup> Jingjing Gu: Social Media Affects the Way of communication, BCP Education et psychology, vol 7, 2022, p 291.

الجهات الفاعلة ويشير عموماً إلى جميع المواقع التي توفر شبكة من الأصدقاء أو الزملاء وتزود أعضائها بالأدوات والواجهات للتفاعل والعرض والتواصل.<sup>1</sup>

بينما يورد علي عبد الفتاح أنه لا يوجد تعريفاً علمياً محدداً يضبط شبكات التواصل الاجتماعي بدقة إلا أن له مرادفات عدة منها الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، صحافة المواطن ومواقع التواصل الاجتماعي أي كل ما يتم الولوج إلى عالمه من خلال جهاز إلكتروني - حاسب آلي، هاتف ذكي، جهاز لوحي - توفر الانترنت ومن ثم الاشتراك في هذه المواقع.<sup>2</sup>

ويضيف رابع الصادق معرفاً إياها بأنها منظومة اتصالية يزداد تطورها بشكل مستمر ويظهر في شكل شبكات اجتماعية للنشر والتدوين والقراءة والمشاهدة والاستماع والبحث والكتابة والدراسة وتتيح التواصل وبناء العلاقات والتعبير عن الأفكار والآراء<sup>3</sup>

تجتمع التعاريف السالفة الذكر على عناصر متشابهة وهي:

أولاً: الارتكاز على شبكة الانترنت، إذ أن ما يجمع بين الشبكات الاجتماعية هو الفضاء الافتراضي على شبكة الانترنت.

ثانياً: التشاركية: كل الأفراد يشتركون ويتبادلون المعلومات أيّاً كان نوعها (إعلامية، ثقافية، ترفيهية، سياسية...) وبأشكال وصيغ مختلفة (نصوص، فيديوهات، صور، أوعية معلومات...).

ثالثاً: التواصل: وهي أهم خاصية فهذه الشبكات حولت العالم إلى قرية صغيرة على حد تعبير مارشال ماكلوهان لا توجد فيها حدود جغرافية ولغوية وعرقية.

## 2.2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

ترى سحر خليفة الجبوري أن وسائل الإعلام البديلة التي تضم أغلب وسائل الاتصال الحديثة، قد اكتسبت من خلال هذه الوسائل خصائصها المتمثلة أولاً بالفاعلية وهو قدرة وسائل الاتصال الحديثة على الاستجابة لحديث المستخدم بدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة فضلاً عن خصائصه التي تجعله أكثر مرونة في التعامل وفي تقديم المضمون، فضلاً عن السرعة والآنية<sup>4</sup>. كما وفرت شبكات التواصل

<sup>1</sup> Sohia hadibi, samir berkani, hamid fechit : **La stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux The digital communication strategy on social networks**, Revue internationale de la performance économique, vol 4, 2021, p 89 .

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح : الإعلام الاجتماعي، ط 1، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2014، ص 1.

<sup>3</sup> رابع الصادق: الانترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2007، ص 22.

<sup>4</sup> سحر خليفة الجبوري: الإعلام البديل الواقع والأفاق، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، 2016، ص 46.

الاجتماعي كذلك بما تتميز به من خصائص سرعة النفاذ للمعلومة وانتشارها وتقديم كم هائل من المعلومات والخدمات والتسهيلات ويمكن التواصل بسرعة الزمن الحقيقي بالإضافة إلى التفاعلية واللاتزامنية والتزامنية واللامهيرية وقابلية التحريك والحركية وقابلية التحويل وقابلية التوصيل والوسائط المتعددة والمرونة والشبوع والانتشار والتدويل والكونية وتحديد المستفيد.<sup>1</sup>

كما أن إن تدفق المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يخلق في حد ذاته إمكانية الوصول إلى معلومات جديدة وتدفق المعلومات عبر الإنترنت بشكل غير متوقع من خلال إعادة توجيه الرسائل مما يوفر إمكانية الوصول إلى مزيد من الأشخاص والدوائر الاجتماعية الجديدة وبالتالي زيادة احتمال العثور على أولئك الذين يمكنهم حل المشكلات.<sup>2</sup>

التفاعلية **Interactivity** هي ترجع الصدى كما عرفها Durlak بأنها العملية التي يتوفر فيها التحكم في وسيلة الاتصال عن بعد، ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين.<sup>3</sup>

**العالمية:** لم تعد الرسائل المتبادلة بين جمهور وسائل الاتصال حبيسة النطاق المحلي أو الإقليمي بل اتسعت لتشمل العالم كله.

**المرونة:** تتسابق شركات صناعة المعلومات ووسائل تداولها على توفير خدماتها بأسرع وقت وأفضل صورة للفوز بثقة جمهورها وتحقيق أفضل عائد اقتصادي في النهاية لذلك في دأمة السعي لتحقيق رغبات جمهورها والتكيف بمرونة وجدولة نشاطه.<sup>4</sup>

**سهولة التحديث:** بينما تحتاج الصحيفة الورقية إلى يوم كامل لتحديث أو تصحيح بعض معلوماتها أو تحتاج إلى طبعة أخرى في أحسن الأحوال لتحديث بعض محتوياتها، لا يحتاج هذا الأمر في الإعلام الجديد سوى بعض الدقائق ربما ثواني لاستبدال مادة قديمة بمادة جديدة أو تحسينها أو الإضافة عليها بما يتوافق مع مستجدات الأحداث.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> عبد العظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: الإعلام الجديد ومتطلبات التواصل الرقمي، ط 1، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 14.

<sup>2</sup> Barry Wellman and others: **Computer Networks As Social Networks- Collaborative Work Telework and Virtual Community**, Annual Review of Sociology, vol 22, 1996, P 219.

<sup>3</sup> فيصل أبو عيشة: **الإعلام الإلكتروني**، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003، ص 91.

<sup>4</sup> حارث عبود ومزهر العاني، مرجع سبق ذكره، ص 73.

<sup>5</sup> رضا أمين: **الإعلام الجديد**، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص ص(91-95).

التنوع: أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل لعملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل في الاتصال الرقمي في تنوع أشكال الاتصال عبر الحاسب والتنوع في المحتوى سواء وظائف هذا المحتوى أو مجالاته (التنوع في المحتوى الاتصال عبر وسائل والتنوع في امتدادات هذا المحتوى).<sup>1</sup>

### 3.2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

تم تقديم شبكات التواصل الاجتماعي لأول مرة عام 1971 عندما أرسل مهندس الكمبيوتر Ray Tomlinson أول بريد إلكتروني كرسالة اختبار لنفسه.. وفي سنة 1985 تم إطلاق موقع The Whole Earth 'Lectronic Link (WELL) وهو عبارة عن موقع ويب للتواصل الاجتماعي بدأ كجزء من مجتمعات الإنترنت العامة، وفي عام 1986 تم تقديم LISTSERV وهو عبارة عن خادم قائمة بريدية أنشأه إيريك توماس Eric Thomas وكان النظام مشابها لمجموعة إخبارية أو منتدى، وفي عام 1988 تم تقديم Internet Relay Chat (IRC) لتكرار فكرة مقابلة شخص ما وجه لوجه وهو ما شكل مفهوم الرسائل النصية أو الدردشة عبر الإنترنت في الوقت الفعلي وتم بناءه في المقام الأول للمناقشة الجماعية في المنتديات... ومنذ ماي 2009 تم تقديم الخدمة لأكثر من نصف مليون مستخدم في وقت واحد من خلال أفضل 100 شبكة ICR مع مئة ألف قناة تعمل على حوالي 1500 خادم على مستوى العالم.<sup>2</sup>

تم تأسيس شبكة تواصل اجتماعي لاقت نجاحا ملفتا لعدة سنوات تمثلت في موقع myspace.com وذلك سنة 2003 وكان في البداية موقعا تعلن فيه الفرق الموسيقية الطموحة عن نفسها، لكنه شهد على الفور نموا هائلا بين المراهقين والبالغين الناشئين بعد ذلك، ثم بحلول 2006 جذب مستخدمين من من فئات عمرية كبيرة، وخلال 2007 كان أكثر من عشرة ملايين من البالغين بين عمر 18 و24 سنة يزرون موقع ماي سبيس كل شهر.<sup>3</sup>

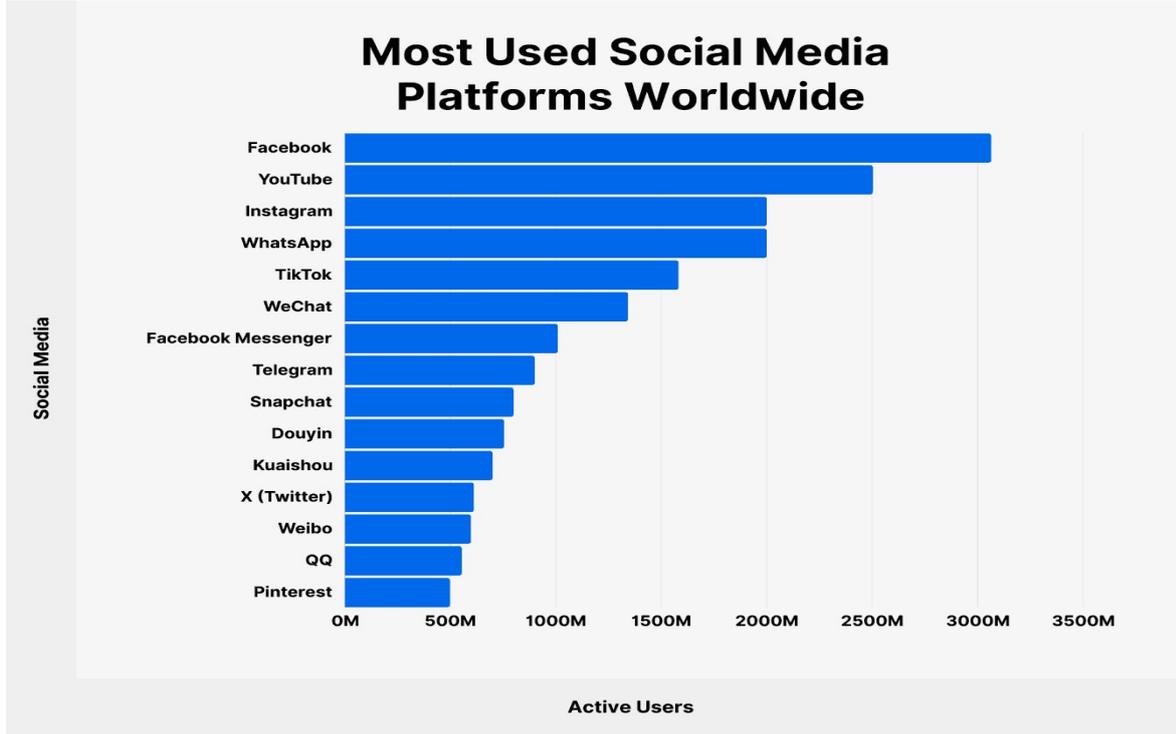
وقد توالى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي من فيسبوك على إلى تويتر (2005. 2006) ثم يوتيوب وإنستغرام وغيرها من الشبكات ..

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016، ص 222.

<sup>2</sup> Penni Janice: **The Online Evolution of Social Media- An Extensive Exploration of a Technological Phenomenon and its Extended Use in Various Activities**, Masters thesis, University of Huddersfield, 2015, p 7.

<sup>3</sup> Adriana Manago, Michel B, Graham and others: **Self-presentation and gender on MySpace**, Journal of Applied Developmental Psychology. Vol 29, No 6, 2008, p 449.

الشكل رقم 02 : يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في العالم نهاية سنة 2023<sup>1</sup>



1.3.2 يوتيوب: Youtube يعد موقع يوتيوب من أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية، ولوحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يبث برامجه على شبكة الإنترنت<sup>2</sup>. وهو يجسد بيئة اجتماعية حيث يتمتع كل فرد بالقدرة على أن يكون مستهلكا ومقدما للمحتوى نفس الوقت<sup>3</sup>.

تأسس في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال هم تشاد هيرلي (Chad Huerley) ستيف تشين (Steve chen) وجاود كريم (Jawed karim)، في مدينة سان برونو كاليفورنيا، ويستخدم تقنية الأذوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون والموسيقى الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها، وكان مزود ب 67 موظف في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 165 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 131 مليار يورو<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Backlinko Team : Facebook User et Growth Statistics, 2024, Visited on 4.09.2024, At 21.31, Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>

<sup>2</sup> حارث عبود، مزر العاني: الإعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2017، ص 146.

<sup>3</sup> Paul Haridakis, Gary Hanson: Social Interaction and Co-Viewing With YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection, Journal of broadcasting et electronic Media, May 2009, P 317.

<sup>4</sup> سليمان بكركان: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط 1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 200.

طبقا لتصنيف ألكس العالمي فإن موقع يوتيوب باقي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كل من: ياهو، وغوغل، وبشكل عام فإن عدد مستخدمي الموقع يخوله بأن يدر عائدا إعلانيا ضخما، فالمعادلة في هذا السياق هي كلما زاد عدد مستخدمي الوسيلة الإعلامية كلما زاد إقبال المعننين عليها.<sup>1</sup>

**2 3 2. إنستغرام: Instagram** هو تطبيق لتبادل الصور ومشاركتها وعلى غرار تويتر يمتلك مستخدمو إنستغرام شبكة من المتابعين الذين يمكنهم مشاركة صورة أو مقطع فيديو مدته 15 ثانية ويمكن للمستخدمين وضع تعليق على المنشور يقتصر على 2200 حرف مع خيار @mention للآخرين لجذب انتباههم وتضمين علامات مثل #hashtags للمشاركة في المحادثات العامة<sup>2</sup>، لقد أدى تطبيق إنستغرام إلى تغيير في طريقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث أصبحت العناصر المرئية (الصور ومقاطع الفيديو والرموز التعبيرية) أكثر شيوعا في استراتيجيات التواصل لدى المستخدمين.<sup>3</sup>

**3 3 2. واتساب: WhatsApp** هو برنامج أمريكي مجاني يسمح للمستخدمين بإرسال رسائل نصية ورسائل صوتية وإجراء مكالمات صوتية ومرئية ومشاركة الصور والمستندات ومواقع المستخدمين والوسائط الأخرى، وتأسس عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون ويقع مقر الشركة في سانتا كلارا بكاليفورنيا في أغسطس 2014 كان واتساب تطبيق المراسلة الأكثر شعبية عالميا مع أكثر من 600 مليون مستخدم ومع حلول 2015 أصبح ب 600 مليون مستخدم .. وبحلول 2017 زاد ليصبح 1.5 مليار مستخدم واعتبارا من فيفري 2020 أصبح الوسيلة الأساسية للاتصال الإلكتروني في العديد من البلدان.<sup>4</sup>

**4 3 2. تيك توك: Tik Tok** هو تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الإبداعية المصاحبة للموسيقى تستهدف الشباب من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي لا تتجاوز مدتها 15 ثانية وتسمح للمستخدمين باختيار الفيديو الخاص بهم وواجهة الموسيقى المصاحبة له<sup>5</sup>، تعود بداياته إلى أوت 2014 أين

<sup>1</sup> إيمان علي عون، رولا عبد الرحمن الجمل: أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد...لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص 522.

<sup>2</sup> Sikana Tanupabrungsun, Jeff Hemsley: **The Text and Images of the GOPDebate- What the Public is "Talking" About on Instagram**, i Conference, 2016, p 1.

<sup>3</sup> Silva Marcos and others: **What is There in a Like? Political Content in Facebook and Instagram in The 2019 Valencian Regional Election**, Institutio Alfons Managnanim, 2020, P 87 , DOI <http://doi.org/10.28939/iam.debats-en.2020-5>

<sup>4</sup> عفاف عبد الله أحمد إسماعيل: دور الواتس آب في تعزيز العلاقات الاجتماعية خلال جائحة كورونا، المجلة الجزائرية للاتصال -دراسة ميدانية على عينة من مواطني الدول العربية، العدد 02، المجلد 20، 2021، ص ص (127-128).

<sup>5</sup> مها مجد فتحي: تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 03، المجلد 20، 2021، ص 388.

قرر أليكس زو إطلاق تطبيق ميوزكلي Musical.ly بعد فشل التطبيق الأول بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه مع شريكه لويس يانج في الأسواق والمتعلق بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق.. رغم ذلك كان مصير التطبيق الفشل وكانت الفكرة تحويله من فيديوهات التعليم إلى الرقص وتأدية مقاطع بلاي باك "Play back" .. وفي سبتمبر 2016 أطلق الصيني تسانغ يمينغ تطبيقا جديدا أسماه "Tik tok" يقوم على فكرة ميوزكلي ونجح في جذب المراهقين لسنتين واستمر التطبيقات في النمو والنجاح كل على حدى وتفوق تيك توك بـ 45.8 مليون تحميل وتم تداوله في 150 دولة ويوم 2 أوت 2018 قاما المؤسسين بإخفاء ميوزكلي لصالح تيك توك وضم العلامتين التجاريتين تحت مسمى واحد وصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدم شهريا.<sup>1</sup>

**5 3 2. منصة (X) - تويتر - Twitter سابقا** \_شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرف، سواء عن طريق تويتر مباشرة، أو عن طريق التطبيقات الخارجية التي يقوم بها المطورون مثل خدمة كذلك، وغيرها من التطبيقات الكثيرة.<sup>2</sup>، وتعني كلمة تويتر Twitter بالانجليزية تغريد وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كشعار Logo الموقع وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية Micro blogging أو التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية من أصدقائك وأقاربك ومعارفك على الموقع <https://twitter.com>، وقد ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية، وذلك على نطاق ضيق وغير متاح للجميع، لكن بعد ذلك تم إطلاقه رسميا في أكتوبر 2006 وفي عام 2009 أصدرت جمعية اللهجة الأمريكية قائمتها السنوية للكلمات الجديدة وقد اختارت كلمة تويتر وضممتها بمعنى جديد يختلف عن المعنى الحرفي المعروف وهو القدرة على احتواء خواطر الإنسان في 140 حرف ولعل المعنى الجديد للكلمة يعبر عن الدور المتزايد والخطير في تطور دور الموقع على مستوى العالم.<sup>3</sup>

لم يتوقف الموقع عند اللغة الانجليزية، في أبريل 2008 قام بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الانجليزية، وقد قامت الشركة المسؤولة عن الموقع بإدراج اللغة العربية كلغة في الموقع

<sup>1</sup> مُجد زكرياء خراب: ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 02، المجلد 02، 2019، ص ص (451-452).

<sup>2</sup> عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، ط 1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د ب ن، 2014، ص 13.

<sup>3</sup> مُجد سديران: الإعلام الجديد، ط 1، مركز الأهرام للنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة- مصر، 2012، ص 50.

في يوليو 2007 وذلك لإقبال العرب على الخدمة بالموقع،<sup>1</sup> ولتويتر عدة ميزات مثل السهولة والسرعة، المجانية، الفعالية في التواصل العالمي.<sup>2</sup>، في أبريل 2023 تغير اسم تويتر رسمياً إلى (X) وحذف رمز المؤشر (TWTR) من البورصات الرئيسية، وتم شراءه من طرف إيلون ماسك مقابل 44 مليار دولار وأبقى الموقع يقدم خدمات مجانية مع إضافة ميزة الاشتراك المدفوع مما يتيح الشارة الزرقاء -توثيق الحساب- إضافة إلى كتابة منشورات طويلة.<sup>3</sup>

**2.3.6. فيسبوك: Facebook** هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم،<sup>4</sup> وهو أيضاً عبارة عن منصة للتفاعل بين الأفراد اللذين يعرفون بعضهم بعضاً أو ينتمون إلى دوائر اجتماعية قريبة.<sup>5</sup>، وهي لا تتعدى مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط فيفري عام 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى مارك زوكر بيرج (Mark Zuckerberg) وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقائه<sup>6</sup>، غير أن هذه المدونة لم تحقق ذلك التميز الملفت على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها على غرار موقع ماي سبيس myspace وغيره حتى عام 2007، أين حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين وبذلك زادت هذه الفرصة من شهرة الفيسبوك.

احتلت شبكة الفيسبوك الموقع الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيسبوك أصغر ملياردير في العالم، حيث أصبحت تقدر قيمة الفيسبوك أكثر من خمسة عشر مليار دولار<sup>7</sup>، ثم استطاع موقع فيسبوك تطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم، وهو ما ينفيه زوكر بيرج إذ أن مثل هذا النظام يثير بعض التساؤلات حول مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 215.

<sup>2</sup> ماجد عبد الفتاح مُجد بخاري: أسباب سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي-تويتر أمودجا، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 04، 2018، ص 58.

<sup>3</sup> الجزيرة: موقع إكس (تويتر) .. العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، فيفري 2024، تم الاطلاع يوم 30 سبتمبر 2024، على الساعة 09.36، متاح على الرابط <https://bit.ly/3NxxaVY>

<sup>4</sup> جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص 130.

<sup>5</sup> Godefroy dang nguyen, Virginie Lethias: **impact des réseaux sociaux sur la sociabilité- Le cas de facebook-**, Dans Réseaux, N 195, P 172 .

<sup>6</sup> جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص 130.

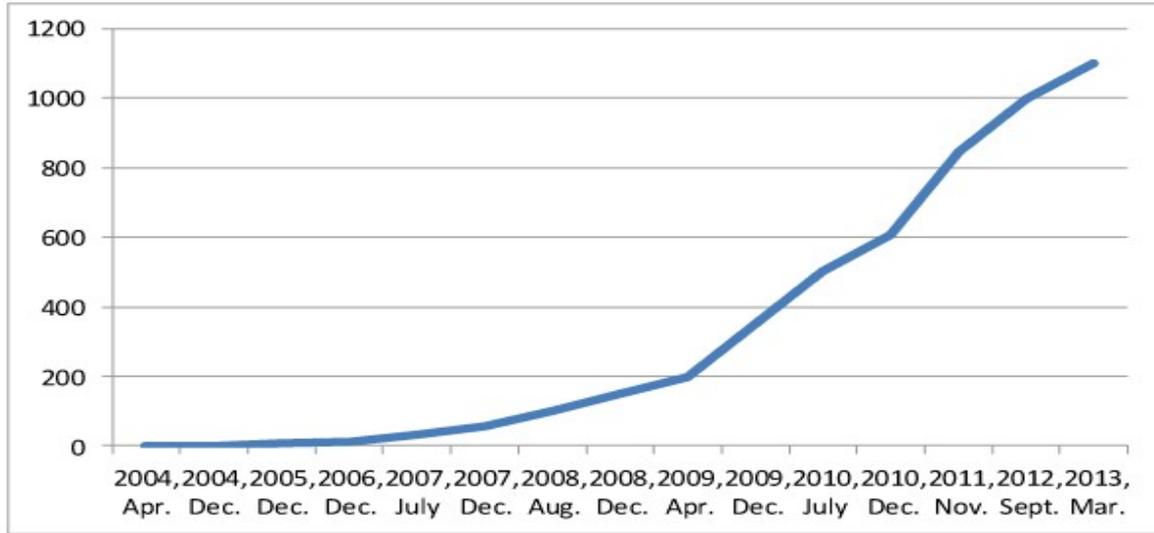
<sup>7</sup> علاء الدين مُجد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية، ط 1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2015، ص 161.

<sup>8</sup> عبد الرزاق مُجد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010، ص 186.

## 4.2 ظهور وتطور شبكة فيسبوك:

خلال 4 فيفري 2004 تم افتتاح خدمة الويب thefacebook.com لطلاب جامعة هارفارد في كامبردج بولاية ماساتشوستس وأتاح الموقع للطلاب إنشاء صفحة شخصية والحفاظ على الاتصال بينهم وكان الشرط أن ينتهي عنوان البريد الإلكتروني ب harvard.edu وأن يتجاوز عمر المشترك 18 سنة، وتم إنشاء الموقع من طرف مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg البالغ 19 سنة وهو طالب بنفس الجامعة، وبعد فترة وجيزة أضاف الفيسبوك جامعات جديدة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي ماي 2005 أصبح متاحا ل 800 جامعة أمريكية وفي سبتمبر من نفس السنة عمم على طلبة المدارس الثانوية العليا ومع حلول ديسمبر وصل إلى عدد المستخدمين إلى عدد لم يكن متوقعا وبلغ ستة ملايين مستخدم.<sup>1</sup> ومع نهاية 2006 ارتفع إلى 12 مليون مستخدم وإلى 40 مليون مستخدم في بداية عام 2008، ووصل إلى ذروة 200 مستخدم مع حلول شهر أبريل 2009 وإلى 400 مليون مستخدم مع نهاية نفس السنة، وهي سرعة انتشار جد كبيرة شملت كل دول العالم وانتشر من الطلبة إلى كل أفراد المجتمع وتعد سنتي 2012 و 2013 ذروته الحقيقية أين بلغ 1200 مليون مستخدم، وهو ما نلاحظه في المنحنى البياني التالي:

### الشكل رقم 03: يوضح تطور عدد مستخدمي شبكة فيسبوك من 2004 إلى 2013<sup>2</sup>



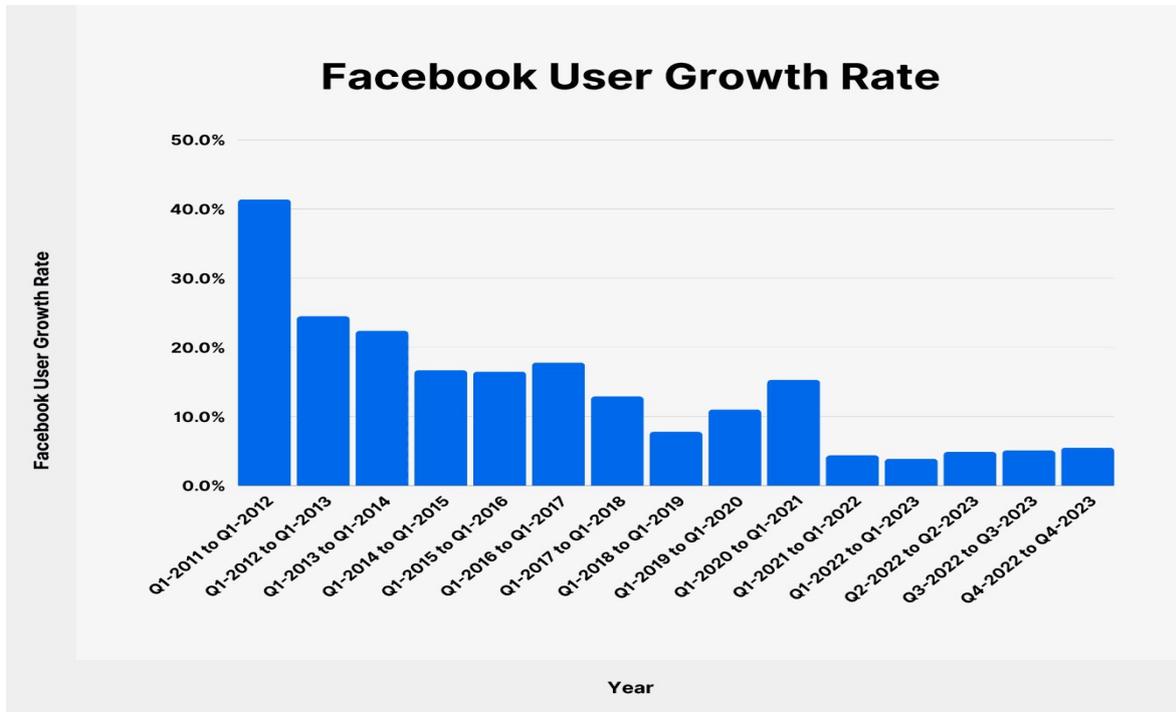
بقي تطور عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم في تزايد مستمر حتى مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى على غرار إنستغرام، يوتيوب، تويتر...، وخلال أكتوبر 2021 أعلنت الشركة الأم لشبكة التواصل الاجتماعي Facebook أنها ستعيد تسمية علامتها التجارية تحت اسم Meta وهي علامة تجارية

<sup>1</sup> Niels Bruger: **A brief history of Facebook as a media text – The development of an empty structure**, First Monday journal, vol 20, N°5, P 4.

<sup>2</sup> Niels Bruger, Op Cit, P 7

تجمع كل التطبيقات التابعة للشركة (فيسبوك، إنستغرام، واتساب، أوكولوس) بعد أن ضمت هذه الشبكات إلى الشركة بعد شرائها من مالكيها- إنستغرام سنة 2012 مقابل مليار دولار واتساب سنة 2014 مقابل 19 مليار دولار-،<sup>1</sup> ويعد هذا خطوة جد كبيرة بالنسبة للشركة التي استحوذت على شبكات لاقت رواجاً كبيراً من طرف الجمهور وأصبحت تنافس فيسبوك، وهذا ما دفعها إلى التوسع بين الأفراد أكثر وأكثر وذلك بفضل توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي للربط بين هذه المواقع خاصة ما يتعلق بالإعلان من جهة ومن أجل الانتشار من جهة أخرى، ونوضح في الشكل الموالي استمرار تطور شبكة فيسبوك في العالم من السنة 2012 إلى السنة 2023.

الشكل رقم 04: يوضح معدل نمو مستخدمي فيسبوك من 2012 إلى 2023



بمجرد النظر إلى الأرقام يتضح أن فيسبوك يتباطأ في معدل نمو المستخدمين الجدد ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار حجمه العالمي فهو شبكة تضم نصف مستخدمي الإنترنت في العالم حيث يبلغ عدد مستخدمي فيسبوك النشطين شهرياً 3.065 مليار ومعدل 375 مليون مستخدم في الهند كأكثر دولة تستخدمه في العالم وذلك مع نهاية سنة 2023.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Organimi : Facebook s Organizational Structure, 2024, Visited on 4.09.2024, At 23.33, Available at link <https://www.organimi.com/organizational-structures/facebook/>

<sup>2</sup> Backlinko Team, Op Cit, Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>

## 5.2. البناء الشكلي والوظيفي لشبكة فيسبوك:

يتبع فيسبوك نهجا مختلفا للاتصال التفاعلي فبشكل افتراضي يمكن للمستخدمين الذين هم جزء من نفس الشبكة رؤية ملفات تعريف بعضهم البعض ما لم يقرر مالك الملف الشخصي رفض الإذن لأولئك الموجودين في شبكته.<sup>1</sup> كما يسمح بالتعبير عن الحالات الشعورية للمستخدم في شكل رسومات تمثل شيء من تعابير الوجه يمكن أن تستخدم كمقاييس لتحديد مشاعر الجمهور المتفاعل فيما يتعلق بموضوعات أو محتوى معين ويرد من خلالها المتفاعلون بإحدى الطرق الست التالية الإعجاب، الحب، الضحك، الدهشة، الحزن، الغضب<sup>2</sup>، كما أنه بالعديد من الخصائص الشكلية والوظيفية نوجزها في الجدول الموالي:

### الجدول رقم 09: يوضح البناء الشكلي والوظيفي لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

البناء الوظيفي	البناء الشكلي
يحتوي فيسبوك على واجهة مستخدم بسيطة وسهلة تحتوي على شريط علوي يتضمن خيارات البحث والإشعارات والرسائل وإعدادات الحساب	<b>Font-end</b> الواجهة الأمامية
تحتوي على منشورات الأصدقاء والمجموعات والصفحات التي يتابعها المستخدم، كما تحتوي على إعلانات مدمجة بين المنشورات	<b>News Feed</b> آخر الأخبار
كل مستخدم لديه ملف شخصي يحتوي على معلومات شخصية وصور ومنشورات والقدرة على إضافة الأصدقاء	<b>Profil</b> الملف الشخصي
إنشاء مجموعات لمجتمع معين أو مؤسسة معينة أو نشاط تجاري أو شخصية عامة	المجموعات والصفحات
توفر الوصول السريع إلى المجموعات، الصفحات، المناسبات والمزيد من الوظائف الأخرى مثل الأسواق وهي رموز في شكل رسومات تمثل شيء من تعابير الوجه يمكن أن تستخدم كمقاييس لتحديد مشاعر المستخدمين فيما يتعلق بموضوعات أو محتوى معين، ويرد من خلالها المتفاعلون بإحدى الطرق السبع التالية الإعجاب، الحب، التضامن، الضحك، الدهشة، الحزن، الغضب.	الرموز التعبيرية <b>Emojis</b>
وسيلة للمستخدمين من أجل التفاعل مع المنشورات من خلال كتابة رد أو ملاحظة نصية حول ما ينشره شخص أو صفحة من صور أو فيديوهات أو منشور نصي من خلال تعليق في شكل رأي أو سؤال أو محادثة أو ملصق..	<b>Comments</b> التعليقات
تتيح للمستخدمين إعادة نشر المحتوى الذي يعجبهم على صفحاتهم الخاصة أو على صفحات عامة أخرى أو مشاركته مع أصدقائهم مما يزيد من انتشاره ووصوله لجمهور أوسع	<b>Shares</b> المشاركات
هو ميزة تتيح للمستخدمين تضمين أصدقاء أو أفراد في منشور أو تعليق أو صورة عندما يتم الإشارة إلى شخص ما يتلقى إشعارا ويمكنه التفاعل مع المنشور وتستخدم هذه الميزة عادة لجذب انتباه شخص	<b>Tagging</b> الإشارة

<sup>1</sup> Danah m. boyd, Nicole B. Ellison : **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 2008, P 213.

<sup>2</sup> Murtuza SHahzad and others: **Predicting Facebook sentiments towards research**, Natural Language Processing Journal, Vol 3, June 2023 DOI <https://doi.org/10.1016/j.nlp.2023.100010>

معين للمحتوى المنشور	
يتيح بث الفيديو صوتا وصورة من طرف المستخدمين الذين يملكون حساب شخصي أو مجموعة معينة	<b>Live Streaming</b> البث المباشر
وهو محتوى مؤقت يختفي تلقائيا بعد 24 ساعة ويمكن للأصدقاء مشاهدتها أو غير الأصدقاء حسب تفضيلات المستخدم أو القائم على الصفحة	<b>Story</b> خاصة القصة
وهي الدردشة الفورية مع الأصدقاء والمجموعات عبر الرسائل النصية والصوتية والفيديو والصور	<b>Messenger</b> التراسل الفوري
وتعني التحكم الكامل في إعدادات الخصوصية لمنشورات المستخدمين	إدارة الخصوصية والمحتوى
تنظيم مناسبات دعوات تتبع الحضور والمشاركة	<b>Events</b> الأحداث والمناسبات
تهتم بالبيع والشراء بين المستخدمين	<b>Marketplace</b> البيع والشراء
تضمن متابعة التفاعلات مع المنشورات والأصدقاء في الوقت المناسب	<b>Notification</b> إشعارات فورية

من\* إعداد الطالبة بالاستناد إلى خصائص شبكة فيسبوك

**صفحة التفضيلات والإعلانات - خوارزمية الفيسبوك -**: إن موقع الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية الأكثر شهرة في العالم ومع ذلك يحلل عشرات الأبعاد المختلفة لحياة مستخدميه على الشبكة وتفضيلاتهم ثم يدعو المعلنين إلى استهدافها.. وبذلك قامت ملايين الشركات والمؤسسات حول العالم بتنشيط بكسل فيسبوك على مواقعها على الويب وهي خاصية تسمح بتسجيل نشاط المستخدمين وتتيح لهذه الشركات الحصول على إعلانات أفضل لمواقعها، علاوة على ذلك لدى فيسبوك أداة تسمح للمعلنين بربط التحويلات والمشتريات غير المتصلة بالإنترنت بالمستخدمين أي تتبع نشاط المستخدمين غير المتصلين بالإنترنت بعد أن شاهدوا إعلانا على فيسبوك أو نقرؤا عليه، وفي دراسة أجراها باحثان تبين أن شبكة فيسبوك تجعل من السهل نسبيا على المستخدمين معرفة كيفية تصنيف خوارزمية الموقع لأهم لاهتماماتهم من خلال صفحة تفضيلات الإعلانات الخاصة بهم، ومع ذلك أجاب (74%) منهم أنهم لم يكونوا على علم بوجود هذه القائمة التي تضم سماتهم واهتماماتهم ويصرحون أنهم غير مرتاحون لقيام الشركة بإنشاء هذه القائمة، يشكل عام يمكن لمجموعة المعلومات على ملف تعريف المستخدم على فيسبوك أن تغطي التركيبة السكانية للمستخدمين ولشبكات الاجتماعية والعلاقات والميول السياسية، وأحداث الحياة وتفضيلات الطعام والهوايات واهتمامات الترفيه والأجهزة الرقمية التي يستخدمونها..<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Paul Hitlin, Lee Rainie : **Facebook Algoriyhms and personal Data**, pew Research Center, January 2019, p 6.

## 6.2. الأبعاد الاجتماعية والسياسية لشبكة فيسبوك في الجزائر:

إن شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك مازالت لحد الآن تثير ضجة إعلامية كبيرة ذلك لأنها الطرق المستقبلية للمعلومة السريعة ولها عدة أبعاد أهمها سياسية اجتماعية وتقنية..

### 6.2.1. البعد الاجتماعي:

تكوين الصداقات: تجمع الشبكة بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فقد نجحت الشبكات عامة وفيسبوك خاصة في الجزائر في الجمع بين الاهتمامات المشتركة مثل طلبة تخصص معين، أساتذة، موظفي قطاع معين، مهندسين، أطباء.. وإمكانية تفعيل هذه الصداقات واردة وتتلور حول تأسيس رأس مال اجتماعي يمتد للسياق الواقعي من السياق الافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار المستوى المحلي إنما على المستوى الدولي كذلك.

عضوية الجماعات: استطاعت شبكة فيسبوك في الجزائر أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، وقد تكون محلية أو دولية، والمتأمل واقع الفيسبوك وانتشاره في الجزائر يدرك من خلال ملاحظته انتشار الجماعات الفكرية والنقابية مثل الجامعات والمعاهد والمدارس، كما توجد جماعات مرتبطة بالهيئات الرسمية مثل المديريات والهيئات الإدارية، والوزارات، أصحاب المهن..

يمكن النظر للتغير الاجتماعي الذي يحدث في الجزائر برؤية حتمية التحول في مسارين أولهما ما يعرف بالحتمية التقنية Technological Determinism وثانيهما ما يعرف بالحتمية الاجتماعية Social Determinism ولكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره.. وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا وهي من تؤثر في تطويرها وتوجيهها.. وتعد الوسائل الاتصالية الحديثة عنصرا هاما في عملية التغير في المجتمع الجزائري فالإيديولوجيات السياسية والاجتماعية أدت إلى تغير واسع في المجتمع الجزائري.<sup>1</sup>

كما أن التحليل السوسيولوجي لإقبال الفرد الجزائري خاصة منه الشباب على موقع الفيسبوك يتجه نحو الدردشة والتواصل بين المستخدمين وهذا راجع للتحرر الموجود على العملية الاتصالية على هذه الشبكة بالدرجة الأولى وبذلك يمتلك حرية التعبير حتى وإن كانت مختلفة عن آراء الآخرين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ساسي سفيان: سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 03، المجلد 10، 2017، ص ص (314-316).

<sup>2</sup> طارق طراد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي " الفاييس بوك " في التواصل السياسي للشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016، ص 62.

2.62. البعد السياسي:

استعمل باراك أوباما Barak Obama المدونات السياسية أو المدونات الانتخابية واستطاع أن يصنع المعجزة باستخدام وسائل الإعلام الجديد بداية من المدونات وانتهاء بالشبكات الاجتماعية ممثل في الفيسبوك وماي سبيس...، كما أن الدور التوعوي لشبكات التواصل الاجتماعي على غرار فيسبوك برهنت على دقة توقعاتها باستباقها لنتائج الانتخابات الأمريكية النصفية وهو ما أثبتته نتائج دراسة نشرها الفريق السياسي لشبكة فيسبوك في خلال 3.11.2010 حيث أشارت أن غالبية المرشحين لديهم عدد كبير من الأنصار على صفحاتهم تفوقوا في الانتخابات (74% منهم في الغرفة الأولى 81% في الغرفة الثانية).<sup>1</sup>

إن عضوية الشباب الجزائري في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية وخاصة فيسبوك فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، حيث ساهم فيسبوك في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالمين الأول واقعي والثاني موازي.

توصل الباحث طاهر أوشيها من خلال دراسة على حملة مقاطعة الانتخابات التشريعية 2019 من خلال شبكة فيسبوك أن الخطابات السياسية التي تبث عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك تؤثر على سلوك الأفراد خلال الأحداث الانتخابية ويشير أن الامتناع على الانتخابات في الجزائر ليس ظاهرة جديدة إنما ذلك راسخ في الثقافة السياسية للمواطنين منذ عدة سنوات، حتى قبل ظهور شبكة فيسبوك، ومع ذلك فإن الامتناع عن التصويت في انتخابات التشريعية لسنة 2017 ماي سجل رقما قياسيا في الحياة السياسية الجزائرية مما يسمح بالقول أن شبكة فيسبوك لها علاقة أكيدة عن تغيير المواقف والاتجاهات السياسية من خلال المضامين المنشورة عبرها.<sup>2</sup>

تعبئة الرأي العام: تلعب الجماعات المنتشرة على فيسبوك دورا فعالا في تعبئة الرأي العام اتجاه بعض القضايا السياسية التي تعمل على إعادة صياغة الواقع على غرار ما حصل في الإضرابات مثل حركة الشباب البطالين التي نظمت افتراضيا، والدعاية الانتخابية خلال الانتخابات الرئاسية المبرمجة أفريل 2014، وكذا الحراك الشعبي الجزائري 2019 الذي أطاح بنظام حكم بأكمله، وعمود ذلك تكوين جماعات عبر شبكة فيسبوك على الصعيد المحلي أصبحت بوابة للعمل السياسي ونشر الوعي السياسي وكذا تنوير الرأي العام، وكانت مخرجاته في الحراك الشعبي:

<sup>1</sup> بن عبو وليد: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية... نظرة في الاستخدامات -دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 01، 2018، ص ص (13-14).

<sup>2</sup> Tahar Ouchiha : Les re Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie- Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook , Communication , Vol 35, N°2 , p20 , DOI <https://doi.org/10.4000/communication.8846>

- حشد المحتجين وتنظيم الصفوف كل يوم جمعة إضافة إلى تنظيم صفوف الطلبة كل يوم الثلاثاء للخروج في مسيرات أسبوعية.

- التصدي لخطابات السلطة التخويفية.

- توظيف الحملات والهاشتاغات عبر الشبكات الاجتماعية لاسيما فيسبوك.<sup>1</sup>

تفعيل دور المجتمع المدني: تسهم شبكة فيسبوك وتنميتها في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني الجزائري مثل الجمعيات المدنية والأحزاب السياسية حيث قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي حيث يتم الترويج للأفكار والبرامج السياسية التي تتبناها..<sup>2</sup>

أتاح التطور التكنولوجي لمستخدمي فيسبوك حرية أكبر في التعاطي مع الأحداث والتفاعل معها سلبا أو إيجابا ولم تعد الطرق التقليدية كافية أو مجدية للكثير من الجزائريين وما نتج من تطورات في الجزائر بفضل التقنية أدى إلى انفتاح إعلامي وإلكتروني هو ما أدى بدوره إلى نقل المنافسة السياسية إلى هذه المواقع الإلكترونية، كما تعتبر هذه الفضاءات خاصة الفيسبوك أهم منبر لنشاط بعض الأفراد المقصيين من العمل السياسي في الساحة الجزائرية وهذا للتواصل مع جماهيرهم.<sup>3</sup>

وعلى الرغم من تأثير منتجات الإنترنت بما فيها شبكة فيسبوك اجتماعيا وسياسيا، إلا أنه لا يمكن الجزم أنها العامل الوحيد في إحداث التغيير داخل المجتمع الجزائري إذ يبين الواقع تساند عدة عوامل اقتصادية، تعليمية، جغرافية تكنولوجية إيديولوجيا موجهة.. تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغيير.

### 3.6 2. سبب انتشار فيسبوك في المجتمع الجزائري: كل المجتمعات لها خصوصيات وظروف تجعل تفاعلها

مع الأشياء يأخذ طابعا خاصا بها، وتجربة الفرد الجزائري مع فيسبوك لا تخرج عن هذه القاعدة، فالفراغ الموجود في حياة الكثيرين منهم شأن الكثير من الدول وفر حيزا كبيرا للانتشار خلافا للمجتمعات الغربية المنتجة للتكنولوجيا، والأرقام تثبت حيث سجلت الجزائر سنة 2023 ما يزيد عن 20 مليون مستخدم، وهذا يدل أن الواقع الافتراضي للفرد الجزائري أصبح منبرا للتعبير عن انشغالاته ومشاكله الأسرية والعاطفية والمهنية والجوارية والمسجدية والمدرسية والجامعية والسياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية والثقافية ويستعرض الكثير من مظاهر حياته اليومية بدقة متناهية تتجاوز الخصوصية، هذا التشخيص الأولي يدفع للاعتراف بعجز المؤسسات في تأطير حياة الأفراد وبنه إلى مدى الفراغ الذي يعاني منه المجتمع، فلو وجد الجزائري حياة سياسية تنافسية ذات مصداقية لما عبر عن انشغالاته السياسية في هاته الوسيلة واكتفى بالتعبير في المؤسسات

<sup>1</sup> سهيلية سماح، محي الدين فرحات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفاييسبوك في الوسط الطلابي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 04، جوان 2020، ص 14.

<sup>2</sup> ساسي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص ص (317.318).

<sup>3</sup> طارق طراد، مرجع سبق ذكره، ص 196.

المخصصة، وحتى على مستوى المؤسسات العامل بها فإن الموظف يتجه للتعبير عن سخطه عبر مجموعات على فيسبوك.<sup>1</sup>

## 7.2. العوامل المؤثرة في استخدام شبكة فيسبوك كأداة للاتصال السياسي في الجزائر:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ولاسيما فيسبوك جزءا هام من المنظومة السياسية العالمية حيث تمثل ساحة جديدة للاتصال السياسي والتأثير على الرأي العام، وباتت في الجزائر وسيلة هامة لنقل الخطاب السياسي والتفاعل مع مختلف الشرائح متجاوزة بعض القيود التي فرضتها قنوات الاتصال التقليدية، ومع ذلك فإن دور فيسبوك في الحياة السياسية الجزائرية لا ينفصل عن السياقات السياسية، الاجتماعية والثقافية المحيطة به مما يجعله وسيلة تتأثر بعدة عوامل تؤثر كيفية استخدامه وتأثيره كمنصة للاتصال السياسي في الجزائر وتأثيره على تشكيل الخطاب السياسي وتفاعلات الجمهور، وحاولنا في هذا الجزء جمع أهم العوامل التي تؤثر في استخدام شبكة فيسبوك الاجتماعية كأداة للاتصال السياسي في الجزائر.

**الإطار السياسي:** يعد الإطار السياسي حجر الزاوية في فهم ديناميكية استخدام فيسبوك كوسيلة للاتصال السياسي، حيث تعد الجزائر دولة ذات نظام سياسي مختلط بين المؤسسات الديمقراطية والتوجهات السلطوية، إضافة إلى الدور السياسي للجيش والعلاقات المدنية والعسكرية فطالما كان للمؤسسة العسكرية في الجزائر علاقة وطيدة بالسلطة السياسية، بل إنها تمثل المحرك الرئيس وصاحبة السلطة الحقيقية بوصفها المؤسسة المنظمة الوحيدة ذات الوزن الذي يتيح لها التحكم الفعلي في السلطة وذلك منذ استقلال البلاد<sup>2</sup>، ورغم المرحلة الانتقالية للحراك الجماهيري 2019 والذي فعلته شبكة فيسبوك والمجموعات الناشطة عبرها بعد إعلان الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة عن الترشح لولاية خامسة إلا أن سياسته قضت على مؤسسات المجتمع المدني وحولت الأحزاب والمنظمات والنقابات والمؤسسات الإعلامية.. إلى لجان مساندة<sup>3</sup> مما صعب عملية التحول الديمقراطي نظرا للتحديات ومحدودية الديمقراطية الليبرالية في النظرية والممارسة وكذا الرهان المطروح في إطار الحراك السياسي وفواعله والمتعلق أساسا بعدم قدرة الضمير الجمعي الحراكي على فهم حقيقة المرحلة وأهميتها وعلى السمو بمدركاته نحو المستوى المطلوب.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نور الدين بكيس: جمهورية الفيسبوك في الجزائر، الميادين، 2023، تم التصفح يوم 18 سبتمبر 2024، على الساعة 16.31، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YcGRxX>

<sup>2</sup> فوزية قاسي، عربي بومدين: العلاقة بين الجيش والسلطة السياسية في الجزائر- بين حكم الواقع وتحديات نزع الطابع العسكري، مجلة سياسات عربية، العدد 19، مارس 2016، ص 67.

<sup>3</sup> محمد رزين، بوعمامة العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص (186-187).

<sup>4</sup> سلوى بن جديد: الحراك السياسي في الجزائر في ضوء الإطار النظري للديمقراطية، مجلة دفاتر المتوسط، العدد 03، المجلد 05، 2020، ص 24.

إن هذه المتغيرات تعجل الإطار السياسي للجزائر يعيش حالة من التجانس بين حرية التعبير والرقابة، وتجعل من الفواعل السياسية - الأحزاب السياسية، الشخصيات العامة، المجتمع المدني - يلجئون لفيسبوك كمنصة حرة إلى حد ما للتواصل مع الناخبين.

**التكنولوجيا والبنية التحتية للاتصالات:** لا يمكن إغفال الدور الذي تلعبه البنية التحتية الرقمية في تحديد مدى استخدام فيسبوك في الجزائر، حيث أن انتشار وجودة خدمات الإنترنت والاتصالات تؤثر على قدرة الجمهور من الوصول إلى المنصة، منه ما تعلق بالكفاءات البشرية التي تعتبر محور كل الأنشطة أو ما يخص خدمات الإنترنت المنزلي باعتبارها مقياسا وشرطا لازما لكل تحول رقمي حيث انتقل عدد المشتركين من 3.5 مليون في مطلع 2020 إلى أكثر من 5.3 مليون في شهر سبتمبر 2023، أما إنترنت الهاتف النقال فبلغت 45 مليون مشترك علما أنها لم تتجاوز 37 مليون مشترك مطلع 2020.<sup>1</sup>

**المناخ الاقتصادي:** الظروف الاقتصادية الصعبة مثل البطالة والتضخم والفساد خاصة خلال الألفية الثانية التي شهدت استفحال الفساد لتعاظم دور الدولة في الحياة الاقتصادية وانتشاره في أجهزة ومؤسسات الدولة وضعف وانعدام الإرادة السياسية لمحاربه رغم الشعارات والقوانين المنصوص عليها جعلت الجزائر تحتل مراتب متقدمة وسجلت المرتبة 112 سنة 2011 و 115 سنة 2017 ويبدل هذا على عدم تسجيل تطور إيجابي للفترة 2003. 2020 نتيجة لفضح قضايا هامة اقتصاديا،<sup>2</sup> إن هذه الظواهر وغيرها مهدت لجعل الأفراد يتجهون نحو مساحات رقمية للتعبير عن استيائهم على غرار فيسبوك كأداة هامة وفعالة للمعارضة السياسية.

**وسائل الإعلام الجماهيرية:** وسائل الإعلام التقليدية الجماهيرية-الإذاعة، التلفزيون- لا تزال تلعب دورا مهما في الجزائر خاصة مع الجمهور العريض حيث تؤدي دورا بالغ الأهمية في تشكيل الرأي العام وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديمغرافيا وأدت التكنولوجيا الهائلة في وسائل الاتصال إلى زيادة إدراك الجمهور لمختلف الآراء والأفكار المحيطة وكمثال يبين المفكر نعوم تشومسكي كيفية استفادة الدول المتقدمة من القوة التأثيرية لوسائل الإعلام من خلال منهجية صناعة الرأي العام يسهل التأثير فيها وعليها ويذكر مثال تجاوز الولايات المتحدة الأمريكية وقصف العراق وليبيا والسودان وكيفية تعاملها مع الرأي العام في أمريكا من خلال التجاهل والتعتيم في مواضيع معينة وإبراز عناوين أخرى وتركيب المادة الخبرية في صفحات الجرائد من خلال مساحات الكتابة

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية: البنية التحتية للاتصالات- الجزائر تسجل قفزات نوعية خلال السنوات الأخيرة، سبتمبر 2023، تمت الزيارة يوم 5 أوت 2024، على الساعة 19.40، متاح على الرابط <https://bit.ly/4f5kEZs>

<sup>2</sup> قوري ستي وجلطي غالم: الإصلاحات السياسية والاقتصادية في الجزائر بين متطلبات الواقع وحتمية التغيير، مجلة المنهل الاقتصادي، العدد 01، المجلد 04، جوان 2021، ص 504.

وأزمنة ودوريات البحث..<sup>1</sup>، ونفس الشيء تعاملت وسائل الجماهيرية مع الحراك الجزائري بنفس العقلية حيث انصرفت وسائل الإعلام الرسمية إلى التعتيم الإعلامي على المسيرات الشعبية وارتبكت وسائل الإعلام الخاصة في التغطية بينما نقلت المسيرات على فيسبوك وبهذا ربط الحراك الشعبي دوما منذ ولادته بالفضاء الافتراضي وهو من قام بتوجيهه للحفاظ على طابعه الشعبي السلمي.<sup>2</sup>

**وسائل الاتصال الشخصي والجمعي:** لا تزال الدوائر الاجتماعية والأماكن العامة تحتل مكانة هامة بين أنماط الاتصال في الجزائر خاصة للنقاش حول موضوعات سياسية وتوصل جمال العيفة في دراسته للاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي في الجزائر أنه يمارس في فضاءات مختلفة أبرزها البيت، المسجد، مكان العمل وتبين أن للاتصال الشخصي دور في التأثير على الناخبين الجزائريين من خلال جمع الآراء حول الموضوع ومنه بناء المواقف<sup>3</sup>، ونشير هنا إلى قادة الرأي ودورها في بناء مدركات الأفراد سياسيا من خلال اللقاءات والندوات والاحتفالات المختلفة والمحاضرات والزيارات وكان لهم موقف بارز في الحراك الجماهيري 2019 من خلال توظيف منصة فيسبوك للتعبير عن المواقف السياسية خاصة على فئة الشباب التي شكلت جزء كبير من المتظاهرين.

**خصائص الأفراد الديموغرافية:** العمر والجنس والسن والمستوى التعليمي والموقع الجغرافي عوامل مؤثرة في كيفية استخدام فيسبوك، فالشباب الجزائري الذي يمثل نسبة عالية من مستخدمي الإنترنت، يميلون لاستخدام فيسبوك بطرق أكثر تفاعلية حيث يشاركون في النقاشات السياسية أو ينظمون حملات دعم لقضايا معينة وأبانت دراسة لشبكة فيسبوك ودورها في تنمية الوعي السياسي الجزائري<sup>4</sup>، أن شبكة فيسبوك احتلت الريادة من بين مواقع الأخرى في استخدامات الشباب الجامعي بنسبة 83% وبنفس النسبة يهتمون بالشأن السياسي المحلي من خلال هذه المنصة بينما النسبة الكاملة أكدت أنه السبب الأول في عملية التعبئة السياسية، وهذا مع تسجيل فروق بين الذكور والإناث والفئات العمرية الشابة وحتى المستويات التعليمية..

<sup>1</sup> أحمد بودادة: دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام -دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020، الجزائر، ص ص (110-111).

<sup>2</sup> بوبكر مصطفى وأحمد المباركي عباسي: حرية الإعلام والمعالجة الإعلامية للحراك الشعبي في الجزائر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 01، المجلد 13، أبريل 2022، الجزائر، ص 368.

<sup>3</sup> جمال العيفة: الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، ص 290.

<sup>4</sup> عبد الرؤف مشري: شبكة فيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، المجلد 23، 2022.

المتغيرات النفسية والاجتماعية: ومنها مستوى الثقة في النظام السياسي، كالشعور بالانتماء ومدى الانخراط الاجتماعي، وأبانت نتائج دراسة بلقاسم القطعة<sup>1</sup> أن الجيش يحافظ على مستويات ثقة عالية للجزائريين طوال فترة 2011 إلى 2020 لكن هذه الثقة محكومة بالتاريخ والشرعية وبتصور مجتمعي مبني على دور الجيش في تغيير بنية النظام الحاكم خاصة خلال فترة حراك فبراير 2019، بينما لا تحظى الأحزاب والمجالس المنتخبة والحكومة بالثقة ذاتها وهذا في إطار تصور مجتمعي قائم على فساد هذه المؤسسات حيث يشعر الأفراد أنهم مغيبون سياسيا أو يعانون من الإقصاء الاجتماعي فإن فيسبوك هو فضاء بديل هام للتعبير عن الاستياء والقدرة على المشاركة في النقاش السياسي.

**مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة والمجتمع والمؤسسات التعليمية):** رغم التجارب السياسية التي مر المجتمع الجزائري من الأحادية الحزبية إلى التعدد الحزبي إلى الحراك الجماهيري والتغيرات الاجتماعية والسياسية وحتى التطورات التقنية فإنه حافظ على جزء من النسق العام الذي يحكمه فهو يتكون من العديد من القوى التقليدية التي تستمد قوتها من الولاءات العائلية كالأعراش والأبنية العرقية كالقبيلة والداشرة وغير ذلك من مكونات العائلة فالفرد يتلقى تنشئة اجتماعية محددة وموجهة داخل هذه الكيانات وهي من تتحكم في خياراته السياسية وفي طبيعة المشاركة التي يتبناها<sup>2</sup>، كما تكتسي المدرسة أهمية كبيرة في تنشئة الفرد الجزائري سياسيا وثقافيا حيث تتحكم الدولة الجزائرية في البرامج التعليمية وهي تسيطر على أشكال التنشئة الثقافية سياسيا، مما يجعل من شبكة فيسبوك مشاركا في هذه التنشئة ومرآة لها أكثر من كونه منتج للأفكار والتوجهات ومنها السياسية.

**الشعور الوطني:** الوطنية عامل هام في تشكيل الخطاب السياسي على فيسبوك فقد تستخدم مشاعر الوطنية والفخر بالهوية الجزائرية لحشد الدعم السياسي ويعد فيسبوك وسيلة مناسبة لنشر هذه الخطابات التي تعمل على تعزيز الهوية الوطنية والرموز التاريخية وحشد التأييد السياسي..

**الدين:** للدين تأثير مباشر في السياسة الجزائرية فيدين المجتمع الجزائري بكثير من الولاء للمكونات الدينية التقليدية مثل الزوايا حيث تحتل هذه الأخيرة مساحة قوية من التأثير السياسي والاجتماعي وهذا الواقع انعكس بشكل مباشر على المؤسسات السياسية، إضافة إلى المؤسسة المسجدية الذي بقي نشاطها مقتصرًا على الإرشاد الديني، حيث تتحكم الدولة عن طريق وزارة الشؤون الدينية في الخطاب المسجدي

<sup>1</sup> بلقاسم القطعة: اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو الثقة بمؤسسة الجيش -2011-2020، مجلة سياسات عربية، العدد 51، المجلد 9، 2021.

<sup>2</sup> عبد الرؤوف مسعودي: التنشئة السياسية وأثرها على واقع المشاركة السياسية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، المجلد 08، ديسمبر 2023، ص 331.

وتوجهه حيث لا يُسمح بتكوين وعي سياسي جديد<sup>1</sup> هذه العوامل تجعل من المؤسسات الدينية منافسا لفيسبوك في الاتصال السياسي داخل الجزائر.

**العامل التاريخي:** تستمد الخطابات السياسية للفواعل السياسية في الجزائر شرعيتها من تاريخها المعقد مع الاستعمار الفرنسي، حيث تفرض الأحداث والتجارب المهمة والمهمة في حياة المجتمع تأثيرا واضحا وقويا على الرأي العام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الرؤوف مسعودي ، مرجع سبق ذكره، ص ص (331-335).

<sup>2</sup> أحمد بودادة، مرجع سبق ذكره، ص 114.

### 3. الأحزاب السياسية الجزائرية والتوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب الأحزاب السياسية دورا هاما في مجمل العملية السياسية في أي بلد في العالم مهما كانت طبيعة نظامه السياسي دكتاتوريا كان أو ديمقراطيا، ومن الطبيعي أن يكون للأحزاب السياسية على تنوعها أهمية أكبر وأعظم في المجتمعات التي تسير على النهج الديمقراطي أي التي تسير وفق التعددية السياسية، ولا نختلف اليوم بأن الأحزاب أصبحت ترتبط بالديمقراطية إذ بفضلها ترتقي وإن غابت تصبح غير فعالة وقد تتحول عن مسارها الحقيقي -تمثيل المواطن-.

إن فهم الأحزاب السياسية يتطلب منا دراستها داخل الحياة السياسية نفسها من خلال التعرف على وظائفها وأصنافها، مع الإشارة إلى تطورها في الجزائر خاصة بعد مرحلتي إقرار التعددية السياسية ومنها الإعلامية 1989 وبعد الحراك الجماهيري 2019 والظروف التي تعمل بها وواقعها اليوم في المجتمع الجزائري وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العملية السياسية عامة، وحتى كيفية توظيف الأحزاب لهذه الشبكات كخيار اتصالي لنشر خطابها إلى الناخبين.

### 1.3. مفهوم الأحزاب السياسية:

لغة: ورد الحزب في معجم النفائس الوسيط بمعنى الأرض الغليظة الشديدة والأحزاب طوائف كانوا تألبوا وتظاهروا على النبي - ﷺ -<sup>1</sup>. وورد في معجم ترتيب القاموس المحيط الحزب بالكسر الورد والطائفة والسلاح وجماعة من الناس والأحزاب جمعه وجند الرجل الذين على رأيه وحزبه الأمر اشتد عليه أو ضغطه.<sup>2</sup> والأحزاب السياسية كما وردت Political Parties وهي التنظيمات السياسية التي يكون هدفها الوصول إلى مقاليد الحكم عبر صناديق الانتخابات، ولها برامج سياسية معينة ومعروفة.<sup>3</sup>

اصطلاحاً: تعرف الأحزاب السياسية أيضاً بأنها الكتل أو الأجنحة بمعنى أن الأحزاب تطورت عن الكتل أو الأجنحة التي ارتبطت بالانتخابات والممارسات البرلمانية وكلمة حزب Party بحكم اللفظ ترتبط بمفهوم الجزء Part ومع أن الحزب يمثل فقط جزءاً من كل (المجتمع) إلا أن هذا الجزء يجب أن يسلك منهجاً غير جزئي إزاء الكل (أي المجتمع) أي أنه يجب أن يتصرف كجزء ذي ارتباط بالكل.<sup>4</sup>

فالحزب السياسي هو جماعة منظمة من المواطنين متفقة على تنفيذ مبادئ سياسية معينة في حالة ما إذا تولت السلطة، وذلك في حالة نجاح ممثلها في المجالس النيابية ولهذا كانت الأحزاب السياسية من أركان الأنظمة الديمقراطية التقليدية.<sup>5</sup> والحزب السياسي هو مجموعة من الأفراد تتعاون في تشكيل منظم يتبنى أفكاراً وبرامج سياسية واجتماعية، ويعمل على استقطاب المزيد من الأفراد للانضمام إليه، وكما يعمل على استمالة الرأي العام من أجل الوصول إلى السلطة أو المساهمة فيها لتحقيق أهدافه.<sup>6</sup>

ومن جهتها تعرفه أية عاطف نقلا عن حسن نافعة في بحثه مقدمة في علم السياسة إن الحزب السياسي هو كل تجمع بين الأشخاص اللذين يؤمنون ببعض الأفكار السياسية ويعملون على انتصارها وتحقيقها وذلك بجمع أكبر عدد ممكن من المواطنين حولها والسعي للوصول إلى السلطة أو على الأقل التأثير في قرارات السلطة الحاكمة.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> أحمد أبو الحاقة : معجم النفائس الوسيط ، د ط، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2011، ص 244.

<sup>2</sup> الطاهر أحمد الزاوي: ترتيب قاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، الجزء 1، دار الفكر، د ب ن، ص 691.

<sup>3</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

<sup>4</sup> أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، د ط، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1990، ص ص (13-14).

<sup>5</sup> وضاح زيتون : المعجم السياسي ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن، 2010، ص 16.

<sup>6</sup> ياسر العلوي: معجم المصطلحات السياسية، د ط، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2014، ص 34.

<sup>7</sup> أية عاطف أحمد عبد العزيز وآخرون: تأثير تحيز التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية 2020 على تشكيل أنماط الاتصال السياسي،

مجلة بحوث، العدد 12، الجزء 1، 2021، ص 45.

وتجمع الأحزاب الأفراد المتشابهين تقريبا في أوضاعهم الاجتماعية - الاقتصادية - وانتماءاتهم الدينية وموقفهم من العالم ورؤيتهم له في الوقت نفسه تضعهم في مواجهة الذين يتميزون عنهم بالنظر للمعايير نفسها وفي الحالتين تساهم الأحزاب في بناء الحقل السياسي.<sup>1</sup>

كما ورد تعريف الأحزاب السياسية بمسمى التنظيم السياسي Political organization organisation politique وهي مجموعة من الناس ذوي الاتجاه الواحد والهدف المتفق عليه فيما يتعلق بالبرامج والمبادئ السياسية يرتبطون ببعضهم بعضاً وفقاً لقواعد تنظيمية مقبولة من جانبهم وتحدد علاقاتهم وأسلوبهم ووسائلهم في العمل والنشاط وقد يكون هذا التنظيم حزباً أو اتحاداً أو هيئة أو جماعة.<sup>2</sup>

لذلك يعرفها " إدموند بيرك " بأنها جسم أو مجموعة من الأفراد متحدين مستهدفين تحقيق الصالح القومي على أساس مبادئ محددة وافقوا عليها.<sup>3</sup> تعتبر الأحزاب السياسية بمثابة الجهات المبادرة بالإصلاح وتقوم بجمع المطالب من المجتمع وتحويلها إلى سياسات، كما تعمل على تجنيد أشخاص لتولي المناصب التنفيذية والتشريعية وتتولى دور الرقابة على الحكومة.<sup>4</sup>

الأحزاب السياسية هي السمة المميزة للديمقراطيات حيث في كل نظام ديمقراطي تقوم الجماعات بإنشاء هذه المؤسسات ، (مجموعة الأحزاب) وتكوينها الداخلي له تأثير محتمل على نتائج السياسة.<sup>5</sup>

**الحزب في الفكر الليبرالي:**

يرى موريس ديفيرجيه أن الحزب هو تنظيم في المقام الأول، ليس جماعة بل مجموعة من الجماعات واتحادات صغيرة موزعة على الدولة ، فروع ولجان، جمعيات محلية مرتبطة من خلال قوانين منظمة.<sup>6</sup> ويعرفه جون جيكال على أنه تنظيم دائم يتحرك علة مستوى وطني ومحلي بغرض الحصول على دعم شعبي ويهدف للوصول إلى ممارسة السلطة بغية تحقيق سياسة معينة نشأ عليه الحزب أو يهدف لها منذ البداية<sup>7</sup>

<sup>1</sup> بورون وف بوريلو، ترجمة سليم حداد: المعجم النقدي لعلم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، 1986، الجزائر، ص 21.

<sup>2</sup> أحمد زكي بدوي، مرجع سبق ذكره، ص 319 .

<sup>3</sup> شكري عاشور السويدي، إيهاب عطية الفاسي: الحزب السياسي وتأثيره في النظم البرلمانية، مجلة المنارة العلمية، العدد 2، 2021، ص 200.

<sup>4</sup> بريختشي كيمب: حوار الأحزاب السياسية - دليل مُيسر الحوار، د ط، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات ، المعهد الهولندي للديمقراطية المتعددة الأحزاب، أوسلو، 2013، ص 17.

<sup>5</sup> Gilat levy: A model of political parties ,the journal of economic theory, 2003, p 01.

<sup>6</sup> Daniel Louis: Les partis politiques, Armand Colin, Paris, 2000, p 23.

<sup>7</sup> ناجي عبد النور: المدخل إلى علم السياسة، د ط، دار العلوم، الجزائر، 2007، ص 137.

الفكر الليبرالي يركز في تعريفه للحزب على الجانب العملي والهدف النهائي للعملية السياسية التي يقوم بها الحزب والوصول إلى السلطة والمشاركة في صنع القرار كما أن البرنامج السياسي للحزب يلعب دورا جوهريا في مرحلة تأسيسه، فيعرف الحزب في الفكر الليبرالي أنه جماعة معينة من الناس لها اتجاه سياسي معين.<sup>1</sup>

### الحزب في الفكر الماركسي:

يعرفه جورج بيردو على أنه تجمع بين أشخاص يؤمنون ببعض الأفكار السياسية يعملون على انتصارها وتحقيقها وذلك بجمع أكبر عدد من المواطنين والسعي للوصول إلى السلطة أو على الأقل التأثير على قرارات السلطة الحاكمة.<sup>2</sup>

وإجمالاً نلاحظ من التعريفات السابقة أن الأحزاب السياسية عمليا هي:

- مجموعة من الأفراد المواطنين.
- يحكمها تنظيم وقواعد محددة ملزمة لباقي أعضاء الحزب.
- يشتركون في التأييد و/أو الولاء.
- تهدف الوصول إلى السلطة والمشاركة في إدارة الشأن العام السياسي.
- لغرض تحقيق منافع الصالح العام.

### 2.3 الأحزاب السياسية: الوظائف والتصنيفات

#### 1.2.3 وظائف الأحزاب السياسية:

تشكل الأحزاب السياسية مؤسسة أساسية في أنظمة الحكم الديمقراطية، نظرا لما تتمتع به من قدرة على التأطير والتمثيل والرقابة والحزب الديمقراطي هو أكثر المؤسسات علاقة بنظام الحكم وبالدولة الديمقراطية فهو إما حكومتها وإما حكومة ظل، ومن أهم وظائفها كما ذكرها الباحث ما يلي:

- نشر إيديولوجية الحزب بين الناخبين: يسعى كل حزب إلى الحصول على أكبر عدد من المؤيدين عن طريق إقناع الناخبين بإيديولوجيته ببرنامج الانتخابي.
- اختيار مرشحي الحزب: تختار الأحزاب مرشحيها في الانتخابات وتقدمهم للناخبين على أنهم مرشحون خاصون بالحزب، فالأحزاب لا تحتكر عملية تقديم المرشحين للانتخابات.
- تحقيق الاتصال الدائم بين الناخبين ونوابهم: للنواب مصلحة أكيدة في الاحتفاظ بصلة مع الناخبين، حتى يضمنوا إعادة انتخابهم.

<sup>1</sup> جبار علاوي، مرجع سبق ذكره، ص 81.

<sup>2</sup> Bardeau G: *traite de sciences politique in bertrand badie*: Les développements politiques, 5<sup>ème</sup> édition, economica, paris, 1994, p 141.

- وظيفة التحديث والتنمية السياسية: تعد الأحزاب أهم وسيلة من وسائل التحديث والتنمية السياسية من خلال تقديم البرامج والمثل العليا للتطور السياسي ورسم السياسات العامة.
- دعم الشرعية: تعرف الشرعية بأنها مدى تفعيل غالبية أفراد المجتمع للنظام السياسي وخضوعهم له طواعية، لا اعتقادهم بأنه يسعى إلى تحقيق أهداف الجماعة وتؤدي الأحزاب دورا بارزا في هذا المضمار
- تنظيم المعارضة: أحزاب المعارضة تقزم بتوجيه الانتقاد للحكومة على أن لا يكون هذا النقد مجردا بل مقرونا بالحلول البديلة التي يتضمنها برنامج متكامل يمكن ترجمته لقرارات نافذة، وعندها يمكن أن تسمح الفرصة للحزب المعارض بتولي الحكم.<sup>1</sup>
- تعمل الأحزاب السياسية على صياغة وتجميع المصالح الاجتماعية حيث تعبر الأحزاب عن التوقعات العامة ومطالب الأفراد من النظام السياسي وكذا وظيفة صنع الرأي العام.
- تعمل على تطوير البرامج السياسية ودمج المصالح المختلفة في مشروع سياسي عام وبالتالي الحصول على موافقة ودعم الأغلبية.
- تعمل على التنشئة السياسية للمواطنين وخلق رابط بين المواطنين والنظام السياسي وهي ما يسمى بوظيفة التنشئة السياسية والمشاركة، وكذا المساهمة في تحقيق الشرعية للنظام السياسي من خلال إقامة الروابط بين المواطنين والمجموعات الاجتماعية والمجتمع المدني حيث يساهم المجتمع المدني في ترسيخ النظام السياسي.<sup>2</sup>

### 2.2.3. تصنيفات الأحزاب السياسية:

نشأت الأحزاب السياسية الحديثة في بريطانيا في الثلث الأخير من القرن الثامن عشر وكانت منقسمة إلى نوعين رئيسيين، أحزاب المحافظين من جهة وأحزاب الأطر من جهة أخرى وأصبح ذلك هو المميز للأحزاب السياسية في أوروبا خلال ثلثي القرن التاسع عشر، ثم ظهرت الأحزاب الدينية والأحزاب الاشتراكية في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وفي الوقت الحاضر توجد أنواع عديدة من الأحزاب السياسية في دول العالم المختلفة، كما توجد عدة تصنيفات فقهية لأنواع الأحزاب السياسية المعاصرة.<sup>3</sup>

تصنف الأحزاب بعدة طرق اعتمادا على معيار معين وأهمها:

<sup>1</sup> فادي مُجْد جديد: دور الأحزاب السياسية في عملية التنمية السياسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 02، المجلد 37، 2021، ص (385.396).

<sup>2</sup> Wilhelm Hofmeister, Karsten Grabow: **Political Parties Functions and Organisation in Democratic Societies**, Konrad Adenauer Stiftung, 2011, Singapore, p16

<sup>3</sup> موريس دوفرجه، ترجمة جورج سعد: المؤسسات السياسية والقانون الدستوري - الأنظمة السياسية الكبرى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط 1، 1992، بيروت-لبنان، ص 70.

- أحزاب عقائدية: هي أحزاب تتمسك بعقيدة معينة أي رؤية شاملة للجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية كما كان عليه الحال مع الأحزاب الماركسية.
- أحزاب برامج: لا تتمسك بعقيدة سياسية معينة ولكنها تبني برامج معينة يصوت لها الناس اعتمادا على تلك البرامج فالحزب الديمقراطي الأمريكي مثلا يتبنى زيادة الضرائب على الأغنياء وقيام الدولة بتوظيف تلك الضرائب في إنشاء برامج اجتماعية للفقراء كالعلاج المجاني والغذاء..
- أحزاب جماهير: وهي أحزاب تتيح لأي إنسان أن يلتحق بها وتخطب الجماهير بشكل عام.<sup>1</sup>

وصنف موريس دوفرجه الأحزاب السياسية إلى ثلاثة تصنيفات، وذلك بناء على الأساس الذي قام عليه كل تصنيف، فهناك من الأحزاب، أحزاب الإطارات، أحزاب الجماهير، الأحزاب المباشرة، والأحزاب غير المباشرة، الأحزاب ذات الأغلبية، الأحزاب الكبيرة، الأحزاب الصغيرة، أما الأحزاب الفقهيّة صنف من حيث الأيديولوجية، الولاء، التركيب الاجتماعي، الطابع الديمقراطي، ومن حيث مرونتها ودرجة استيعابها..، وتعد هذه معظم التصنيفات غير أننا سنركز في دراستنا على النظم الحزبية وتصنيفاتها لأن النظام الحزبي في العالم المعاصر لا يقل أهمية عن وظائف الأحزاب وأهميتها وعلاقتها بالديمقراطية.<sup>2</sup>

**النظم الحزبية :** يتبنى الكثير من الفقهاء تصنيف نظم الأحزاب إلى نظام تعدد الأحزاب، ونظام الحزبين السياسيين، ونظام الحزب المسيطر ويعتبر هذا التصنيف من أفضل التصنيفات لنظم الأحزاب.<sup>3</sup>

**نظام تعدد الأحزاب:** يقوم هذا النظام على أساس وجود أكثر من حزبين سياسيين في الدولة غير متفاوتين تفاوتاً كبيراً في قوتها وتأثيرها في اتجاهات الرأي العام والحياة السياسية ويعد هذا النظام الأكثر انتشاراً حيث أن معظم دول العالم تأخذ به وفي هذا النظام تنافس عدة أحزاب للوصول إلى الحكم.

**نظام الحزبين:** يقوم هذا النظام على أساس وجود حزبين كبيرين في الدولة يتنافسان فيما بينهما من أجل الوصول للسلطة ويفترض نظام الحزبين وجود حزبين كبيرين ينافس أحدهما الآخر، بيد أن هذا النظام لا يمنع قيام أحزاب أخرى في الدولة ولكنها ضعيفة التأثير على الرأي العام.

**نظام الحزب الواحد:** يتطلب نظام الحزب الواحد بالاً يوجد في الدولة التي تأخذ بحزب سياسي واحد يحتكر فيها النشاط السياسي وممارسة السلطات العامة ويتمتع بجميع الامتيازات وهو المسيطر على

<sup>1</sup> مروة السعيد مغازي: دور الأحزاب السياسية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الفيوم، العدد 17، أكتوبر 2019، ص 504.

<sup>2</sup> حورية بو عبد الله: دور الأحزاب في تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر 1997-2012، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم التنظيم السياسي والإداري، جامعة الجزائر 3، 2015، ص 29.

<sup>3</sup> سعاد الشراوي: الأحزاب السياسية - ماهيتها، نشأتها، نشاطها، د ط، مركز البحوث البرلمانية، د ب ن، 2005، ص 39.

الحكومة وعلى البرلمان في وقت واحد وهو الذي يسمى المرشحين وي طرح أسمائهم ولا يكون أمام الناخبين خيار.<sup>1</sup>

### 3.3. كرونولوجيا تطور الأحزاب السياسية الجزائرية:

شهدت الحياة السياسية في الجزائر تحولات جذرية عكست تطورات تاريخية وسياسية عميقة، تشكلت معها الأحزاب السياسية كأحد أبرز مكونات النظام الديمقراطي ولعبت أدوارا متباينة في مختلف المراحل التاريخية من هيمنة الحزب الواحد إلى فتح مجال التعددية الحزبية نهاية الثمانينيات، تميزت خلالها بسلسلة من التغيرات التي أفرزتها السياقات الداخلية والخارجية، ونحاول تلخيصها في هذا العنصر من الدراسة:

#### المرحلة الأولى. الأحادية الحزبية:

حرصت الجزائر مباشرة بعد استقلالها 5 جويلية 1962 على الأخذ بنظام الحزب الواحد رافضة النهج التعددي عندما تم إصدار المرسوم الرئاسي رقم 297-63 خلال 14 أوت 1963، كما تم غض الطرف عن الشرعية الدستورية واستبدالها بالشرعية الثورية التي حكمت الجزائر بالرغم من وجود دستور 1976 إلى غاية سنة 1988 حينما انتفض الشارع ليس لتغيير النظام السياسي إنما سخطا على بعض السلوكيات والتصرفات، وبالعودة إلى أحكام الدستور فقد تجسد مبدأ الحزب الواحد من خلال المادة 23 من دستور 10 سبتمبر 1963 " جبهة التحرير الوطني هو الحزب الطلائعي الوحيد في الجزائر "جبهة التحرير الوطني هو الحزب الوحيد في البلاد ويشكل الطبقة المكونة من المواطنين الأكثر وعيا"، وعلى الرغم من محاولات التوثيق الدستورية الداعية للأخذ بنظام الحزب الواحد يقود البلاد خلال المرحلة الاشتراكية إلا أن دورها كان محدودا.. كما أن حزب جبهة التحرير الوطني لم يهدف على خلق فرص معقولة لتحقيق مشاركة سياسية حقيقية، فكان دور الشعب هو تأييد النظام.. الشيء الذي أدى إلى عزوف الجماهير عنها ومنه انتفاص شرعيتها إضافة لانتشار الوعي والتقدم الثقافي كلها أسباب عجلت بحدوث انتفاضة 5 أكتوبر 1988<sup>2</sup>

#### المرحلة الثانية. التعددية الحزبية:

بعد تراكم وتفاقم الأزمة السياسية، الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر انفجرت أحداث أكتوبر 1988 وما نتج عنها مما جعل السلطة تلجأ للانفتاح السياسي من خلال دستور 23 فيفري 1989 والذي تنص المادة

<sup>1</sup> ثامر كامل مُجدَّ الخرزجي: النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004، عمان- الأردن، ص (221-217)

<sup>2</sup> سليمة راجحي: الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2008، الجزائر، ص ص (53.54).

40 منه على حق إنشاء جمعيات ذات طابع سياسي معترف به وجاء قانون الجمعيات السياسية ليفصل في ذلك حيث تأسس 60 حزبا سياسيا معترفا به ثم تقلص عددها إلى 28 حزبا عام 1997 ليرتفع مرة أخرى إلى أكثر من 60 حزبا عام 2015 وقد برزت في الساحة السياسية معظم التيارات والأحزاب التي كانت تنشط سرا في فترة الأحادية في إطار الانفتاح السياسي والتحول الديمقراطي، مطالبة السلطة بممارسة الديمقراطية الفعلية والابتعاد عن احتكار السلطة من قبل نخبة سياسية عسكرية معينة، ومن هاته الأحزاب جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم وحتى حزب جبهة التحرير الوطني الذي بدأ هذه المرحلة بمعارضته للنظام قبل عودته إلى وظيفته القديمة لمساندة ومشاركة السلطة.<sup>1</sup>

عانت الجزائر خلال هذه الفترة من أزمة أمنية بعد إجراء الانتخابات التشريعية 12 جوان 1990 وفوز حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ ثم في 26 ديسمبر 1991 إجراء الانتخابات التشريعية بالنسبة للدور الأول وفازت بها كذلك.. وما تبع ذلك هو تقديم الرئيس الشاذلي بن جديد لاستقالته 11 جانفي 1992 وأثبت المجلس الدستوري شغور منصب رئيس الجمهورية مما تسبب في أزمة دستورية 4 فيفري 1992 أين قام وزير الداخلية برفع دعوى أمام الغرفة الإدارية لحل الجبهة الإسلامية للإنقاذ وصدر فعلا قرار بحلها.. بعد ذلك دخلت الجزائر في مشادات بين الحكومة والجهات المسلحة للجبهة وغيرها مما أدى لحرب أهلية.. نوفمبر 1996 أجريت انتخابات رئاسية فاز فيها اليمين زروال ثم تلاها استفتاء تعديل الدستور والانتخابات التشريعية ثم المحلية 1997 وتضمن الاستفتاء عبارة صريحة بإنشاء الأحزاب السياسية بدلا من الجمعيات السياسية كما هو الحال في 1989<sup>2</sup>، والملاحظ أن هذا جاء استجابة للوضع الأزموي وكان الهدف منه تفادي الإنزلاقات والتجاوزات في الممارسة الحزبية حيث نص هذا القانون على إجراءات طويلة ومعقدة لإنشاء حزب سياسي.. مما يشكل تراجع عن المبدأ العام لحرية التعددية الحزبية وتضييق على حرية إنشاء الأحزاب والحد منها خاصة إذا كانت هذه الأحزاب ذات توجهات إسلامية وعمل على رسم معالم خريطة حزبية تتماشى والإرادة السياسية للنظام وتجلى ذلك في القانون العضوي 97/09.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الزبير بولعناصر ونور الدين حاروش: السلطة والنخبة داخل الأحزاب السياسية الجزائرية -1962، 2019-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 01، المجلد 05، جانفي 2022، ص ص (644-645).

<sup>2</sup> فايذة عمايدية: المرجعية التاريخية للأحزاب السياسية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 01، المجلد 10، 2023، الجزائر ص ص (711-712).

<sup>3</sup> قوي بوحنية ولعوادي هبة: إصلاح قانون الأحزاب السياسية الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 12، المجلد 07، 2015، ص

المرحلة الثالثة. الإصلاح السياسي:

شهد الاتصال السياسي أزمته الأولى في تسعينات القرن الماضي حيث ألقى المسار الانتخابي في 11 جانفي 1992 وبداية الخلاف السياسي بين السلطة الحاكمة وحزب جبهة الإنقاذ الوطني، الحزب الذي فاز بأغلبية نسبية في انتخابات المجلس التشريعي، ما سمح له بالذهاب إلى الدور الثاني بحسب النظام الانتخابي المعمول به آنذاك، هذا الخلاف السياسي الذي لم يدم طويلا بعد حملة الاعتقالات التي طالت أنصار الحزب السياسي.. ما جعل من تحول هذه الأزمة السياسية معضلة أمنية حقيقية أثرت لأكثر من عقد من الزمن على الحياة السياسية.. ومنذ ذلك الحين والنظام يعاني مختلف الأزمات إلى غاية موعد الانتخابات الرئاسية 1999 والتي علق عليها السلطة الحاكمة آمال كبيرة في استعادة الشرعية وهو ما بدأ الظهور جليا بعد فوز المرشح عبد العزيز بوتفليقة برئاسة الجمهورية وبداية الوثام المدني والمصالحة الوطنية التي أتمت سنوات طويلة من المشاكل الأمنية<sup>1</sup>، وكان وقف حالة الطوارئ أولى خطوات الإصلاح السياسي التي أعادت الأحداث السياسية إلى مجراها الصحيح وذلك بعد انتخابات 1992 بحجة مكافحة الإرهاب، وكان الهدف منها هو تقييد الحريات المدنية ولهذا كانت دوما محل انتقاد من أحزاب المعارضة، وفي هذا الصدد قال بوتفليقة إن رفع الطوارئ الذي دام 19 سنة تفتح صفحة جديدة عن طريق الإصلاحات السياسية كلها ومنه أكمل الجيش مواصلة إشرافه على الحالة الأمنية الداخلية.. وبتاريخ 15 أبريل 2011 ألقى الرئيس بوتفليقة خطاب للأمة أعلن فيه عن برنامج إصلاحات سياسية لتعميق مسار الديمقراطية والتعددية.<sup>2</sup>

جاء القانون العضوي رقم 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية في جانفي 2012 وتضمن الأحكام العامة في الباب الأول من المادة 1. 2. 3. 4 تتضمن كفاءات وشروط تنظيم حزب سياسي وفق الدستور وتعريف الحزب السياسي وأهليته القانونية والتسييرية وهياكله..، ويتضمن في القسم الثاني المادة 8 عدم إنشاء حزب سياسي مناقض للهوية الوطنية وقيم ثورة نوفمبر والوحدة والسيادة الوطنية..، والمادة 9 لا يجوز للحزب أن يلجأ إلى الإكراه والعنف مهما كان شكله، وورد في المادة 17 أن يكون الأعضاء المؤسسون من جنسية جزائرية وبالغين لسن 25 على الأقل ويشمل منهم نسبة من النساء، ويودع ملف التأسيس لدى وزارة الداخلية وفي المادة 20 للوزير أجل 60 يوما للتأكد من مطابقة التصريح والمادة 20 يكون الرفض معللا تعليلا قانونيا وقابل للطعن في أجل أقصاه 30 يوما والمادة 24 يقعد المؤتمر التأسيسي في أجل أقصاه سنة واحدة..<sup>3</sup>

<sup>1</sup> هشام دراجي: محاولات الإصلاح السياسي، مجلة الحقوق والحريات، العدد 1، المجلد 5، الجزائر 2019، ص ص (82.83).

<sup>2</sup> عمراني كربوسة وسهام زروال: الإصلاحات السياسية في الجزائر بعد 2011، مجلة المعيار، العدد 49، المجلد 24، 2020، ص 697.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون عضوي رقم 12-04 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 13 يناير سنة 2012،

يتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، 25 أبريل 2016، متاح على <https://bit.ly/4dhsvSD>

## المرحلة الرابعة: الحراك الشعبي:

دخلت الجزائر مرحلة جديدة وهي مرحلة الحراك الشعبي بإعلان الشعب بالغالبية المطلقة لرفض ترشح الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية خامسة وهو ما جعل الأحزاب السياسية تنقسم إلى أحزاب الموالاتة والمعارضة أما الأولى ضمت الأحزاب التقليدية (حزب جبهة التحرير الوطني، حزب التجمع الوطني الديمقراطي، حزب الحركة الشعبية الجزائرية، حزب التحالف الوطني الجمهوري، حزب العدل والبيان، حزب حركة البناء الوطني.. لإضافة إلى 15 حزب آخر، أما الثانية -المعارضة- وهي التيار الرفض بقوة للعهدنة الخامسة ودعى إلى تفعيل المادة 88 والتي تنص على شغور منصب رئيس الجمهورية وإقامة انتخابات مسبقة، وضم هذا التيار أحزاب أغلبها جاءت بعد 2012 مثل حزب طلائع الحريات، حركة مجتمع السلم، الإسلامية إضافة إلى الأحزاب العلمانية كحزب جيل جديد، حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، جبهة العدالة والتنمية.<sup>1</sup>

يمكننا إيجاز المراحل السابقة في ما يلي من العناصر:

1. مرحلة الحزب الواحد (1962-1989): هيمنة حزب جبهة التحرير الوطني (FLN) كقوة قادت الثورة ضد الاستعمار الفرنسي ثم تعزز دورها كحزب حاكم في إطار الحزب الواحد.
  1. 1962-1965: انتخاب أحمد بن بلة كأول رئيس للجزائر وتعزيز دوره كرئيس للجبهة.
  1. 1965-1978: انقلاب هواري بومدين وفرض نظام اشتراكي مركزي قائم على حزب جبهة التحرير الوطني كحزب مسيطر.
  1. 1978-1989: مرحلة الرئيس الشاذلي بن جديد والتي شهدت بعض الإصلاحات الاقتصادية، ولكن ظل الحزب الواحد مسيطرًا.
2. مرحلة التعددية الحزبية (1989-1992): شهدت الجزائر تحولات جذرية في النظام السياسي.
  1. 1989: تعديل الدستور الذي سمح بالتعددية الحزبية بعد الاحتجاجات الشعبية الواسعة وأزمة اقتصادية خانقة وتم إنشاء العديد من الأحزاب السياسية الجديدة.
  2. 1990: تأسيس أحزاب سياسية أخرى مثل الجبهة الإسلامية للإنقاذ FIS والتجمع من أجل الثقافة والديمقراطية RCD وحزب العمال PT وغيرها.

<sup>1</sup> هشام بوساحية: التسويق السياسي في الجزائر عبر وسائل الإعلام الجديد -دراسة تحليلية لحسابات عينة من الأحزاب الجزائرية على الفيسبوك، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2023، ص 168.

2.3. 1991: الجبهة الإسلامية للإنقاذ تفوز في الانتخابات المحلية، ثم تفوز بالجولة الأولى من الانتخابات التشريعية.

2.4. 1992: إلغاء الانتخابات ودخول البلاد في أزمة أمنية وسياسية نتيجة تصاعد العنف.

3. مرحلة الأزمة الأمنية (1992-1999): كانت مرحلة مشوبة بأحداث عنف بين الدولة والجماعات المسلحة، شهدت فيها الحياة الحزبية تراجعاً واضحاً بسبب حظر الجبهة الإسلامية للإنقاذ وتعرض العديد من الأحزاب لضغوط من قبل الحكومة.

3.1. 1992-1999: تزايد سيطرة الدولة عبر أحزاب تقليدية مثل حزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي RND الذي تأسس سنة 1997 كواجهة سياسية للحكومة.

4. مرحلة التوافق السياسي وإعادة البناء (1999-2019): بعد انتخاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عام 1999 بدأ في إتباع سياسة المصالحة الوطنية لاحتواء الأزمة الأمنية.

4.1. 2000: بدأت بعض الأحزاب تستعيد نشاطها مثل حزب العمال بينما حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي هما القوة الرئيسية للبلاد مع صعود أحزاب المعارضة مثل حركة مجتمع السلم MSP  
4.2. 2002: الجبهة الوطنية الجزائرية FNA وحزب جبهة القوى الاشتراكية FFS يعززان من حضورهما في البرلمان.

4.3. 2009: تعديل الدستور للسماح للرئيس بوتفليقة بالترشح لفترة ثالثة وشهدت الساحة السياسية تراجع المعارضة السياسية.

5. مرحلة الحراك الشعبي 2019 :

5.1. 2019: بداية الحراك الشعبي في فيفري 2019 طالب فيه المحتجون بإصلاحات سياسية وتنحية النظام القديم مما أدى إلى استقالة الرئيس بوتفليقة في أبريل 2019، وتنظيم انتخابات رئاسية فاز بها عبد المجيد تبون.

5.2. 2020: تم تعديل الدستور عبر استفتاء شعبي مع تعزيز حقوق المعارضة والتعددية السياسية تم السماح بإنشاء أحزاب جديدة وتم تفكيك بعض القوى التقليدية مثل FLN وRND التي تراجعت شعبيتهما.

5.3. 2021: الانتخابات التشريعية التي جرت وسط دعوات لمقاطعتها، وشهدت صعود أحزاب جديدة وأحزاب المعارضة مثل حركة البناء الوطني وحركة مجتمع السلم، لكن النتائج أبانت عن بقاء سيطرة حزب جبهة التحرير الوطني على مقاعد البرلمان، وفاز بجزء منها حزب الحركة رغم الدعوة إلى المقاطعة.

4 5. 2024: ترشح فيها عبد المجيد تبون لولاية ثانية وشارك فيها رئيس حزب جبهة القوى الاشتراكية يوسف أوشيش إلى جانب رئيس حزب حركة مجتمع السلم حساني عبد العالي، فاز فيها المنتخب جماهيريا تبون وهو مرشح حر بنسبة مرتفعة.

### 4 3. القواعد المنظمة للنشاط الحزبي في الجزائر:

تستمد الأحزاب السياسية شرعيتها من الضوابط القانونية التي تنظم مسارها الميداني استنادا إلى نص دستوري مكتوب يسمح بالحرية في إنشاء الأحزاب وهو ما نجده في الدستور الجزائري ذلك أن الحرية الحزبية أساس موضوع الحرية السياسية في النظم الديمقراطية، وبالتالي وجوب الالتزام بأحكام قانون الأحزاب متى ما صدر والخضوع له شرط أساسي ووحيد لنشأة الحزب واستمراره منذ طلب الترخيص إلى احترام الضوابط إلى تنظيم المؤتمر التأسيسي..، وعليه نستعرض في هذا الجزء تفاصيل تنظيمية للنشاط الحزبي في الجزائر وحاولنا تبسيطها في الجدول التالي:

### الجدول رقم 10: يوضح القواعد المنظمة للنشاط الحزبي في الجزائر

ما هو مفهوم الحزب السياسي في الجزائر؟	هو تجمع مواطنين يتقاسمون نفس الأفكار ويجمعون لغرض وضع مشروع سياسي مشترك حيز التنفيذ للوصول بوسائل ديمقراطية وسلمية إلى ممارسة السلطات والمسؤوليات في قيادة الشؤون العمومية
ما هي شروط وإجراءات تأسيس حزب سياسي؟	تخضع الأحزاب السياسية للقانون العضوي رقم 12-04 المؤرخ في 12 جانفي 2012 (الجريدة الرسمية)، عقد الجمعية العامة التأسيسية، إعداد مشروع قانون أساسي ومشروع برنامج سياسي، إيداع ملف التصريح بالتأسيس لدى وزارة الداخلية والجماعات المحلية
ما هي أهم الشروط الواجب توافرها لدى الأعضاء المؤسسين للحزب؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>- أن يكونوا من جنسية جزائرية</li> <li>- أن يكونوا بالغين سن 25 على الأقل</li> <li>- أن يتمتعوا بالحقوق المدنية والسياسية ولم يحكموا بجناية أو جنحة ولم يرد الاعتبار إليهم</li> <li>- أن لا يكونوا قد سلكوا سلوكا معاديا لمبادئ أول نوفمبر 1945</li> <li>- أن يتضمن الأعضاء المؤسسين نسبة ممثلة من النساء</li> </ul>
ماذا يجب أن يتضمن القانون الأساسي للحزب؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>-تشكيلة هيئة المداولة وطريقة انتخابها وصلاحياتها</li> <li>-تشكيلة الهيئة التنفيذية وكيفية انتخابها وتجديدها ومدة عهدها وصلاحياتها</li> <li>- أسس الحزب السياسي وأهدافه في ظل احترام الدستور والقانون العضوي والتشريع ساري المفعول</li> <li>- التنظيم الداخلي للحزب</li> <li>- إجراءات الحل الإداري</li> </ul>
كيف يتم الترخيص بانعقاد المؤتمر	يرخص الوزير المكلف بالداخلية للحزب السياسي بعقد مؤتمره التأسيسي بعد مراقبة مطابقة وثائق الملف وبلغه إلى الأعضاء المؤسسين، ولا يعتد بالقرار إلا إذا نشر في يوميتين

## الفصل الثاني: الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر

<p>إعلاميتين وطنيتين على الأقل ويذكر في هذا الإشهار مقر الحزب وألقاب وأسماء ووظائف الأعضاء المؤسسين ..</p>	<p>التأسيسي؟</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- أن يكون ممثلا بأكثر من ثلث (1/3) عدد الولايات على الأقل موزعة عبر التراب الوطني</li> <li>- أن يجمع المؤتمر (400) إلى (500) مؤتمر منتخبتين من طرف (1600) منخرط على الأقل دون أن يقل عدد المؤتمرين عن (16) مؤتمرا عن كل ولاية وعدد المنخرطين عن (100) عن كل ولاية</li> <li>- يتضمن نسبة ممثلة من النساء</li> <li>- يثبت انعقاد المؤتمر التأسيسي بمحضر قاضي</li> <li>- في حالة عدم تنظيم المؤتمر في الأجل المحدد يؤدي ذلك لوقف نشاط كل المؤسسين تحت طائلة العقوبات في أحكام المادة 78 من القانون العضوي</li> </ul>	<p>كيف يتم انعقاد المؤتمر التأسيسي؟ (أهم الشروط)</p>
<p>يحول الاعتماد الحزب السياسي الشخصية المعنوية والأهلية القانونية ابتداء من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية</p>	<p>متى يتمتع الحزب بالأهلية القانونية والشخصية المعنوية؟</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- يمكن للحزب ربط علاقة مع أحزاب أجنبية غير أنه لا يربطها بما يعارض أحكام الدستور ..</li> <li>- لا يمكن للحزب القيام بأعمال في الخارج لغرض المساس بالدولة ورموزها ومؤسساتها ومصالحها الاقتصادية والدبلوماسية</li> <li>- يمكن للحزب في إطار احترام القانون العضوي والتشريع المعمول به إصدار نشرات إعلامية أو مجلات</li> <li>- يمكن للحزب أن يتلقى الهبات والوصايا والتبرعات من مصدر وطني</li> <li>- يمنع على الحزب أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة دعما ماليا من أي جهة أجنبية بأي صفة كانت أو بأي شكل كان</li> <li>- يمنع على الحزب ممارسة أي نشاط تجاري</li> <li>- يمكن للحزب أن يستفيد من إعانة مالية للدولة حسب المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد منتخبيه في المجالس</li> <li>- يجب على الحزب أن يكون له حساب مفتوح لدى مؤسسة مصرفية أو مالية وطنية ومقرها في التراب الوطني</li> </ul>	<p>ما هي أهم الحقوق والالتزامات؟</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- اشتراكات أعضائه وتوضع في حساب الحزب</li> <li>- الهبات والوصايا والتبرعات من مصدر وطني وتدفع في الحساب المنصوص عليه ولا تتجاوز (300) مرة الأجر الوطني الأدنى المضمون لكل هبة في السنة الواحدة</li> <li>- العائدات المرتبطة بنشاطاته وممتلكاته وتكون ناتجة عن استثمارات غير تجارية ويمنع أي نشاط تجاري على الحزب</li> <li>- المساعدات المحتملة من طرف الدولة ويقيد المبلغ حسب مقاعد البرلمان وعدد المنتخبين في المجالس ويكون من ميزانية الدولة وتكون هذه المساعدات محل مراقبة في</li> </ul>	<p>ما هي مصادر تمويل الحزب السياسي؟</p>

وجهة استعمالها ويقدم مسؤول الحزب تقريرا ماليا مصادقا من محافظ الحسابات ..	
<p>- فيما يخص الاجتماعات: يتم إيداع تصريح لدى الولاية المعنية يوقعه (3) أشخاص مواطنهم ذات الولاية، يبين هذا التصريح الهدف من الاجتماع ومكانه واليوم والساعة، المدة، عدد الحضور...، يصرح بالاجتماع أمام والي الولاية قبل (3) أيام على الأقل ، يسلم للمنظمين وصل من والي</p> <p>- فيما يخص المظاهرات العمومية: يتم إيداع طلب ترخيص من والي المختص قبل (8) أيام كاملة من تاريخ المظاهرة، ويبين الطلب صفة المنظمين، أسمائهم .. ويكون موقعا من (3) منهم لهم الحقوق المدنية والسياسية، الهدف من المظاهرة، عدد الأشخاص المتوقع حضورهم وأماكن حضورهم، اليوم، الساعة، المسلك الذي تسلكه، الوسائل المادية المسخرة... يتعين على والي القبول والرفض (5) أيام على الأقل قبل تنظيمها</p>	<p>ما هي نشاطات الحزب السياسي المعتمدة المتعلقة بالاجتماعات والمظاهرات؟</p>
في إطار تطبيق برمجها، للأحزاب السياسية الحق في استعمال وسائل الإعلام العمومية على قدم المساواة	<p>ما هي حقوق الأحزاب في استعمال وسائل الإعلام العمومية؟</p>

الموقع الرسمي لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية<sup>1</sup>

### 5.3. واقع الأحزاب السياسية في الجزائر:

إذا ما نظرنا إلى واقع الأحزاب السياسية في الجزائر فيمكن القول أنها تسير لحد الآن وفق منطق وعقلية الحزب الواحد، ذلك أن التعددية الحزبية الفعلية في الأنظمة الديمقراطية التي تفترض وجود أكثر من حزبين يتنافسان على السلطة وهو ما لا نجده في الجزائر التي جاءت فيها التعددية كنتيجة حتمية لفشل نظام الحزب الواحد الذي يمثله حزب جبهة التحرير الوطني، فقد وصل عدد الأحزاب إلى 60 حزب إلا أن أغلبها أكد على ضعف تأثيره في الشارع.<sup>2</sup>

كما أن طبيعة المنظومة الحزبية الجزائرية وما تحتويه من خصوصية أنتجت واقع حزبي يعبر عن مدى هشاشة البناء التنظيمي للأحزاب ووضوح الاختلافات والتناقضات الداخلية، بروز صراعات بين مختلف الأجنحة وانقسام الأحزاب إلى تيارات مختلفة كل منها ينطلق من مبرراته وقناعاته ووفق ذلك أصبحت الأحزاب تخضع لاعتبارات ظرفية تحركها المصالح الشخصية على حساب مصالح الحزب، وهذا ما جعل دور الحزب في الجزائر يقتصر على دعم شرعية النظام السياسي والفشل في تحقيق التنمية وهذا ما دفع لاتساع الهوة

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الحزب السياسي، وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، مارس 2016، تم التصفح يوم

23 جويلية 2024، على الساعة 22.53، متاح على الرابط <https://bit.ly/3UgifYd>

<sup>2</sup> مبارك فريطاس وسميرة لغويل: الأحزاب السياسية ورهان الثقافة السياسية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد

14، ديسمبر 2021، ص 335.

بين القمة والقاعدة بالإضافة للعوامل الخارجية المتمثلة في الضغوطات المختلفة التي تتعرض لها الأحزاب خاصة من طرف النظام السياسي.<sup>1</sup>

كذلك المؤسسة العسكرية التي تعتبر واقعا المؤسسة الأقوى في الحقل السياسي وهي مانحة للشرعية فعلا، لذلك فالنظام السياسي القائم يستمد شرعيته من المؤسسة العسكرية، ولأسباب تاريخية تعتبر المؤسسة العسكرية العمود الفقري للنظام.. وتوحي التجربة التاريخية بمسارات التغيير الكثيرة داخل المؤسسة الحزبية دون المؤسسات السياسية الأخرى.. ونستخلص من هذا أن النظام السياسي السائد في الجزائر نظام تحكمه القبضة الحديدية للإدارة وثقافة الحزب الواحد- جبهة التحرير الوطني- حتى بعد ثلاثة عقود من التعددية الحزبية بقيت الأحزاب السياسية أداة طيعة في يد ماسكي السلطة إذ يخضع الحزب للقرارات الفوقية، وتعال هذا فإن الادعاء باستقلالية الحزب يعتبر تجنبيا على المناضلين والقيادات التي تعاقبت على تسييرها والتي لازالت إلى حد اللحظة الراهنة.<sup>2</sup>

وهذا يعني وجود بنية حزبية لا تشجع على التغيير وتفعيل العمل الحزبي وهو ما أفرزته مرحلة التعددية الحزبية 1989 وتمثلت في وجود أزمة القيادة السياسية التي تجلت من خلال:

- شيخوخة القيادات.
- احتكار عملية صنع القرار الحزبي.
- الصراع على رئاسة الحزب والانشقاقات الحزبية الداخلية.
- وجود تناقضات بين مطالبه الأحزاب بالديمقراطية وعدم التزامها داخليا باحترام قواعد الممارسة الديمقراطية.
- ضياع مصداقية الأحزاب الإسلامية وتميزها بالضعف الشديد.
- أحزاب ببرامج غير واضحة تفتقر لرؤية محددة ولكيفية تسيير الأزمات والخروج منها.<sup>3</sup>

أيضا المتغيرات الثقافية من أهم العوامل المؤثرة على عمل الأحزاب السياسية الجزائرية مثل مخلفات الاستعمار، التركيبة الثقافية، القوى السياسية ومناهج تسييرها وعلاقتها بالمجتمع، القيم السياسية والسلوكيات كهشاشة الخطاب السياسي وغياب الشفافية، سيطرة العسكري على المدني، غلق الأبواب أمام النقاش

<sup>1</sup> ابتسام بدري: دور الأحزاب السياسية في هندسة التحول الديمقراطي في الجزائر بين واقع الخصوصية وطموح تحقيق التكيف، مجلة المفكر، العدد 09، 2013، ص 468.

<sup>2</sup> حسان حناش: الأحزاب السياسية ورهانات التحديث في الجزائر المعاصرة، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 05، أكتوبر 2022، ص ص (8-9).

<sup>3</sup> ابتسام بدري، مرجع سبق ذكره، ص ص (667-668).

السياسي العلني والاتجاه نحو العمل السياسي السري، كل ذلك أنتج معاداة للعنصر المثقف وللحزب السياسي الجزائري وفي بناء ثقافية سياسية تؤثر بشكل مباشر على عمل الحزب داخل المجتمع الجزائري.<sup>1</sup>

كما ينعكس فقدان ثقة الأفراد في العمل الحزبي على واقعها، وتبرز محورية فقدان الثقة في العمل الحزبي من طرف الأفراد كعامل تفسيري لأزمة الأحزاب السياسية، خاصة ما أظهرته نتائج استطلاع أجراه موقع البارومتر العربي الشبكة البحثية المستقلة لصالح صحيفة ذي ايكونومست البريطانية، وانخفاض نسبة الثقة في الأحزاب بما يزيد عن الثلث منذ 2011 في جميع أنحاء المنطقة العربية بأكملها.<sup>2</sup>

إضافة أن مضمون ومحتوى الخطاب السياسي للأحزاب الجزائرية يكشف عن مشكلة عميقة تتجاوز فنيات الإلقاء وضعف المحتوى الذي يتميز في مجمله بأساليب التهديد والوعيد والترهيب والشعبوية في تشريح الواقع المعاش، والأهم من ذلك خلوه من برامج حقيقية تحاكي واقع المجتمع .. ويتجه نحو غايات عليا مثل نعمة الأمن، الاستقرار، الوطنية..<sup>3</sup>

من جهة أخرى كما سلف الذكر فإن الدولة هي الممول الرئيسي لأغلب الأحزاب السياسية، إذ تفتقد أغلب الأحزاب للقدرة على التمويل الذاتي نتيجة لضعف قاعدتها الشعبية وعدم قدرتها، والقيود على حريتها لجمع التبرعات والهبات والمساعدات المالية من المجتمع المحلي والدولي، الأمر الذي جعلها تابعة في تمويلها بشكل أساسي للدولة، ما نتج عنه سيطرة هذه الأخيرة عليها وعلى قراراتها.<sup>4</sup>

من جهتها لا تزال القبيلة اليوم حاضرة بقوة بين الأحزاب السياسية في الجزائر لكن الوقت يختلف قليلا بين الماضي والحاضر فقدما كانت القبيلة هي من تؤطر أيديولوجية الحزب حيث أنتجت سابقا أحزاب سياسية تطغو عليها سياسة القبيلة " الأبوية" فنجد تموقع حزب جبهة القوى الاشتراكية والتجمع من أجل الثقافة والديمقراطية في منطقة القبائل وحزب الكرامة بالغرب الجزائري وتتحصل غالبا الأحزاب في الانتخابات المختلفة على أصوات في نفس المناطق، أما اليوم باتت الأحزاب تتنافس في ضم القبيلة لصفها لكسب رمزية لهذه الأحزاب في ضوء فشلها وعدم قدرتها على ضم الجماهير.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> مبارك فريطاس وسميرة لغويل ، مرجع سبق ذكره، ص 336.

<sup>2</sup> نفيسة زريق: الأحزاب السياسية في المنطقة العربية- بحث في مقاربات الأزمة وإمكانية إصلاح الاختلالات، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 03، المجلد 10، ص 316.

<sup>3</sup> مبارك فريطاس وسميرة لغويل ، مرجع سبق ذكره، ص 338.

<sup>4</sup> آسية بلخير: الأحزاب السياسية المغربية والديمقراطية- أزمة ديمقراطية الحزب أم ديمقراطية النظام، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 10، 2017، ص 429.

<sup>5</sup> مبارك فريطاس وسميرة لغويل ، مرجع سبق ذكره، ص 339.

### 6.3. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي للأحزاب السياسية الجزائرية:

أجمع عدد من الأساتذة والباحثين والأحزاب السياسية في الجزائريين أنه لا تتوفر منابر إعلامية جزائرية خاصة بالأحزاب السياسية لتبليغ برامجها وطروحاتها ومواقفها إلى الرأي العام الوطني، وفي هذا الإطار صرح مسؤول الإعلام بحركة النهضة أن أغلبية الأحزاب في الجزائر لا تمتلك وسائل إعلامية مثل الجرائد لإيصال موقفها بشأن القضايا المطروحة.. وأشار أن الأحزاب تلجأ إلى الجرائد الخاصة والعمومية ..، مؤكداً أن افتقار الأحزاب لهذه المنابر راجع لعدم امتلاكها للإمكانيات المادية والبشرية لإنشاء وسائل الإعلام وصرح الإعلامي محمد طيبي أن المشهد السياسي في الجزائر يفتقد لحوامل إعلام تبليغية<sup>1</sup>، غير أن القنوات الإعلامية الجديدة غيرت من قواعد التواجد والتواصل الإعلامي للأحزاب الجزائرية خاصة بعد أحداث الحراك الشعبية 2019 الذي بُني أساسه من شبكة الفيسبوك التي جمعت ملايين المتظاهرين وعملت على تعبئتهم سياسياً من خلال صفحات غير رسمية على هذه الشبكة، إن هذه الأحداث جعلت من الأحزاب السياسية في الجزائر تلتفت نحو وسائل إعلامية حرة وغير مكلفة لنشر خطابها السياسي.

أضحت شبكة فيسبوك نافذة إعلامية رقمية جديدة للأحزاب السياسية الجزائرية حيث فرضت نفسها في المنظومة الإعلامية منافسة لنظيراتها التقليدية في المجال السياسي والتي طالما سيرتها السلطة السياسية وفق مبدأ التشريع والإشهار والتمويل، حيث أصبحت هذه الأخيرة سوقاً لكل الأطياف السياسية سواء الحزبية أو رجال السياسة، وأصبحت ملجأ للبحث عن المعلومة واستقاء الجديد من الأخبار السياسية المعروضة على مستوى المنشورات والمضامين التي تطرحها الأحزاب السياسية للتسويق لأفكار الحزب كالتنشاطات السياسية المقدمة.<sup>2</sup>

السيطرة على السرد الإعلامي حيث كانت سابقاً وسائل الاتصال الجماهيرية هي المصدر الرئيسي لنقل الخبر والمعلومة السياسية وهي تتمتع بسلطة كبيرة في تأطير الأخبار والشخصيات السياسية مما يعني توجيه الرأي العام وترتيب الموضوعات وفق أجندتها التي قد تكون غالباً نابعة من تفضيلات السلطة السياسية، ومع تصدر فيسبوك للاتصال السياسي الجزائري بات السرد الإعلامي ضعيفاً مما أتاح لكل حزب الفرصة لتشكيل صورته بنفسه.

<sup>1</sup> ياسين ففعاغ: الإعلام السياسي، أي علاقة بين الإعلام والأحزاب السياسية بالجزائر، مجلة الرواق، العدد 03، جوان 2016، ص ص (100-101).

<sup>2</sup> فواز بورواجة: توظيف الصورة السياسية للصورة البرلمانية الجزائري عبر شبكة فيسبوك، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 03، ديسمبر 2019، ص 850.

من المهم الإشارة أن ما يجعل شبكة فيسبوك ذات أهمية وقوة ناعمة في صنع الخطاب السياسي لا يتعلق بالمرسل فقط، بل بالمستقبل أيضا الذي ينقل المحتوى ويتفاعل معه بأشكال مختلفة فالمواطن الرقمي الجزائري المتلقي للخطاب السياسي الحزبي من شبكة فيسبوك يجمع مختلف المعلومات حول مختلف القضايا التي تثير اهتمامه وتشكل وعيه السياسي وتساعد في اتخاذ القرار.

### 7.3. كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي:

بداية تجلّى توظيف شبكة فيسبوك وشبكات التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات السياسية الجزائرية من خلال الانتخابات الرئاسية أفريل 2014 وتم استغلالها من أجل الدعاية لاستمرار عهدة رابعة للرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة، وتم توظيفها أيضا لمقاطعة الانتخابات أين اتجهت مديرية حملته إلى لإنشاء صفحة على الفيسبوك تحمل اسمه في محاولة لاستقطاب الناخبين الشباب.. شخصية هي الأخرى صنعت الحدث هي المرشح رشيد نغاز في نفس الانتخابات حيث شارك يومياته في زيارات مدن الوطن عبر صفحته الرسمية على نفس الشبكة -فيسبوك-، بعدها وخلال سنة 2017 تم توظيف الشبكة في الانتخابات التشريعية في حملات المرشحين مثل نعيمة صالحى الأمانة العامة لحزب العدل والبيان، عبد الرزاق مقري رئيس حزب حركة مجتمع السلم خمس، كما تم اعتماد خاصية الترويج المدفوع (sponsoring) حتى تصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور الجزائري.<sup>1</sup>

شهد توظيف الفيسبوك تطورا كبيرا خلال الفترة 2019 ففي الوقت الذي حشدت فيه أحزاب السلطة مناضليها لإعادة ترشيح عبد العزيز بوتفليقة لولاية خامسة، كان وعي المستخدمين يزداد بشأن الأوضاع الاقتصادية والسياسية.. ومظاهر الفساد المالي والإداري التي باتت تعيشها الجزائر، وما تلى ذلك من أحداث كمقاطعة الانتخابات والاحتجاجات المليونية أدت إلى استقالة الرئيس بوتفليقة آنذاك وهذا ما زاد فعليا زاد من قوة شبكة فيسبوك كقناة اتصال سياسي بديل عن الإعلام التقليدي.

شهدت انتخابات 17 نوفمبر 2019 أيضا انتخابات رئاسية شارك فيها 5 مرشحين وفاز فيها المرشح عبد المجيد تبون وكذلك شهدت الحملة الانتخابية له توظيف واسع لشبكة فيسبوك وتوتير في حملته الانتخابية ..

بدأت الأحزاب والجمعيات السياسية الجزائرية في بناء مواقعها تفتنا لدورها الكبير في خلق الصور الذهنية عن الحزب وخلفياته السياسية والأيدولوجية ومنطلقاته وحتى أفكاره التي يسعى لتجسيدها في شكل خطاب سياسي يقوم فيه بتوظيف مختلف الدعامات التقنية التي تتيحها شبكة الفيسبوك من ناحية الشكل

<sup>1</sup> خالد بوخميلة: واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي -دراسة حالة الجزائر-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 04، أكتوبر 2021، ص ص (380-381).

والخدمات التي يقدمها في جذب العديد من الجمهور الجزائري الذي أصبح يرتاد هذه الشبكة لتلقي المعلومات السياسية

إن هذا التمثيل للأحزاب السياسية على الفيسبوك المتسم بحرية الرأي والتعبير والنقاش والجدل بين مختلف الأفكار والآراء جعلها توظف شبكة فيسبوك كمنصة للاتصال السياسي ويتم من خلال عدة طرق فعالة لنشر خطابها السياسي نشرها فيما يلي:

**التسويق السياسي للأفكار والقضايا:** تصاعد استخدام الفيسبوك من طرف المرشحين والأحزاب السياسية وأسهم في خلق ثقافة سياسية وبناء حوار بين الكيانات السياسية أو الأحزاب كما أنها أتاحت الفرصة لعرض رغبات ومتطلبات الناخبين.

**منافسة الأحزاب الكبرى:** إن شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك تتيح للأحزاب الأقل حيلة الفرصة لمضاهاة الحملات الممولة تمويلًا جيدًا باستراتيجيات غير مكلفة نسبيًا ومنظمة، فالاستخدام المجاني لفيسبوك وحتى الترويج المدفوع الذي لا يكلف أموالًا طائلة خاصة أن هذه الشبكة وحتى غيرها من الشبكات لها قاعدة جماهيرية تفوق بمرات كثيرة جمهور أي وسيلة أخرى<sup>1</sup>

**تغيير المواقف والآراء تجاه القضايا السياسية:** تعتمد الأحزاب على خصائص الفيسبوك مثل نشر مقالات وفيديوهات تثقيفية تناقش قضايا وطنية ودولية، وهذا في إطار التفاعل مع الأحداث العامة الجارية وهكذا يمكن للحزب استظهار موقفه اتجاه قضايا معينة مثل النزاعات الدولية، السياسات الحكومية..، كما توظفه كذلك في إثارة وتوجيه القضايا المجتمعية كالبطالة والتعليم والصحة..، وتوظف في ذلك المنشورات والفيديوهات واستطلاعات الرأي العام وغيرها من الدعامات التقنية المتاحة على الشبكة.

**الوصول إلى جمهور واسع:** بفضل خوارزميات فيسبوك يمكن للأحزاب استهداف فئات معينة من المجتمع بناء على العمر والموقع والاهتمامات والتفضيلات السياسية..<sup>2</sup> ما يساهم في توسيع قاعدة جمهورها، هذا إضافة إلى الإعلانات الممولة على فيسبوك للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور بما في ذلك الناخبين غير المتابعين للخطاب السياسي.

**التفاعل المباشر مع الجمهور:** تسمح خصائص الفيسبوك للجمهور والأحزاب بمناقشة مختلف القضايا من خلال البث المباشر والتعليقات والمشاركات..، وهذا يعني انتشار أوسع للخطابات السياسية ويعني تجربة

<sup>1</sup> خالد بومخيلة، مرجع سبق ذكره، ص 380.

<sup>2</sup> Paul Hitlin, Lee Rainie, op cit, p 6.

أكثر جودة للاتصال السياسي تفوق الاتصال الجماهيري، فالآن بضغطة زر يستطيع المستخدمون مشاهدة خطابات الحزب في أي وقت وأي مكان وتكرارها إذا أراد ذلك وفق وقته وخصوصيته.

**الترويج للبرامج الانتخابية والأفكار السياسية:** يتم استخدام الإنفوغرافيك والفيديوهات القصيرة لشرح البرامج الانتخابية بشكل بسيط وجذاب ما يسهل على الجمهور غير المتعلم استيعاب الأفكار الرئيسية..ومنه التعبئة والتحفيز السياسي.

**إدارة الأزمات وتحديد المواقف:** أثناء الأزمات يلجأ الحزب لنشر بيانات رسمية لتوضيح موقفه من الأحداث الجارية وتقديم تفسير حول سياساته وحلوله المقترحة، ومن ناحية أخرى يعتبر فيسبوك منصة فعالة للرد على الشائعات والمعلومات المضللة بسرعة.

**الفيديوهات:** منح الخطاب السياسي الشفهي عبر تقنيات الفيديو والبث المباشر على فيسبوك أفضلية ملموسة، وتميز عن الخطاب السياسي المباشر والمتلفز وحتى المسجل عبر الراديو حيث أصبح أسهل من ناحية الإنتاج والإخراج، إذ لا يكلف الكثير فقط مجرد اتصال بالإنترنت مما يعني تجاوز القيود المالية المفروضة على الحزب حيث أتيح الاتصال بالجماهير من خلال شرائح الهاتف والاتصال السلكي واللاسلكي بالشبكة مع إلغاء فكرة الارتباط بالزمان والمكان من خلال البث المباشر.

**التقنيات والمؤثرات السمعية البصرية:** تمتلك المؤثرات السمعية والبصرية بعد تأثيري هام توظفه الأحزاب للتأثير على مدركات الجمهور وشعوره عند سماع خطابه السياسية، والأمر الذي يركز عليه صانع الخطاب هو مشاركة المحتوى وتعديله وفق ما يتيح الفيسبوك مثل تغيير الألوان والإضاءة والتسريع ودمج اللقطات وإضافة الموسيقى الحماسية، الوطنية، الحزبية..الأمر الذي يشد انتباه المتلقي للخطاب السياسي للحزب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خليل سعدي: أساليب الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية على عينة من الفاعلين السياسيين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، الجزائر، 2024، ص 236.

# الفصل الثالث

التحليل الكمي، الإحصائي والكمي

لفئات المضمون

1. بطاقات تعريفية للأحزاب السياسية عينة الدراسة:

حزب جبهة التحرير الوطني: (FLN) Front de libération nationale



هو حزب سياسي جزائري ذو توجهات وطنية، وهو أكبر الأحزاب السياسية الجزائرية ومن أكثر الأحزاب انتشارا بسبب رصيده التاريخي وامتداده الشعبي خلال الثورة التحريرية.

يسعى حزب جبهة التحرير الوطني، انطلاقا من المرجعية النوفمبرية، إلى الإسهام في بناء جزائر عصرية وديمقراطية، متطورة ومزدهرة ومعتزة بأصالتها التاريخية ويندرج وجوده في صلب الاستمرارية التاريخية للمقاومات الشعبية ولثورة نوفمبر المجيدة وورثتها الشرعي.

ارتبط ميلاد جبهة التحرير الوطني، في الفاتح من نوفمبر 1954، باندلاع الثورة التحريرية، عبر البيان المؤسس، حيث خاضت الجزائر كفاحا مسلحا ضد الاحتلال الفرنسي، من أجل الاستقلال الوطني واستعادة الدولة الجزائرية.

ورث حزب جبهة التحرير الوطني جبهة التحرير الوطني، وأصبح الحزب الحاكم في البلاد منذ استقلالها، في الخامس من جويلية 1962، تم إقرار تحويل جبهة التحرير الوطني إلى حزب جبهة التحرير الوطني، بمقتضى قرارات مؤتمر الجزائر ودستور 1963 .

بعد اعتماد التعددية السياسية والحزبية، بمقتضى الدستور الصادر في 23 فيفري 1989، ساهم حزب جبهة التحرير الوطني، كحركة سياسية وطنية بتفاعل وإيجابية في تبني الإصلاحات السياسية وانتقال الجزائر إلى نظام سياسي تعددي..

يحتل حزب جبهة التحرير الوطني صدارة الحياة السياسية، المركز الأول بين الأحزاب، حيث يمثل أكبر كتلة حزبية في كل المجالس المنتخبة، المجالس الشعبية البلدية والولاية..

الأمين العام للحزب: السيد عبد الكريم بن مبارك، يتكون مكتبه السياسي من 12 عضواً، ويحتوي على 04 لجان دائمة، الأولى لجنة الدراسات الإستراتيجية والاستشراف، الثانية لجنة الانضباط، الثالثة لجنة المالية والرابعة هي لجنة الرقابة وكل لجنة يترأسها أحد أعضاء الحزب، ويمتلك نواب في مختلف ولايات الوطن.

### Front des Forces Socialites (FFS)

### حزب جبهة القوى الاشتراكية:



هو حزب سياسي جزائري معارض تأسس بعد استقلال الجزائر، ويعتبر الراحل حسين آيت أحمد مؤسسه وزعيمه التاريخي وأسس في سبتمبر 1963 رفقة نشطاء الحركة الوطنية في ولاية تيزي وزو، خلال فترة حكم الراحل أحمد بن بلة أول رئيس للجزائر، وظل الحزب يعمل في سرية إلى غاية حصوله على الاعتماد الرسمي من وزارة الداخلية الجزائرية، إثر إقرار التعددية الحزبية في البلاد أكتوبر 1988.

يؤكد حزب جبهة القوى الاشتراكية على وفائه لقيم حركة التحرير الوطني، وقيم الحرية والمساواة والعدالة والتضامن، وتعتمد هويته على أركان الأمازيغية، الإسلام، العروبة والحداثة، وينتمي إلى الأهمية الاشتراكية ويعتمد على الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في نضاله من أجل صيانة وترقية حقوق الإنسان في الجزائر والحرية الفردية والجماعية وحرية الفكر والحرية المدنية.

الهيكل التنظيمي: يعتبر المؤتمر الوطني الهيئة العليا للحزب ويجتمع في دورة عادية مرة كل أربع سنوات، وهناك أيضا المجلس الوطني الذي يقوم ببحث إستراتيجية المشاركة في الانتخابات كل استحقاق انتخابي، أما الأمانة العامة للحزب فتتكون من أكثر من 26 عضواً، وتختار الهيئة الرئاسية بدورها الأمين العام الوطني الأول للحزب لكنها تحتفظ بصفتها الرئاسية.



التجمع الوطني الديمقراطي حزب سياسي جزائري، تأسس في أواخر تسعينيات القرن العشرين، ويعتدّ القوة السياسية الثانية في البلاد بعد حزب جبهة التحرير الوطني لسنوات طويلة، تأسس التجمع الوطني الديمقراطي في فبراير/شباط 1997، قبل الانتخابات التشريعية التي أجريت في ذلك العام، خلال أوضاع سياسية وأمنية دقيقة حيث كانت الجزائر تعيش فترة أمنية صعبة، ويذكر التجمع الوطني الديمقراطي في قانونه الأساسي أنه "مؤسس على مبادئ وأهداف بيان الفاتح من نوفمبر 1954 ومتفتح لا يدّعي الاحتكار، ولا يسلك الإقصاء، ولا يتنكر لانتماء الأمة الحضاري. والمرجعية الفكرية هي الرصيد التاريخي للحركة الوطنية للأمة."

يدعو حزب التجمع الوطني الديمقراطي إلى نموذج اقتصادي "ليبرالي وسطي"، ويسعى لتحقيق التطور الاقتصادي المتكامل، والمتزن والشامل بما يكفل تنمية متوازنة تجعل من البعد الاجتماعي عاملاً جوهرياً في تحقيق السلم الاجتماعي والاستقرار السياسي". ويصنف الحزب في معسكر الديمقراطيين، ويؤمن بالتعددية السياسية والتداول السلمي للسلطة، عرفت الفترة التي تأسس فيها التجمع الوطني الديمقراطي بضباية المشهد السياسي، خاصة وأن حزب جبهة التحرير الوطني كان قد تحول من حزب في يد السلطة إلى حزب يعارض وقف المسار الانتخابي، ويتخذ قرار المشاركة في مؤتمر "سانت إيجيديو" في روما عام 1995 الذي رفضته السلطة.

كانت السلطة حينها بحاجة لحزب سياسي تضمن به وجودها في الساحة السياسية، وكان الحزب التقليدي (جبهة التحرير) قد تقلصت مهامه، وجاء تأسيس الحزب قبل أربعة أشهر من الانتخابات البرلمانية التي جرت في 1997 وفاز فيها بـ156 مقعداً من أصل 380 مقعداً.

شارك الحزب في مختلف الاستحقاقات الانتخابية، وحل في كل مرة ثانيا أو ثالثا، وفي عام 2005 شكل التحالف الرئاسي مع حزب جبهة التحرير الوطني، وأمينه العام خلال فترة الدراسة هو السيد يحي مصطفى.

### Mouvement de la Société pour la Paix (MSP)

### حزب حركة مجتمع السلم:



أسس الداعية محفوظ نوح حزب حركة المجتمع الإسلامي في الثلاثين من ماي 1991 أين تم تأسيس التعددية السياسية بالبلاد، وتحويل إلى حركة مجتمع السلم (حمس)، للتكيف مع القانون الجديد الذي يمنع "استغلال الإسلام والعربية والأمازيغية، وقاد الحركة عبد الرزاق مقري منذ المؤتمر الخامس المنعقد في 2013، ثم عبد العالي حساني شريف مارس 2023 خلال المؤتمر الثامن للحركة.

تعرف حركة مجتمع السلم نفسها بأنها حركة سياسية شعبية إصلاحية شاملة، تعتمد منهجا تغييريا سلميا وسطيا معتدلا، يستهدف بناء الفرد والأسرة والمجتمع، وتشارك في العملية السياسية من أجل استكمال بناء الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة في إطار المبادئ الإسلامية، من خلال التداول السلمي للسلطة بالوسائل الديمقراطية

تعتقد حركة مجتمع السلم أن النخبة التي حكمت الجزائر بعد الاستقلال عام 1962 لم تفلح في إقامة الدولة الجزائرية المنشودة، وفي الجانب الاقتصادي تدعو حركة مجتمع السلم إلى اعتماد نظام الصيرفة الإسلامية في المنظومة البنكية، وتعديل قانون القرض والنقد لهذا الغرض.

شاركت حركة مجتمع السلم في مختلف الاستحقاقات السياسية، ونددت "بالتزوير" الذي حرم زعيمها محفوظ نوح من رئاسة الدولة في انتخابات 1995، إلا أنها شاركت في الحكومة منذ عام 1996، ودخلت انتخابات 1997، في عام 1999 مُنعت نوح من المشاركة في الانتخابات الرئاسية بحجة عدم مشاركته في الثورة،

رغم تقديمه شهادات من قيادات في الولاية الرابعة التاريخية، واضطر نضاح لمساندة عبد العزيز بوتفليقة في تلك الانتخابات.

بعد وفاة نضاح عام 2003، خلفه أبو جرة سلطاني في المؤتمر الثالث، الذي شهد اتساع رقعة الخلافات بين قدماء الحزب والجيل الجديد، وتفاقت في المؤتمر الرابع في 2008، وكادت أن تعصف بمستقبل الحركة، ولم تفلح مختلف الوساطات الداخلية والخارجية في تصليح الوضع، وفي مؤتمر 2013، حسم عبد الرزاق مقري - أحد المقربين من نضاح - المؤتمر، وترأس الحركة فنقلها من معسكر الموالاة إلى المعارضة، وكان هذا تغييرا في سياسة الحزب.

## 2. تحليل التباين الأحادي One Way Anova عبر برنامج Spss:

يتم استخدام اختبار ANOVA أحادي الاتجاه One Way Anova لتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجموعتين مستقلتين غير مرتبطتين أو أكثر،<sup>1</sup> وفي هذه الدراسة تم توظيف الاختبار كأداة إحصائية أساسية للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك لنشر خطابها السياسي. يُعد هذا الاختبار ذا أهمية بالغة عندما يكون الهدف هو مقارنة متوسطات عدة مجموعات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss.

يقوم اختبار ANOVA بتحليل الفروق بين المجموعات من خلال قياس مدى التباين داخل المجموعات وبينها. في سياق هذه الدراسة، يُمكننا اختبار ANOVA من التعرف على التباين الموجود بين الأحزاب السياسية الأربعة عينة الدراسة فيما يخص فئات المضمون والشكل.

إذا أظهرت نتائج ANOVA أن قيمة F أقل (0.05)، فهذا يعني أنه هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب، أما إذا كانت قيمة F أكبر من (0.05) فهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الدراسة - الأحزاب السياسية الأربعة - .

<sup>1</sup> One- way Anova : **Statistics** , Laird, visited on 22. 07. 2024, At 06: 06, available at the link <https://bit.ly/40dqi7y>

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

تكمُن أهمية اختبار ANOVA أحادي الاتجاه في قدرته على تقديم تحليل موضوعي وشامل، حيث يُعد أداة دقيقة لاستخلاص استنتاجات قائمة على بيانات إحصائية قوية، مما يعزز من موثوقية الدراسة ويساهم في إبراز الفروق الجوهرية بين الأحزاب المدروسة.

بداية تجدر الإشارة أن المقصود بالكلمات الموجودة في الجداول هي ما يلي:

Intergroupes	التباين بين المجموعات
Intragroupes	التباين داخل المجموعات
Total	المجموع الكلي
Somme des carrés	مجموع المربعات
Ddl	درجة الحرية
Carré moyen	متوسط مجموع المربعات
F	مؤشر فيشر - نتيجة اختبار ANOVA-
Sig	الدلالة

فئات المضمون: ماذا قيل؟

نتطرق في هذا الفصل إلى دراسة محتوى منشورات صفحات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - من خلال التطرق إلى مجموعة من العناصر البحثية التي تحاول الإجابة عن جزء أساسي من إشكالية دراستنا، ونشير أن هذا الجزء يبحث في مرتكز أساسي لعملية الاتصال السياسي وهو كلام الأحزاب السياسية الأربع في الفضاء الافتراضي فيسبوك، وهو ما سنتطرق له من خلال النقاط التالية:

- تصنيف وتحليل الموضوعات والقضايا السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الأمنية، الدينية، التربوية والتعليمية، النشاطات الداخلية، التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل اتجاه الموضوعات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الأمنية، الدينية، التربوية والتعليم، النشاطات الداخلية، التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل أسلوب الخطاب الإقناعي العقلاني والخطاب الإقناعي العاطفي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل مرجعية الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل أنواع المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل أنواع الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل الأهداف التي سعت لتحقيقها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.

3. فئة الموضوعات واتجاهاتها:

فئة الموضوعات

الجدول رقم 11 : يوضح التوزيع الكمي للموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة الموضوعات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
12,54	6,44	223	6,70	82	31,91	314	5,12	98	الموضوعات السياسية الوطنية
31,27	49,33	1707	30,43	371	22,44	221	22,88	438	الموضوعات السياسية الدولية
15,6	3,09	107	9,02	110	6,30	60	6,10	117	الموضوعات الاقتصادية
6,40	8,23	285	3,29	41	3,40	34	10,70	205	الموضوعات الاجتماعية
8,95	7,02	243	9,84	120	5,95	59	13	249	الموضوعات الثقافية
10,77	4,27	148	17,06	208	9,50	94	12,28	235	الموضوعات الأمنية
2,69	5,05	175	2,60	32	0,50	5	2,61	50	الموضوعات الدينية
0,37	0,57	20	0,06	2	00	00	0,88	17	موضوعات التربية والتعليم
20,86	16	552	21	253	20	197	26,43	506	موضوعات النشاطات الداخلية للحزب
%100	%100	3460	%100	1219	%100	984	%100	1915	المجموع

الجدول رقم 12: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوعية الموضوعات التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
فئة الموضوعات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Intergroupes	2251,603	3	750,534	96,661	,000
Intragroupes	58809,000	7574	7,765		
Total	61060,603	7577			

يوضح الجدول رقم 11 التوزيع الكمي للموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وأبانت النتائج عن سيطرة الموضوعات السياسية الدولية على معظم خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية وذلك بنسبة (31,27%)، تليها الموضوعات الأخرى، مع تسجيل اختلافات بين الأحزاب وتتفق مع ذلك نتائج الجدول رقم 12 حيث طبقنا اختبار ANOVA من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوعية الموضوعات التي طرحتها في خطابها السياسي الذي نشرته على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (96,661) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة فيما يتعلق بالموضوعات المطروحة.

عند النظر إلى قيم التباين، نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 2251.603، بينما التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 58809.000 هذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات المختلفة في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات على الترتيب التالي:

**الموضوعات السياسية الدولية:** احتلت الموضوعات السياسية ذات البعد الدولي الصدارة في ترتيب موضوعات خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية وعلى وجه الخصوص حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة قدرها (49,33%)، وحزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (43,30%)، أما فيما يخص حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية ظهرت بنسب متوسطة قدرت ب(22,88%) و(22,44%)، ويعود هذا التفاوت بين الصفحات بالدرجة الأولى إلى تفاوت أعداد عينة البحث لكل صفحة، كما يعود إلى طبيعة خطاب كل حزب سياسي هو عينة الدراسة.

تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة الموضوعات السياسية الدولية، ويعود ذلك إلى توجهه الإسلامي ومن المعروف أن الأحزاب ذات التوجه الإسلامي غالبا ما تهتم بالقضايا الإسلامية ذات البعد الدولي مثل القضية الفلسطينية، الأوضاع السياسية في الدول العربية، قضايا الإسلام في العالم، فضلا عن ذلك فهي تسعى إلى تسويق صورة الحزب للجمهور من خلال إبداء الاهتمام بالقضايا الإسلامية العالمية.

يعمل الحزب على إبراز ذاته في الساحة الدولية من خلال إظهار صورته كلاعب رئيسي ليس فقط على الساحة المحلية، وإنما على الساحة الدولية مستهدفا توسيع قاعدته الجماهيرية وجذب دعم من قطاعات أوسع من المجتمع بما في ذلك المهاجرين والناخبين الذين يهتمون بالقضايا الدولية، ومن جهة أخرى يهدف الحزب بطريقة غير مباشرة إلى التأثير على السياسة الخارجية للحكومة من خلال الترويج لمواقفه بشأن القضايا الدولية المهمة، وهذا يشمل الدعوة إلى سياسات محددة أو توجيه النقاش العام حول القضايا الدولية.

**حزب التجمع الوطني الديمقراطي** يهتم بنسبة مرتفعة كذلك بموضوعات القضايا الدولية على اعتباره حزب وسطي ليبرالي فيسعى للترويج لنفسه كحزب منفتح على الأوضاع السياسية الخارجية لا يسلك الإقصاء والاحتكار ويتمسك بالتعددية السياسية والانفتاح على الخارج، وهذا يساهم بدوره في تشكيل صورته كحزب ديمقراطي معتدل يعمل على الربط بين الانفتاح السياسي الخارجي والحفاظ على الثوابت الوطنية حيث يؤكد الحزب في قانونه الأساسي أنه " مؤسس على مبادئ وأهداف بيان الفاتح من نوفمبر 1954 " <sup>1</sup> وهذا ما يبرز اهتمامه بالتأكيد على مكانة الجزائر على الساحة الدولية، وكذا تعزيز العلاقات الدولية للجزائر وتوسيع نفوذها السياسي في العالم ومن ثم القدرة على التأثير في الشؤون العالمية، أقل منهما نجد حزب جبهة التحرير الوطني الذي يتبنى توجه وطني قومي، مما يؤكد تركيزه الأكبر حول الموضوعات والقضايا المحلية الوطنية رغبة في الحفاظ على التنمية والاستقرار السياسي الداخلي الذي يضمن موقع الحزب داخليا، كما أن تاريخه السياسي كحركة تحررية يذهب بخطابه نحو التركيز على تحقيق أهداف التنمية والسيادة الوطنية بدلا من الانشغال بالسياسة الدولية، ومنه الحفاظ على القاعدة الانتخابية فترى أن قلة الاهتمام بالموضوعات السياسية الدولية تؤكد اهتمام الحزب بالشؤون الداخلية للجزائر وأهم مخرجات ذلك هو حفاظ حزب جبهة التحرير الوطني على التأييد الانتخابي وضمان استمرار دعم الناخبين من خلال استمرار الاهتمام بالاستماع إلى انشغالاتهم وشؤونهم الخاصة، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فإنه يركز على قضايا الجمهور المحلي والتنمية المحلية أكثر من تركيزه على القضايا الخارجية غير أن هذا لا ينفي اهتمامه بالسياسات الخارجية للدولة كتدعيمها أو رفضها أو تصويب الناقص منها من خلال خطابه حيث يعتبر هذا الحزب من الأحزاب الجزائرية المعارضة في الجزائر والتي تنشط في منطقة القبائل مما يجعل معظم خطابها يهتم بشؤون هذه المنطقة

<sup>1</sup> الجزيرة: حزب التجمع الوطني الديمقراطي الجزائري، 15.06.2016، تمت الزيارة يوم 3 جوان 2024، على الساعة 6:03 متاح على الرابط

<https://bit.ly/4drMGOv>

الجزائرية، وهذا ماساهم في زيادة التأييد الشعبي له كحزب معارض للنظام القائم كما أن اهتمامه يميل أكثر للانخراط في الدفاع عن حقوق المواطنين والمطالبة بالإصلاحات المحلية.

**موضوعات النشاطات الداخلية للحزب:** أبانت النتائج عن اهتمام الأحزاب السياسية الأربع بعرض نشاطاتهم الداخلية للحزب عبر صفحاتهم الرسمية على شبكة فيسبوك وهذا بنسب متقاربة غير أنها متباينة فنجد أن حزب **جبهة التحرير الوطني** يعرض النشاطات الداخلية الخاصة به بنسبة مرتفعة قدرت كميًا ب(26,43%)، ويتقارب معه حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (21%)، وغير بعيد منه حزب **جبهة القوى الاشتراكية** مع نسبة (20%) في حين أن حزب **حركة مجتمع السلم** لم يولي اهتمام كبير لنشر نشاطاته عبر شبكة فيسبوك فظهرت بنسبة قدرت ب(16%).

تجدر الإشارة بداية أن سبب ظهور هذه النتائج يعود إلى اختلاف عدد منشورات صفحة كل حزب سياسي هو عينة للدراسة، فنجد أن حزبي **جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي**: يركزان أكثر على استعراض النشاطات الداخلية لحزبيهما عبر صفحاتهما الرسمية على فيسبوك لأسباب متعددة: بناء مجتمع داخلي مؤيد: ويتم ذلك من خلال نشر الأنشطة الداخلية للحزبين لإشراك المناضلين في العملية التنظيمية للحزبين وبالتالي تكوين قاعدة دعم قوية زيادة المشاركة: حيث أن نشر الأنشطة يشجع الأعضاء والجمهور على المشاركة الفعالة في فعاليات الأحزاب. بناء المصداقية: والتي تعد من أهم أولويات الحزبين خاصة بعد أحداث الحراك الشعبي 2019 ويتم ذلك من خلال التأكيد على النجاحات والترويج للإنجازات وهذه الإستراتيجية من شأنها أن المساعدة في تحسين صورة الحزبين وزيادة الدعم الشعبي لهما.

**الموضوعات السياسية الوطنية:** احتل حزب **جبهة القوى الاشتراكية** المرتبة الأولى في فئة الموضوعات السياسية الوطنية وذلك بنسبة قدرت ب(31,91%) بينما كانت نسبة طرح الموضوعات ذات البعد الوطني ضعيفة في خطاب باقي الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فتراوح بين (5-6%)، ونوعز سبب تركيز الحزب على هذه النوعية من الموضوعات أكثر من غيره إلى:

بداية تجدر الإشارة أننا قسمنا الموضوعات السياسية إلى الدولية والتي احتلت المرتبة الأولى في الموضوعات المطروحة في خطاب الأحزاب السياسية عينة الدراسة والموضوعات السياسية الوطنية التي احتلت ثالث مرتبة، وذلك بغرض معرفة البعد السياسي الدولي والوطني للأحزاب الجزائرية وارتأينا أن ذلك يساهم في توضيح البعد الخطابي للحزبين والذي يختلف تماما، وبناء على تقديرنا البسيط فإن الشأن السياسي الداخلي أهم من الخارجي بصرف النظر عن الأوضاع الخارجية التي تعيشها الدول العربية والتي تستدعي جزء من خطاب الأحزاب.

عموما وتفسيرا لذلك فإن السياق السياسي الحالي للبلاد والأوضاع السياسية الداخلية والمرحلة الانتقالية للجزائر، وكذا التطورات الاجتماعية المستمرة تدفع بحزب جبهة القوى الاشتراكية إلى تبني خطاب سياسي ذو بعد وطني، يسعى فيها لتوجيه رسائل سياسية قوامها المبادرة والإصلاح والحوار والشفافية في التسيير، كما أظهر الانشغال المستمر بتوجيه الملاحظات للحكومة وسياستها العامة في تسيير البلاد.

**الموضوعات الأمنية:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الموضوعات الأمنية وذلك بنسبة (17,06%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني مع نسبة (12,28%)، في حين أن الحزبين الآخرين سجلا نسبا متوسطة فنجد حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (9,50%)، وحزب حركة مجتمع السلم بنسبة (4,27%).

لا يفوتنا أن ننوه قبل بداية التحليل أن المقصود بالموضوعات الأمنية ليس فقط ما يخص الأمن الداخلي رغم أهميته الكبيرة، بل كذلك الأمن الإقليمي والدولي خاصة أن فترة التحليل صادفت أزمات أمنية عالمية كبرى تفرض أهميتها في أجندة الأحزاب والتي نفضلها في الفئات الجزئية، وعموما لاحظنا أن الأحزاب تسعى لإبراز صورتها كحامي للأمن والاستقرار الوطني خاصة في ظل الأزمات والتحديات الأمنية الأخيرة المتوسطة أو العالمية وارتفاع التهديدات الأمنية الخارجية والداخلية مثل الحرب على فلسطين، اليمن، المشاكل المغربية الجزائرية...، كما أننا لاحظنا من خلال متابعة المنشورات أن الموضوعات الأمنية تزيد نسبة تفاعل الجمهور، ونوعا ما يدفع الحزب ولو جزئيا للمزيد من التركيز عليها، ذلك أن الأفراد الجزائريين عانوا خلال فترات سابقة من مشاكل أمنية تجعل منهم دائمي التخوف من أي تهديد يمس أمن الجزائر، هنا يظهر الحزب نفسه في صورة المنقذ القادر على التعامل مع أي تهديد أمني داخلي أو خارجي.

تفصيلا لذلك فإن للتأثيرات التاريخية بدءا من - الاستعمار الفرنسي، العشرية السوداء، الحراك الشعبية - دور أساسي في الخطاب السياسي في الجزائر، حيث يعتبر الأمن موضوعا مركزيا في السياسة الوطنية مما ينعكس بالضرورة على إستراتيجية الحزب الخطابية والإعلامية خاصة منها أحزاب الموالاتة.

أما عن عدم اهتمام حزب حركة مجتمع السلم بالموضوعات الأمنية فيعود في تقديرنا إلى:

التأثير الحكومي ورؤية الحزب: تعتبر الموضوعات الأمنية خاصة منها الداخلية من اختصاص الدولة مما يجعل الحزب لا يركز على الأمن في خطابه السياسي بل يركز على موضوعات يراها أهم في أجندته السياسية، والتي نستكشفها في الفئات الموالية.

الأيدولوجية الحزبية: الاهتمامات الدينية والفكرية للحزب تجعله يقلل التركيز على القضايا الأمنية ولكن لا يلغونها، حيث لاحظنا من خلال مرورنا على مفردات مجتمع الدراسة للحزب أنه يملك رؤية فكرية قوامها

الوحدة العربية الإسلامية، ومن ثم الجزائرية فيركز في الكثير من خطابه على ما هو خارجي أكثر مما هو داخلي فحتى الموضوعات الأمنية التي ظهرت في خطابه كانت تخص الأمن في فلسطين والعالم خاصة منه الإقليمي والعربي.

**الموضوعات الثقافية:** ترأس حزب حزب جبهة التحرير الوطني فئة الموضوعات الثقافية، وذلك بنسبة قدرت ب(13%)، و كذا حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (9,84%)، أما فيما يخص حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية فجاءت نسبتهما متقاربة مع (7,02%) و(5,95%) على الترتيب، وعموما فإن هذه النتائج متقاربة ويمكن إرجاع ذلك للأسباب التالية:

تعزيز الهوية الوطنية: إن حزب جبهة التحرير الوطني هو الحزب الأول في البلاد تاريخيا، وهذا ما يجعله أكثر تركيزا على طرح الموضوعات التي تخص الشأن الثقافي مثل الهوية واللغة والتراث الثقافي والتاريخي للجزائر، خاصة أن له دور تاريخي في نضال الاستقلال ضد الاستعمار الفرنسي، ويعد هذا التركيز إستراتيجية هامة تسهم بشكل فعال في استدراج الناخبين خاصة منهم الوطنيين وكبار السن اللذين عايشوا أو قاربوا تلك الفترة.

زيادة المشاركة المجتمعية: الموضوعات الثقافية والتراثية من شأنها تعزيز التفاعل المجتمعي ومنه النشاط الاجتماعي والسياسي، فيعد الاتصال المجتمعي الذي قوامه الثقافة والتاريخ المشترك نمط سياسي متوقع من طرف أحزاب تنشط ضمن مجتمع حارب لقعود من الزمن لاسترجاع هذه الثقافة والهوية.

تعزيز صورة الحزب كداعم للتنوع الثقافي: الجزائر بلد متنوع ثقافيا ولغويا والتركيز على موضوعات الثقافة من شأنه أن يعزز صورة الحزب كمنظمة شاملة تمثل جميع أطراف المجتمع، أي الشمولية وعدم الإقصاء وإبراز التعدد الثقافي ولم شمل جميع شرائح المجتمع العمرية واللغوية والعرقية والجنسية يساعد الحزب في تقديم صورته كمنظمة شاملة للمجتمع.

القوة الناعمة: ونقصد بالقوة الناعمة توظيف الثقافة في السياسة أي كأداة لتعزيز النفوذ السياسي باعتباره المطلب الأول والهدف والاجتماعي باعتباره أساس قيام الثقافة وهذا ما من شأنه مساعدتها في تحسين صورة الحزب داخليا.

الاحتفاء بالأعياد الوطنية: لاحظنا خلال مرورنا على التحليل والتعمق فيه أن الأحزاب تمجد الأعياد الوطنية، مثل اندلاع الثورة التحريرية وتخص خطاب خاص لها وهذا مؤشر قوي على الاهتمام بتاريخ الجمهور ومشاركتهم نفس الهوية والانتماء والذاكرة.

أما عن عدم تركيز حزبي جبهة قوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم على الموضوعات الثقافية يمكن إرجاعه إلى بعض الأسباب التي ارتأيناها منطقية من خلال السياق الاجتماعي والسياسي الراهن:

البيئة السياسية والاجتماعية: قد يرى الحزبين أن السياق الاجتماعي والسياسي في الجزائر مشحونا بقضايا أخرى أكثر إلحاحا مثل الإصلاح السياسي، العدالة الاجتماعية، القضايا الاقتصادية، مما يجعل الموضوعات الثقافية أقل أهمية في وقتنا الراهن خاصة أن الجزائر في مرحلة انتقالية لما بعد الإصلاح السياسي.

التركيز على الأحداث الجارية: هناك قضايا عالمية بالنسبة لحركة مجتمع السلم أكثر أهمية من الثقافة وهي القضية الفلسطينية التي يعتبرها الحزب قضية محورية لدية وأهم أجندة له خلال فترة تحليلنا التي تزامنت والعدوان الصهيوني على فلسطين.

القضايا الاجتماعية: التركيز على القضايا اليومية المباشرة مثل البطالة، السكن، الصحة، المستوى المعيشي، الأجور يكون أكثر فعالية وأهمية في جذب اهتمام الناخبين.

التوافق مع الهوية والإيديولوجية: تركز الأحزاب على القضايا التي تخص مرجعيتها الفكرية بدلا من الترويج لمرجعية فكرية تبناها وعمل بها غيرها من الأحزاب - جبهة التحرير الوطنية، التجمع الوطني الديمقراطي - من مبدأ الاختلاف والتميز في الطرح السياسي للفت الانتباه.

**الموضوعات الاجتماعية:** احتل حزب جبهة التحرير الوطني المرتبة الأولى في فئة الموضوعات الاجتماعية وذلك بنسبة (10,70%)، ويقترّب منه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (8,23%)، في حين أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي حققا نسا متساوية قدرت ب (3%)، وتبدو النتائج غير متكافئة وهي لصالح الحزب الأول والثاني.

تجدر الإشارة بداية أن الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية كان ضعيفا لدى الأحزاب الأربع وحكمنا على ضعفه بالنظر لأهمية القضايا الاجتماعية في حد ذاتها، خاصة في الجزائر والتي غالبا ما تكون في صميم اهتمامات المواطنين اليومية، مما يجعلها محورا مهما للخطاب السياسي، وعموما سنعمل على التفصيل في الموضوع في الفئات الجزئية.

بصرف النظر عن ما ذكر سابقا نجد كليا أن جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم يركزان على هذه القضايا أكثر من غيرهما من الأحزاب يعود ذلك إلى:

الرغبة في تقديم حلول عملية: التركيز على القضايا الاجتماعية يمكن أن يعكس توجه الأحزاب السياسية نحو تقديم حلول عملية ملموسة للمشاكل اليومية التي يواجهها المواطنون مثل البطالة، العدالة الاجتماعية، المستوى المعيشي والاقتصادي... إلخ

القيام بالمبادرة لتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة: هذا التركيز قد يكون جزءا من إستراتيجية أكبر لتحقيق التنمية المستدامة الشاملة، من خلال تحسين الظروف الاجتماعية للأفراد عبر استحداث مناصب شغل، تدعيم الشباب للاستثمار المحلي، الدعم الاجتماعي... إلخ، ونخص حزب حركة مجتمع السلم الذي ركز على هذا الموضوع في الكثير من خطابه.

التمثيل المجتمعي في مؤسسات الدولة: يُظهر حزب جبهة التحرير الوطني كحزب ممثل شعبي في البرلمان رغبة في مواكبة الأحداث المجتمعية الجزائرية، غير أنه يعمل على تركيز قرارات واتجاهات الحكومة نحو تحقيق العدالة الاجتماعية والعمل من خلال مبدأ تكافؤ الفرص... إلخ وهي توجهات حكومية ومبادرات لرئيس الجمهورية، فالحزب لا يقوم بتقديم حلول أو أفكار جديدة أو إضافات أو نقد لما هو موجود، بل لاحظنا من خلال التدقيق في خطابه أنها مجرد خطابات لا تعدو عن كونها مجرد تركية.

حزب جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي كانا الأقل ذكرا للخطاب الاجتماعي ويبدو ذلك منطقيا للأسباب التالية:

التوجه الليبرالي الاقتصادي لحزب التجمع الوطني الديمقراطي جعله يغفل الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية ويركز على الموضوعات الاقتصادية مثل تشجيع العمل والاستثمار بدل الاهتمام بالقضايا الاجتماعية التي قد تكون تقليدية في نظره.

التوجه الاشتراكي: على الرغم من التوجه الاشتراكي لحزب جبهة القوى الاشتراكية غير أنه يركز أكثر على القضايا السياسية كما سلف الذكر مثل حقوق الإنسان الديمقراطية، الإصلاح السياسي، ويرى بأن تغيير الهيكل السياسي هو ما من شأنه تحقيق العدالة الاجتماعية وبالتالي تحقيق التنمية الاجتماعية بشكل غير مباشر وكتحصيل حاصل.

الدور الحكومي: يرى الحزبين ويشددان أن تحسين الاقتصاد سيؤدي بطبيعته إلى تحسين الظروف الاجتماعية.

الجمهور المستهدف للحزبين: يختلف جمهور ومناضلي حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية عن سابقيهما، فيهتم جمهور الأول بالاستقرار الاقتصادي، الاستثمار، الأعمال، التجارة...، ويهتم

جمهور الثاني بالدفاع عن حقوق المواطنين، الديمقراطية، العدالة، تكافؤ الفرص، الفئات المهمشة، الحقوق المدنية.. هذا ما يفرض نوعية الخطابات التي يطرحها كلا الحزبين.

**الموضوعات الاقتصادية:** يظهر الجدول أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي من أكثر الأحزاب عينة الدراسة طرحا للموضوعات ذات الشأن الاقتصادي وذلك بنسبة (9,02%)، في حين تساوى حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية بنسبة (6%)، أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم أظهر اهتمام ضعيف بهذا النوع من الموضوعات وهذا بنسبة قدرت ب(3,09%).

قبل بداية التحليل نود أن ننوه أننا اعتمدنا على وحدة الكلمة إلى جانب وحدة الفكرة في قياس هذه الفئة وذلك لاعتبارات موضوعية ارتأينا بضرورة وجودها:

- ✓ الإشارة وعدم التفصيل في القضايا الاقتصادية.
  - ✓ التحفظ الخطابي في المجال الاقتصادي والارتباك في بعض الأحيان.
  - ✓ معظم القضايا الاقتصادية هي مبادرات من الصحفيين والأحزاب تجيب فقط.
  - ✓ تعد الموضوعات الاقتصادية منطلق أساسي لفهم خطاب الأحزاب السياسية وتوجهه في دراستنا.
- هذه الأسباب دفعت بنا إلى توظيف وحدة الكلمة إلى جانب الفكرة من أجل فهم توجه الأحزاب نحو القضايا الاقتصادية في الجزائر التي تعتبر جد هامة لتحقيق التنمية، وجدير بالإشارة أنه رغم ذلك فإن الموضوعات الاقتصادية احتلت المركز السابع من تسعة في أجندة الأحزاب، وهو مركز ضعيف يشير إلى ضعف الاهتمام، وبصرف النظر عن ذلك فإن حزب التجمع الوطني الديمقراطي الأكثر توظيفا للموضوعات الاقتصادية وتبدو النتيجة منطقية لأن:

التوجه نحو الليبرالية الاقتصادية: يتبنى حزب التجمع الوطني الديمقراطي مبادئ الليبرالية الاقتصادية التي تركز على دعم القطاع الخاص، تشجيع ودعم الاستثمار المحلي، تحرير الأسواق من نمط الملكية الجماعية، هذه الأيديولوجية تدفع بالحزب نحو تبني خطاب اقتصادي، وكما ذكرنا سلفا لم يكن تحليلي أو معمق أو يطرح تحديات أو أفكار جديدة.

الإصلاحات الاقتصادية: يروج الحزب للإصلاحات الاقتصادية كوسيلة لتحقيق النمو المستدام، تحسين نمط المعيشة مع زيادة فرص العمل وذلك على نطاق ضيق متحفظ.

التحديات الاقتصادية الوطنية: الجزائر تواجه تحديات اقتصادية هامة مثل انخفاض أسعار النفط، تباطؤ النمو الاقتصادي، البطالة فيدعو الحزب إلى تعزيز سياسات تنويع الاقتصاد بعيدا عن سوق النفط، من خلال الاستثمار في تنمية القطاعات الأخرى مثل، الزراعة، الصناعة، القطاع الخدماتي، ويعد هذا التوجه حكومي

بالدرجة الأولى، ومتفق عليه وطنيا وعالميا أي أن الحزب لم يقدم أي إضافة في هذه القضايا غير اجترار ما هو متعارف عليه.

الشراكة مع الحكومة: يعد حزب التجمع الوطني الديمقراطي جزءا من الحكومة وموالي لها حيث ينسجم خطابه مع السياسات الاقتصادية التي تنتجها الحكومة الجزائرية القائمة، مما يعزز من التعاون والتنسيق في تنفيذ السياسات ومنه تحقيق الاستمرارية في النجاح الانتخابي والحفاظ على القاعدة الجماهيرية المشتركة. أما فيما يخص حزبي **جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية** كانا الأقل توظيفاً للقضايا الاقتصادية في خطابهما السياسي، وهذا لا يعني عدم طرحهما لها بل كانت أكثر شحا من الحزب السابق وهذا راجع إلى:

التمايز السياسي: يحافظ حزب **جبهة التحرير الوطني** على القاعدة الشعبية التقليدية للحزب من خلال التركيز على القضايا السياسية والوطنية، مما يجعل معظم خطابه موجه لهذه القضايا، كما يرى بأن القضايا الاقتصادية هي من اختصاص رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون وأنه ليس من حق الحزب التدخل في تسييره للبلاد، ويطرح ذلك بخطاب مباشر في منشوراته على فيسبوك خلال لقاءاته الجهوية أو تصريحاته مع وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية، بينما يركز حزب **جبهة القوى الاشتراكية** على الحقوق والحريات الفردية والديمقراطية كجزء من إستراتيجيته لتحقيق العدالة الشاملة، ويركز كذلك على النضال السياسي معتبرا ذلك هو الطريق الأساس لتحقيق التقدم الاجتماعي.

**الموضوعات الدينية:** أبانت النتائج عن تصدر حزب **حركة مجتمع السلم** لفئة الموضوعات الدينية بنسبة (5،05%) وتساوى حزبي **جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي** في طرح الخطاب الديني على صفحاتهم الرسمية عبر فيسبوك، وذلك بنسبة قدرت ب(2،60%)، في حين جاءت نسبة جد ضعيفة للموضوعات الدينية في خطاب حزب **جبهة القوى الاشتراكية** وهذا بنسبة قدرت ب(0،50%)، وتبدو النتائج منطقية بإسقاط المنطلقات الفكرية لكل حزب فنجد:

الهوية الدينية الأساسية لحزب **حركة مجتمع السلم الإسلامي**، وبالتالي فإن التركيز على الموضوعات الدينية يمثل جزءا أساسيا من هويته الحزبية وقيمه الأساسية، وكذا تعزيز القيم الإسلامية في المجتمع الجزائري من ناحية، ومن ناحية أخرى وتلبية توقعات الجمهور الذي يعتبر الدين الإسلامي ومقوماته وأركانه جزءا هاما من الحياة اليومية للجمهور الجزائري.

التمايز عن الأحزاب الأخرى: من خلال التركيز على الموضوعات الدينية يمكن للحزب بناء قاعدة جماهيرية تركز على القيم الدينية.

العدالة الاجتماعية والدينية: يضع الحزب العدالة الاجتماعية والدينية في مقدمة أولوياته معتقدا أن هذه القضايا هي الأساس لتحقيق التنمية الشاملة اجتماعيا أو اقتصاديا.

جاءت الموضوعات الدينية ضعيفة في خطاب حزب جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية، ويعود هذا إلى:

الهوية الحزبية والفلسفة السياسية: هذه الأحزاب عموما تتبنى مبادئ وقيم علمانية أو ديمقراطية تعتمد عن فصل الدين والدولة وبالتالي لا تشجع هذه الأحزاب عن توظيف الدين في خطابها السياسي كوسيلة لجذب الدعم الجماهيري.

التوجه السياسي والاستراتيجيات: هذه الأحزاب تفضل التركيز على القضايا الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية أو الديمقراطية مما يترك المساحة لأحزاب أخرى لتناول القضايا الدينية.

العوامل التاريخية والثقافية: بسبب التاريخ المؤلم الذي عاشته الجزائر خلال ما يعرف بالعهود السواداء تفضل هذه الأحزاب التحفظ على الخطاب الديني لتجنب الخلافات الثقافية والدينية، وتعمل على التركيز في القضايا التي توحد المجتمع الجزائري بدل تقسيمه.

يمكننا القول من خلال النتائج الكمية والتحليل أنه هناك إجحاف خطابي في حق الموضوعات الدينية التي تعتبر أحد أهم مقومات الجزائر والتي تساهم بطريقة أو بأخرى في تحقيق السلم والتماسك الاجتماعي.

**موضوعات التربية والتعليم:** كشفت نتائج تحليل الموضوعات أن قطاعي التربية والتعليم والتعليم العالي يحتلان اهتمام ضعيف من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة قدرت بأقل من (1%) لكل من حزب جبهة التحرير الوطني وحزب حركة مجتمع السلم وحزب التجمع الوطني الديمقراطي، في حين كان خطاب حزب جبهة القوى الاشتراكية خالي تماما من أي موضوع يخص التربية والتعليم، وهذه النتائج غير عادلة في حق أحد أهم القطاعات في الجزائر والذي يستوجب إعادة النظر في خصوصه من طرف الأحزاب، وبغض النظر عن ذلك يمكننا تفسير هذا الضعف بطريقة موضوعية تتمثل في:

أولويات القضايا: تركز الأحزاب على قضايا أخرى تعتبرها أكثر إلحاحا وأهمية في السياق السياسي الحالي مثل الاقتصاد، الأمن..

تفاعل الجمهور: لاحظنا أن ت الموضوعات التي تهتم بالتربية والتعليم على قلتها تحظى باهتمام ضعيف من قبل الجمهور المتفاعل مع خطاب الأحزاب السياسية عينة الدراسة، وهذا راجع لطبيعة الجمهور في حد ذاته حيث يعد الشباب وهم التلاميذ والطلبة أقل متابعة وتفاعلا من المؤسسات السياسية الحزبية.

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكيفي لفئات المضمون

مشاكل هيكلية ومؤسسية: تواجه القطاعات التعليمية في الجزائر تحديات وتحديثات هامة تجعل الحلول والاقتراحات المتاحة للأحزاب السياسية تبدو أقل جاهزية أو أكثر تعقيدا مما يقلل استعدادها للتعامل مع هذه القضايا في خطاباتها السياسية، وسيتم التطرق لهذه الإشكالات في الفئات الجزئية الموالية.

السياق السياسي العام: التوترات السياسية التي تشغل الساحة السياسية وتجذب اهتمام الأحزاب والجمهور بشكل أكبر مما يجنب التركيز على الموضوعات ذات الطابع التعليمي.

التركيز على السياسات العامة: قد تفضل الأحزاب السياسية التركيز على المساهمة في وضع السياسات العامة التي تشمل قطاعي التربية والتعليم بدلا من من التفاصيل الفنية والتأطيرية للقطاع على اعتبارها وظيفة خاصة بجهاز الحكومة.

الجدول رقم 13: يوضح التوزيع الكمي للموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الموضوعات السياسية الوطنية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2.76	8.52	19	00	00	2.54	8	00	00	تعديل الدستور
12.86	22.42	50	8.53	7	13.37	42	7.14	7	الانفتاح السياسي
8.62	8.07	18	00	00	21.33	67	5.10	5	الحوار الوطني
8.08	4.93	11	8.53	7	7.64	24	11.22	11	الانفتاح الإعلامي
00	00	00	00	00	00	00	00	00	تغيير النظام السياسي
7.65	7.62	17	9.75	8	5.09	16	8.16	8	الحكومة (الحكم الراشد)
2.61	1.34	3	00	00	6.05	19	3.06	3	تأطير العمل السياسي
1.38	00	00	00	00	3.50	11	2.04	2	الفصل بين السلطات
9.96	2.69	6	6.09	5	17.83	56	13.26	13	الديمقراطية التشاركية
1.42	00	00	00	00	1.60	5	4.08	4	المواطنة
12.64	8.96	20	19.51	16	4.77	15	17.34	17	التنمية المحلية
32.02	35.45	79	47.59	39	16.28	51	28.6	28	الاستحقاقات الانتخابية
%100	%100	223	%100	82	%100	314	%100	98	المجموع

الجدول رقم 14: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات السياسية الوطنية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Intergroupes	776,684	3	258,895	<b>16,505</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	11184,189	713	15,686		
Total	11960,873	716			

يُظهر الجدول أعلاه رقم 12 الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 13 لقياس التباين ANOVA أحادي الاتجاه بين الأحزاب عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (16,505) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع فيما يخص الموضوعات السياسية الوطنية.

عند النظر إلى قيم التباين، نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 776,684، بينما التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 11184,189 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي، يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات السياسية الوطنية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات السياسية الوطنية على الترتيب التالي:

سيطرة فئة الاستحقاقات الانتخابية بنسبة قدرها (32,02%)، ثم تلتها بسبة أقل فئة الانفتاح السياسي ب (12,86%) وتساويها فئة التنمية المحلية بنسبة قدرت ب(12,64%)، ثم فئة الديمقراطية التشاركية مع

نسبة (9,96%)، تليها فتي الحوار الوطني والانفتاح الإعلامي مع نسب (8,62%) و(8,08%) على الترتيب، تليها مباشرة فئة الحوكمة أو الحكم الراشد مع نسبة قدرها (7,65%)، في ما سجلت فئة تعديل الدستور و تأطير العمل السياسي بنسب منخفضة قدرت ب (2,76%) و (2,61%) على الترتيب، وبنسب أقل منها فئة المواطنة والفصل بين السلطات بنسب قدرها (1,42%) و(1,38%)، أما فئة تغيير النظام السياسي فجاءت منعدمة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**الاستحقاقات الانتخابية:** أظهرت نتائج الجدول سيطرة حزب التجمع الوطني الديمقراطي على فئة الاستحقاقات الانتخابية وذلك بنسبة قدرت ب(47,59%)، وبنسبة أقرب منه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة قدرت ب(35,45%)، وغير بعيد عنهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (28,60%)، في حين أن أضعف نسبة كانت لحزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة (16,28%).

نشير قبل بداية التحليل إلى ملاحظة هامة وهي أن الأحزاب الأربع تصدر فعلا موضوع الانتخابات أجندتها السياسية خلال فترة التحليل، غير أنها اقتصرت على الثلاث أشهر الأولى من 2024 ولم تتطرق لأي موضوع يخص ذلك مثل المقاعد البرلمانية والمجالس المحلية خلال الثلاثي الأخير من سنة 2023 بل إن خطابها كان تماشيا مع الأوضاع السياسية، مما أبان أن أجندة الأحزاب مناسباتية تستغل الزخم السياسي والمناسبة السياسية لإلقاء خطابها.

عموما يعود الاهتمام المرتفع لحزب التجمع الوطني الديمقراطي بالموضوع الخاص بالاستحقاقات الانتخابية الجزائرية إلى رغبة ملحة في مواكبة الأحداث السياسية الوطنية فالتركيز على الانتخابات يعكس استجابة الحزب للتحديات السياسية الراهنة للجزائر ومحاولة التأقلم مع التغيرات السياسية مثله مثل باقي الأحزاب السياسية التي تهدف إلى اعتلاء السلطة.

يلقي الحزب الضوء على الاستعدادات والجاهزية للانتخابات الرئاسية المقبلة في الجزائر 2024 والتي تصادف الإعلان عن تقديمها مع فترة التحليل والتي ستنتظم خلال السابع من سبتمبر 2024 وفقا لإعلان رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون، حيث غيرت أحداث 2019 والانتخابات المؤجلة من يوليو 2019 إلى ديسمبر 2019 الرزنامة الانتخابية الرئاسية في الجزائر<sup>1</sup>، وبحكم استعادة الجزائر لاستقرارها وتوازن مؤسساتها فلا بد من العودة للتقليد الانتخابي المعمول به، و من خلال تمنعنا في منشوراته على فيسبوك حيث لاحظنا:

✓ الرغبة في إبراز القيادة والكفاءة: يهتم الحزب باستظهار قدرته وإبراز كفاءته في قيادة البلاد.

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية: الانتخابات الرئاسية المقبلة: أسباب ودوافع الإعلان، 22 مارس 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024 ، على

الساعة 12:04، متاح على الرابط <https://bit.ly/4f9SHj4>

- ✓ الاستعداد التنظيمي: يظهر الحزب قدرة على التنظيم والاستعداد الجيد للانتخابات.
  - ✓ إظهار الالتزام السياسي مع الحكومة: التزام الحزب بشروط العملية الانتخابية واحترامه للإجراءات الديمقراطية، حيث أعلنت 4 أحزاب في الجزائر عن تشكيل ائتلاف مشترك بينها لدعم مرشح وطني تم الإجماع عليه وهو الرئيس المنتخب للعهد - 2019، 2024 - عبد المجيد تبون وتمثلت هذه الأحزاب في حزب جبهة التحرير الوطني الحزب الأول والحزب الحاكم سابقا والتجمع الوطني الديمقراطي الحزب الموالي دائما للسلطة وجبهة المستقبل الموالي كذلك والذي يعتبر امتدادا لحزب جبهة التحرير، وحزب البناء الوطني وهو حزب إسلامي وللعلم أن هذه الأحزاب الأربع نالت أغلبية مقاعد البرلمان في الانتخابات التشريعية 2022<sup>1</sup>، هذه الملاحظات أدت بنا إلى استنتاج نقطتين هامتين:
  - إن حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يغير خطابه السياسي ولا حلته المالية للسلطة التي اعتادها الجمهور منذ سنوات طويلة.
  - إن الحزب وجه آخر للسلطة فهو ممثلها في البرلمان ومؤيدها في الاستحقاقات الانتخابية.
- يلي الحزب الأول حزب حركة مجتمع السلم الذي أبان عن اهتمام شبه مساوي للآخر في نسب توظيف موضوع الاستحقاقات الانتخابية ونوع هذا التركيز إلى:

تعبئة الناخبين: يحرص الحزب مثل غيره على تعبئة القاعدة الشعبية، والجدير بالذكر أن الحزب رشح رئيسه السيد عبد العالي حساني شريف لخوض رحلة الاستحقاق الرئاسي، وهي المرة الأولى التي يشارك فيها الحزب في الانتخابات الرئاسية منذ العام 1995 برئاسة الراحل محفوظ نحناح<sup>2</sup>، بالعودة إلى اللقاء الذي جمع رئيس الحزب مع السيد رئيس الجمهورية والمنشور على صفحته قائلا " لقد كان لقائي بالسيد رئيس الجمهورية بطلب مني، حيث تم خلال اللقاء فتح ملفات سياسية خارجية فنحن في ظرف علمي حساس والنفوذ تتصارع من قوة لأخرى والصراع مستمر على السلطة والثروات، ولقاءنا كان يستدعي النقاش والحوار مع الطبقة السياسية حول الأوضاع العام" 12 فيفري 2024 مقابلة صحفية مع مراسل قناة النهار.

إضافة للحزبين السابقين فإن جبهة التحرير الوطني الحزب الأول والحاكم في الجزائر لسنوات طويلة لا يفوته الحضور السياسي في الاستحقاقات الانتخابية وهذا راجع إلى:

✓ الإرث التاريخي الانتخابي.

<sup>1</sup> عباس ميموني: الجزائر .. 4 أحزاب موالية تؤسس ائتلافا لدعم " مرشح وطني" بالرئاسيات، 24 ماي 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 14:17، متاح على الرابط <https://bit.ly/3y6kJMP>

<sup>2</sup> D W: رئيس حركة " حمس " المحسوبة على الإخوان يترشح لرئاسيات الجزائر، 25 ماي 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 16:07، متاح على الرابط <https://bit.ly/3Lz2mTV>

✓ الشرعية والسلطة.

✓ تعبئة قاعدته الشعبية التقليدية.

✓ التكيف مع التغيرات في ظل المنافسة الحزبية من الأحزاب السياسية الأخرى.

ومن الملاحظ على خطابه المنشور عبر فيسبوك والذي تمعنا فيه خلال فترة التحليل وبعدها حيث زامن فترة الإعلان عن الانتخابات المسبقة أن الحزب تلقى الخبر بأريحية واضحة وتجلى ذلك في خطابه وما دفعنا للحكم على ذلك ما يلي:

- اللقاء مع رئيس الجمهورية في 28 نوفمبر 2023 بطلب من رئيس الحزب قائلاً "طلبت مقابلة الرئيس وهو لي طلب مشكور على الاستقبال.. كما لمست في سيادة الرئيس القاضي الأول للبلد النصائح المفيدة لخدمة هذا الوطن ولم تشمل كل المناضلين في جبهة التحرير والمحبين وتقوية الجبهة الداخلية، لتكوين إطارات تحوض المستقبل.." خطاب الأمين العام للحزب السيد بم مبارك من الحساب الرسمي للحزب يوم 28 نوفمبر 2023 .

- اللقاءات الجهوية التي قام بها الحزب بدءاً من الجنوب ثم الغرب ثم الشرق فالوسط والتي صادفت نفس فترة الزيارات الميدانية للرئيس لعدة مدن جزائرية مثل مدينة تيندوف، الجلفة، خنشلة، تيزي وزو.. يقول في ذلك، نحن ندعم برنامج رئيس الجمهورية بكل ما أوتينا من قوة في دعم الشباب والمؤسسات الصغيرة والناشئة وفي رفع الأجور ومنحة البطالة وتحسين المستوى المعيشي.." بن مبارك من الحساب الرسمي للحزب يوم 28 نوفمبر 2023 .

أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فإن خطابه كان جد متحفظ في خصوص مدى دافعيته للترشح للانتخابات وبالتالي فإن خطابه حول موضوع الاستحقاقات الانتخابية كان غير مناسباً مثل باقي الأحزاب بل تطرق في الكثير منه إلى التمثيل السياسي في البرلمان وإلى ضرورة تعزيز شفافية العملية السياسية..، إلا أنه كان من المفاجئ للرأي العام أن الحزب أعلن 25 ماي 2024 على مشاركته في الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2024<sup>1</sup>، من خلال تركية أمينه الوطني الأول ورئيس الحزب السيد يوسف أوشيش، ونشير أن الحزب كان معارضاً للكثير من الاستحقاقات الانتخابية التي مرت في الجزائر.

**الانفتاح السياسي:** سجل حزب حركة مجتمع السلم المرتبة الأولى فيما يخص الانفتاح السياسي مع

نسبة قدرت ب(22،42%) يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة (13،37%)، في حين تقارب حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسب (8،53%)، و(7،14%)، وتبدو هذه النتائج منطقية وعموماً:

<sup>1</sup> الإذاعة الجزائرية: حزب جبهة القوى الاشتراكية يعلن مشاركته في رئاسيات سبتمبر القادم، 2024/05/25، تم التصفح يوم 1 جوان 2024، على الساعة 10:01، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/46140>

إن الانفتاح السياسي الصادق ينطلق من قبول المعارضة السياسية والإنصات لآرائها وانتقاداتها، ويمثل حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية في دراستنا الفئات المعارضة، ومن خلال تحليلنا لخطابهما المنشور على فيسبوك والتمعن في أبعاده لاحظنا سعيهما المستمر إلى تعزيز مبادئ الانفتاح السياسي من خلال تركيزهما على مصطلحات الديمقراطية والحوار والشفافية في العمل السياسي بالإضافة إلى المطالبة بالتعهد على قبول النظام السياسي لمختلف الأطراف ضمن مشروع حوار سياسي ومجموعي شامل.

التنمية المحلية: سجل حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني نسب متقاربة قدرت ب(19,51% و17,34%)، في حين سجلا حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية نسبة ضعيفة قدرت ب(8,96% و4,77%).

نلاحظ أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني أظهر اهتماما مقبولا بالتنمية المحلية في خطابهما السياسي، ويمكن تفسير سبب هذا التركيز ب:

- محاولة تلبية المطالب المحلية مثل البنية التحتية، الخدمات العامة...، وإيصال انشغالها إلى السلطات.
- التفاعل مع الحكومة المركزية كأحزاب لها تاريخ طويل في الحكومة ولمعرفة تفاصيل خطاب الأحزاب حول جهود الحكومة في تحقيق التنمية المحلية كان لا بد علينا من متابعة الخطوات التي يقوم بها السيد الرئيس عبد المجيد تبون على اعتبار أن خطاب الحزب يقتصر على كلمات محددة عامة وغير تفصيلية مثل ( نندعم ونشجع جهود الرئيس في مجال التنمية المحلية، نحن نندعم قرارات الرئيس في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة... ) وبالحديث عن الموضوع نشير أن هذا أهم ما دفعنا إلى دراسة اتجاهات الموضوعات في الفئة الموالية، وعموما فإن إجراءات الرئيس في خصوص الموضوع كانت فعلا ملفتة للانتباه حسب تقديرنا البسيط، فنجد استحداث ما بين 500 و700 وحدة اقتصادية ما بين المصغرة والصغيرة والمتوسطة والكبيرة، وتوفير 52 ألف منصب شغل جديد في ظرف وجيز، رفع الأجور ب 47% مع نهاية 2023 وبداية 2024<sup>1</sup>، وكذا تطوير البنى التحتية وتعزيز القدرات الإنتاجية، وتطوير شبكات النقل، تطوير مناطق للتبادل التجاري... إلخ
- تقليل الفوارق الجغرافية: التركيز على التنمية المحلية يساعد في تقليل الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين مختلف المناطق .
- بناء شبكة دعم محلية: التركيز على المشاريع التنموية من شأنه أن يساعد الحزبين في بناء شبكة قوية من الدعم على مستوى البلديات والمجتمعات المحلية مما يعزز نفوذها السياسي.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئيس الجمهورية يشرف على افتتاح لقاء الحكومة - الولاية، 19. 01. 2023، تم التصفح يوم 19 جويلية 2024، على الساعة 00:11، متاح على الرابط <https://bit.ly/4h4rVe1>

حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية كانا الأقل اهتماما بموضوع التنمية المحلية، ولكن ذلك لا ينفي كلامهما عن ذات الموضوع في سياقات محدودة.

**الديمقراطية التشاركية:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الديمقراطية التشاركية وذلك بنسبة (17،38%)، واقترب منه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (26،13%)، أما حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم سجلا نسب ضعيفة قدرت ب(09،6% و2،69%)، وتأسيسا على ذلك:

حرص حزب جبهة القوى الاشتراكية في خطابه السياسي على طرح موضوع الديمقراطية التشاركية، لكن بمفهوم إشراك الأحزاب السياسية في عملية صنع القرار على اعتبار أن الأحزاب هي تمثيل للشعب، وليس بمفهومها العام القائم على جعل المواطنين فاعلين أساسيين في اتخاذ السياسات العامة الوطنية من خلال قنوات التواصل التي تسهل وصولهم إلى المعلومة والهدف من ذلك هو:

✓ زيادة الشرعية والقبول السياسي.

✓ النضال من أجل مبادئ الحزب -الحريات الأساسية والديمقراطية- التي تعتبر جزءا من مسارات الإصلاحات التفصيلية التي سعى لتحقيقها الحزب منذ تأسيسه.

✓ سيطرة الثقافة السياسية التقليدية: للحزب نظرة نقدية اتجاه السياق الاجتماعي والسياسي في الجزائر.

**جبهة التحرير الوطني** طرح كذلك موضوع الديمقراطية التشاركية في خطابه السياسي تماشيا مع قرارات السيد الرئيس عبد المجيد تبون في خصوص إشراك المواطنين في صنع القرار ضمن 54 وعود الانتخابي لحملة سنة 2019، وهذا التوظيف يعود لأسباب تتماشى والوضع السياسي للحزب بعد أحداث الحراك الجماهيري منها، استعادة الثقة الشعبية، والتكيف مع العصر الرقمي والإصلاحات الحكومية.

أما فيما يخص حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** فكان أقل توظيفا من الحزبين السابقين للخطاب السياسي الخاص بالديمقراطية التشاركية ويعود ذلك في تقديرنا إلى، الاهتمام بالقيادة المركزية، حيث يميل الحزب يميل إلى تبني أسلوب قيادة مركزي أكثر تركيزا على القرارات الحكومية والسياسات الوطنية الكبرى، التنظيم الداخلي للحزب يميل إلى هياكل تقليدية تفضل صنع القرار من القمة إلى القاعدة.

أما آخر حزب يهتم بموضوع الديمقراطية التشاركية هو **حركة مجتمع السلم** رغم أنه حزب معارض إلا أنه لا ينتقد الديمقراطية وأسسها في الجزائر رغم مقاطعته للكثير من الاستحقاقات الانتخابية في تاريخه، ويمكن تفسير هذا ب التنظيم الهرمي حيث أن التنظيم الداخلي للحزب يميل إلى الهيكل الهرمية التي تفضل مركزية صنع القرار، مما يقلل من فرص تبني ممارسات الديمقراطية التشاركية التي تتطلب توزيع السلطة واتخاذ قرارات

بشكل جماعي كما أن النظام السياسي التقليدي في الجزائر يشكل بيئة غير مواتية تماما لتبني الديمقراطية التشاركية بشكل فعال مما يجعل الحزب غير مواكب كليا للأساليب الحديثة في الديمقراطية.

**الحوار الوطني:** تصدر حزب **جبهة القوى الاشتراكية** فئة الحوار الوطني وذلك بنسبة (21،33%)، وأضعف منه حزبي **حركة مجتمع السلم** بنسبة (8،07%)، وحزب **جبهة التحرير الوطني** (5،10%) ، أما فيما يخص **حزب التجمع الوطني** سجل نسبة منعدمة ولم تظهر أي فكرة في خطابه السياسي تتطرق إلى موضوع الحوار الوطني وتفسير ذلك:

ينطلق حزب **جبهة القوى الاشتراكية** من فكرة أن التركيز على الحلول الشاملة والإصلاح السياسي هي أساس الحوار الوطني وأن الإصلاحات الجذرية هي الوسيلة الأفضل لتعزيز هذه الإصلاحات يقول الأمين العام للحزب أوشيش يوسف " إن بلادنا توجد أمام منعطف تاريخي، فأكثر من أي وقت مضى يُستدعى كل من السلطة، الطبقة السياسية، النقابات والمواطنون ويضعون أمام مسؤولياتهم التاريخية لمواجهة التداخيات الثقيلة.. وفي الأفافاس لم نكف عن تنبيه السلطات والطبقة السياسية إلى الحاجة إلى عقد تاريخي من أجل استكمال المشروع الوطني" من الحساب الرسمي للحزب 1 مارس 2024، وفي نفس الوقت يؤكد الحزب على الالتزام بالتغيير السلمي وتجنب العنف والصراعات السياسية.

تُظهر نتائج الجدول أن حزب **حركة مجتمع السلم** ثاني حزب يركز على موضوع الحوار الوطني ويعود اهتمامه بهذا الموضوع إلى توجهه نحو الوحدة والتوافق الوطني، حيث لاحظنا من خلال مرورنا على مفردات المجتمع والتمعن فيها أنه يروج لفكرة الوحدة الوطنية والتوافق بين مختلف الأطراف السياسية والاجتماعية في الجزائر، يقول في هذا الأمين العام للحزب السيد حساني في الجلسة الافتتاحية للدور العادية لمجلس الشورى الوطني " لقد أصبح اليوم أكثر من ضرورة أن نتجاوز الأعراف والتقاليد السابقة إنها لم تعد صالحة" من الحساب الرسمي للحزب 19 جانفي 2024، ومنه نستنتج أن خطاب المعارضة في الجزائر يقوم على مبدأ الحوار الوطني الشامل وليس على مبدأ أخذ السلطة بالقوة، ويعود هذا إلى تاريخ الجزائر السياسي المعقد الذي عاشته في تسعينيات القرن العشرين.

حزب **جبهة التحرير الوطني** كان الأقل خطابا حول الحوار الوطني وهذه النتيجة متوقعة وغير متوقعة في آن واحد، متوقعة لأن الحزب يفضل الطرق التقليدية في العملية السياسية وهي الأساليب التي اعتاد عليها، وغير متوقعة أنه وبعد المشاكل السياسية التي عانى منها لم يستطع اعتماد فكرة الحوار الوطني كمبدأ أساسي لتحقيق الديمقراطية، غير بعيد من هذه الأفكار نجد حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** الأقل توظيفا واهتماما بموضوع الحوار الوطني في خطابه السياسي.

الانفتاح الإعلامي: سجلت فئة الانفتاح الإعلامي نسبة ضعيفة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (11,22%)، يليه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية بنسب (8,53%)، و(7,64%)، أما حزب حركة مجتمع السلم كان أضعف نسبة مع (4,93%).

نلاحظ إجمالاً ضعفاً في طرح موضوع الانفتاح الإعلامي لدى الأحزاب الأربع بالمقارنة مع الفئات السابقة ولعل ذلك يعود إلى تقارب الموضوع مع الانفتاح السياسي، فهناك من يرى أن الانفتاح الإعلامي من السياسي، وتُذكر أن أننا نقصد بالانفتاح الإعلامي تحرير الصحافة ورفع القيود القانونية عنها في مجال حرية التعبير واستقاء المعلومة الصحيحة، وترقية الدور الإعلامي والاتصالي لوسائل الإعلام التقليدية العمومية والخاصة وحتى الحديثة، خاصة أنها تعتبر الطرف الثاني في عملية الاتصال السياسي الرابط بين الفاعلين السياسيين والجمهور.

بالعودة إلى نتائج الجدول نجد أن حزب جبهة التحرير الوطني أبرز ظهوره في فئة الانفتاح الإعلامي أكثر من الأحزاب وذلك يعود للرغبة في إعادة بناء الثقة المتضررة، الثقة العامة في المؤسسات السياسية الجزائرية بما في ذلك الأفلان قد تضررت بشكل كبير بعد أحداث الحراك الجماهيري 2019، حيث يشجع توجهات الحكومة موافقا وزير الاتصال الجزائري السيد محمد لعقاب القائل باستعداد الجزائر للانفتاح على وسائل الإعلام الدولية، وذلك في سعي حثيث للجزائر لتحسين صورتها أمام الرأي العام الداخلي والخارجي قبل الانتخابات الرئاسية، وأكد الوزير على توقيع قناتا " الجزائر الدولية " و " روسيا اليوم " بالعربية عن مذكرة تعاون في مجال البث التلفزيوني<sup>1</sup>، وجاء ذلك بعد مجموعة لقاءات بين قيادات الحزب وإطارات حزبية روسية على غرار المنتدى " مناهضة الممارسات المعاصرة للاستعمار الجديد بموسكو 15 فيفري 2024، استقبال الأمين العام لسفير روسيا فاليريان شوفاييف لمناقشة العلاقات بين البلدين السياسية والتاريخية 10 مارس 2024.

ومن أهم جهود الحزب في هذا المجال تنصيب هيئة التكنولوجيا والتي أعلن عنها في مؤتمره 11 وهي لجنة الرقمنة برئاسة بديعة سمي في خطاب الأمين العام بن مبارك<sup>1</sup> إن اللجنة ستعمل على مشروع رقمي لتحويل الحزب إلى هياكل رقمية تعتمد بشكل كلي على استخدام التقنيات الحديثة خصوصا ما يتعلق بعملية الانخراط من الحساب الرسمي للحزب 24 جانفي 2024، وكذا على تنصيب المديرية المركزية للإعلام والاتصال والوسائل الحديثة.

<sup>1</sup> صحيفة العرب: انفتاح جزائري على الإعلام الأجنبي لتحسين صورة النظام قبل الانتخابات، 09. 12. 2023، تم التصفح يوم 11 جويلية 2024، على الساعة، 23:08، متاح على الرابط <https://bit.ly/4hdzjn8>

أما فيما يخص حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية فإن نتائج التحليل أظهر اهتمام متوسط من طرفهما بموضوع الانفتاح الإعلامي، وهذا لا يعني أنهما لم يطرحا الموضوع في خطابهما غير أنه كان أقل من المتوقع نظرا لأهمية الانفتاح الإعلامي خاصة بالنسبة لحزب جبهة القوى الاشتراكية، أما أقل حزب أبدى اهتماما بموضوع الانفتاح الإعلامي فهو حزب حركة مجتمع السلم.

الحكومة الحكم الراشد: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الحكم الراشد بنسبة قدرت ب(9,75%)، ويليه مباشرة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (8,16%)، أما حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية حققت نسبا أضعف من باقي الأحزاب وذلك بنسب (7,62% و5,09%) على الترتيب.

نلاحظ انزياح خطاب حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني نحو الحوكمة أو الحكم الراشد كمفهوم يتسم بالعمومية وغير واضح المعالم بالنسبة للحزبين، ويبدو أن السبب الأول هو توجه السيد الرئيس عبد المجيد تبون نحو الحكم الرشيد في التسيير في عوده الانتخابية 2019، والثاني هو التوجهات العالمية نحو هذا المفهوم وإجمالا نلخص ذلك في:

✓ التماشي مع التوجهات الدولية.

✓ تعزيز الكفاءة الإدارية، الاهتمام بالحوكمة يعكس جهود الحزبين في تعزيز الكفاءة الإدارية لهما وتحسين أدائهما الحكومي، خاصة أنهما يملكان حضور سياسي قوي في أجهزة الدولة.

أما حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية لم يوظفا هذا المفهوم في خطابهما السياسي نظرا لتعدد وتداخل الأوجه المفاهيمية للديمقراطية على غرار الديمقراطية التشاركية والانفتاح السياسي والإعلامي... إلخ.

تعديل الدستور: أظهرت نتائج الجدول ضعف تطرق الأحزاب السياسية لموضوع تعديل الدستور فنجد أكثر حزب ظاهر في هذه الفئة هو حركة مجتمع السلم بنسبة (8,52%) يليه جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (2,54%)، أما حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي لم تظهر نتائج التحليل طرحهما لموضوع تعديل الدستور في الجزائر.

نلاحظ أن حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية الحزبين الوحيدين من عينة الدراسة الذين ركزا على موضوع تعديل الدستور الجزائري، الحزبين الآخرين فلم يظهرها ولا فكرة واحدة تخص الموضوع، وتظهر هذه النتائج طبيعة انطلاقا من مبدأ المعارضة والمواولة.

يعتبر حزب حركة مجتمع السلم أن موضوع تعديل الدستور من أهم القضايا السياسية في الوقت الحالي وبالتالي يكون من الضروري تسليط الضوء عليه في خطابه السياسي المنشور عبر فيسبوك، ونؤكد على أن الكتلة البرلمانية الممثلة في رئيسها السيد أحمد صادق تشدد في الكثير من خطابها على ضرورة تعديل الدستور وهذا ما أكدته حيث تحركت للضغط على الحكومة من خلال للمطالبة بتعديل قانون الانتخابات المقبلة مع نهاية مارس 2024 من خلال عدة اقتراحات أهمها تغيير المادة 87 من الدستور التي لا تشترط الشهادة الجامعية في شروط الترشح لرئاسة الجمهورية والالتزام بنشر محاضر الفرز لمكاتب التصويت على الموقع الإلكتروني للسلطة المستقلة<sup>1</sup>، يقول في ذلك الأمين العام للحزب السيد عبد العالي حساني شريف "قانون الانتخابات أفرز مشاكل كبيرة في المجالس المنتخبة وهي حالة الإنسدادات وحالة التجميد الإداري التي تركت بعض المجالس مجمدة ولا تمارس صلاحياتها.. ندعو إلى تعديل قانون الانتخابات بما يمنح الأحزاب السياسية دورها الحقيقي" 20 ديسمبر 2023 من الملتقى الجهوي للمنتخبين، ويشير المثال إلى اعتراض الحزب على مخرجات قانون الانتخابات وحالة الانسداد التي سببها على المستوى الإداري، وهذا ليس بالجديد على الحزب حيث أطلق سنة 2020 حملة "لا" للتصويت على الدستور الجديد من طرف رئيسه السابق السيد عبد الرزاق مقري مدعيا أن هذا الدستور لم يستجب لمطالب الحراك وتجسيد الإرادة الشعبية<sup>2</sup>.

يليه بنسبة أضعف حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (2%) الذي أبدى رأيه في خصوص تعديل يقول "نكمن رؤيتنا في أن الديمقراطية تعتبر شرط أساسي للتطور.. وأن الإصلاحات الهيكلية تفرض نفسها في العديد من المجالات لاسيما القانونية" من الحساب الرسمي للحزب 6 فيفري 2024.

وعلى العكس من ذلك نجد أن حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي ولم يطرحا ولا فكرة واحدة تخص موضوع تعديل الدستور وذلك يفسر بالتمسك بالنظام القائم، الرغبة في الحفاظ على الاستقرار، دعم النظام الحالي، حيث يمتلك الحزبين تاريخ طويل من العلاقات الوثيقة مع النظام السياسي وعدم التطرق لموضوع تعديل الدستور هو أكبر مؤشر على دعمهم الكامل للبنية التحتية السياسية الحالية وعدم الرغبة في تحديها أو تغييرها.

تأطير العمل السياسي: أبانت نتائج الجدول ضعف في طرح موضوعات تأطير العمل السياسي في الجزائر وتصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية المرتبة الأولى وذلك بنسبة (6.05%)، يليه حزبي جبهة

<sup>1</sup> الجزائر الجديدة: خمس تتحرك لتعديل قانون الانتخابات، 31. 03. 2024، تم التصفح يوم 21 جوان 2024، على الساعة 11:47، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YdaBfP>

<sup>2</sup> France 24: الجزائر " حركة مجتمع السلم" تطلق حملة "لا" للتصويت على الدستور الجديد، 29. 09. 2020، تم التصفح يوم 02 جويلية 2024، على الساعة 11:22، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dRd97q>

التحرير الوطني بنسبة (3,06%)، وحركة مجتمع السلم بنسبة (1,34%)، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يطرح خطابه أي فكرة حول موضوع تأطير العمل السياسي.

يؤكد حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني على أهمية الاحترافية التنظيمية للعمل السياسي لكن بطرق مختلفة فالأول يطرح خطاب ذو توجه انتقادي يهدف لتعزيز الشفافية في تسيير العمليات السياسية المختلفة، بينما يشير الثاني إلى الاحترافية في التنظيم الداخلي والعمل على تعزيزه وكذلك التأكيد على كفاءة إدارته وهياكله من أمثلة ذلك "تنصيب لجان حزبية تسمى الأولى لجنة الحكماء طبقا للمادة 74 من القانون الأساسي للحزب برئاسة صويلح بوجمعة تعمل اللجنة على تقديم مقترحات واستشارات والمساعدة في بلورة مواقف الحزب الوطنية المستجدة والثانية لجنة التكوين السياسي برئاسة مسعود شيهوب وتنصيب هياكلها" من الحساب الرسمي للحزب 23 جانفي 2024 التي تعمل على تأطير العمل الحزبي السياسي للحزب داخليا، وهي في مختصة على تنفيذ برامج وأهدافه بشكل منظم ومدروس.

أما فيما يخص حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي لم يطرحا خطابا حول موضوع تأطير العمل السياسي نظرا لكثرة الموضوعات السياسية.

المواطنة: جاءت نسب فئة المواطنة ضعيفة، وتصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (4,08%)، يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة أضعف قدرت ب(1,60%)، أما حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم لم يطرحا في خطابها السياسي أي فكرة تدور حول موضوع المواطنة.

نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يهتم بموضوع المواطنة مقارنة بالأحزاب ويمكن تفسير ذلك بالرغبة في تحديث الرؤية السياسية، يشير حديث الحزب حول المواطنة إلى محاولته تحديث رؤيته السياسية ليتماشى والتغيرات العالمية في مجال حقوق الإنسان والمواطنة، ومنه تسويق صورته لدى الرأي العام العالمي على اعتباره أول حزب في الجزائر سابقا وأحد أهم الأحزاب التي قادت البلاد لسنوات طويلة ولا يزال مستمرا في الساحة السياسية.

جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم الثلاث أحزاب لا تهتم بموضوع المواطنة ولعل هذا راجع إلى كثرة وتشعب الموضوعات السياسية في الجزائر فكل موضوع يفرض نفسه ضمن أجندة حزب قد لا يفرضها في آخر.

الفصل بين السلطات: ظهرت نسب طرح موضوعات الفصل بين السلطات ضعيفة فيما يخص حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني وذلك بنسب (3,50%) و(2,04%) بينما لم يظهر في

موضوعات حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم أي فكرة حول موضوع الفصل بين السلطات.

نقصد بفصل السلطات تحقيق التوازن وضمان عدم تجاوز أي جهة من الجهات (التنفيذية، التشريعية، القضائية) لسلطتها وفق الدستور والقانون الجزائري والهدف من هذه العملية هو توزيع السلطة على مؤسسات مختلفة في الدولة، عموما من خلال استقراء نتائج الجدول نجد أن اهتمام الأحزاب بموضوع فصل السلطات جد ضعيف مقارنة بالموضوعات السابقة وهذا الضعف يعود إلى التركيز على القضايا الحالية الراهنة والملفات السياسية التي تفرض نفسها في أجندة الأحزاب مثل الاستحقاقات الانتخابية الرئاسية، القضية الفلسطينية، الأوضاع الأمنية العربية والعالمية، المستوى المعيشي، والاقتصاد الوطني... إلخ وغيرها من القضايا ذات الأبعاد الدولية والتي نفصل فيها في الفئة الموالية، كما أن موضوع فصل السلطات قد يعتبر جزء من موضوع تعديل، وموضوع فصل السلطات في تقدير الأحزاب هو من اختصاص السلطة وهي لا تتدخل فيه، إلا أنه يمكننا الحكم بأن هذا الإهمال غير صحي وغير صحيح ذلك أن السلطة التشريعية ممثلة في البرلمان تعمل على تشريع القوانين ومراقبة أداء الحكومة لتنفيذ المشاريع، أما السلطة التنفيذية ممثلة في الحكومة تعمل على تنفيذ المشاريع وإدارة شؤون البلاد، وفيما يخص السلطة القضائية تعمل على الفصل بين النزاعات والسهر على تطبيق القوانين، ومن الملاحظ في الحالة الجزائرية أنه يوجد تداخل وعلى سبيل المثال لا الحصر فنجد أن رئيس الجمهورية وفق الدستور الجزائري هو المسؤول عن تعيين القضاة ورؤساء المجالس القضائية والنواب العامين الأمر الذي يجعل من السلطة القضائية تابعة لرئاسة الجمهورية، رغم أن الإجراء مناقض للفصل بين السلطات إلا أنه لم نجد أي خطاب يخص هذا حتى من طرف الأحزاب وحتى المعارضة منها، ونشير أن موضوع الفصل بين السلطات كان من بين مطالب الحراك الجماهيري، وكذا فإن تعيين رئيس الحكومة يكون من طرف رئيس الجمهورية حتى وإن كان ليس من الأغلبية البرلمانية فنجد ضمن المادة 91 من الدستور التي تحدد صلاحيات رئيس الجمهورية البند الخامس فإنه يملك مسؤولية تعيين الوزير الأول أو رئيس الحكومة حسب الحالة وينتهي مهامه كذلك<sup>1</sup>.

**تغيير النظام السياسي:** لم تتطرق الأحزاب السياسية الجزائرية الأربع في خطابها إلى موضوع تغيير النظام السياسي ويحمل ذلك دلالة متعددة منها:

✓ التزام الأحزاب السياسية بالنظام الحالي والحفاظ عليه بدلا من تغييره وبالتالي لا ضرورة لتغيير النظام السياسي.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: سلطات وصلاحيات رئيس الجمهورية، 2021، تم التصفح يوم 25 جويلية 2024، على الساعة 18:16، متاح على الرابط <https://www.el-mouradia.dz/ar/president/duties>

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

- ✓ التوجه الإصلاحية للأحزاب حيث تعتمد على إستراتيجية الإصلاح داخل النظام السياسي الحالي بدلا من الدعوة إلى تغييره بشكل جذري.
- ✓ الخوف من التضيق السياسي من طرف الحكومة مثل العقوبات، الغلق، نقص الموارد المادية السياسية
- ✓ الحفاظ على أمن واستقرار البلد خاصة بعد أحداث الحراك الجماهيري.
- ✓ تجنب التحريض والتعبئة الشعبية التي يعاقب عليها القانون.

الجدول رقم 15 : يوضح التوزيع الكمي للموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الموضوعات السياسية الدولية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
49.98	75.51	1289	36.92	137	43.89	97	43.60	191	القضية الفلسطينية
11.10	2.87	49	17.25	64	15.38	34	8.90	39	السياسة الخارجية
3.55	1.05	18	2.42	9	00	00	10.73	47	العلاقات الجزائرية المغربية
0.93	1.52	26	1.07	4	00	00	1.14	5	العلاقات الجزائرية العربية
0.51	00	00	00	00	00	00	2.05	9	العلاقات الجزائرية الأوروبية
5.53	1.52	26	12.93	48	5.42	12	2.28	10	العلاقات الجزائرية الإفريقية
6.54	5.68	97	7.81	29	10.40	23	2.28	10	الحروب والنزاعات الدولية
11.97	7.67	131	14.82	55	16.28	36	9.13	40	الأمن الإقليمي والدولي
2.20	0.29	5	2.15	8	00	00	6.39	28	التعاون الدولي والتنمية
2.57	1.28	22	1.07	4	3.16	7	4.79	21	التحالفات والمنظمات الدولية
5.12	2.61	44	3.56	13	5.47	12	8.71	38	التسوية السياسية وحل النزاعات الإقليمية والدولية
%100	%100	1707	%100	371	%100	221	%100	438	المجموع

الجدول رقم 16: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الدولية التي طرحها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات السياسية الدولية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Intergroupes	1684,250	3	561,417	58,234	,000
Intragroupes	26348,197	2733	9,641		
Total	28032,447	2736			

يُظهر الجدول أعلاه رقم 15 الموضوعات السياسية الدولية التي طرحها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 16 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات السياسية الدولية التي طرحها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (58,234) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 1684,250، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 26348,197 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي، يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات السياسية الدولية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات السياسية الدولية على الترتيب التالي:

سيطرة فئة القضية الفلسطينية بنسبة مرتفعة قدرت ب(49,98%)، تليها بنسبة أقل فئتي الأمن الإقليمي والدولي والسياسة الخارجية مع (11,97%) و(11,10%)، تليها فئة الحروب والنزاعات الدولية مع نسبة قدرها (6,54%)، بينما تقاربت فئتي العلاقات الجزائرية الإفريقية وفئة التسوية السياسية وحل

النزاعات الإقليمية والدولية مع نسب (53،5%) و(12،5%)، لتليها مباشرة فئة العلاقات الجزائرية المغاربية مع نسبة قدرها(3،55%)، وكذلك تقاربت فئة التحالفات والمنظمات الدولية مع فئة التعاون الدولي والتنمية بنسب تساوي (2،57%) و(2،20%)، في حين سجلت فئتي العلاقات الجزائرية العربية والعلاقات الجزائرية الأوروبية نسب ضعيفة قدرت ب(0،93%) و(0،51%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نشير قبل بداية التحليل أن الموضوعات السياسية الدولية احتلت المرتبة الأولى في أجندة الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها.

**القضية الفلسطينية:** تصدرت فئة القضية الفلسطينية فئة الموضوعات السياسية الدولية بنسبة(49،98%) لحزب حركة مجتمع السلم وهي أعلى نسبة في الفئات الجزئية للموضوعات، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (75،51%)، وتساوى حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني مع نسبة (43%)، وتقارب معهما حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (36،92%).

نشير قبل بداية التحليل أننا وضعنا القضية الفلسطينية كفئة مستقلة رغم أنه كان بإمكاننا اعتبارها جزء من الأمن الإقليمي والدولي لاعتبارات هامة منها أهمية القضية الفلسطينية لدى المجتمع الجزائري والعالم، واحتلالها الأجندة السياسية العالمية خلال فترة التحليل بدءا من طوفان الأقصى 7 أكتوبر 2023 إلى غاية نهاية التحليل 31 مارس 2024 والمستمر حتى كتابة هذا العمل على اعتبار بقاء متابعتنا لمنشورات الأحزاب.

بداية نلاحظ أن حزب حركة مجتمع السلم أظهر اهتمام كبير جدا بموضوع القضية الفلسطينية، تجاوز الحزب الذي يليه ب(32%) وهذا يوضح جليا أهمية القضية بالنسبة للحزب وتبدو النتائج ظاهريا منطقية بسبب التوجه الإسلامي للحزب حيث كان الحزب من أول المدافعين عن القضية الفلسطينية ويرى أن ذلك جزءا من التزامه بالدفاع عن قضايا الأمة الإسلامية، ونشير أن فترة تحليلنا لخطاب الحزب واكبت شهر رمضان المبارك لسنة 2024 وبهذه المناسبة عزز الحزب نشاطاته الرمضانية بالإفطارات الجماعية الشبه يومية للحزب وأهمها ما كان شعاره "نفحات رمضان ... لنصرة الأقصى والطوفان" 29 مارس 2024 شهد فيه مداخلات مختلفة تم نشرها على صفحة الحزب على فيسبوك، تلخصت في الإشادة بالتفاف الجزائريين حو فلسطين شعبا وحكومة، وعلى موقف الحزب الداعم للقضية.

نلاحظ كذلك تقارب بين الأحزاب الثلاث في توظيفها للقضية الفلسطينية في خطابها بداية مع حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي ويعود ذلك لأسباب منها:

✓ توظيف الرمزية السياسية: حيث تعد القضية الفلسطينية رمزا من رموز المقاومة ضد الظلم والاستعمار ويظهر تبينها في الخطاب السياسي أن الأحزاب تدعم الكفاح ضد الظلم وهي تدافع عن حقوق الشعوب في تقرير مصيرها وذلك تبعا للسياسات الحكومية التي تنتجها الدولة الجزائرية ومن جهة أخرى دعم سياسات الرئيس يقول الأمين العام لحزب التجمع الوطني الديمقراطي مصطفى يحي " إن التاريخ سيكتب أن رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، هو الرئيس العربي الوحيد الذي لم يئأس من دعم القضية الفلسطينية في زمن الخذلان" من الحساب الرسمي للحزب 4 نوفمبر 2023.

أما فيما يخص حزب جبهة التحرير الوطني فإن تركيزه على القضية الفلسطينية كان تماشيا من الأجندة الوطنية والعالمية ورغبة لفي إحياء صورة جبهة التحرير التي حررت الجزائر من الاستعمار الفرنسي وما جعلنا نصل إلى هذه الملاحظة هو التمعن الجيد في منشورات الحزب وخطابه حول القضية الفلسطينية دائما ما يتم ربطها، التراث التاريخي والنضالي للحزب مثلا، "13 فيفري 1960 فجرت فرنسا الإستدمارية أول قنبلة نووية بصحرائنا مخلفة آثارا جسيمة، صحية وبيئية على الساكنة. واليوم هاهي طائرات الكيان الصهيوني الغاشم تلقي القنابل العنقودية المحرمة دوليا على أهالينا بغزة الصمود. بطش الغرب وانتهاكات الحلف الأطلسي متواصلة؟ ماأشبه اليوم بالبارحة". الحساب الرسمي للحزب على فيسبوك 13 فيفري 2024- تغريدة مأخوذة عن الصفحة الرسمية للحزب على منصة تويتر (X).

من جهة أخرى فإن توظيف - توظيفها واسعا - القضية الفلسطينية في تقديرنا لم يكن فقط ذو بعد إنساني وإسلامي وعربي وهوياتي رغم عدم إنكار وجود هذا البعد، إنما كان للأحزاب بعدا آخر من وجهة نظر إعلامية ومنه، التحديات الداخلية التي تواجه الحزب مثل الانتقادات أو المشاكل الاقتصادية يمكن توجيه النقاشات نحو قضايا خارجية تحظى بدعم شعبي واسع لتفادي النقاشات التي قد تضر بصورته، ومن تجليات ذلك ما عنونته صحيفة العرب " أحزاب جزائرية تخرج من الظل السياسي عبر حرب غزة" وتعوض غيابها عن الساحة المحلية وتخلفها عن أداء دورها في المجتمع واقتصارها على عقد المؤتمرات التنظيمية لمواكبة الشروط الإدارية وتصطف حول الموقف الجزائري المحسوم تجاه الوضع في غزة من خلال مسيرات شعبية نظمها 13 حزب بالتشاور حول طاولة واحدة منذ سنوات بهدف بلورة موقف تقليدي مناهض لفلسطين<sup>1</sup>.

الأمن الإقليمي والدولي: أبانت النتائج عن سيطرة حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (16،28%)، يليه بنسبة أقرب حزب التجمع الوطني الديمقراطي مع نسبة (14،82%) في حين جاء حزبي جبهة التحرير

<sup>1</sup> صحيفة العرب: أحزاب جزائرية تخرج من الظل السياسي عبر حرب غزة، 26. 10. 2023، تم التصفح يوم 6 جويلية 2024، على

الساعة 11:11، متاح على الرابط <https://bit.ly/4cV8Wjj>

الوطني وحركة مجتمع السلم بنسب أقل قدرت (13،9%) و (67،7%)، عموماً نلاحظ تقارب النسب إلى حد ما ونفصل في ذلك كالتالي:

بالنسبة لحزب جبهة القوى الاشتراكية فيطرح فكرة تأثير الجزائر الإقليمي بحكم الموقع الجغرافي الاستراتيجي في شمال إفريقيا وامتلاكها تأثيراً كبيراً على القضايا الإقليمية، ويضرب مثال بذلك النزاعات في ليبيا ومالي...، ومن أمثلة ذلك لقاءه مع السفير البرازيلي النقاش العديد من القضايا السياسية الأمنية في العالم والعلاقات بين الجزائر والبرازيل.

*Le FFS reçoit le chargé d'affaires de l'Ambassade du Brésil Le Premier Secrétaire du FFS, le camarade Youcef\_Aouchiche a reçu dans la soirée du 25 mars 2024 au siège du parti Monsieur Mauricio\_Alves\_Da\_Costa chargé d'affaires de l'Ambassadeur du Brésil en Algérie .*

من الصفحة الرسمية للحزب 26 مارس 2024

فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي فهو يتماشى والخطوط الحكومية حيث يعبر الحزب عن انسجامه مع سياسات الدولة العليا في البلاد خاصة في قضايا الأمن والاستقرار في المنطقة المغاربية والإفريقية ويشير الحزب إلى قضية مالي والاعتداء على اليمن وقضية الصحراء الغربية والعلاقات الجزائرية مع الحدود الإفريقية، المشاكل الإماراتية الجزائرية، قضايا المخزن المغربي...، وكذلك نجد حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم ويعود هذا إلى حساسية الأوضاع الأمنية التي تعيشها الجزائر والتي تستوجب توحيد الصفوف وتجاوز الخلافات السياسية والاختلافات الأيديولوجية وتخطي الأزمات الخارجية لأن أمن البلاد أهم من أي اعتبار آخر.

السياسة الخارجية: سيطر حزب التجمع الوطني الديمقراطي على موضوعات السياسة الخارجية وذلك بنسبة (25،17%)، ويتقارب منه حزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة (38،15%) في حين اختلف عنهما حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسب قدرت ب (90،8%) و (87،2%).

نلاحظ من خلال النتائج أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي هو أكثر حزب يطرح موضوع السياسة الخارجية في خطابه السياسي وكل خطابه مؤيد لتوجهات الرئيس عبد المجيد تبون واتضح ذلك في معظم خطابه بشكل علني مثلاً خلال تجمع شعبي بولاية تمنراست قال " إنا حزبنا يدعم السياسة الخارجية للجزائر وما تقوم به الدبلوماسية الجزائرية في منطقة الساحل من أجل تحقيق الاستقرار والتنمية" من الحساب الرسمي للحزب 14 جانفي 2024 وفي نفس الموضوع ق في لقاء مع قناة الحياة قال " إن العمل الدؤوب لرئيس الجمهورية عبد المجيد تبون في السياسة الخارجية للبلاد خلال السنوات الأخيرة بدأ يعطي ثماره.. " من الحساب الرسمي للحزب 17 ديسمبر.

وكذا حزب جبهة القوى الاشتراكية فإنه يوجه خطاب مؤيد تجاه السياسة الخارجية للجزائر وتجلى ذلك في خطاب الأمين العام في الدورة العادية للمجلس الوطني:

*Chers camarades, Préserver une politique étrangère indépendante représente dans ce contexte un immense défi. Ce défi nous devons le relever ensemble pour éviter que notre pays ne soit pas entraîné dans des alliances de hasard, sans lendemain et certainement préjudiciable à notre souveraineté chèrement acquise. La politique de non-alignement, héritée de notre mouvement de libération nationale, doit plus que jamais demeurer le creuset de notre politique étrangère. Une politique qui défend nos intérêts vitaux et stratégiques et qui reste fidèle à notre engagement historique en faveur des causes justes.*

من الحساب الرسمي للحزب 1 مارس 2024

من خلال الخطاب يتضح ما يلي:

- ✓ التأكيد على السيادة الوطنية، وما يعكس التزامه بمبدأ عدم التدخل في السياسة الخارجية.
- ✓ الحفاظ على السياسة الخارجية الداعية إلى عدم التحيز والتي سارت عليها الجزائر منذ الاستقلال.

**جبهة التحرير الوطني** يتماشى بشكل علني مع توجهات الحكومة خارجيا ودليل ذلك الصريح خطابه في اللقاء الجهوي لمحافظة الغرب 10 فيفري 2024 قوله " إن الدبلوماسية السياسية والأمن من اختصاص رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون وليست من اختصاصنا" من الحساب الرسمي لصفحة الحزب 10 فيفري 2024، يؤشر المنشور إلى ( عدم التدخل في السياسة الخارجية تحليلا ونقدا وتقويما، التماهي الكلي مع توجهات الرئيس، فصل المهام بين الحكومة والأحزاب).

أما أقل حزب يهتم بالسياسة الخارجية هو **حزب حركة مجتمع السلم** لأسباب منطقية منها الأزمات الداخلية، حيث تواجه الجزائر تحديات اقتصادية واجتماعية كبيرة، مثل البطالة والتضخم التي تعتبرها حركة مجتمع السلم أكثر أهمية وإلحاحا للمناقشة والحل من السياسة الخارجية.

**الحروب والنزاعات الدولية:** ظهرت فئة النزاعات والحروب بنسب ضعيفة، تصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (10،40%)، يليه حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (7،81%)، أما فيما يخص حزبي **حركة مجتمع السلم** و**جبهة التحرير الوطني** فحققا نسبا ضعيفة قدرت ب(5،68% و2،28%).

يؤكد حزب **جبهة القوى الاشتراكية** على رفضه للتدخل الأجنبي بكل أشكاله في شؤون الدول ويشدد على أهمية الحلول الدبلوماسية في حل النزاعات.. ويضرب أمثلة فقط مثل الحرب الروسية، إيران والسعودية، التحالف الإسرائيلي الأمريكي ضد فلسطين، اليمين المتطرف في فرنسا... وغيرها من القضايا الدولية، ويعود

هذا إلى عدم الرغبة في استقطاب الرأي العام العالمي للحزب الذي هو في غنى عنه، وعدم التدخل في شؤون الدول الأخرى.

حزب التجمع الوطني الديمقراطي يؤكد على دور الجزائر كوسيط إقليمي في حل النزاعات الدولية والإقليمية، وكذا الترويج للدبلوماسية الجزائرية في الخارج في تسوية النزاعات وحل الأزمات مما يعزز من صورتها كدولة فاعلة في الساحة الدولية، وهذا يعكس أيضا مخاوف الحزب من تأثير هذه النزاعات على الأمن الوطني الجزائري وبالتالي فهو يدعو إلى ضرورة أخذ الحذر في التعامل مع القوى الأجنبية، حيث قال في خطابه الذي نشطه بدار الثقافة تمارست " إن منطقة الساحل مستهدفة بمخططات مشبوهة والجزائر بالمرصاد، العدوان الأمريكي البريطاني على اليمن انتهاك صارخ لسيادة دولة عربية" من الصفحة الرسمية للحزب 14 جانفي 2024، وقال " إن الأزمة في ليبيا يجب أن تحل داخليا، والحلول لا تأتي من الخارج، والدليل ما حدث في العراق وسوريا والسودان" من الحساب الرسمي للحزب 11 فيفري 2024.

نجد حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني كانا الأقل اهتماما بموضوع الحروب والنزاعات الدولية ولذلك عدة أبعاد منها أن الأولوية في نظر الحزبين للتحديات الداخلية التي تعيشها الجزائر مثل الاقتصاد، الصحة، التعليم، الأمن الداخلي.

العلاقات الجزائرية الأفريقية: ظهرت فئة العلاقات الجزائرية الإفريقية بنسب ضعيفة، تصدرتها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (12,93%)، أما الباقي جاءت بنسب ضعيفة فنجد حزب جبهة القوى الاشتراكية طرح موضوعات العلاقات الجزائرية الإفريقية بنسبة (5,42%) وحزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (2,28%)، أما آخر حزب فهو حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (1,52%).

نلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي هو أكثر حزب يهتم بموضوع العلاقات الجزائرية الإفريقية حيث يؤكد الحزب في خطابه على الهوية والروابط التاريخية الثقافية المشتركة بين الجزائر وباقي الدول الإفريقية، وهو نوع من التوجه نحو دعم السياسات الخارجية للحكومة، وهذا ما يعني توافق الحزب مع السياسة الخارجية الجزائرية التي تسعى لتعزيز الشراكات الإستراتيجية مع الدول وفتح أسواق جديدة من خلال تعزيز العلاقات التجارية والاستثمارية مع الدول الإفريقية وفتح أسواق جديدة للمنتجات والخدمات الجزائرية..، حيث أن الجزائر تقدم المساعدات للدول الإفريقية رغبة في دفع عجلة التنمية حيث أعلن الرئيس عبد المجيد تبون خلال القمة 36 لرؤساء دول وحكومات الاتحاد الإفريقي عن قرار ضخ مليار دولار<sup>1</sup> من أجل التضامن والمساهمة

<sup>1</sup> عبد الكريم حذافة: خصّصت مليار دولار لتنمية أفريقيا .. ماذا تستفيد الجزائر وما أولوياتها؟، الجزيرة، 24. 02. 2023، تم التصفح يوم 26 جويلية 2024، على الساعة 12 : 07، متاح على الرابط <https://bit.ly/4fdSL2t>

في تنمية القارة الإفريقية، غير أن بعد هذه المساعدات هو تعزيز وشراء الأمن والسلم مع الدول الأفريقية لضمان أمن الحدود الجزائرية، يتجلى من خلال خطاب الحزب حول العلاقات الجزائرية الإفريقية أنها تقوم على ثلاثية الأمن، السلم والتنمية ومن ثم المصلحة الاقتصادية.

**جبهة القوى الاشتراكية جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم كانت أقل اهتماما بموضوع العلاقات الجزائرية الأفريقية.**

التسوية السياسية وحل النزاعات الإقليمية والدولية: ظهرت فئة التسوية السياسية وحل النزاعات الإقليمية والدولية مع نسب ضعيفة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (8,71%)، يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة (5,47%)، وبنسب ضعيفة ظهر حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم مع نسب (4,56% و 2,61%).

حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يركز على موضوع التسوية السياسية وحل النزاعات الدولية وذلك راجع إلى رمزيته الثقافية حيث يمتلك تاريخ ودور في مواضيع الأمن والسلام والتسوية السياسية، كما أنه يدعم النهج الحكومي الجزائري في دعم الأمن العالمي وحل المشاكل السياسية بين الدول خاصة منها الإقليمية نظرا للدور المركزي الذي تلعبه الجزائر في البحر الأبيض المتوسط، وكما يسعى الحزب إلى الارتباط بالتحالفات الإقليمية والدولية يعمل الحزب على دعم المبادرات الدولية لحل النزاعات بين الدول مثال لقاءات الأمين العام للحزب في روسيا وفي الجزائر على غرار المنتدى " مناهضة الممارسات المعاصرة للاستعمار الجديد بموسكو 15 فيفري 2024، استقبال الأمين العام لسفير روسيا لمناقشة العلاقات بين البلدين السياسية والتاريخية 10 مارس 2024 وكذا اللقاءات مع سفراء الدول على غرار سفير جمهورية الفيتنام الاشتراكية لدراسة سبل التعاون بين البلدين وترقية العلاقات بين حزب جبهة التحرير والحزب الشيوعي الفيتنامي وكذا الأمين العام لحزب المؤتمر الوطني الإفريقي لجمهورية إفريقيا درس فيه تاريخ العلاقات التضامنية بين الشعبين وعملا على ترقية العلاقات بين البلدين في كافة المجالات (الصفحة الرسمية للحزب 4 ديسمبر 2023) زيارة وفد الحزب إلى مدينة شنغهاي في الصين 22 أكتوبر 2023 تناولت زيارة موضوعات مثل التجارة والمتعاملين الاقتصاديين وتعميق العلاقات مستقبلا بين البلدين وكانت خلفية كل هذه اللقاءات القضية الفلسطينية ومناهضة الاستعمار الصهيوني.

فيما يخص الأحزاب الثلاث الأخرى جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم أظهرت اهتمام ضعيف بموضوع التسوية السياسية وحل النزاعات الإقليمية والدولية وهذا من خلال عدم تخصيص حيز خطابي لها في منشوراتهم عبر فيسبوك.

العلاقات الجزائرية المغربية: ظهرت فئة العلاقات الجزائرية المغربية ضعيفة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (10,73%)، وينسب أضعف تلاها حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم بنسب قدرت ب(2,42%) و(1,05%)، في حين أن حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي فكرة تخص العلاقات الجزائرية المغربية.

بداية مع جبهة التحرير الوطني الذي عبر في أكثر من خطاب سمعي بصري خاصة خلال لقاءاته الجهوية لمحافظات الشرق والغرب والوسط والجنوب عن الاستياء من السياسات الخارجية لدول الجوار عدم الرضا عنها مثل المغرب والتي تعتبرها الجزائر مضرّة بمصالحها وسيادتها كدولة قائدة في المغرب العربي واصفا إياها بالعدائية غير المنصفة، وواصفا المخزن المغربي بالذباب، الأبواق...، وهي نفس توجهات السياسة الخارجية للحكومة الجزائرية بعد قطع العلاقات الجزائرية المغربية يقول الأمين العام للحزب بن مبارك في أحد خطاباته "ليس بيننا وبين الشعب المغربي أي مشكل، بل مشكلنا مع المخزن منذ الاستقلال والمغرب لديهم نظرة توسعية اتجاهاها وأدخلوا بلدهم الكثير ممن يسامون لضرب الجزائر ولكن بفضل تلاحم الشعب صعب عليهم ذلك وسيصعب دائما، إنهم اليوم يحاولون التكلم عن الانتخابات لقد قمنا في العشرية السوداء بالانتخابات وبعد الحراك قمنا بانتخابات ولن تصعب علينا اليوم" من الحساب الرسمي للحزب 10 مارس 2024، ويقول في بيان عام "يدين حزب جبهة التحرير الوطني بشدة الممارسات غير المسؤولة للنظام المغربي وذلك من خلال مشروع مصادرة الممتلكات التابعة لسفارة الدولة الجزائرية بالمغرب، إن هذا التصرف الأحمق الذي أقدم عليه نظام المخزن في الرباط هو انتهاك صارخ للقانون الدولي . إنه حلقة من حلقات الغدر المعهودة." من الحساب الرسمي للحزب 19 مارس 2024.

بالنسبة لحزب التجمع الوطني الديمقراطي فيرى بضرورة حماية المصالح الوطنية والأمنية الجزائرية في سياق العلاقات المضطربة مع دول الجوار، ويسلط الضوء في بعض خطابه عن العلاقات الجزائرية المغربية والتدخلات الغير المبررة، ويقول في ذلك من منشور على منصة تويتر (X) "استيلاء السلطات المغربية على ممتلكات سفارة الجزائر في الرباط يمثل تصعيدا خطيرا، وعملا استفزازيا خسيسا، يعكس السياسة التوسعية والعدائية التي تتبناها المملكة.. وعلى الحكومة الرد القوي .. ضد هذا الانتهاك لسيادة الجزائر" من الحساب الرسمي للحزب 17 مارس 2024 كذا سياسة التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني ضد فلسطين، ويتشارك معه حزب حركة مجتمع السلم في استنكار التطبيع المغربي والعربي والتدخلات المغربية في دولة الجزائر وسياستها الخارجية في التعامل مع القضايا الدولية والإقليمية خاصة.

يهتم كذلك حزب التجمع الوطني الديمقراطي بالتركيز على التعاون الإقليمي أكثر من تركيزه على التوترات السياسية ويسعى للترويج لفكرة التعاون المغاربي والإقليمي من أجل تحقيق التنمية المشتركة مما يعكس نوع من التوجه نحو تعزيز الاستقرار أكثر منه التركيز على النزاعات.

بينما حزب **جبهة القوى الاشتراكية** لم يطرح للنقاش في فضاء الفيسبوك أي فكرة تخص العلاقات أو التوترات الجزائرية المغربية ويعود ذلك إلى التركيز المباشر على الإصلاحات الداخلية وتحقيق إصلاحات سياسية داخل الجزائر بدلا من التركيز على النزاعات المغربية والإقليمية مما يعكس أجدته في معالجة قضايا داخلية هامة تمس المجتمع الجزائري ويوميته.

**التحالفات والمنظمات الدولية:** ظهرت فئة التحالفات والمنظمات الدولية بنسب ضعيفة، تصدرها حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (4,79%)، يليه حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (3,16%)، وبنسب أضعف ظهر حزبي **حركة مجتمع السلم** و**التجمع الوطني الديمقراطي** بنسب (1,28% و 1,07%).

يملك حزب **جبهة التحرير الوطني** توجه تحرري يتبين من خلال ارتباطه بالحركات التحررية العالمية ودعومه لتصفية الاستعمار وهذا نظرا إلى تاريخه الثوري الجزائري، ويؤكد حضور قوي ونشط في المنظمات الدولية خاصة منها الحقوقية التي تهدف لتدعيم الحركات التحررية العالمية مثل دعوة الأمين العام روسيا إلى مساندة الفلسطينيين والصحراويين في الصحراء الغربية مثل منتدى مناهضة الممارسات المعاصرة للاستعمار بموسكو وكذا تأكيده خلال لقاءه مع سفير الفيتنام 26 فيفري 2024 على العمل معا بخصوص الدفاع عن القضايا العادلة كالقضية الفلسطينية التي اعتبرها القضية المركزية، وكذا لقاءه مع السفارة البريطانية حيث أشادت فيه بالدور الهام للجزائر لخفض التوترات الإقليمية والدولية ليس فقط في فلسطين بل بقوى أخرى مثل السودان والصحراء الغربية، من أهداف الحزب في هذا الخصوص كسب الدعم الدولي لمواقفه السياسية والاقتصادية والأمنية من خلال التفاعل مع التحالفات والمنظمات الدولية، وهذا يزيد من شرعيته السياسية الداخلية ويؤكد حضوره دوليا.

**جبهة القوى الاشتراكية** يتقارب مع الحزب السابق في رؤيته لإنصاف للقضايا العادلة والدفاع عن حقوق الإنسان على اعتبار أنه معروف بمواقفه الملتزمة تجاه الحريات العامة، وتخصيص جزء من النقاش العام عبر فيسبوك لموضوع التحالفات الدولية والمنظمات يعكس دعم الحزب للحرية والديمقراطية وتقرير المصير الذي تنادي به المنظمات الدولية مثل منظمات الأمم المتحدة ومنظمة العفو الدولية.

في حين نجد أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم لم يظهر اهتماما اتجاه التحالفات والمنظمات الدولية في خطابها حيث ركزا على القضايا التحررية من وجهة نظر قومية عربية وتبلورت في القضية الفلسطينية.

**التعاون الدولي والتنمية:** ظهرت نسب فئة التعاون الدولي والتنمية ضعيفة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (6,39%) وبنسبة أضعف حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (2,15%)، أما حزب حركة مجتمع السلم جاء بأضعف نسبة قدرت ب (0,29%)، في حين أن حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح موضوعات التعاون الدولي والتنمية في خطابه السياسي.

يركز حزب جبهة التحرير الوطني على التعاون متعدد الأطراف ويستظهر دعمه للتعاون مع مجموعة واسعة من الشركاء الدوليين في مجالات متعددة مثل الاقتصاد والتنمية والأمن مثل استعراض اللقاءات بين الأمين العام للحزب وسفير جمهورية الصين 7 ديسمبر 2023 في إطار الشراكة الإستراتيجية بين البلدين المتعددة المجالات على غرار الاقتصادية، يتجلى من المثال رغبة الحزب في المشاركة في المبادرات العالمية مثل مبادرات مكافحة تغيير المناخ والتنمية المستدامة مما يعزز صورة مؤكد أن هذه الجهود تنبع من رغبته في ظهور الجزائر كدولة مسؤولة وفعالة دوليا ..

بينما نجد أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي يذهب بخطابه في خصوص التعاون الدولي نحو بناء وتعزيز الشراكات الإستراتيجية مع الدول المتقدمة والمنظمات الدولية لتبادل الخبرات والتكنولوجيا ظنا منه أن ذلك يساهم في تطوير البنية التحتية وتحقيق التنمية الاقتصادية.. وعموما تحمل هذه الموضوعات بعدا اقتصاديا بعد البعد السياسي يتم تفصيلها في الفئات الموالية.

أما فيما يخص حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية فيعود ضعف وانعدام اهتمامهما بموضوع التعاون الدولي والتنمية لأسباب مثل، الحساسية تجاه التأثيرات الخارجية حيث هناك قلق في خطاب الحزبين نحو التركيز على التعاون الدولي خاصة لكل ما هو اقتصادي - التخوف من التبعية الاقتصادية - مما يؤدي في نظر الحزبين إلى بروز تأثيرات خارجية على السياسات المحلية للجزائر وهو ما يعتبره تحديا للسيادة الوطنية التي تعد رأس مال الدولة الجزائرية.

**العلاقات الجزائرية العربية:** ظهرت فئة العلاقات الجزائرية العربية ضعيفة، تقارب فيها حزب - حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي - بنسب (1,52%)، (1,14%)، (1,07%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي موضوع يخص شأن العلاقات الجزائرية العربية.

أظهرت النتائج والتحليل لخطاب الأحزاب السياسية الأربع ضعف اهتمامهم بموضوع العلاقات الجزائرية العربية ويعود ذلك في تقديرنا إلى:

- الصراعات الإقليمية وحساسية الوضع السياسي في معظم الدول العربية يجعل الحديث عنها أمرا معقدا يتطلب حذرا دبلوماسيا قد تكون الأحزاب السياسية ليست مستعدة للتعامل مع تبعاتها السياسية والأمنية.
- التباين السياسي حيث هناك اختلافات كبيرة في السياسات الداخلية والتوجهات السياسية بين الدول العربية مما يعقد عملية بناء علاقات قوية ومستمرة معها.
- عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول حيث تندد الجزائر بعدم التدخل في شؤون الدول العربية.
- الاعتماد على الدولة في العلاقات الخارجية، إن السياسة الخارجية غالبا ما تُدار من قبل الحكومة المركزية.

### العلاقات الجزائرية الأوروبية: ظهرت فئة العلاقات الجزائرية شبه منعدمة، تصدرها حزب جبهة

التحرير الوطني بنسبة (2,05%) أما باقي الأحزاب فلم تطرح أي فكرة تخص هذه الفئة، وعموما نلاحظ نسب غير دالة وضعيفة توشي بعدم وجود نقاش عام في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية حول موضوع العلاقات الجزائرية الأوروبية ويعود ذلك إلى الحذر من التدخل الخارجي، حيث أن العلاقات الجزائرية الأوروبية تحمل أبعادا تاريخية حساسة مثل القضايا المتعلقة بالاستعمار وهذا ما جعل حزب جبهة التحرير الوطني يتطرق له في جزء ضعيف من خطاباته السياسي مشيرا إلى استمرار الحقد الاستعماري تجاه الجزائر ومذكرا بتاريخ الحزب في مواجهته خلال القرن الماضي "لن ننسى الحرب الضروس التي خاضها شعبنا الأبي ضد المستعمر الفرنسي الغاشم البغيض الذي جند أعنى الترسانات للقتل والتكيل والتدمير، ذلك الاستقلال لم تمنحه فرنسا هبة للجزائريين بل طردها شعبنا بتقديم ستة ملايين شهيد.. أما اليوم فالجزائر بيت صلب متين لها ثقلها الدولي دولة لا تعرف التآمر أو الاعتداء" من الحساب الرسمي للحزب 13 جانفي 2024، وكذا قضايا الهجرة غير الشرعية تجاه الدول الأوروبية مما يجعل الأحزاب السياسية تتحفظ في الحديث عن هذه العلاقات لتجنب الجدل.

- الذاكرة التاريخية التي خلفها الاستعمار الفرنسي وعدم إثارة الحساسية الوطنية لدى الجمهور.
- الأولويات الجغرافية: الاهتمام بالقضايا الأفريقية والإقليمية وحتى المغاربية يحتل أجنحة الأحزاب.
- القضايا الاقتصادية المربكة حيث إن الحديث عن العلاقات الاقتصادية مع أوروبا تحمل أبعادا سياسية وقد يكشف قضايا معقدة مثل التبعية الاقتصادية أو الشروط التجارية الغير متوازنة، والتي تؤثر على السياسات الداخلية وكذا إمكانية التأثير على السيادة الوطنية مما قد يكون مقلقا للأحزاب من نواحي عدة.

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

الجدول رقم 17: يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الموضوعات الاقتصادية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.28	00	00	00	00	00	00	5.12	6	ملف العمل والتشغيل
3.28	3.73	4	00	00	00	00	9.40	11	دعم المشاريع الصغيرة والابتكار
8.47	12.14	13	00	00	18.33	11	3.41	4	رقمنة القطاع الاقتصادي
4.75	3.73	4	3.63	4	11.66	7	00	00	محااربة المضاربة والاحتكار
3.12	3.73	4	3.63	4	00	00	5.12	6	الزراعة
0.64	00	00	00	00	00	00	2.56	3	الصناعة
2.58	00	00	1.81	2	00	00	8.54	10	التجارة
1.70	00	00	00	00	00	00	6.83	8	السياحة
1.25	00	00	00	00	3.33	2	1.70	2	ترشيد النفقات
22.28	10.28	11	37.27	41	11.66	7	29.91	35	الموارد الطاقوية
11.27	4.67	5	13.63	15	21.66	13	5.12	6	الاستيراد والتصدير
4.86	00	00	10.90	12	00	00	8.54	10	الدعم الفلاحي
00	00	00	00	00	00	00	00	00	التمويل البنكي
15.57	55.14	59	5.45	6	00	00	1.70	2	قانون المالية
11.96	6.58	7	12.72	14	20	12	8.54	10	سوق المحروقات
6.99	00	00	10.96	12	13.36	8	3.51	4	الطاقات المتجددة
%100	%100	107	%100	110	%100	60	%100	117	المجموع

الجدول رقم 18: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات الاقتصادية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	495,079	3	165,026	9,885	,000
Intragroupes	6511,083	390	16,695		
Total	7006,162	393			

يبين الجدول أعلاه رقم 17 الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما يبين الجدول رقم 18 التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (9,885) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 495,079، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 6511,083 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات الاقتصادية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات الاقتصادية على الترتيب التالي:

تصدرت فئة الموارد الطاقوية بنسبة مقدارها (22,28%)، ثم تليها فئة قانون المالية بنسبة قدرها (15,57%)، تليها فئة سوق المحروقات بنسبة (11,96%)، تليها فئة الاستيراد والتصدير بنسبة (11,27%)، تليها فئة رقمنة القطاع الاقتصادي مع نسبة تقدر ب(8,47%)، ثم فئة الطاقات المتجددة بنسبة (6,99%)، ثم فئتي الدعم الفلاحي بنسبة (4,86%) وفئة محاربة المضاربة والاحتكار بنسبة (4,75%)، تليها بنسب ضعيفة فئات دعم المشاريع المصغرة بنسبة (3,28%) وتتقارب معها فئة الزراعة بنسبة (3,12%)، وفئة التجارة بنسبة (2,58%) وفئة السياحة (1,70%) وفئة ملف العمل والتشغيل بنسبة (1,28%) وفئة ترشيد النفقات بنسبة (1,25%)، وبنسبة أضعف فئة الصناعة بنسبة (0,64%)، أما فئة التمويل البنكي فجاءت منعدمة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نشير قبل بداية التحليل أن الموضوعات الاقتصادية جاءت في الترتيب 07 من بين 09، أي أنها لم تحتل مرتبة هامة في أجندة الأحزاب السياسية الأربع.

الموارد الطاقوية: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الموارد الطاقوية وذلك بنسبة (37,27%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني مع نسبة (29,91%)، بينما تقارب حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم بنسب (11,66%) و(10,28%).

نلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي أكثر حزب يهتم بموضوع الموارد الطاقوية ونقصد بها الغاز، النفط، الطاقة الشمسية، الفحم... إلخ، وتبدو النتيجة طبيعية بالنظر إلى الخلفية الأيديولوجية للحزب التي تركز على دعم السياسات الاقتصادية والاستثمار والتنمية الاقتصادية بكل أشكالها، ومن خلال تحليل مفردات الدراسة استنتجنا أن الحزب يتجه نحو التسويق للاقتصاد الموجه حيث أن الحزب يمتلك توجهها اقتصاديا يميل إلى تدخل الدولة في الاقتصاد وإدارة الموارد الإستراتيجية مثل الطاقة، هذا ما يعكس رؤية تتبنى دور الدولة المركزي في ضمان الاستغلال الأمثل للموارد لصالح المجتمع بأكمله، وليس فقط الطبقات الغنية والشركات الكبرى، كما لاحظنا توجه الحزب نحو تعزيز السيادة الوطنية وهو ما يتجلى في السيطرة الكاملة على الموارد الطاقوية، وكذا الموارد الطبيعية التي تعتبر من أدوات تحقيق الاستقلال الاقتصادي والسياسي، وهو موضوع يلقي صدى كبيرا في الخطاب الأيديولوجي للحزب " نؤمن وفاء السيد الرئيس بالتزاماته من أجل التأسيس لاقتصاد قوي يحرر البلاد من تبعية النفط.. فضلا عن المشاريع الكبرى المتعلقة بالاستغلال الأمثل لمواردنا الطبيعية لاسيما الحديد والفوسفات" من الحساب الرسمي للحزب 25 ديسمبر 2023، ويتقارب معه كذلك حزب جبهة التحرير الوطني حيث يدعو إلى تقليل التبعية للخارج من خلال تعزيز الاكتفاء الذاتي في الطاقة.

بالنسبة لحزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يظهر اهتماما كبيرا بالموضوع غير أنهما يدعوان إلى الحكم الرشيد والشفافية في تسيير الموارد الطاقوية، واستخدام عائدات هذه الموارد بشكل منصف لصالح أفراد المجتمع، كما يناهضان بالتنوع الاقتصادي..

قانون المالية: تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة قانون المالية وهذا بنسبة قدرت ب(55,14%)، فيما سجلت باقي الأحزاب نسبا ضعيفة مقارنة به، فنجد حزب التجمع الوطني الديمقراطي سجل (5,45%) وحزب جبهة التحرير الوطني (1,70%)، بينما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي فكرة تخص موضوع قانون المالية.

بالنظر إلى النتائج وتمعننا نجد أن حزب حركة المجتمع السلم أظهر اهتماما كبيرا بقانون المالية أكثر من أي موضوع اقتصادي تم طرحه، ونقصد هنا بقانون المالية التصحيحي لسنة 2023 وقانون المالية لسنة 2024 وهي نفس فترة إجراء الدراسة ونفس موضوع خطاب الحزب، ومن جهة أخرى نلاحظ قلة إلى انعدام اهتمام

الأحزاب الأخرى بهذا الموضوع الذي يعد في تقديرنا من أهم المواضيع الاقتصادية والتي تتطلب الحوار والنقد والتقويم من قبل الفاعلين السياسيين والاقتصاديين، وعموما تجدر الإشارة بداية أن نظرة حزب حركة مجتمع السلم له لم تكن إيجابية بل كانت نظرة انتقادية لقانون المالية التصحيحي 2023 المؤرخ في 5 نوفمبر 2023، وكذا قانون المالية 24 ديسمبر 2023 المقرر لسنة 2024، والموافق عليه بالإجماع من طرف مجلس الأمة، وهذا من خلال رؤية اقتصادية يرى فيها الحزب بضعف قانون المالية الجزائري وعدم تضمينه لأي جديد ومنها التوزيع الخاطئ للثروة، فيرى بالحاجة إلى الإنفاق الحكومي نحو القاعات التي تعزز التنمية المستدامة، زيادة الاستثمار في البنية التحتية، تعزيز القدرات التنافسية للقطاع الصناعي، دعم الابتكار والتكنولوجيا، الاهتمام بمناطق الظل والمناطق الريفية، تحسين بيئة الأعمال والمشاريع الصغيرة، تعزيز التدريب المهني لزيادة الإنتاجية، ضعف التخطيط في توظيف الميزانية، وللإشارة فإن الحزب يمتلك 65 ممثلا في البرلمان ويشير رئيس الكتلة البرلمانية السيد صادق لأن هذا العدد غير كافي لمعارضة قرارات أو عدم الموافقة عليها من خلال قوله "إننا لازلنا في الجزائر نشغل في مربع العاجل لا توجد رؤية واضحة نسير عليها، لقد عجزنا عن تحقيق التنمية الاقتصادية رغم الإنفاق الكبير والميزانية الضخمة.. هل التفاخر بأكثر ميزانية منذ الاستقلال إيجابي أم سلبي؟، أين هو أثر الميزانية على الجزائريين لا نزال في مكاننا بل تراجعنا في القدرة الشرائية، تخبرنا الحكومة بارتفاع القدرة الشرائية نريد أن نعرف كيف يتم قياسها بأي وسائل أين مؤشر الأداء، دعونا من المجاملات وتكرار كلمة نحن بخير لا ينقصنا شيء إن هذا الكلام لا ينعفنا، حتى الأرقام التي سوقت بخصوص 7 مليار خارج قطاع المحروقات أنا شخصا لا أعرف من أين أتى هذا؟، ميزانية غير متوازنة 82 في التسيير 18 في التجهيز دون الالتزام بسلم الأولويات" خطاب رئيس الكتلة البرلمانية الجلسة الختامية لمناقشة مشروع قانون المالية لسنة 2024 من الحساب الرسمي للصفحة يوم 30 نوفمبر 2023.

التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني دعما الحكومة في قانون المالية التكميلي 2023 والجديد 2024 وهو أمر منطقي كونهما من أحزاب السلطة، ونشير أن حزب جبهة التحرير الوطني يمتلك 98 ممثلا في البرلمان، والتجمع الوطني الديمقراطي 58 ممثلا.

بينما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يتطرق لموضوع قانون المالية ويمكن عدم اهتمامه بالقانون أنه حزب معارض للسياسات ولنمط التسيير بشكل عام وهو رافض لمعظم استراتيجيات الدولة وبالتالي فالتركيز على قانون المالية لا ضرورة تُرجى منه.

سوق المحروقات: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية موضوعات سوق المحروقات بنسبة قدرها (20%)، يليه بنسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (12,72%) أما فيما يخص حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة المجتمع السلم جاءا بنسب متقاربة قدرت ب(8,54%) و(6,58%).

ينتقد حزب جبهة القوى الاشتراكية هيمنة الاقتصاد الريعي واعتماد الجزائر على اقتصاد قائم على الربح، حيث يشكل النفط والغاز المورد الأساسي للإيرادات ويدعو لإصلاحات اقتصادية هيكلية تعكس رغبته في دفع الحكومة نحو تنفيذ إصلاحات اقتصادية جوهرية لتعزيز الاستدامة الاقتصادية.

بينما نجد حزب التجمع الوطني الديمقراطي يشجع الاستثمار في قطاع الطاقة ويركز على تعزيز الإنتاجية وزيادة الإيرادات والترويج لبيئة استثمارية مواتية، ويشدد الحزب على التنويع الاقتصادي بعيدا عن المحروقات كحل اقتصادي يراه مناسبا لتحقيق الاستدامة الاقتصادية حيث يقول في أحد خطابه في التجمع الشعبي المقام بولاية بسكرة " إن الميزان التجاري يواصل نتائجه الإيجابية، ومن المتوقع أن يسجل 11,3 مليار دولار كفائض مع نهاية السنة الجارية، حيث تشهد الصادرات خارج قطاع المحروقات ديناميكية غير مسبوقة، من المتوقع أن تبلغ 13 مليار دولار مع نهاية السنة الجارية" من الحساب الرسمي للحزب 23 ديسمبر 2023، بينما يتجنب حزب جبهة التحرير الوطني الخوض بشكل كبير موضوع المحروقات كموضوع أساسي وذلك تجنباً لتسييس القضية وحفاظاً على استقرار القطاع وتجنباً للنقاشات السياسية الخلافية التي قد تضر بنظرة الجمهور له.

بينما يركز حزب حركة مجتمع السلم على فتح باب الاستثمار أمام الشباب ووضع خطة مستقبلية تسهل الإجراءات الإدارية المعقدة أمام المستثمرين ما من شأنه النهوض بالقطاع الاقتصادي أكثر منه اهتمامه بالترويج لقطاع المحروقات الذي يعتبر أمره محسوم.

الاستيراد والتصدير: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية موضوعات الاستيراد والتصدير بنسبة (21,66%)، يليه مع نسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي ب(13,63%)، بينما تقارب حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم مع نسب (5,12%) و(4,64%).

حزب جبهة القوى الاشتراكية يركز أكثر من الأحزاب الأخرى على موضوع الاستيراد والتصدير ونوضح ذلك في النقاط التالية:

- ✓ الاهتمام بالاقتصاد الوطني، حيث أظهر الحزب في خطابه تركيزاً على الاستيراد والتصدير.
- ✓ تحقيق الاستقلالية الاقتصادية، حيث يدعو الحزب إلى تشجيع الشباب على الإنتاج المحلي.
- ✓ تنويع الاقتصاد، يدعو الحزب إلى تنويع الاقتصاد الجزائري بدل النفط والغاز.
- ✓ يشير الحزب السياسي إلى ضرورة مراجعة السياسات الاقتصادية الحالية، ونشير أنه لم يقدم بدائل.

بينما حزب التجمع الوطني الديمقراطي يركز على، تحقيق التوازن التجاري من خلال التركيز على التصدير يساعد في تحسين الميزان التجاري للبلاد وتقليل العجز التجاري والمديونية للخارج ومنه الحفاظ على

السيادة الوطنية يقول الأمين العام للحزب " تمكنت الجزائر في ظل سياسة رئيس الجمهورية من الحفاظ على مستوى مديونية منعدم وترشيد النفقات وضبط عمليات الاستيراد من خلال إيجاد بدائل داخلية" من الحساب الرسمي للحزب 19 نوفمبر 2023.

**تشجيع الاستثمار:** يركز الحزب في الكثير من خطابه على موضوع الاستثمار من خلال تطوير الشراكات الدولية وجذب الاستثمارات الأجنبية التي تسعى لتحسين بيئة الأعمال في الجزائر والتي تتطلب بنية تحتية قوية في مجال الاستيراد والتصدير حيث أكد الأمين العام للحزب في أجد خطاباته " إن الجزائر نفذت على مدى سنتين مجموعة تدابير قادرة على تشجيع استئناف وتقوية الاستثمار ولها الفضل في كسر قيود الفاعلون الاقتصاديون الوطنيون والأجانب" من الحساب الرسمي للحزب 17 ديسمبر 2023.

**جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم** لا يركزان على موضوع الاستيراد والتصدير وذلك راجع في تقديرنا إلى الأولويات السياسية على حساب الاقتصادية.

**رقمنة القطاع الاقتصادي:** أبانت النتائج عن بروز حزب جبهة القوى الاشتراكية في طرح موضوع رقمنة القطاع الاقتصادي وذلك بنسبة (33،18%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (14،12%)، وبنسبة ضعيفة يليهما حزب جبهة التحرير الوطني ب(41،3%)، في حين أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يظهر في خطابه أي موضوع يخص رقمنة القطاع الاقتصادي.

شجعا حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم الخطوة التي قامت بها الدولة الجزائرية في مجال تعميم الشفافية والمصدقية على القطاع الاقتصادي من خلال إدخال الرقمنة على المعاملات الاقتصادية وأشاد الحزبين بهذه الخطوة وجاء هذا على بمناسبة الملتقى الدولي الاثنين 19 فيفري 2024 بعنوان "السيادة الرقمية للدولة: سياسات وتجارب مقارنة" التي شارك فيها السيد الرئيس عبد المجيد تبون داعيا فيه إلى تسريع التحول الرقمي من أجل تكريس الشفافية وكذا من أجل الاقتصاد في الأموال من جهة أخرى<sup>1</sup> ويمكن تفسير موقفهما الرغبة في:

- إبراز المعارضة البناءة التي تهدف إلى الإصلاح.
- تبني التوجهات العالمية، حيث أن الرقمنة عموما تتماشى والتوجهات العالمية.
- ✓ تعزيز الابتكار وريادة الأعمال، حيث الرقمنة توفر بيئة مناسبة لتعزيز الابتكار وريادة الأعمال.

<sup>1</sup> المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري: تسريع الرقمنة الشاملة لكل القطاعات: خبراء يثمنون قرارات رئيس الجمهورية، 19. 02. 2024، تم التصفح يوم 27 جويلية 2024، على الساعة 00:12، متاح على الرابط <https://bit.ly/3ye1xga>

✓ ضغط الحكومة لتحسين السياسات الاقتصادية، من خلال تسليط الضوء على موضوع الرقمنة يمارس الحزبين ضغوطا على الحكومة لتطوير سياسة رقمنة الاقتصاد وإدارة الموارد الاقتصادية بشفافية والمحافظة على ذلك وأظهر السيد صادق في جلسة برلمانية أهمية الرقمنة في إضفاء الشفافية وغياب تطويرها من جهة أخرى قائلا "إن رقمنة الاقتصاد توجه إيجابي، لكن أين هي نجد في كثير من الأحيان قوانين دون تجسيد، ونحن لا نشكك أن في السياسة الرقمية التي تريد القضاء على الفساد، إنما نظرنا نحن نرى بالحاجة إلى دراسة تجارب دولية مثل تركيا لقد عملت على تطوير حكومة إلكترونية في تطبيق واحد" من الحساب الرسمي للحزب 30 نوفمبر 2023.

بينما لوحظ ضعف إلى انعدام الاهتمام بموضوع رقمنة القطاع الاقتصادي بالنسبة جهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي ويمكن تفسير ذلك ب:

✓ يتمتع الحزبين بخلفيات سياسية تقليدية قديمة، حيث تميل أجندتهما إلى التركيز على القضايا التقليدية مثل الاستقرار السياسي والتنمية والبنية التحتية وليس عن التحولات الرقمية، لأهداف تكمن في الحفاظ على القواعد الانتخابية التقليدية وعدم المخاطرة بطرح سياسات غير تقليدية قد لا تتماشى والشرائح الأوسع من المجتمع التي اعتادت الأوراق.

✓ صعوبة التغيير المؤسسي: رقمنة القطاع الاقتصادي تتطلب إصلاحات جذرية في هيكلية المؤسسات، وهو ما يقاومه الحزبين لارتباطهما الوثيق بالنظام الإداري القديم وبالتالي تجنب إثارة خطاب أو تبني سياسة تحمل معها تحدي يحمل في طياته تحولا رقميا.

وبما أن الحزبين حاكمين فلهذه النظرة الضعيفة تأثير سلبي على الجزائر يتمثل في:

- ضعف التنافسية الاقتصادية: عدم الاهتمام بالرقمنة يمكن أن يجعل الاقتصاد الجزائري أقل قدرة على المنافسة في الأسواق العالمية حيث أصبحت الرقمنة الآن هي الجزء الأكثر أهمية في التنمية الاقتصادية الحديثة.
- الفشل في إدراك أهمية التحول الرقمي قد يؤدي إلى تفويت فرص هامة لتطوير البنية التحتية الاقتصادية.
- الإبقاء على الأنظمة التقليدية قد يعني بقاء البيروقراطية وعدم الفعالية في الإدارة الحكومية.

رغم الجهود المبذولة من طرف رئاسة الجمهورية وكذا إطاراتها في مجال رقمنة القطاع الاقتصادي ومختلف القطاعات والتي لا ينكرها المتابع للأوضاع السياسية والاقتصادية والأمنية ... الشائكة التي واكبت العهدة الانتخابية للرئيس بعد 2019، إلا أنه وبمنظرة تقييمية فإن اهتمام الحكومة والأحزاب السياسية خطابي أكثر منه واقعي يميل نحو البعد السياسي والشفافية في التسيير أكثر منه إجراءات وسياسات، خاصة بالمقارنة مع التوجهات الغربية وحتى العربية فإنها قطعت أشواطاً طويلة منذ عقود في تنمية اقتصاد حديث رقمي تجاوز

المكينات والتطبيقات الإلكترونية وعملية الشراء الإلكتروني وإلى غير ذلك، إلى متاجر دون صناديق دفع، استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات المبيعات وإدارة المخزون، الأسواق عبر الإنترنت، البنوك الرقمية، العملات الرقمية، توظيف الروبوتات في البنوك والمتاجر... إلخ، أما في الجزائر وعلى سبيل المثال لا الحصر فإننا وإلى غاية إجراء هذا التحليل لا توجد مكاتب لتبديل العملة الصعبة بطريقة قانونية، في هذا الموضوع وفي إطار دراسة نظرية للباحث محمد حاج قاسي تطرق فيها لموضوع التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة القطاع الاقتصادي وكذا الإدارات العمومية كانت إشكالياتها الرئيسية: رغم الجهود المبذولة؟ لماذا لا يزال الواقع الميداني يكشف العديد من الصعوبات التي تعرقل مبادرات الدولة الجزائرية في مسار التحول الرقمي؟ توصل فيها إلى نتائج هامة مفادها بضرورة تزويد الاقتصاد الرقمي بعمال أكفاء والعمل على تهيئة بيئة تنظيمية جديدة توفر إطارا قانونيا يسمح بتقبل الابتكارات الرقمية وكذا تطوراتها، كما أكد أن جذب وتطوير الشركات الناشئة الرقمية لن يتأتى إلا بالتمويلات المناسبة كما أوصت الدراسة بضرورة تحلي السلطات العليا للبلاد بالإرادة السياسية الرشيدة والقوية والرؤية الواضحة في مشروع التحول الرقمي الاقتصادي.<sup>1</sup>

**الطاقات المتجددة:** ظهرت فئة الطاقات المتجددة بنسب ضعيفة أعلاها كانت لحزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة قدرها (13,36%)، يليه بنسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (10,96%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (3,51%)، أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم فلم يطرح أي فكرة تخص شأن الطاقات المتجددة.

بداية مع حزب جبهة القوى الاشتراكية حيث أشار في خطابه إلى التوجه نحو الاستدامة البيئية من خلال التركيز على الطاقات المتجددة، كما يدعو لإيجاد حلول للتحديات الاقتصادية حيث تعتمد الجزائر بشكل كبير على النفط والغاز كمصدر رئيسي للدخل ومع حدوث تقلبات أسعار النفط والتهديدات البيئية فإن التركيز على الطاقات المتجددة يظهر وعيا بالتحديات الاقتصادية والسعي لإيجاد بدائل مستدامة، ويذكر الحزب كذلك موضوع تعزيز سيادة الاقتصادية للجزائر من خلال تقليل التبعية لمصادر الطاقة التقليدية التي تخضع غالبا لتقلبات السوق العالمية، وهذا يعكس إجمالا تبني الحزب لأفكار تقدمية وابتكارية تتماشى والتطورات العالمية.

بينما يدعو حزب التجمع الوطني الديمقراطي إلى الاستفادة من الإمكانيات الطبيعية الفريدة، حيث تمتلك الجزائر مستويات عليا من الإشعاع الشمسي خاصة بالمناطق الصحراوية الشاسعة، ويدعو لاستغلالها في توليد طاقة نظيفة ومستدامة، ويرى بأن هذا يساهم في خلق فرص عمل جديدة في مجالات تركيب وصيانة

<sup>1</sup> محمد حاج قاسي: التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة الاقتصاد والإدارات العمومية، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 2، 2022، ص ص (1116-1117).

وتشغيل تقنيات الطاقة المتجددة، في حين نجد أن حزبي حزب جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم اهتمامهما ضعيف ومنعدم بموضوع الطاقات المتجددة أما الأول فيعود إلى التمسك بالسياسات الاقتصادية القديمة التي تتمحور حول النفط والغاز لارتباطها بمصالح اقتصادية للدولة، خاصة أن عائدات الجزائر من النفط والغاز هي المصدر الرئيسي للدخل القومي، وهذا ما يجعل التحول الجذري أمرا صعبا.

**الدعم الفلاحي:** طرحت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة موضوع الدعم الفلاحي بنسبة ضعيفة قدرت إجمالا ب(4.86%)، وتباينت في ذلك فنجد أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي طرحها بنسبة قدرها (10.90%) بينما حزب جبهة التحرير الوطني طرحها بنسبة قدرت ب(8.54%)، في حين أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يطرحا في خطابها أي موضوع يخص الدعم الفلاحي.

أظهرنا حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني اهتماما واضحا بضرورة الالتزام بتحقيق التنمية الريفية وتحقيق التنمية المتوازنة بين المناطق الحضرية والريفية، حيث يعتبر القطاع الفلاحي ركيزة أساسية لدعم الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي في الريف وأهم قطاع يمكنه أن يساهم في تحقيق الأمن الغذائي للجزائر وعليه فإن الاهتمام بالدعم الفلاحي يبرز التزام الحزبين بتعزيز الإنتاج المحلي وتقليل الاعتماد على الواردات، ومن جهة أخرى فإن هذا الاهتمام يحمل بعد سياسي قوامه كسب التأييد السياسي في المناطق الريفية اللذين يعتمدون بشكل كبير على النشاط الفلاحي وهو مصدر دخلهم اليومي مما يزيد من القاعدة الانتخابية للحزبين.

مع منتصف السنة 2023، مثل تزويد منتجي الحبوب بالبذور مجانا، رفع دعم الأسمدة إلى(50%) والمساعدة في إنجاز الآبار وتنصيب أنظمة الري التكميلي بنسبة (60%) تخصيص جزء من الميزانية قدرها 1,48 مليار دينار لشراء العتاد الفلاحي والتوجه نحو مناطق الجنوب لإنشاء أقطاب زراعية خاصة بالزراعة المكثفة في أزيد من 400 ألف هكتار من الأراضي، وكذا إعادة بعث مشروع السد الأخضر من طرف رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون<sup>1</sup>، ونلاحظ من خلال هذا تداخل خطاب الحزب في شأن الدعم الفلاحي مع توجهات الحكومة في ذات الخصوص وهذا يؤكد الرغبة في تعزيز الاستقلالية الغذائية وتحقيق قدر أكبر منها مع تقليل الاعتماد على الواردات من خلال تعزيز الأمن الغذائي الوطني، أما فيما يخص جبهة القوى وحركة مجتمع السلم لم يتطرقا لأي موضوع يخص الدعم الفلاحي لاختلافات أيديولوجية سياسية فمعظم تركيزهما كحزبين معارضين يخص الإصلاح السياسي والحكومة والديمقراطية وحقوق الإنسان، كما أنهما ينتهجان خط

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية: الأمن الغذائي في صلب أولويات الدولة في 2023 مع دعم متعدد الأشكال للفلاحين، 1. 01. 2024، تم التصفح يوم 28 جويلية 2024، على الساعة 39: 10، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dRhDeg>

الإصلاحات الهيكلية وتحقيق المطالب الشعبية، رغم أن جغرافيا حزب جبهة القوى الاشتراكية في مناطق زراعية من قبائل الجزائر والتي تحتاج دعم فلاحى على عكس المناطق الحضرية.

**محاورة المضاربة والاحتكار:** ظهرت فئة موضوعات محاورة المضاربة والاحتكار بنسب ضعيفة أعلاها طرحا كان حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (11,66%)، يليه بنسب متساوية حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي مع نسب (3,73% و 3,63%)، في حين أن حزب جبهة التحرير الوطني لم يطرح أي موضوع يخص شأن محاورة المضاربة والاحتكار.

حزب جبهة القوى الاشتراكية يعتبر المضاربة والاحتكار من أبرز مظاهر الفساد التي تضر بالاقتصاد الوطني نظرا لتوجه الحزب نحو العدالة الاجتماعية بشكل أشكالها ومنها الاقتصادية، وبناء على ذلك فهو يوجه خطاب يدعو الدولة للحد من مستوى محاورة المضاربة والاحتكار والدعوة لإصلاحات هيكلية في القوانين المنظمة للقطاع الاقتصادي وكذا العقوبات، حيث كرست الدولة الجزائرية جهودها في هذا المجال، من ناحية الرقابة على الأسواق وتقنين بعض أسعار المواد الأولية غير أن الحزب يرى بضرورة وجود إصلاح اقتصادي سياسي يعمل على تغيير جذري ليس مؤقت، رغم أن الحزب هو الوحيد الذي ركز على موضوع اقتصادي هام مثل محاورة المضاربة والاحتكار والذي يخص المواطن البسيط ومشاكله اليومية إلا أنه لم يقدم بدائل منطقية واقعية وقابلة للتنفيذ، بل طرح خطاب يقيم السياسات العامة للدولة، خاصة نظرا لصعوبة السيطرة الكاملة على الأسواق خاصة غير الرسمية منها والتي تنتشر بكثرة، وكذا نقص الوعي الاستهلاكي للمواطنين وأهمية التبليغ عن الممارسات الاحتكارية، الفساد الإداري والمالي وإلى غير ذلك تجعل من الصعب الحد التام للمضاربة واحتكار المواد الاقتصادية.

بينما لوحظ على حزب حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني اهتمام ضعيف إلى منعدم غير دال على وجود اهتمام بطرح خطاب يتعلق بموضوع محاورة المضاربة والاحتكار.

**دعم المشاريع المصغرة والابتكار:** جاء اهتمام الأحزاب السياسية عينة الدراسة بموضوع المشاريع المصغرة والابتكار ضعيفا، وأعلى نسبة طرح كانت لحزب جبهة التحرير الوطني مع نسبة (9,40%)، يليه بنسبة أضعف حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (3,73%)، أما فيما يخص حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي لم يظهر اهتمام بهذا الموضوع حيث لم يظهر أي فكرة في خطابها تشير إليه.

نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني يهتم لحد مقبول بموضوع دعم المشاريع المصغرة والابتكار ومن سمات ذلك:

✓ تشجيع الابتكار وريادة الأعمال وهو نهج حكومي.  
✓ تعزيز الشفافية والمساءلة وكذلك هو نهج حكومي، حيث يسعى رئيس الجمهورية إلى توفير بيئة مشجعة لريادة الأعمال من خلال تقديم بعض التسهيلات تمويلية وحتى إدارية للشباب المبتكرين لهدف خلق فرص عمل جديدة وتحفيز النمو الاقتصادي المستدام.

أحزب حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي ظهرت باهتمام ضعيف إلى منعدم بالموضوع ويعود ذلك إلى:

✓ الرؤية المحدودة: عدم التطرق للمشاريع المصغرة قد يعكس محدودية وزاوية نظر محدودة اتجاه تطوير الاقتصاد الجزائري والتي تقتصر على رؤية تقليدية - الزراعة، الصناعة، التجارة، النفط - رغم التوجهات العالمية الحديثة في مجال الاستثمار في المشاريع الصغيرة ومتابعتها.

**الزراعة:** لم تظهر الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اهتمام بموضوع الزراعة، فظهرت بنسب ضعيفة مقارنة، وأكثر من أولى هذا الموضوع اهتمام هو حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (12،5%) ويتقارب منه حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي بنسب (3،73% و3،63%)، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يظهر أي اهتمام بالقطاع الزراعي.

يركز حزب جبهة التحرير الوطني على موضوع الزراعة من خلال تأكيده على أهمية تحقيق الأمن الغذائي كعنصر أساسي في السيادة الوطنية والاستقرار الاجتماعي، كما أبدى إدراكا بأهمية الاستجابة للتحديات الاقتصادية والبيئية، كذلك حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي يركزان على السياسات الكلية، وهذا يعكس ضعف اهتمام الحزبين بالزراعة والانشغال بسياسات الاقتصاد الكلي مثل الاستثمارات الكبرى والبنى التحتية، وهذا يعكس اهتمام الحزبين بتحسين بيئة الأعمال وجذب الاستثمارات الكبيرة بدلا من التركيز على الزراعة.

نجد حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يذكر في خطابه أي فكرة تخص القطاع الزراعي رغم أهمية هذا القطاع من مناطق نشاط الحزب وهي القبائل الكبرى والتي يعتمد معظم سكانها على الزراعة كمصدر للعيش، وقد يعود هذا للاعتقاد بأن الزراعة ليست جزءا أساسيا من الحل للمشاكل الاقتصادية التي تواجه البلاد.

إن توظيف الأحزاب لموضوع الزراعة كان محتشما وغير حاسم الخطاب كما أنه يوحي بعد اكتمال الأفكار وصعوبة تحليل الخلفيات ومنه يمكننا الحكم بأنه ضعيف جدا باعتبار أنه احتل المرتبة رقم 10 من 16 موضوع وللتذكير فإن الموضوعات الاقتصادية عامة احتلت المرتبة 7 من بين 9 موضوعات، وتبرير حكمنا أن الجزائر بلد زراعي ممتاز نظرا لما يتوفر من مناخات متنوعة ما يجعلها بلدا قادرا على إنتاج أصناف متنوعة

من المنتجات الغذائية، غير أنها تستورد ذلك الجزء الناقص من احتياجاتها السنوية المتمثل في القمح ويعد هذا من أبرز العوائق أمام اكتمال أمنها الغذائي<sup>1</sup>، وإن هذا العامل له بعد تاريخي للاستعمار الفرنسي الذي ساهم في تغيير ملامح الزراعة الجزائرية، ونعتبر أن هذا أكثر مساهم تاريخيا في تردي الزراعة في الجزائر بعد الاستقلال الوطني خصوصا أن الفلاح التقليدي الجزائري وهو النمط الشائع يمتلك خبرة في إنتاج الحبوب وتربية المواشي، ونضيف أن مساهم في تحرر القطاع الزراعي من التبعية الغذائية للخارج وإلى تحقيق جل متطلبات الأمن الغذائي هو استغلال الصحراء الجزائرية الشاسعة في الزراعة حيث احتلت صدارة الإنتاج الجزائري مما أضاف لمسة هامة على القطاع الزراعي في الجزائر محررا إياها من استيراد الخضر بكل أنواعها والفواكه إلى الاكتفاء الذاتي منها..

**التجارة:** جاءت نسب فئة التجارة ضعيفة أعلاها من شأن حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (8،54%)، وأضعفها لحزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (1،81%)، أما حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم فلم يظهر أي فكرة تخص القطاع التجاري.

يدعو حزب إلى جبهة التحرير الوطني إلى تقليل الاعتماد على الموارد الطبيعية من خلال تطوير قطاع التجارة وتحفيز الصادرات في مختلف المجالات، كما يؤكد على ضرورة تطوير البنية التحتية التجارية، ومما لاحظنا خلال التحليل أن الخطاب السياسي للحزب حول موضوع التجارة ينزاح نحو العمومية، وهو غير واضح تماما كما أنه نابع من رغبته في إظهار قدرته على الإصلاح الاقتصادي وهو من مطالب الحراك الشعبي 2019 فالتركيز على التجارة كوسيلة لتعزيز الثقة لدى الشعب وفي قدرة الحكومة على تنفيذ إصلاحات اقتصادية حقيقية تسهم في تلبية تطلعات الشعب كما تسهم في زيادة عدد الناخبين.

كما نلاحظ عدم توظيف موضوع التجارة من طرف الأحزاب السياسية الثلاث الأخرى.

عموما لاحظنا تدني نسبة الاهتمام بموضوع التجارة وللإشارة أنها احتلت المرتبة 11 من بين 16 إلى واقع الاقتصاد الجزائري الذي يعتمد على المحروقات بالدرجة الأولى التي تساوي (89%) مع نهاية 2023 وبداية 2024<sup>2</sup>، وهذا يكشف أن الاقتصاد الجزائري ليس بذلك الاقتصاد الذي يركز على السوق الحرة والتجارة والصادرات بحكم قلة وجود التصنيع وقلة الإنتاج الفلاحي الذي بالكاد يغطي التراب الوطني، يمكننا الاستنتاج أن المحروقات غطت الفكر الاقتصادي الجزائري خلال عقود طويلة وبالتالي فإن الخروج من هذا

<sup>1</sup> الجزيرة: الزراعة في الجزائر.. تجارب لتحقيق الاكتفاء الذاتي وتحديات تقنية مناخية، 18. 02. 2023، تم التصفح يوم 16 جوان 2024، على الساعة 16:42، متاح الرابط <https://bit.ly/4hdXmSY>

<sup>2</sup> الإذاعة الجزائرية: رئيس الجمهورية- صادرات الجزائر خارج المحروقات تقارب ال 13 مليار دولار، 11. 07. 2023، تم التصفح يوم 27 جوان 2024، على الساعة 10: 18، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/29060>

الفكر يستوجب اجتهاد متعدد الأطراف من الحكومة والفاعلون السياسيون والاقتصاديون والأحزاب السياسية رفقة المؤسسات والشركات وأصحاب المشاريع وكذا مؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني ....

**السياحة:** أظهرت الأحزاب السياسية الجزائرية اهتمام شبه منعدم بالقطاع السياحي تصدرها حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (6,83%)، أما أحزاب **التجمع الوطني الديمقراطي** و**جبهة القوى الاشتراكية** وكذا **حركة مجتمع السلم** لم تطرح أي فكرة تخص الشأن السياحي.

يهتم **جبهة التحرير الوطني** بإبراز التنوع الجغرافي والثقافي للجزائر والموروث التاريخي والفني كما يؤكد على ضرورة دعم المشاريع السياحية من خلال التركيز على تطوير المشاريع مثل المنتجعات والفنادق، وتطوير البنى التحتية القوية للسياحة، غير أن الخطاب السياحي يتجه نحو ترويج السياحة الداخلية أي تشجيع الجمهور على اكتشاف بلده.

**الأحزاب الثلاث الأخرى** لم تذكر أي فكرة تخص الشأن السياحي في الجزائر ويعود ذلك إلى:

✓ قلة الوعي بأهمية السياحة.

✓ التخوفات الأمنية.

**ملف العمل والتشغيل:** ظهر موضوع التشغيل والعمل ضعيف في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة وتصدرها حزب **جبهة التحرير الوطني** فئة موضوع العمل والتشغيل بنسبة (5,12%)، في حين أن أحزاب **التجمع الوطني الديمقراطي** و**جبهة القوى الاشتراكية** وكذا **حركة مجتمع السلم** لم تطرح أي فكرة تخص موضوع التشغيل والعمل.

يعكس تركيز حزب **جبهة التحرير الوطني** على العمل والتشغيل توافقه مع الأجندة الوطنية التي تضع تحسين الاقتصاد وتوفير فرص العمل من أهم أولوياتها، كما أنه يشير إلى محاولة التحكم في التوترات الاجتماعية الناجمة عن البطالة والفقر، والتركيز على فرص العمل يساعد في تقليل الاحتجاجات الاجتماعية أو الاضطرابات السياسية، مما يساهم في الحفاظ على الاستقرار الأمني للبلد، نلاحظ أن **الأحزاب الأخرى** لا تتجه بأي فكرة من خطابها السياسي نحو موضوع العمل والتشغيل.

**ترشيد النفقات:** ظهر موضوع ترشيد النفقات في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة شبه منعدم، تصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (3,33%) واقترب منه حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (1,70%)، في حين أن حزبي **التجمع الوطني الديمقراطي** و**حركة مجتمع السلم** لم يظهر أي اهتمام بالموضوع الخاص بترشيد النفقات.

ركز حزب جبهة القوى الاشتراكية على الشفافية في إدارة الموارد يعكس التركيز على ترشيد النفقات اهتمام الحزب بالشفافية في إدارة الموارد المالية والمحاسبة على الإنفاق الحكومي، كما أنه يعمل على انتقاد سياسة الحكومة من الناحية المالية حيث يبرز الحزب رفضه للأسلوب الحالي في إدارة الموارد المالية، ويمكن أن يوظف هذا الأسلوب في تعزيز مكانة الحزب كمعارض قوي، أي التأثير على الناخبين الذين يشعرون بالقلق من الفساد وسوء إدارة الموارد المالية، وهذا يساهم في بناء قاعدة دعم قوية للحزب تستند إلى المطالبة بإصلاحات مالية، باقي الأحزاب لم تطرح الموضوع ضمن خطابها أي فكرة تخص ترشيد النفقات حيث تختلف أيديولوجيا الأحزاب السياسية وأجندتها في طرح القضايا للنقاش في خطابها السياسي ونوع ذلك إلى:

- الافتقار إلى رؤية اقتصادية واضحة.
- تفادي النقد المباشر للحكومة.
- الاعتماد على التمويل الحكومي، غياب ذكر الإنفاق الحكومي ناتج عن اعتماد بعض الأحزاب على الدعم المالي الحكومي وعدم رغبتها في انتقاد أسلوب إدارة الإنفاق رغبة في تجنب تبعات ذلك تنظيميا وماليا.

**الصناعة:** ظهرت موضوعات القطاع الصناعي شبه منعدمة في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (2,56%)، في حين أن أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية وكذا حركة مجتمع السلم لم تطرح أي فكرة تخص الشأن الصناعي.

كل الأحزاب لا تضع أهمية لموضوع الصناعة في خطابها السياسي رغم أهميته الكبرى ويعود ذلك في تقديرنا إلى:

- ✓ غياب رؤية إستراتيجية للصناعة أي ضعف رؤية تخطيطية من الأحزاب لتطوير هذا القطاع أو اعتباره أقل أهمية من غيره مثل الطاقة والزراعة.
- ✓ تأثير الاضطرابات الاقتصادية والسياسية التي تواجه الجزائر مثل انخفاض أسعار النفط والاضطرابات الاجتماعية مما يجعل من الصعب على الأحزاب التركيز على قطاع يتطلب استثمارات طويلة الأجل، خاصة والحاجة الملحة إلى الاستجابة للأزمات الاقتصادية والسياسية الحالية.
- ✓ غياب ضغط الجمهور: يتجلى أنه هناك نقص في الضغط على الأحزاب من طرف الناخبين في الاهتمام بقضايا الصناعة مقارنة بالقضايا الأخرى مثل البطالة والأجور ..، أي كل ما يؤثر على حياتهم اليومية.

**التمويل البنكي:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع التمويل البنكي، ونوع ذلك إلى نقص الخبرة في الشؤون المالية من طرف الأحزاب وقلة الإطلاع على قضايا

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

القطاع المالي والمصرفي، وقد يكون ذلك بسبب عدم وجود كوادرات متخصصة في الحزب، مما يجعلها تناقش قضايا غير تفصيلية ولا تحمل معرفة فنية معقدة.

عدم استيعاب أهمية التمويل البنكي في التنمية الاقتصادية: للتمويل أهمية في تنمية المشاريع وتحفيز النمو الاقتصادي، وغياها يدل على نقص الوعي بدور النظام البنكي في دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتعزيز التنمية الاقتصادية الشاملة، على رغم وجود بعض الجهود الحكومية في المجال مثل صندوق التمويل الجزائري المخصص بالكامل للشركات الناشئة، الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية أناد (ANADE).

الاعتراف الضمني بوجود تحديات تنظيمية في السياسات البنكية مما يجعل الأحزاب تتجنب النقاش حول هذه القضية، ويشير هذا أن الأحزاب على دراية بالمشاكل البنكية ولكنها تفضل عدم مناقشتها علنا ربما بسبب نقص الحلول أو عدم الرغبة في إثارة موضوعات معقدة أو عدم التدخل في شؤون تراها الأحزاب من اختصاص الدولة.

الجدول رقم 19 : يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الاجتماعية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

الموضوعات الاجتماعية	جبهة التحرير الوطني		جبهة القوى الاشتراكية		التجمع الوطني الديمقراطي		حركة مجتمع السلم		المتوسط الحسابي
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	%
الفئات الهشة	16	7.80	2	5.90	5	12.19	5	1.75	6.91
قضايا الشباب	17	8.29	4	11.76	10	24.39	41	14.38	14.70
قضايا المرأة	65	31.70	00	00	00	00	89	31.22	15.73
قضايا الطفل	00	00	00	00	00	00	00	00	00
الأجور والقدرة الشرائية	67	32.68	12	35.29	00	00	87	30.52	25.13
العدالة الاجتماعية	9	4.39	12	35.29	00	00	6	2.10	8.96
الآفات الاجتماعية	2	0.97	00	00	5	12.22	00	00	3.29
الدعم الاجتماعي	19	9.26	4	11.76	15	36.58	13	4.56	16.54
السكن والبنية التحتية الحضرية	7	3.41	00	00	3	7.31	16	5.61	4.08
الرعاية الصحية والصحة العامة	3	1.50	00	00	3	7.31	28	9.86	4.66
المجموع	205	%100	34	%100	41	%100	285	%100	%100

الجدول رقم 20: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات الاجتماعية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	78,677	3	26,226	4,374	,005
Intragroupes	3363,369	561	5,995		
Total	3442,046	564			

يظهر الجدول أعلاه رقم 19 الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، ويبين الجدول رقم 20 قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (4,374) وللإشارة هي قيمة منخفضة تشير إلى أن التباين بين المجموعات ليس مرتفع، غير أن البيانات تُظهر أن مستوى الدلالة يساوي (0,005) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 78,677، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 3363,369 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة نسبياً تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق دالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يساوي 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف نوعاً ما في طرحها للموضوعات الاجتماعية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات الاجتماعية على الترتيب التالي:

تصدرت فئة الأجور والقدرة الشرائية بنسبة قدرت ب(13،25%)، تليها فئة الدعم الاجتماعي بنسبة (16،54%)، ثم مباشرة فئة قضايا المرأة بنسبة (15،73%)، ثم فئة قضايا الشباب مع نسبة (14،70%)

تليها فئة العدالة الاجتماعية مع نسبة مقدرة ب (8,96%)، تليها الفئات الهشة بنسبة (6,91%)، ثم بنسب متقاربة فئتي السكن والبنية التحتية الحضرية و فئة الرعاية الصحية والصحة العامة (4,66%) و (4,08%)، مباشرة فئة الآفات الاجتماعية بنسبة (3,29%)، أما فئة قضايا الطفل فلم تظهر في خطاب الأحزاب، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**الأجور والقدرة الشرائية:** أظهرت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اهتماما مقبولا بموضوع الأجور والقدرة الشرائية من خلال خطابها عبر فيسبوك، تصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (35,29%) وتقاربا معه حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسب (32,68% و30,52%)، أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يظهر أي فكرة تخص موضوع الأجور والقدرة الشرائية.

يتبنى حزب جبهة القوى الاشتراكية نهجا اجتماعيا يساريا يركز على العدالة الاجتماعية والتوزيع العادل للموارد، وهذا يعكس التزام الحزب بتحسين الظروف المعيشية للطبقات العاملة والمتوسطة وتعزيز العدالة الاجتماعية والاقتصادية من خلال زيادة الأجور وتعزيز القدرة الشرائية، كما يتبنى الحزب موقفا نقديا تجاه السياسات الاقتصادية للحكومة الحالية، د، من خلال تسليط الضوء على أهمية هذه القضايا وتأثيرها على حياة المواطنين، يسعى الحزب لرفع نسبة الوعي الاجتماعي، عموما امتاز خطاب الحزب بالعمومية ومفاده تحقيق العدالة الاجتماعية بين الأفراد من خلال دراسة الأجور والرفع من مستوى القدرة الشرائية خاصة للمواطن البسيط.

من جهة أخرى جبهة التحرير الوطني يدعم مساعي الدولة في رفع القدرة الشرائية والأجور ويلتزم بسياسة الحكومة الحالية وتوجهها الاقتصادي والاجتماعي، حيث خصصت الدولة أعلفة مالية هامة في ميزانية 2024 للتحويلات الاجتماعية قيمتها 2900 مليار دينار توجه الحصة الأكبر منها نحو دعم أسعار المواد الأساسية، 603,761 مليار دينار منها لدعم أسعار الحبوب والزيت والسكر والحليب، أما فيما يخص الدعم المباشر وغير المباشر خصصت له 8000 مليار دينار<sup>1</sup>.

الاستجابة لمطالب الحراك الشعبي: دعم الحزب لمساعي الدولة في رفع القدرة الشرائية والأجور هو استجابة لأحد مطالب الحراك الشعبي بتحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، وهذا لضمان استمرارية الدعم الشعبي للحزب، كما أنه أحد الالتزامات الانتخابية 54 سنة 2019 للرئيس عبد المجيد تبون، ولحزب حركة مجتمع السلم نظرة سلبية تشير إلى عدم الرضا عن السياسات الاقتصادية الاجتماعية للحكومة وهي

<sup>1</sup> سمية يوسف: كل شيء عن رفع الأجور والقدرة الشرائية، جريدة الخبر، 6. 11. 2023، تم التصفح يوم 29 جويلية 2024، على الساعة 19:31، متاح على الرابط <https://www.elkhabar.com/press/article/236184>

قانونية نظرا لانتقاده وعدم موافقته على قانون المالية التصحيح والجديد ومنه ما يتعلق بزيادة الأجور وتحسين القدرة الشرائية، وكتبت الصحف في ذلك تصريح لرئيس حركة مجتمع السلم عبد العالي حساني قائلا فيه أن " إن البيانات الاقتصادية تبدو مقلقة للغاية حيث يسجل ارتفاع في مستويات الدين العمومي الداخلي المستحق على الخزينة العمومية حاليا حوالي 115 مليار دولار، بما يمثل (48%) من الناتج الداخلي الخام وهو ما يمثل حجم الميزانية العامة السنوية لسنة 2024<sup>1</sup>، وحذر في الكثير من خطابه من السياسات الانفرادية التي تضيع الفرص تلو الأخرى واختلاف المقاربات المطروحة عن الواقع المعاش، وأشار إلى المنظومة البيروقراطية، ومقاومة التغيير من طرف بعض الجهات، وأكد على انتشار مظاهر الفساد وتراجع القدرة الشرائية واضطراب السوق وارتفاع الأسعار وندرة بعض المواد وغياب الرؤية بعيدة المدى، وهذا يعكس اهتمام والتزام الحزب بالدفاع عن حقوق الفئات المهمشة والسعي لتحسين أوضاعهم من خلال سياسات اقتصادية واجتماعية شاملة وذكر ضمن إحدى جلساته البرلمانية موضوع ارتفاع أسعار السيارات موجهها خطابا ناقدا للسلطة قائلا "إن تدشين شركة خاصة بإشهار مجاني أمر سيء وغير مقبول أو احترافي، لو صنعتها الجزائر نحن معكم في التدشين والإشهار، لكن سيارة من الخارج بإشهار مجاني هل هذا إنجاز؟" من الحساب الرسمي للحزب 29 نوفمبر 2023.

حزب التجمع الوطني الديمقراطي يعكس الحزب في معظم خطابه ثقة تامة في سياسات الحكومة وبالتالي لا يظهر اهتمام ببعض القضايا، وما أكد لنا ذلك قول الأمين العام للحزب حول خطاب رئيس الجمهورية أمام البرلمان "إننا نعبر عن اعتزازنا بالمكاسب والإنجازات التي حققها الرئيس طوال أربع سنوات مثل الإصلاحات الدستورية.. مراجعة سلم الأجور وإعفاء أصحاب الدخل الضعيف من الضريبة وكذا إقرار منحة البطالة التي صانت كرامة مليوني شاب" من الحساب الرسمي للحزب 25 ديسمبر 2023.

الدعم الاجتماعي: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي موضوع الدعم الاجتماعي بنسبة (36,58%)، وينسب أضعف جاء حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (11,76%)، ويليه مباشرة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (9,26%)، أما الأقل طرحا للموضوع كان حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (4,56%).

يُظهر حزب التجمع الوطني الديمقراطي توجهها نحو كسب ثقة المواطنين من خلال التأكيد على التزامه بقضايا الدعم الاجتماعي والتضامن مع الطبقات الدنيا والمتوسطة خاصة والوضعية الاقتصادية الصعبة التي يمر بها المجتمع، وجاء في بيان الحزب بعد خطاب رئيس الجمهورية أمام البرلمان بغرفتيه " يثمن الحزب مجهودات

<sup>1</sup> العربي الجديد: قلق سياسي من مؤشرات الاقتصاد وتآكل القدرة الشرائية في الجزائر، 20. 01. 2024، تم التصفح يوم 29 جوان 2024، على الساعة 22:00، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dmy2Ya>

السيد الرئيس .. وفي التزامه بالطابع الاجتماعي من خلال حماية القدرة الشرائية للمواطن والحفاظ عليها وحماية كرامة الشباب من خلال إقرار منحة البطالة بالرغم من الأزمات الصحية والاقتصادية العالمية" من الحساب الرسمي للحزب 25 ديسمبر 2023.

بينما يهتم حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بالتركيز على الإصلاحات الهيكلية ويرى أن الدعم الاجتماعي ليس كافيا بل يجب التعاون والحوار لإحداث إصلاحات هيكلية وسياسات اقتصادية جذرية وأكثر فعالية وهذا من خلال التوجه نحو العدالة الاجتماعية، **جبهة التحرير الوطني** يتجه في هذا الموضوع نحو الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي وتعزيز شرعيته السياسية من خلال تقديم الدعم للفئات الاجتماعية الفقيرة والمتوسطة.

**حركة مجتمع السلم** لا يهتم بشكل كبير بموضع الدعم الاجتماعي، رغم أيديولوجيته الإسلامية التي تدعو للتكافل الاجتماعي غير أن خطابه منطقي أكثر منه إسلامي، ومعارض لسياسات الحكومة. **قضايا المرأة**: تصدر حزبي **جبهة التحرير الوطني** **حركة مجتمع السلم** فئة موضوع قضايا المرأة وذلك بنسب (31,70% و31,27%)، في حين أن حزبي **جبهة القوى الاشتراكية** و**التجمع الوطني الديمقراطي** لم يطرحا أي فكرة تخص قضايا المرأة في خطابهما.

يهتم حزب **جبهة التحرير الوطني** بتعزيز دور المرأة في المجتمع وهذا ما يتماشى والتوجهات العالمية نحو تحقيق المساواة وتمكين المرأة، ويتسم خطاب الحزب بالتركيز على أهمية مشاركة المرأة في مختلف مجالات الحياة العامة بما في ذلك الاقتصاد والسياسة والمجتمع المدني، " تنظيم اليوم دراسي موسوم ب " الدور الاقتصادي للمرأة في بناء الجزائر الجديدة بمناسبة اليوم العالمي للمرأة 8 مارس 2024، تنظيم لقاء تحسيسي مع الوجوه البارزة التي ناضلت من أجل قضية المرأة الجزائرية مثل زهور ونيسي وصليحة جفال تطرقوا فيها لتحدي المرأة القيادية ومدى انسجامها مع متطلبات المرحلة.. مع تكريم بعض موظفات الحزب وإطاراته.

مما لوحظ على خطاب الحزب في خصوص المرأة أنه كان مناسباتي خلال 8 مارس 2024 وغائب في الأشهر الأخرى ولا يقدم إضافات قوية ومهمة ولا حتى خطابات قائمة بذاتها مخصصة للمرأة فقط.

فيما يخص حزب **حركة مجتمع السلم** فكان مختلف في طرحه للقضايا المرأة وأكثر إماما من الحزب الأول فيرى أن المرأة عنصر فاعل سياسيا داخل أجنحة الحزب وخارجها ويشير أن ذلك لا ينفي دورها كأم وزوجة وإطار اجتماعي قائم بذاته، كما أن حضورها في خطابه كان مستمرا طول فترة التحليل وليس مناسباتيا رغم تكثيف الخطاب حولها خلال يومها العالمي وبممكننا تفسير اهتمام الحزب بعنصر المرأة وقضاياها

ب:

- ✓ التوفيق بين القيم الدينية والحدائثة للمجتمع الجزائري.
- ✓ دعم المبادرات النسائية، فيدعو لزيادة تمثيل المرأة في المناصب السياسية والقيادية داخل الحزب.
- ✓ تعزيز التكامل بين الدور الأسري والمجتمعي: يشدد الحزب على دور المرأة في الأسرة.
- ✓ كسب تأييد النساء من خلال التركيز على حقوق المرأة، وتعزيز قاعدته الشعبية بين الناخبات.
- ✓ التمكين السياسي للمرأة، يدعم الحزب دور المرأة لتحقيق التمثيل المتكافئ في المؤسسات السياسية ودعم وصولها للمناصب القيادية.

- ✓ التمكين الاقتصادي: تعزيز فرص العمل للنساء ودعم ريادة الأعمال النسائية.
- ✓ أدوار المرأة الفلسطينية في القضية الفلسطينية: المشاركة في النضال وإسقاطها على المرأة الجزائرية رمز الصمود والتضحية وبمناسبة ذلك نظمت إشارات الحزب عدة ندوات سياسية منها "المرأة بين النضال السياسي وواجب النصر 30 ديسمبر 2023 وكذا بمناسبة عيد المرأة تجمعاً شعبياً بقصر المعارض المحمدية في العاصمة بعنوان " نضال ومكتسبات .. المرأة الفلسطينية نموذجاً " من الحساب الرسمي للحزب 5 مارس 2023 .

نعتقد أن تطرق الحزبين السابقين لقضايا المرأة لا يفيد في حل مشكلاتها أو حتى الإحاطة بها، وهذا راجع لكون الشخصيات السياسية تتعامل مع المرأة من منطلق مادي وكمشروع يتأتى من وراءه مصلحة إما كصوت انتخابي وإما كتجميل صورة الحزب بالمساواة، وإما من منطلق تسويق صورة الحزب شامل الأطراف، وحتى من مبدأ الحضور الشكلي للمرأة والقرار السياسي للرجل، ومن دلالة ذلك قلة حضور المرأة في مختلف الاستحقاقات الانتخابية الجزائرية فنجد تمثيل النساء في برلمان الجزائر الأخير لسنة 2021 يساوي (35،8%)<sup>1</sup>، ولعه يجب إعادة النظر في موضوع حضور المرأة من خلال أفكار مالك بن نبي وبنقاش الموضوع الباحثين العرابوي عمر وأرزازي محمد في مقال هام أحد محاوره حول رؤية مالك بن نبي لثمين دور المرأة في إعادة البناء الحضاري فيرى أن المشكل يكمن في الهوة بين الحقوق المكفولة في الشريعة والتي لا يجادل بشأنها أحد وهي آيات المساواة في التعليم وعمارة الأرض والولاية المشتركة أي المسؤولية الاجتماعية المشتركة وبين واقع المرأة المسلمة في الكثير من المجتمعات، فيرى أنه لا يجب أن نكتفي بالإقرار النظري لهذه الحقوق بل نحن بحاجة لتفعيل النص وترجمته لسياسات عامة للدولة وقوانين وضعية وسياسات اجتماعية، إذن فالمطلوب هو الانتقال من تحديد الرؤى والخطابات إلى حيز التطبيق والتنفيذ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الأناضول: برلمان الجزائر.. تمثيل النساء يتراجع والمتهم قانون الانتخاب (تقرير)، 25. 06. 2021، تم التصفح يوم 30 جويلية 2024،

على الساعة 09:39، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dNxNw9>

<sup>2</sup> عمر العرابوي ومحمد أرزازي: إشكالية المرأة في الفكر العربي الإسلامي " رؤية مالك بن نبي نموذجاً"، الناصرية للبحوث الاجتماعية والتاريخية، العدد 01، 2011، ص ص (213-214).

بينما نجد أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي لا يتطرقان إلى أي فكرة تخص قضايا المرأة في خطابهما السياسي، وهذا قد يؤثر على القاعدة الشعبية النسائية للحزبين خاصة اللاتي يعتبرن قضايا المرأة أولوية ويبحثن عن تمثيل سياسي يعكس مصالحهن وأدوارهن.

**قضايا الشباب:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة قضايا الشباب وهذا بنسبة (24,39%)، يليه بنسبة أضعف حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (14,38%)، وتقارب معه حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (11,76%)، وأخيرا حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (8,29%).

يركز حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم على الشباب كقوة انتخابية حيث يمثلون شريحة كبيرة من سكان الجزائر، وبالتالي يعد التركيز عليهم خطوة إستراتيجية لجذب قاعدة دعم انتخابية واسعة، وهم يعتبرون طاقة حيوية وقوة دافعة للتغيير والإصلاح، مما يجعلهم هدفا مهما لحزب يطمح إلى التحديث والتطوير، كما قد يكون هذا التركيز على الشباب من جهة أخرى ناتجا عن ضغوط اجتماعية واحتياجات سابقة تطالب بتحسين أوضاع الشباب وتوفير فرص أفضل لهم خاصة أن معظم المطالبين بالتغيير خلال الحراك الجماهيري 2019 كانوا من فئة الشباب غير الراضين عن الوضع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

يدعو حزب حركة مجتمع السلم إلى تشجيع الشباب على الابتكار وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في تطوير الاقتصاد الرقمي، ويعمل على الدعوة إلى تعزيز التعليم التكنولوجي والمهارات الرقمية، وهو توجه هام يسعى لخلق هوية شبابية للحزب، حزب جبهة القوى الاشتراكية يهدف إلى معالجة التحديات الاقتصادية مثل البطالة والفقر من خلال الدعوة إلى مبادرات تخلق فرص عمل، كما يدعو الشباب إلى المشاركة السياسية اعتقادا أن الشباب هم القوة الدافعة للتحويلات الديمقراطية، بينما حزب جبهة التحرير الوطني ينسجم مع السياسات الحكومية ويعبر الحزب عن توافق مع السياسات الحكومية التي تضع قضايا الشباب كأولوية.

ما تم استنتاجه من خلال الوقوف عند خطابات الأحزاب في خصوص قضايا الشباب أنها خرجت عن المعتاد والمألوف إلى قضايا تُعنى بتمكين الشباب سياسيا ونعتبر أن هذا توجه هام في سبيل تحقيق مطالب الحراك الجماهيري، ويعبر عن رغبة في تجاوز النظرة التقليدية اتجاه الشباب والتي انحصرت في الهجرة غير الشرعية، الآفات الاجتماعية.. كونها قضايا اجتماعية هامة لكنها ليست لصيقة بالشباب فقط لأن الشباب الجزائري يتطلع لمستقبل أفضل يكون فيه فاعلا غير مفعول به.

العدالة الاجتماعية: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة العدالة الاجتماعية بنسبة (29،35%)، يليه بنسبة أضعف حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (39،4%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم جاء بنسبة (10،2%)، أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي فلم يظهر أي اهتمام بموضوع العدالة الاجتماعية.

يسلط حزب جبهة القوى الاشتراكية الضوء على التفاوت الاجتماعي بين الأفراد ويسعى إلى تكريس مبدأ تكافؤ الفرص من خلال التركيز على أهمية المساواة، بالنسبة لحزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم اهتمامهما بالموضوع كان ضعيفا حيث يتجه الحزبين بخطابهما نحو الإصلاحات التدريجية بدلا من الإصلاحات الجذرية التي قد تتطلب تدخلات كبيرة لتحقيق العدالة الاجتماعية، ويرى الحزبين بأن تحقيق العدالة الاجتماعية من وظائف الدولة، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي فلم يتطرق لأي فكرة تحمل مدلول العدالة الاجتماعية نظرا لتركيزه على الاقتصاد وبعض السياسات الدولية.

الفئات الهشة: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة موضوع الفئات الهشة وذلك بنسبة (19،12%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (80،7%)، ثم حزب بنسبة متقاربة حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (90،5%)، أما ضعف نسبة كانت لحزب حركة مجتمع السلم بنسبة (75،1%).

تتمثل الفئات الهشة عموما في أصحاب الدخل المنخفض والبطالين ويركز حزب التجمع الوطني الديمقراطي على الموضوع من خلال إبراز أهمية التضامن الاجتماعي في فكر الحزب، ويعكس هذا رغبة الحزب في استهداف قاعدة انتخابية من الفئات الضعيفة اقتصاديا والذين يشكلون شريحة كبيرة من المجتمع وبالتالي تعزيز قاعدته الانتخابية، من جهة أخرى نجد حزب جبهة التحرير الوطني يركز على الفئات الهشة من مبدأ الالتزام التاريخي، حيث يدافع عن الحقوق الاجتماعية والاقتصادية للمواطنين.

يُعرف حزب جبهة القوى الاشتراكية بموقفه النضالي، ولهذا يزداد اهتمامه بالفئات الضعيفة ودعمها من خلال خطابه السياسي حيث ينتقد التفاوت الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع، ويدعو من جهة أخرى إلى إصلاحات اقتصادية واجتماعية تهدف لتحسين أوضاع الفئات الهشة وتقليل الفقر وعدم المساواة، ويركز كذلك حزب حركة مجتمع السلم على القضايا الخارجية والأمنية في إستراتيجيته الخطابية أكثر مما يركز على الأوضاع الاقتصادية اليومية للمواطن.

السكن والبنية التحتية الحضرية: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة موضوع السكن والبنية التحتية وذلك بنسبة (31،7%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (61،5%)، وبنسبة أقل منها

حزب جبهة التحرير الوطني ب(41،3%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح أي فكرة تخص الموضوع سالف الذكر.

تقاربت أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني في الاهتمام بموضوع السكن والبنية التحتية الحضرية، ويعود ذلك إلى التحديات الحضرية المتزايدة حيث تعاني الجزائر من مشاكل حضرية كبيرة مثل النمو العشوائي للمدن، نقص الخدمات الأساسية، والتحديات المتعلقة بالبنية التحتية، لذا فإن التركيز على هذا الموضوع يعكس إدراكا لهذه التحديات وإبداء رغبة في طرح حلول.

لاحظنا من خلال التحليل تكامل خطاب الأحزاب مع التوجهات العامة للحكومة، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى تحسين البنية التحتية الحضرية وتوفير السكن والتعاون بين الأحزاب والحكومة في هذه المجالات يمكن أن يعزز من قدرة الأحزاب على تقديم نتائج ملموسة، حيث بدأ الرئيس تبون منذ 04 سنوات الاستثمار في قطاع السكن ومرافقة المواطنين للحصول على سكنات لائقة منذ عام 2020 إلى 2024 ..، ويرى حزب جبهة القوى الاشتراكية أن هناك حاجات ملحة أكثر وموضوعات أساسية أهم من الإسكان بل يركز على تحسين السياسات الحكومية والتشاور والحوار مع السلطة لإيجاد حلول، وكما أشرنا سابقا فإن الحزب لا يعمل على تزكية سياسات الحكومة في خطابه إلا فيما يخص السياسات الخارجية.

**الرعاية الصحية والصحة العامة:** أظهر الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اهتمام ضعيف بموضوع الرعاية الصحية والصحة العامة، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (86،9%)، ويليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (31،7%)، وبنسبة أضعف منهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (1،50%)، في حين أن حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يظهر أي اهتمام بطرح هذا الموضوع.

تعد الرعاية الصحية من القضايا الأساسية التي تمه المواطن الجزائري وتركيز خطاب حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي حولها يعزز من شعبيتهما خاصة أن الصحة قضية تلامس حياة الأفراد بشكل مباشر وتثير اهتمامهم، بينما نجد أن حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية لا يُركزان على الموضوع نظرا لاختلافات في أجندات كل حزب بما يتماشى ونظرتهم وكذا إدراك اختلاف الأدوار والمسؤوليات فيرون أن الرعاية الصحية من اختصاص الحكومة التنفيذية أو المجالس المحلية وليست موضوعا ينبغي التركيز عليه في الخطاب الحزبي الرئيسي، وكذا عدم الرغبة في التعهد بالتزامات ملموسة قد لا يستطيع الحزب تنفيذها أو تتطلب موارد ضخمة وتخطيطا طويل الأمد ليس من اختصاص الحزب ولا تستطيع الحكومة ضمان تنفيذه.

نشير أن موضوع الصحة لم يحظى بالاهتمام الكافي من طرف الأحزاب السياسية الأربع وهذا أمر غير صحيح نظرا أن القطاع يعاني من قلة ثقة من طرف المواطنين وهذا ما يجعله مطلباً أساسياً للإصلاح والتغيير ذلك أن التزام الحكومة بتحسين الظروف المهنية والمادية لمنتسبي قطاع الصحة.

**الآفات الاجتماعية:** ظهرت نسب فئة موضوع الآفات الاجتماعية ضعيفة، تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (12,22%)، يليه بنسبة ضعيفة حزب جبهة التحرير الوطني مع (0,97%)، أما حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يظهر أي فكرة تخص موضوع الآفات الاجتماعية في خطابها المنشور عبر فيسبوك.

يركز حزب التجمع الوطني الديمقراطي بكثرة على موضوع الآفات الاجتماعية والتي تؤثر بشكل مباشر على الحياة اليومية للمواطنين مثل البطالة والفقر والعنف والإدمان...، وهذا يعد استجابة للتحديات الاجتماعية التي تواجه المجتمع الجزائري وكل العالم، ويظهر من خلال هذا الاهتمام الرغبة في تعزيز الأمن المجتمعي وبناء مجتمع آمن مستقر، بينما أظهرت باقي الأحزاب اهتمام ضعيف إلى منعدم بموضوع الآفات الاجتماعية، وتجدر الإشارة أن هذا الإهمال قد يكون سلباً على القاعدة الانتخابية لهذه الأحزاب خاصة في تجاهل قضايا داخلية اجتماعية قد تبدو بسيطة ومألوفة غير أنها مشاكل معقدة يعاني منها المواطن وبخاصة الشباب أبعادها - الفقر والبطالة والتهمة - ومخرجاتها الآفات الاجتماعية - الجريمة، السرقة، العنف، المخدرات، الاعتداء..-

**قضايا الطفل:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع قضايا الطفل، ونشير أن الطفل كل شخص دون 16 سنة وترتكز العملية الانتخابية على الأشخاص فوق 18 سنة لهذا لا تستهدف الأحزاب هذه الفئة بخطابها نظراً لعدم تمثيلها سياسياً ويؤثر ذلك على صورة الأحزاب سلباً مثل:

- ✓ ضعف التمثيل لجميع شرائح المجتمع.
- ✓ تحقيق المصالح الانتخابية بدل إلقاء الضوء على فئة مهمة من المجتمع التي تستوجب الحديث عنها وعن قضايا مثل التعليم والترفيه والرعاية الصحية والحماية ضد العنف.
- ✓ فقدان ثقة الأسر والمجتمعات في أحزاب سياسية لا تؤمن مستقبل أطفالها.

الجدول رقم 21: يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الموضوعات الثقافية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
53,88	67,07	163	52,5	63	30,50	18	65,46	163	الإرث الثوري
19,76	20,12	49	26,66	32	18,64	11	13,65	34	الموروث الثقافي
5,44	00	00	5,83	7	13,55	8	2,40	6	الأمازيغية
0,40	1,23	3	00	00	00	00	0,40	1	القطاع الفني
11,11	5	12	9,16	11	18,64	11	11,64	29	الهوية الوطنية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	المواضيع الترفيهية
5,44	3,70	9	00	00	15,25	9	2,81	7	الوحدة الأفريقية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	الوحدة المغاربية
3,97	2,88	7	5,85	7	3,42	2	3,64	9	الوحدة العربية
%100	%100	243	%100	120	%100	59	%100	249	المجموع

الجدول رقم 22: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات الثقافية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	107,852	3	35,951	<b>8,768</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	2734,786	667	4,100		
Total	2842,638	670			

يظهر الجدول أعلاه رقم 21 الموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 22 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الثقافية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (8,768) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 107,852، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 2734,786 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات الثقافية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات الثقافية على الترتيب التالي:

احتلت فئة الإرث الثوري الصدارة في فئات الموضوعات الثقافية بنسبة قدرت ب(53,88%)، تليها بنسبة أضعف فئة الموروث الثقافي مع (19,76%)، تليها بنسبة أقل فئة الهوية الوطنية بنسبة (11,11%)، ثم فئتي الأمازيغية والوحدة الأفريقية بنسب متساوية قدرت ب (5,44%)، تليها مباشرة بنسبة متقاربة فئة الوحدة العربية بنسبة (3,97%)، وبنسبة ضعيفة فئة القطاع الفني مع نسبة قدرها (0,40%)، أما فئتي المواضيع الترفيحية والوحدة المغاربية فجاءت منعدمة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة ويعود ظهور هذه النتائج إلى:

**الإرث الثوري:** تصدر حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني موضوع الإرث الثوري وهذا بنسبة (67,07% و65,46%)، وتقارب معهما حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (52,5%)، أما حزب حزب جبهة القوى الاشتراكية فظهر مع نسبة (5,30%).

تعد الثورة التحريرية أهم حدث تاريخي على الإطلاق في الجزائر ولهذا تهتم بها الدولة الجزائرية والهيئات السياسية والأحزاب والجمهور وهذا أهم ما يبرر كثرة ظهورها في خطابات الأحزاب السياسية ومن أمثلة ذلك نجد في خطاب الأمين العام السابق للأفان أو الفضل بعجي والأمين العام الحالي بن مبارك (نستذكر أرواح شهداء مجازر 17 أكتوبر 1961 اللذين قدموا أرواحهم فداء للوطن، قبل سبعة عقود إلا خريف وفي مثل هذا اليوم 23 أكتوبر من خريف العام الرابع والخمسون تسع مئة ألف ميلادي وبعد مئة وواحد وعشرون سنة من تواجد المستدمر .. ولدت من رحمها جبهة التحرير الوطني، يجدد الشعب الجزائري هذه الليلة 31 أكتوبر العهد مرة أخرى مع ذكرى اندلاع ثورة نوفمبر المجيدة، التي تحل في ذكراها التاسعة والستين.. نحتفي اليوم

بالذكرى الثانية والستون لعيد النصر 19 مارس 1962 بعزة وشموخ مستذكرين حدثا تاريخيا هاما توجهت فيها الثورة الجزائرية بنصر مبين..نحي اليوم 22 مارس الذكرى ال 68 لاستشهاد البطل الرمزي مصطفى بن بولعيد قائد الولاية الأولى التاريخية.. " مقتطفات من الحساب الرسمي للحزب وذلك للأسباب التالية:

- ✓ الارتباط بالتاريخ يساعد في تقوية الروح الوطنية والانتماء بين المواطنين.
- ✓ اكتساب الشرعية السياسية التاريخية.
- ✓ الاستمرارية السياسية وتأكيد دور الأحزاب كحامية للإرث الثوري والمصالح الوطنية.
- ✓ توظيف الرمزية السياسية من خلال إن استحضار رموز الثورة الجزائرية التي تعد بالنسبة للجزائريين رمز التضحية والوفاء وهذا يساعد الحزب في جمع الصفوف حول قضايا وطنية مشتركة.
- ✓ بناء الهوية السياسية للأحزاب، يساعد التركيز على الثورة ومخرجاتها الأحزاب السياسية وخاصة حزب جبهة التحرير الوطني في بناء هويته السياسية وتمييزها عن باقي الأحزاب من خلال ارتباطه القوي بالتاريخ النضالي للبلاد وتحقيقه لهدف الاستقلال ومنه القدرة على قيادة البلاد الآن وقلة البدائل، وهي إستراتيجية انتخابية مهمة ويمكن الحكم عليها بالنجاح خاصة في ظل تصدر الحزب لمعظم الاستحقاقات الانتخابية منذ الاستقلال إلى الآن.

يهتم حزب جبهة القوى الاشتراكية بموضوع الإرث الثوري غير أن اهتمامه به أضعف من الأحزاب الأخرى نسبيا.

**الموروث الثقافي:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الموروث الثقافي وهذا بنسبة (26,66%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم مع (20,12%)، ويتقارب معهما حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (18,64%)، وأخيرا حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (13,65%).

تركز الأحزاب السياسية على موضوع الموروث الثقافي في خطابها نظرا لأهمية ذلك في ترسيخ الهوية الوطنية، فنجد أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي يركز على الموضوع من خلال إبداء الاهتمام بتعزيز الوحدة الوطنية الجزائرية وتعزيز الانتماء والشعور بالتراث الثقافي والتاريخي للبلاد، وهو هدف مشترك كذلك مع الأحزاب الأخرى لتوحيد شرائح المجتمع حول القيم والثقافات المشتركة التي تعكس غنى وتنوع التراث الجزائري من لباس ولغة وموسيقى ونمط حياة وتقاليد وأغاني شعبية...، خاصة أن الجزائر بلد كبير غني بالثقافات المختلفة فكل مدينة من مدن الجزائر تحمل لهجة وثقافة ونمط حياة... مختلفة عن الأخرى غير أنه يجمعها الدين والهوية والوطن والتاريخ المشترك، من جهة أخرى تستخدم الأحزاب الموروث الثقافي كوسيلة لبناء الشرعية السياسية وكسب تأييد المواطنين.

الهوية الوطنية: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة موضوع الهوية الوطنية وهذا بنسبة (18,64%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (11,64%)، يليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (9,16%)، أما آخر حزب طرح موضوع الهوية الوطنية فهو حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (5%).

تشارك الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في تعزيز الوحدة الوطنية ذلك أنها تحمل تاريخ مشترك وهوية مشتركة وتركز الأحزاب على التاريخ الثقافي للجزائريين وتوظف في ذلك موضوعات اللغة والثقافة والتقاليد العلم والنشيد الوطني كقيم مشتركة تعزز الانتماء الجماعي لأفراد الجمهور الجزائري ونجد أن حزب جبهة القوى الاشتراكية يركز على الديمقراطية كقيمة وطنية وكجزء لا يتجزأ من الهوية الوطنية ويسعى للترويج لهذه الفكرة، وحزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي فيسعيان من خلال خطابهما إلى التصدي لأي محاولات لخلق الانقسامات داخل المجتمع الجزائري كما يركزان على الهوية الوطنية ودعم السياسات الحكومية الرامية إلى تعزيز الاستقرار السياسي في الجزائر.

حزب حركة مجتمع السلم يتجه الحزب أكثر نحو القضايا الدولية ذات البعد الإسلامي المشترك والتي تتجاوز الحدود الوطنية، وهنا تجدر بنا الإشارة أنه خلال تحليلنا لمفردات الدراسة طيلة 6 أشهر لاحظنا أنه من أكثر الأحزاب توظيفاً لعناصر الهوية الجزائرية من حيث اللغة واللباس والمناسبات الوطنية، غير أنه لا يوظف ذلك كموضوع لخطابه السياسي.

الوحدة الأفريقية: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الموضوع الثقافي الخاص بالوحدة الإفريقية وذلك بنسبة (15,25%)، يليه بنسب أضعف حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني بنسب (3,70% و 2,81%)، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي فلم يطرح في خطابه أي فكرة تخص موضوع الوحدة الإفريقية.

يؤكد حزب جبهة القوى الاشتراكية على الانتماء للهوية الأفريقية ويؤكد على الروابط التاريخية والجغرافية والثقافية مع دول أفريقيا وهذا في إطار دعم القضايا الأفريقية مثل مكافحة الاستعمار والدفاع عن حقوق الإنسان ومكافحة الفقر والأمراض...، بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي لا تركز على الوحدة الأفريقية ويمكن تفسير ذلك بالنظرة التقليدية تجاه العلاقات الخارجية من خلال التركيز على علاقة الجزائر مع الدول الكبرى والشركاء التقليديين على المستوى السياسي والاقتصادي، وهذا يعكس رؤية محدودة لأهمية الدور الإفريقي.

الأمازيغية: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية موضوع الأمازيغية بنسبة قدرت ب(55،13%)، وبنسب أضعف تلاه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسبة (83،5% و(40،2%)، في حين أن حزب حركة مجتمع السلم لم يطرح في خطابه أي فكرة حول موضوع الأمازيغية.

يرتبط حزب جبهة القوى الاشتراكية تاريخيا بحركات الدفاع عن حقوق الأمازيغ، ويستند إلى إرث طويل النضال من أجل الاعتراف بالهوية الأمازيغية، وهذا يعكس التزاما ثابتا بقضايا الأمازيغية كجزء من الهوية الجزائرية، حيث يظن الحزب بالإقصاء والتهميش ويطالب بسياسات تضمن المشاركة الفعالة لهم في الحياة السياسية، ويرى أن الاعتراف بالأمازيغية يساهم في تقوية النسيج الاجتماعي والوحدة الوطنية في الجزائر، ومن جهة أخرى للحزب دوافع سياسية منها تعزيز القاعدة الشعبية من المناطق الأمازيغية والتي ينشط فيها، وفي المثال التالي تهنئة الأمين العام للحزب للشعب الجزائري بمناسبة حلول السنة الأمازيغية 2973.

*I lmend n useggas amaynut n imaziyen 2974, syisem-iw d yisem imeynasen d tmeynasin n ukabar n tirni n iyallen inemlayen, assirem ameggaz d ibuddan n yisey i wegdu d azzayri sumata , nurğa akken ad yili useggas-agi d tulya n lxir i wegdu d akk , d adeg nniden ger idagen n uressi n tegmatt d tdukli n izzayriyen d tzayriyin.*

من الصفحة الرسمية للحزب 11 جانفي 2024

وحزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني يتوافقان واتجاهات الحكومة منذ القدم وعليه يتجهان إلى دعم وتعزيز الهوية الأمازيغية كجزء من التنوع الثقافي والوطني في الجزائر، وتجدد الإشارة هنا إلى أن طرحهما لموضوع الأمازيغية كان مناسباتيا (رأس السنة الأمازيغية) ليس ضمن الخطاب اليومي العام، حيث جاء كانزياح كلام وليس خطاب مؤسس بذاته، وجاء في خطاب السيد بن مبارك " بحلول السنة الأمازيغية الجديدة 2974 الموافق ل 12 يناير أتمنى لكل الجزائريين والجزائريين أصدق عبارات التهاني ..أسقاس أمقاس" من الحساب الرسمي للحزب 11 جانفي 2024 وجاء مناسبا مع خطاب الرئيس عبد المجيد تبون حيث عنونت الصحف (الشعب أونلاين 11.01.2024) " الرئيس تبون يهنئ الجزائريين بالعام الأمازيغي الجديد"، ( الخبر 11.01.2024) " السنة الأمازيغية الجديدة: تبون يهنئ الجزائريين".

تجنب حزب حركة مجتمع السلم الحديث عن الأمازيغية في خطابه فلم تظهر في أي فكرة.

الوحدة العربية: أظهرت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اهتمام ضعيف بموضوع الوحدة العربية. تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (85،5%)، وتقارب منها باقي الأحزاب - جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية، حركة مجتمع السلم- بنسب قدرت ب(64،3%) و(42،3%) و(88،2%).

نلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي أكثر حزب يهتم بكل ما يخص العلاقات الجزائرية العربية سواء السياسية كما ذكرنا سلفا أو الثقافية ويعكس هذا عموما رغبة في تعزيز العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية مع بعض الدول العربية - اليمن، فلسطين، سوريا، مصر، تونس... - ، ويعتبر هذا جزء من رؤية الحزب لتعزيز مكانة الجزائر في المنطقة العربية والإسلامية، فيما يخص باقي الأحزاب جاءت بنسب متقاربة في نسب توظيف موضوع الوحدة العربية لكن بنسب ضعيفة ويعود ذلك إلى الاهتمامات المختلفة من طرف الأحزاب وكثرة الموضوعات وتشعبها، وكذا التعامل بالنظرة السياسية مع الدول العربية بدل النظرة الثقافية التعاونية.

**القطاع الفني:** تصدرها بنسب شبه منعدمة حزبي حركة مجتمع السلم وحزب جبهة التحرير الوطني بنسب (1،23% و 0،40%)، بينما لم تظهر في خطاب حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي أي فكرة تخص القطاع الفني.

يظهر من خلال النتائج أن نسبة الاهتمام بنشر موضوعات القطاع الفني شبه منعدمة إلى منعدمة وهذا يوحي بضعف الاهتمام بهذا النوع من الموضوعات ويمكن تفسير ذلك بأن القطاع الفني ليس من أولويات الأحزاب وكما أنه ليس من أولويات الحكومة نظرا لوجود قضايا وموضوعات أهم من الفن والفنانين، وهذا يوجه الاهتمام نحو الأجندات المستعجلة بدل التركيز على الفن، إضافة احتمال عدم الفهم الكامل أو التقدير لدور القطاع الفني في بناء الهوية الوطنية ودعم الاقتصاد من خلال الصناعات الثقافية.

**المواضيع الترفيهية:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص المواضيع الترفيهية، وهذا يدل على إهمال الترفيه كجزء من الحياة اليومية وتأثيره على جودة حياة الجمهور المتابع لصفحاتهم على فيسبوك خاصة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت البديل الحالي للجمهور عن وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعد أهم وظائفها الترفيه والتسلية التي حددها لاسويل وبما أن الشبكات تحل محلها، فإن ضرورة نشر المضامين الترفيهية أو حتى الترويج لبعض النشاطات الترفيهية يجب أن تكون سمة وألوية لدى الحزب.

**الوحدة المغربية:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع الوحدة المغربية، ويمكن تفسير هذا بالتركيز على الثقافة الداخلية بدل التطلع نحو الأبعاد الثقافية والإقليمية، كما أن بعض التوترات الثقافية بين الجزائر وبعض دول الجوار فيما يخص الملكية التاريخية لبعض الألبسة التقليدية والرموز الثقافية والأكلات الشعبية وكذا بعض التوترات السياسية تجعل الأحزاب

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

السياسية تميل نحو التحفظ في شأن الوحدة المغاربية وهي تسير على نهج الحكومة في ذلك، تجنبا للمزيد من التوترات.

الجدول رقم 23 : يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوي الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الموضوعات الأمنية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.13	41.89	62	22.59	47	40.42	38	27.65	65	السيادة الوطنية
2.58	00	00	4.80	10	00	00	5.53	13	مكافحة الإرهاب والجريمة
22.41	21.62	32	14.42	30	29.78	28	23.82	56	مكافحة الفساد
9.92	8.78	13	10.09	21	12.76	12	8.08	19	الأمن المحلي
12	14.68	22	12.5	26	00	00	20.85	49	الجيش الوطني
00	00	00	00	00	00	00	00	00	الأمن السيبراني
0.42	00	00	00	00	00	00	1.70	4	الهجرة غير الشرعية
4.38	00	00	8.17	17	00	00	9.36	22	خطاب الكراهية والتحرير
3.55	2.2	3	12.01	25	00	00	00	00	الأمن الغذائي
11.61	10.83	16	15.42	32	17.04	16	3.01	7	الأمن الطاقوي
00	00	00	00	00	00	00	00	00	الأمن الفكري
%100	%100	148	%100	208	%100	94	%100	235	المجموع

الجدول رقم 24: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات الثقافية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	107,852	3	35,951	8,768	,000
Intragroupes	2734,786	667	4,100		

يوضح الجدول أعلاه رقم 23 الموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما جاء الجدول رقم 24 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة **الموضوعات الثقافية** التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (8,768) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 107,852، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 2734,786 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات الثقافية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات الثقافية على الترتيب التالي:

تصدرت فئة **السيادة الوطنية** واحتلالها المركز الأول في تصنيف الموضوعات الأمنية وجاءت بنسبة قدرت ب(33,13%)، تليها بنسبة أقل فئة **مكافحة الفساد** مع نسبة قدرها (22,41%)، تليها فئة **الجيش الوطني** بنسبة (12%)، تليها مباشرة بنسبة (11,61%) فئة **الأمن الطاقوي**، وبنسبة أقل منها قليلاً جاءت فئة **الأمن المحلي** مع (9,92%)، وتقارب فئة **خطاب الكراهية والتحريض** مع فئة **الأمن الغذائي** بنسب (4,38%) و (3,55%) على الترتيب، تليها مباشرة فئة **مكافحة الإرهاب والجريمة** بنسبة (2,58%)، أما فئة **الهجرة غير الشرعية** فنسبتها ضعيفة ومقدرة ب(0,42%)، في حين جاءت فئات **الأمن السيبراني** و**الأمن الفكري** منعدمة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**السيادة الوطنية**: تصدر حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية فئة السيادة الوطنية بنسب (41,89% و 40,42%)، يليه بنسبة أقل حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (27,65%) وتقارب منه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (22,59%).

نلاحظ أن حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية أكثر حزبين ركزا على موضوع السيادة الوطنية الجزائرية، وللإشارة فإن الحزبين من الأحزاب المعارضة وظهرت معارضتهما في الكثير من الخطابات والموضوعات، وأبان هذا الاهتمام عن تبنيهما نهجا واقعيا في الخطاب السياسي حيث يعترفان بالتحديات التي تواجهها الجزائر، كما يُركز الحزبين على السيادة الوطنية ويشددان على أهمية الاستقلالية الوطنية ورفض التدخلات الخارجية في الشؤون الداخلية، وهذا في إطار دعم قرارات رئيس الجمهورية في هذا الشأن خاصة في تأكيده على رفض الاستنادة الخارجية، وكذا في رؤيته نحو الجيش الوطني معتبرا إياه نقطة ارتكاز السيادة الوطنية، يقول السيد صادق " إن الجزائر دولة مستقلة القرار وإن كل دول الجوار تخطب ودنا نحن قوة إقليمية" من الحساب الرسمي للحزب 30 نوفمبر 2023، عموما فإن التركيز على السيادة الوطنية يعكس فهما عميقا للتحديات الجيوسياسية التي تواجه الجزائر في محيطها الإقليمي والدولي.

يدعم حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي اتجاهات الحكومة الجزائرية في المعاملات الدبلوماسية الخارجية ويؤكدان اتفاقهما مع كل ما تبدله من جهود خارجية لصالح الجزائر وأمنها، كتب الأمين العام أو الفضل بعجي " في يومهم الوطني كل التمنيات بالتوفيق للمشتغلين بالسلك الدبلوماسي .. لحرصهم الشديد على إبقاء الجزائر رقما صعبا دوليا وإقليميا .. بتوجيهات رشيدة من السيد رئيس الجمهورية" من الحساب الرسمي للحزب 8 أكتوبر 2023، وقال في خطابه في المؤتمر الحادي عشر " الجزائر سيادة قرارها السياسي، لا تنبطح ولا تتأطى الرأس، هامتها مرفوعة ورايتها عالية شامخة، وسلامها الوطني يصدح بالصوت المدوي وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر" 11 نوفمبر 2023

إن المتابع لكرولوجيا تاريخ الجزائر يدرك أنها محل أطماع استعمارية من قبل فواعل إقليمية ودولية منذ ما قبل الاستعمار الفرنسي إلى الاستعمار الفرنسي، أما عُدّة الاستقلال فعملت الدولة الجزائرية إلى اعتماد عقيدة وطنية من أجل صون سيادتها خارجيا وداخليا، وفي هذا الموضوع ناقش الباحثين هجرسي كريم وبهلول نسيم موضوع مدى نجاعة العقيدة الوطنية بمختلف استراتيجياتها في الحفاظ على السيادة الوطنية منذ الاستقلال، توصلا فيها أن العقيدة الوطنية الجزائرية الشاملة تقوم على أربع مرتكزات وهي **العقيدة السياسية، والعقيدة الدبلوماسية، والعقيدة الأمنية والعقيدة العسكرية**، وهذه الأربع أطرف راجع تحقيقها للمقتضيات الآتية: التدابير الأمنية على الحدود ومساهمتها في حماية الجزائر من بلدان تعيش اضطرابات أمنية، المسارات التعاونية الثنائية والثلاثية الأطراف التي حققت هي الأخرى نتائج هامة، اعتماد الجزائر الوساطة ومبدأ الحوار وتجنب الإقصاء، السياسات الاقتصادية والاجتماعية وحتى بقصورها إلا أنها حققت الأدنى المطلوب<sup>1</sup>، ولهذا

<sup>1</sup> هجرسي كريم وبهلول نسيم: صون السيادة في العقيدة الوطنية الجزائرية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، 2022، ص ص (2204 - 2205).

نعتبر أن هذه العقيدة - تأميم الاقتصاد الوطني، البعد عن الاستدانة من الخارج، حماية الحدود الأفريقية، عدم التدخل في شؤون الدول، احتواء الأطراف السياسية الداخلية، تولى رئيس الجمهورية لمسؤولية الدفاع الوطني، قوة جيش التحرير الوطن... -، ساهمت في الحفاظ على أمن واستقرار القرار السيادي للجزائر.

**مكافحة الفساد:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة مكافحة الفساد بنسبة (29,78%)، يليه حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسب قدرت ب(23,82% و 21,62%)، وآخر حزب هو التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (14,42%).

نلاحظ تقارب النسب بين حزب جبهة القوى الاشتراكية، جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم في اهتمامهم بموضوع مكافحة الفساد ويعد هذا استجابة مباشرة من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية لمطالب الشعب الجزائري الذي عانى من تأثيرات الفساد السياسي والاقتصادي... على حياته اليومية والتنمية الاقتصادية، حيث يُبرز خطاب الأحزاب الثلاث التأكيد على الشفافية والمساءلة كمبادئ أساسية لمكافحة الفساد وتحقيق الحكم الراشد، يُظهر كذلك تركيز الأحزاب على مكافحة الفساد تنافسا على المصادقية السياسية كوسيلة لكسب دعم الناخبين، وهي نفس توجهات الحكومة الجزائرية في محاربة الفساد حيث يُعد رئيس الجمهورية وفق الدستور "القاضي الأول للبلاد" وفي سياق الفساد السياسي ما قبل 2019 أكدت الجهات القضائية، أنه ومنذ رحيل الرئيس بوتفليقة عن الحكم وهي تتعامل مع مئات ملفات الفساد، أهم فيها عدد كبير من المسؤولين، من بينهم 3 رؤساء حكومات، وقائدان للاستخبارات، ورئيسان لسلاح الدرك، ومدير الشرط. وأدين غالبيتهم بعقوبات سجن ثقيلة وملفاتهم مكدسة بالمحكمة العليا<sup>1</sup> وفي ذات الشأن يقول السيد صادق رئيس الكتلة البرلمانية لحركة مجتمع السلم في جلسة برلمانية "إننا نعاني في الجزائر من مشكل حقيقي، فإذا كان المسؤول نزيها فإنه لا يكون كفوًا وإذا كان كفوًا فإنه غالبًا لا يكون نزيها أو مشبوها أو فاسداً وقلما نجد القوي الأمين، لقد استهلكت الجزائر 100 وزير في أربع سنوات ونصف ومئات الولاة ومئات المدراء وهذه حقيقة، وصحيح أن هذه من مسؤوليات الرئيس ولا أحد يتأتى عليه، ولكن نريد أن نعرف كحزب سياسي لماذا ذهب البعض ولماذا أتى البعض ولماذا تحول البعض نريد أن نفهم فقط.. نحن لم نقضي على الفساد لا تخبرونا أنكم فعلتم نحن نملك الأدلة، إن الجزائر تمتلك الترتيب 104 من 180 دولة في مؤشر الفساد إن هذا يسيء لصورة الجزائر" من الحساب الرسمي للحزب 29 نوفمبر 2023.

بينما نجد أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي هو الأقل تركيزا على موضوع مكافحة الفساد ويعود ذلك إلى الارتباط الوثيق بالحكومة، ولتجنب انتقادات داخلية قد تضر بسمعة الحزب، وهو بذلك يتجنب

<sup>1</sup> صحيفة الشرق الأوسط: الجزائر: تبون يشدد على مواصلة القضاء "التصدي للإجرام والفساد"، 6. 11. 2023، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 27: 10، متاح على الرابط <https://bit.ly/3WHYVjX>

إثارة نقاش وحوار عبر الفضاء العام فيسبوك من شأنه أن يرجع تاريخ الفساد في الحزب وإطاراته إلى ذاكرة الجمهور.

**الجيش الوطني:** تصدر حزب جبهة التحرير الوطني الموضوع الأمني الجيش الوطني وهذا بنسبة (20,85%)، يليه بنسبة أقل حزب حركة مجتمع السلم (14,68%)، ثم حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (12,5%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية فلم يطرح في خطابه أي فكرة تخص الجيش الوطني.

يعتبر جيش التحرير الوطني رمزا مهما في تاريخ الجزائر إذ قاد الكفاح المسلح ضد الاستعمار الفرنسي، ويعكس تركيز حزب جبهة التحرير الوطني عليه ارتباطا قويا بتراث النضال الوطني وتأكيدا على دور الحزب كحامل لمشعل التحرير والتغيير، كما يساعد توظيف جيش التحرير الوطني في تعزيز شرعية الحزب الذي تأسس في خضم النضال الوطني، وبالتالي فهو يوظف هذه الخلفية التاريخية للتأكيد على جذوره الثورية كوسيلة لتعزيز مصداقيته واستمراره (عملنا المسلح انطلق من مختلف شعاب الجزائر، سيقمى ذكرى تؤكد استقلال الجزائر، سليل جيش التحرير محسن بإرادة الشعب، الحارس الأمين على حدودنا الوطنية، درع الأمة الضارب).

الاستثمار في الاستقرار الأمني: التركيز على جيش التحرير الوطني يعكس دعما للاستقرار والنظام، يساعد في استعادة جزء من الثقة المفقودة بعد الفساد الحاصل قبل الحراك الجماهيري.

بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم يحاول بناء هوية سياسية مشتركة يستخدم فيها جيش التحرير الوطني كرمز للوحدة الوطنية والهوية المشتركة، التجمع الوطني الديمقراطي يُدعم جيش التحرير الوطني وجهوده في الحفاظ على أمن واستقرار الجزائر، يقول الأمين العام للحزب في أحد خطاباته " إن ما يحدث في الساحل يشكل تهديدا للأمن القومي الجزائري، ثقتنا كبيرة في الجيش الوطني الشعبي وجاهزته للحفاظ على أمن وسيادة البلاد" من الحساب الرسمي للحزب 14 جانفي 2024، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية كان الأقل تركيزا على الجيش الوطني، وهذا يعكس تجنب النهج العسكري في السياسة، حيث نصت المادة 24 من دستور 1988 على أن وظائف الجيش الشعبي الوطني " تتمثل في المحافظة على الاستقلال الوطني، الدفاع عن السيادة الوطنية، كما يضطلع بالحفاظ على وحدة البلاد وسلامتها الترابية وحماية مجالها البري والجوي، ومتخلف مناطق أملاكها البحرية"<sup>1</sup> مما يدل على خلو هذا الدستور من أي مهمة سياسية صريحة للجيش.

<sup>1</sup> محمد البشير أحمدود ومحمد منير حساني: دور الجيش الوطني الشعبي في النظام السياسي في ظل التحولات الإيديولوجية للدولة الجزائرية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، 2021، ص 448.

الأمن الطاقوي: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة موضوع الأمن الطاقوي وهذا بنسبة (17,04%)، يليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (15,42%)، ثم حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (10,83%)، وأضعف نسبة كانت لصالح حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (3,01%).

بداية إن الاهتمام والاعتراف بالدور الحيوي لقطاع الطاقة في الاقتصاد الجزائري المكون من النفط والغاز هو اعتراف ضمني أنه جزء كبير من الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات الحكومية، ويشير التركيز عليه إلى الرغبة في تعزيز الاستقلال الوطني وتقليل الاعتماد على العوامل الخارجية، نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية يركز على قضية المصادر الطاقوية التقليدية التي تكون غالبا عرضة للتقلبات العالمية، وهذا دلالة على رغبة الحزب في تعزيز السيادة الوطنية، وقد قدم ندوة موضوعاتية في الشأن الاقتصادي "إن الجزائر حاليا تعتمد على النفط ومفروض عليها تنويع اقتصادها للحد من خطر تقلبات أسعاره.. إن البديل لتحقيق الأمن هو الاستثمار في قطاعات أخرى مثل الزراعة والطاقة المتجددة وتكنولوجيا المعلومات والتصنيع..". من الصفحة الرسمية للحزب 5 فيفري 2024، بينما حزب التجمع الوطني الديمقراطي ويعمل على الترويج للاستثمار في الطاقة لتأمين إمدادات طاقوية مستقرة، كما أنه يبرز من خلال خطابه تعزيزه لموقف الجزائر في السوق الدولية كمنتج ومصدر رئيسي للطاقة في العالم، أما حزب حركة مجتمع السلم فيسعى للترويج للطاقات المتجددة وضرورة تطويرها لتعزيز الأمن الطاقوي ويرى أن الوصول إلى الطاقة الآمنة والمستدامة هو جزء من تحقيق العدالة الاجتماعية، ويقول في ذلك السيد صادق رئيس الكتلة البرلمانية "رفعنا في الجزائر منذ 80 سنة شعار التخلص من المحروقات، لكن اعتقد أننا بعد 50 سنة لا نزال نكرر الشعارات نحن لم نشتغل على الخيارات وأهدرنا الكثير من الفرص" من الحساب الرسمي للحزب 29 نوفمبر 2023، فيما يخص جبهة التحرير الوطني له توجه حكومي نحو الموضوع حيث يعتمد الحزب على سياسات الدولة والحكومة التي ينظر إليها على أنها كافية لضمان أمن الطاقة.

الأمن المحلي: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة موضوع الأمن المحلي وذلك بنسبة (12,76%) يليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (10,09%)، في حين تساوى حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني بنسبة (8,73% و8,08%).

نلاحظ تقارب نسب توظيف موضوع الأمن المحلي في خطاب الأحزاب الأربع عينة الدراسة بشكل ملحوظ ونوع ذلك إلى:

- ✓ توافق في الأجندة السياسية، يعتبر الأمن المحلي أولوية قصوى.
- ✓ التنافس السياسي، تشير النسب المتقاربة إلى وجود تنافس بين الأحزاب لكسب تأييد الناخبين.

خطاب الكراهية والتحريض: ظهر موضوع خطاب الكراهية والتحريض بنسب ضعيفة، أعلاها حزب حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (9،36%)، وبنسبة قريبة حزب التجمع الوطني الديمقراطي ب(17،8%)، أما حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يظهر في خطابهما أي فكرة تخص خطاب الكراهية والتحريض.

يسعى حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي إلى تعزيز فكرة الوحدة الوطنية وتجنب التفرقة وتعزيز الهوية المشتركة بين المواطنين وحدة اللغة والدين والتاريخ والثقافة وتعزيز الانتماء للوطن وأهمية حمايته، وأبان خطاب الحزبين عن التزامهما بتعزيز السلم الاجتماعي ومحاربة كل ما يهدد استقرار وخاصة يركز حزب جبهة التحرير الوطني على خطاب الكراهية داخل صفوف الحزب في حد ذاته ليس بين فئات المجتمع، ومن سمات توظيفهم لذلك:

✓ التكيف مع الظواهر الجديدة، حيث يعد خطاب الكراهية عبر الفضاء العام لشبكات التواصل الاجتماعي أشد خطورة من خطاب الكراهية في الفضاء العمومي في الأماكن العامة ولهذا يسعى الحزبين إلى إلقاء الضوء على هذا الخطر المجتمعي.

بينما لم يظهر حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم أي فكرة تخص خطاب الكراهية في منشوراتهم ويؤخذ على الحزبين تجاهل موضوع مهم مثل خطاب الكراهية والتحريض وهذا يُفسر على أنه تجاهل للظواهر السلبية التي تؤثر على النسيج الاجتماعي، وتوحي بضعف في إستراتيجية الاستجابة للمشكلات الاجتماعية التي تتطلب اهتماما فوريا، وهذا ما يمكن أن يؤثر على صورة الحزب سلبا وعلى صورة الحزبين كمدافعين عن حقوق الإنسان والتعايش السلمي.

الأمن الغذائي: ظهر موضوع الأمن الغذائي بنسبة ضعيفة، تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (12،01%)، ونسبة أضعف حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (2،2%)، أما حزب جبهة التحرير الوطني وحزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرحا أي فكرة تخص موضوع الأمن الغذائي.

نلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي أكثر حزب يهتم بموضوع الأمن الغذائي وجاء هذا الخطاب في إطار محاولة لنشر الوعي بأهمية تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، يعبر هذا الاهتمام عن تجاوب الحزب مع التحديات العالمية مثل تقلبات أسعار الغذاء والأزمات الاقتصادية، أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية فهي لا تهتم بموضوع الأمن الغذائي حيث أن أجندة الأحزاب الثلاث تتجه في كثير من المواضيع نحو السيادة الوطنية والديمقراطية والحرية وهذا نظرا لجاذبية هذه الموضوعات لشريحة أكثر من الناخبين، وعموما يشير هذا إلى قلة تنوع الخطاب الحزبي وعدم الاستجابة

إلى التغيرات الاجتماعية والاقتصادية الحديثة، وهذا مؤشر على تكرار الخطاب التقليدي دون تقديم بدائل اقتصادية وأمنية للمواطن الجزائري.

**مكافحة الإرهاب والجريمة:** ظهر موضوع الإرهاب والجريمة بنسب ضعيفة، تصدرها حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي وهذا بنسب (5,53% و 4,80%)، في حين لم يطرح حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم أي فكرة تخص موضوع الإرهاب والجريمة.

نلاحظ أن حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي يركزان على موضوع الأمن والاستقرار ويوليان أهمية قصوى لضرورة مكافحة الإرهاب والجريمة وضمان سلامة المواطنين، ويظهران دعم مطلق للقوات الأمنية - جيش التحرير الوطني، الدرك الوطني، سلك الشرطة- مما يعكس دعما واضحا لقوات الأمن والجيش في جهودها لمكافحة الإرهاب والجريمة المنظمة، بينما نلاحظ تركيز حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم على موضوعات أكثر شمولية ولا تتطرق لموضوع الإرهاب والجريمة.

**الهجرة غير الشرعية:** ظهرت فئة الهجرة غير الشرعية شبه منعدمة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (1,70%)، بينما لم تظهر باقي الأحزاب السياسية طرحا للموضوع في خطابها المنشور عبر فيسبوك، ونوعز هذا الضعف والانعدام إلى:

- ✓ الرغبة في تجنب القضايا الحساسة التي من الممكن أن تثير الجدل أو الانقسامات داخل.
- ✓ إستراتيجية إعلامية محدودة، حيث يشير غياب الخطاب حول الهجرة غير الشرعية إلى إستراتيجية إعلامية تفضل التركيز على موضوعات تعتبرها الأحزاب أكثر جذبا للناخبين أو أقل إثارة للجدل.

**الأمن السيبراني:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع الأمن السيبراني ويمكن تفسير ذلك ب:

- ✓ نقص الوعي بالتحديات السيبرانية والأمن السيبراني وتأثيره على الأمن القومي.
- ✓ تجنب القضايا المعقدة تقنيا، حيث قد تكون غير مفهومة بالنسبة للجمهور.
- ✓ تجنب النقاشات التقنية التي قد تتطلب معرفة وخبرة متخصصة، قد لا يمتلكها الحزب وإطاراته.

**الأمن الفكري:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع الأمن الفكري، ذلك إهمالا واضحا للقضايا الفكرية والثقافية التي تتطلب رؤية بعيدة المدى وإستراتيجية شاملة مثل التطرف الفكري والانحرافات الفكرية ولعل هذا راجع إلى تأثير البيئة الثقافية المحلية،

الأقل اهتماما بالقضايا الفكرية وأكثر تركيزا على التحديات الاقتصادية والاجتماعية بدلا من قضايا الأمن الفكري.

الجدول رقم 25 : يوضح التوزيع الكمي للموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

الموضوعات الدينية	جبهة التحرير الوطني		جبهة القوى الاشتراكية		التجمع الوطني الديمقراطي		حركة مجتمع السلم		المتوسط الحسابي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
المرجعية الدينية	50	25	60	3	15,62	5	22,28	39	36,97
المؤسسات الدينية	16	8	00	00	50	16	15,42	27	20,35
الشعائر الدينية	34	17	40	2	34,38	11	62,30	109	42,68
المجموع	100%	50	100%	5	100%	32	100%	175	100%

الجدول رقم 26: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الدينية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الموضوعات الدينية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	13,471	3	4,490	6,422	,000
Intragroupes	180,395	258	,699		
Total	193,866	261			

يوضح الجدول أعلاه رقم 25 الموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 26 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الموضوعات الدينية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (6,422) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 13,471، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 180,395 وهذا يشير

إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها للموضوعات الدينية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجنحة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات الدينية على الترتيب التالي:

سيطرت فئة الشعائر الدينية بنسبة (42,68%)، ثم تليها فئة المرجعية الدينية بنسبة (36,97%)، أما فئة المؤسسات الدينية فنسبتها (20,35%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

الشعائر الدينية: تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة الشعائر الدينية وهذا بنسبة (62,30%)، يليه بنسبة أقل حزب جبهة القوى الاشتراكية ب(40%)، بينما تقارب حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسب (34,38% و 34%) .

إن هذه النتائج تبدو منطقية خاصة بالنسبة لحزب حركة مجتمع السلم ذلك أنه من أعرق الأحزاب الإسلامية في، إذ يسعى إلى توظيف الرمزية الدينية، محاولاً إبراز صورة إيجابية عن الدين الإسلامي الوسطي غير متطرف وتقديم نموذج جديد عن الحزب السياسي الإسلامي المعتدل، ومن جهة أخرى الالتزام بالقانون الأساسي للحزب حيث يؤكد في الفصل الثاني المادة 02 أنه ينطلق المرجعيات التالية: الإسلام، بيان أول نوفمبر 1954، الدستور الجزائري وقوانين الجمهورية...، واستكمال بناء الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة ضمن إطار المبادئ الإسلامية كما نص عليها بيان أول نوفمبر 1954، اعتماد مبادئ الشريعة الإسلامية مصدراً أساسياً للتشريع - الموقع الرسمي للحزب -، بينما يستفيد حزب جبهة القوى الاشتراكية من الشعائر الدينية في خطابه كأداة لتحقيق التوازن بين الحداثة والدين.

بينما نجد حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني يهدفان إلى تعزيز الهوية الإسلامية كجزء من الهوية الثقافية الوطنية، وهذا ما يتماشى مع الجهود الرامية إلى دعم التقاليد والممارسات الدينية الاجتماعية مثل الإفطارات الجماعية في رمضان، وهو نوع من تحقيق للانسجام مع المشاعر الدينية للمواطنين

بغرض تعزيز مكانتهما كأحزاب تهتم بقضايا الجمهور وتشاركه نفس العقيدة والدين والهوية والعادات، أيضا توظيف الدين كعامل للتوحيد.

**المرجعية الدينية:** تصدر حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني فئة المرجعية الدينية بنسب (60% و 50%)، يليهما حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (28،22%)، ثم حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (62،15%).

نلاحظ أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني يوظفان المرجعية الدينية - العقيدة الإسلامية، القرآن الكريم..- في خطابهما السياسي أكثر من الأحزاب الأخرى، وذلك يعكس رغبتهما في كسب تأييد الفئات المتدينة من الجمهور، بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم يسعى إلى إعطاء أهمية كبرى للهوية الإسلامية وهذا يتجلى في تركيزها على المرجعية الدينية في خطابها السياسي، وتعتبر الحركة أن القيم الإسلامية يجب أن تكون الأساس في بناء المجتمع الجزائري..

**المؤسسات الدينية:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة المؤسسات الدينية وذلك بنسبة (50%) يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (16%)، ثم حركة مجتمع السلم بنسبة (42،15%)، بينما لم يتطرق حزب جبهة القوى الاشتراكية إلى أي فكرة تخص موضوع المؤسسات الدينية.

يتفق حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني مع سياسات الحكومة وجهودها في دعم المؤسسات الدينية ويعكس خطابهما توافقا مع السياسات الحكومية التي تدعم المؤسسات الدينية كجزء من خطة شاملة لتحسين البنية التحتية الدينية والاجتماعية، ونشير أن خطاب الحزبين كان بمناسبة افتتاح السيد رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون للمسجد الأعظم في الجزائر وهو ثالث مسجد في العالم والأكبر إفريقيا مع أعلى مئذنة في العالم يبلغ ارتفاعها 267 مترا، أي 43 طابقا وتم بنائه بتكلفة قدرها 750 مليون يورو<sup>1</sup>، كتب الأمين العام بن مبارك في تغريدة على منصة تويتر (X) "جامع الجزائر الأعظم نبراس الوسطية المعتدلة، معلم محوري لترسيخ المرجعية الدينية ومركز إشعاع علمي ومكسب حضاري ومعماري للأمة.. فهنيئا للجزائر" من الحساب الرسمي للحزب 25 فيفري 2024.

حيث نظم حزب التجمع الوطني الديمقراطي جلسة فكرية بعنوان "الأدوار الحضارية والثقافية والسياحية لجامع الجزائر نشاطها الدكتور عبد الرحمن طيبي ومجموعة أخرى من الدكاترة والأئمة والدعاة، واعتبره الحزب "إنه مفخرة الجزائر والعالمين العربي والإسلامي، وحصنا متينا للمرجعية الدينية في البلاد من خلال إعلاء قيم

<sup>1</sup> سكاى نيوز عربية: الافتتاح الرسمي في الجزائر لثالث أكبر مسجد في العالم، 25. 02. 2024، تم التصفح يوم 3 جويلية 2024، على الساعة 08: 57، متاح على الرابط <https://bit.ly/3WNDP3J>

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

الوسطية والتطرف مع خالص التشكرات لرئيس الجمهورية على سهره الدؤوب على إنجاز.. من الحساب الرسمي للحزب 26 فيفري 2024، أيضا حزب حركة مجتمع السلم فرحب بإنجاز المسجد الأعظم من أجل لنشر هذا الخطاب الديني وتوجيه المجتمع نحو القيم الدينية الإيجابية، وتعزيز الممارسات الدينية اليومية في المجتمع وتشجيع الأفراد على الالتزام بالشعائر الإسلامية.

حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يوظف أي فكرة تخص المؤسسات الدينية في خطابه السياسي ولعل ذلك راجع إلى توجهه العلماني والتزامه بفصل الدين عن السياسة من خلال تفادي الاستغلال السياسي للدين وهو موقف يعكس الحرص على عدم تسييس الدين أو استخدامه لتحقيق مكاسب سياسية.

الجدول رقم 27: يوضح التوزيع الكمي لموضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		موضوعات التربية والتعليم
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.88	15	3	00	00	00	00	17.64	3	مرئية الجامعات
59.01	30	6	100	2	00	00	47.05	8	الانفتاح العلمي
11.30	55	11	00	00	00	00	35.31	6	رقمنة قطاع التربية والتعليم
00	00	00	00	00	00	00	00	00	إصلاح المنظومة التربوية
%100	%100	20	%100	2	%100	0	%100	17	المجموع

الجدول رقم 28: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
موضوعات التربية والتعليم					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	,627	2	,313	,586	,562
Intragruppes	19,271	36	,535		
Total	19,897	38			

يظهر الجدول أعلاه رقم 27 موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 28 من أجل قياس

التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها ، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (0,586) بمستوى دلالي يساوي (0,562) وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول، نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 0.627، بينما التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 19.271 وهذا يشير إلى أن التباين داخل المجموعات هو المسيطر، مما يعني أن الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية لا تختلف بشكل كبير عن بعضها البعض، حيث أن قيمة (F) المنخفضة تعكس أن التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها ليس كبيراً، مما يعني عدم وجود فروق بين المجموعات، وبما أن مستوى الدلالة (Sig) هو 0.562، وهو أكبر من 0.05، فإن ذلك يعني أن الفروق بين المجموعات ليست ذات دلالة إحصائية، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها لا تختلف بشكل كبير في طرحها لموضوعات التربية والتعليم في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي الظاهرة في الجدول الكمي أعلاه يمكننا ترتيب الفوارق البسيطة بين الأحزاب الأربعة على النحو التالي:

تُظهر النتائج سيطرة فئة الانفتاح العلمي بنسبة قدرت ب(59,01%)، تليها بنسبة أقل فئة رقمنة قطاع التربية والتعليم مع (30,11%)، والمرتبة الثالثة تعود لفئة مرئية الجامعات بنسبة قدرت ب(10,88%)، أما فئة إصلاح المنظومة التربوية فلم تظهر في خطاب الأحزاب السياسية المدروسة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

الانفتاح العلمي: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي موضوع الانفتاح العلمي بنسبة (100%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني وذلك بنسبة (47,05%)، يليهما حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (30%)، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي فكرة تخص الانفتاح العلمي.

إن التركيز على الانفتاح العلمي يعكس رغبة حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني في تطوير رأس المال البشري من خلال الاستثمار في التعليم والتكنولوجيا، وهي رؤية تقدمية إصلاحية، إضافة لذلك الاهتمام بالعلم والمعرفة يعكس محاولة لتلبية تطلعات الشباب الذين يشكلون نسبة كبيرة من السكان والذين يرغبون في مستقبل يعتمد على الابتكار والمعرفة، ويدعو حزب حركة مجتمع السلم إلى التركيز على تطوير تكنولوجيا محلية ودعم الشباب والدفع بهم نحو تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال

تطوير العلوم والتكنولوجيا العلمية، بينما نجد حزب جبهة القوى الاشتراكية لا يطرح أي فكرة تخص الانفتاح العلمي.

**رقمنة قطاع التربية والتعليم:** تصدر حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني موضوع رقمنة قطاع التربية والتعليم بنسب (55% و31,35%)، أما حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي لم يطرحا أي خطاب حول موضوع رقمنة قطاع التربية والتعليم.

يُدعم حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني جهود وزارة التربية والتعليم في مواكبة التحولات الرقمية إذ أصبحت الرقمنة جزءا لا يتجزأ من عملية التعليم والتعلم في العصر الحديث، وهي تساعد في تحسين كفاءة العملية التعليمية خلال توفير وسائل تفاعلية متنوعة تسهل وصول المتعلمين إلى مصادر المعلومات، وما عزز ظهور هذا التوجه هو جائحة كوفيد 19 حيث أبانت عن الحاجة الملحة لرقمنة قطاع التعليم لضمان استمرارية العملية التعليمية في حالات الطوارئ، حيث حقق القطاع في مسار الرقمنة استخراج أكثر من مليون ملف من منصة تقييم المكتسبات في الطور الابتدائي، ورقمنة الحركة التنقلية للأساتذة مع تلبية رغبات (93%)، وكذا اعتماد نظام صفر ورقة، فضلا عن منصة توظيف الأساتذة المتعاقدين، تعميم الدفع الإلكتروني الخاص باستحقاقات القطاع<sup>1</sup>، تبدو هذه المخرجات منطقية نظرا أن أول خطوات رقمنة قطاع التربية والتعليم كانت مع بدايات سنة 2015، خاصة صعوبة تعميم الإجراءات نظرا لضعف البنية التحتية ولكثرة المؤسسات التعليمية الجزائرية خاصة منها الطور الابتدائي في المناطق الريفية وعدم توفر خدمات الانترنت ..

بالنسبة لحزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي لم يذكر في خطابهما ما يخص موضوع رقمنة قطاع التربية والتعليم.

**مرئية الجامعات:** تصدر حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم موضوع مرئية الجامعات بنسب (17,64% و15%)، أما حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي لم يطرحا أي خطاب حول موضوع مرئية الجامعات.

يُدعم حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم الابتكار والتقدم العلمي في إطار الإشادة بإنجازات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي خاصة بالنسبة لحزب حركة مجتمع السلم حيث يرى بأهمية خطوة الوزير كمال بداري في تعزيز دور الجامعة كشريك اقتصادي من خلال تشجيع القطاع للطلبة على التوجه نحو

<sup>1</sup> الإذاعة الجزائرية: بلفريطس: الانتهاء من 12 مشروع رقمنة قطاع التربية قبل جوان القادم، 26. 03. 2024، تم التصفح يوم 1 أوت 2024، على الساعة 10:10، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/42821>

الابتكار واقتصاد المعرفة خاصة، حيث تم تسجيل بداية 2024 ما يقارب 1700 مشروع مؤسسات صغيرة، 1400 براءة اختراع، 3800 مشروع في منصة startup.dz علاوة على مناقشة 6075 مشروع متعلق بالابتكار في الأطوار الجامعية الثلاث<sup>1</sup>، وهذا في إطار تنفيذ الالتزام رقم 41 لرئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، ويؤكد الحزب على أهمية تأهيل الخريجين لسوق العمل من خلال تحسين مرئية الجامعات وتحسين فرصهم الوظيفية من خلال تقديم تعليم عالي الجودة يلبي احتياجات السوق، ومنه تشجيع ريادة الأعمال والابتكار بين الشباب الذي يدفع بالنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة.

أما عن أهمية موضوع مرئية الجامعات الجزائرية وتصنيفها فلم يتطرق حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي له ويعود ذلك لأسباب منها:

- عدم إدراك أهمية التصنيف الدولي وتأثيره على الاقتصاد والمعرفة.
- عدم رؤية البحث العلمي كأولوية وكأداة رئيسية لتحسين التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- يؤخذ على الحزبين هذا الإهمال الذي يؤثر سلبا على صورتها خاصة لدى أوساط الفئات المثقفة والشباب.

إصلاح المنظومة التربوية: لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع إصلاح المنظومة التربوية رغم أهميته الكبرى ونوع ذلك إلى:

- ✓ تعقيدات الإصلاح الذي يتطلب تغييرات هيكلية معقدة ومكلفة.
- ✓ خلافات إيديولوجية -أحزاب علمانية وإسلامية- حول كيفية إصلاح المنظومة التربوية مما جعل الأحزاب تتجنب هذا الموضوع لتفادي النزاعات الداخلية أو مع الأحزاب الأخرى.
- ✓ التأثير على الناخبين: تكون الأحزاب حذرة من طرح قضايا قد تسبب انقسامات بين الناخبين أو قد تؤدي إلى فقدان دعم بعض الفئات.

يؤخذ على الأحزاب السياسية عدم طرحها لموضوع إصلاح المنظومة التربوية في الجزائر خاصة في ظل التحديات التكنولوجية الحالية وانعكاسها على الشباب والأطفال، وهذا ما يبرز عدم قدرتها على وضع حلول أو تقديم الاقتراحات فيما يخص مستقبل البلاد.

<sup>1</sup> الشعب أونلاين: بداري يؤكد على ضرورة جعل الجامعة قاطرة للاقتصاد الوطني، 14. 01. 2024، تم التصفح يوم 1 أوت 2024، على الساعة 10:36، متاح على الرابط <https://bit.ly/3Wz8vVf>

الجدول رقم 29 : يوضح التوزيع الكمي لموضوعات النشاطات الداخلية للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		موضوعات النشاطات الداخلية للحزب
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
46,60	59,25	320	58,87	146	30,11	53	38,20	191	خرجات ميدانية
12,67	4,07	22	13,30	33	18,75	33	57,14	70	نشاطات الأمين العام
3,99	12,59	68	2,41	6	00	00	0,98	5	نشاطات برلمانية
2,37	3,14	17	1,20	3	3,40	6	1,77	9	عرض مواعيد إعلامية للحزب
30,63	12,77	69	24,22	60	45,45	80	40,11	203	العلاقات العامة الداخلية للحزب
3,74	8,18	44	00	00	2,29	4	4,37	12	مناقشة قرارات
00	00	00	00	00	00	00	00	00	استطلاعات الرأي العام
%100	%100	540	%100	248	%100	176	%100	506	المجموع

الجدول رقم 30: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
موضوعات النشاطات الداخلية للأحزاب					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	233,785	3	77,928	<b>23,603</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	4787,407	1450	3,302		
Total	5021,192	1453			

يظهر الجدول أعلاه رقم 29 موضوعات النشاطات الداخلية للأحزاب السياسية التي طرحتها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة الفيسبوك، وجاء الجدول رقم 30 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (23,603) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 233,785، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 4787,407 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير في طرحها لموضوعات النشاطات الداخلية في خطابها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب أولويات موضوعات النشاطات الداخلية للحزب على النحو التالي:

سيطرت فئة الخرجات الميدانية بنسبة (46,60%)، تليها فئة العلاقات العامة الداخلية للحزب بنسبة (30,63%)، أما فئة نشاطات الأمين العام فجاءت بنسبة (12,67%)، فيما سجلت فئتي النشاطات البرلمانية و مناقشة قرارات نسب متقاربة تقدر ب(3,99%) و(3,74%) على الترتيب، وتتقارب معهما فئة عرض مواعيد إعلامية للحزب مع نسبة قدرت ب(2,37%)، أما آخر فئة فهي استطلاعات الرأي العام التي لم تسجل أي نسبة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية.

خرجات ميدانية: ظهرت فئة الخرجات الميدانية بنسبة كبيرة، تصدرها حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي وهذا بنسب (59,25% و58,87%)، يليه حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية بنسب (38,20%) و(30,11%)

من الملاحظ اعتماد الأحزاب الأربع على الاتصال المباشر مع الجمهور من خلال الخرجات الميدانية وتمثل هذه الخرجات في - اللقاءات الجهوية، الزيارات الولائية، اللقاءات الجماهيرية، الملتقيات الوطنية، الندوات السياسية، زيارات الأعضاء ومناضلي الأحزاب المتقاعدین، زيارة أولاد وأحفاد شهداء ومجاهدي الثورة الجزائرية، معاينة مكاتب الحزب، تنظيم إفطارات جماعية، تنظيم لقاءات مع منظمات المجتمع المدني والطلبة، تنظيم مظاهرات سلمية لصالح القضية الفلسطينية رفقة المواطنين، - وغير ذلك ومن دلالات هذا التوظيف:

- الرغبة في بناء صورة إيجابية للحزب قوامها (الفاعلية، القرب من الجمهور، المشاركة، الوفاء، التاريخ الإيجابي، المرجعية الثقافية والدينية والقيمية المشتركة) وهذا جزء من إستراتيجية واسعة لتحسين الصورة العامة للحزب خاصة الأحزاب التي عانت من مشاكل خلال الحراك الجماهيري.

- تعزيز الحضور الإعلامي: إن نشر النشاطات الميدانية بشكل مستمر يعزز من حضور الحزب في الفضاء العام التقليدي أي وسائل الإعلام الجماهيرية التي تكون غالباً سبابة إلى تغطية هذا النشاط ولهذا نلاحظ أن الأحزاب الأربع وبخاصة حزب حركة مجتمع السلم دائم النشر للتغطيات الإعلامية على صفحته على فيسبوك، وهذا يساهم في بناء صورة إيجابية عن نشاطه وحيويته.

**العلاقات العامة الداخلية للحزب:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة العلاقات العامة الداخلية للحزب وهذا بنسبة (45,455) يليه مباشرة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (40,11%)، وبنسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (24,22%)، أما آخر حزب فهو حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (12,77%).

نقصد بالعلاقات العامة الداخلية أنها ذلك النشاط الخطابي للحزب الذي يهدف إلى توفير علاقات ثقة مع الجمهور الداخلي وتحقيق الاستقرار الداخلي من خلال اتصال سياسي فعال مع مناضليه وإطاراته، نجد أولاً حزب جبهة القوى الاشتراكية يهتم بإظهار التماسك والانسجام الداخلي من خلال التركيز على العلاقات العامة الداخلية " إن ما يميز مناضلينا ومنتخبينا هو أن نضالهم مزدوج شقه الأول يكون داخل المؤسسات التي يعملون بها ويصرون على التسيير الشفاف ونظافة اليد وتماشيا مع الحزب فإنهم يناضلون من أجل الحد من تبعات مركزية القرار. أما الشق الثاني متعلق بالنضال داخل المجتمع لبناء دولة الحق والقانون عبر تفعيل الديمقراطية التشاركية " من الحساب الرسمي للحزب 19 جانفي 2024، بالنسبة لحزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي فإن هدفهما من وراء التركيز على العلاقات العامة الداخلية للحزب هو تعزيز التماسك والاستقرار الداخلي، وهذا يزيد الثقة فيهما ككيان سياسي قادر على تحمل المسؤوليات.

كما لاحظنا من خلال التحليل أن حزب جبهة التحرير الوطني يحاول دائما استظهار قوته التنظيمية من خلال توجيه خطاب مباشر للأعضاء بضرورة التماسك الداخلي ولم يشمل الحزب، من جهة أخرى نجد أن حزب حركة مجتمع السلم مقارنة بباقي الأحزاب يوظف موضوع العلاقات العامة الداخلية للحزب بنسبة أقل، وهذا يعود لأجندته السياسية التي تركز أكثر على قضايا سياسية خارجية وأمنية، كما أنه يركز على الخطاب العام ويميل لتقديم خطاب سياسي موجه بشكل أكبر نحو جمهور أوسع من جمهوره الداخلي، وهذا يظهر نوع من التحفظ الداخلي والاحتفاظ بالأمور التنظيمية للحزب لتجنب الانتقادات أو النزاعات الداخلية أو التفرقة بين أعضائه رغبة في الحفاظ على التماسك.

نشاطات الأمين العام: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة نشاطات الأمين العام وذلك بنسبة (18,75%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (14,57%)، ثم التجمع الوطني الديمقراطي (13,30%)، أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم فظهر بنسبة (4,07%).

تركز أحزاب جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي على موضوع نشاطات الأمين العام - لقاء إعلامي، زيارة شخصية، لقاء مع رئيس حزب آخر، لقاء مع رئيس الجمهورية..- ومن أمثلة ذلك " الأخ الأمين العام للحزب الأستاذ عبد الكريم بن مبارك ينصب مكاتب اللجان الدائمة، الأمين العام للحزب يكرم عائلة الشهيد البطل ديدوش مراد، الأمين العام للحزب يشرف على الاجتماع الأول للمكتب السياسي، الأمين العام للحزب يتأخر اجتماعا للمكتب السياسي تحسبا للرئاسيات" ويعبر هذا عن:

- ✓ الرغبة في إبراز كفاءة الأمين العام للأحزاب.
- ✓ إضفاء الشرعية والمصادقية على قيادة الأحزاب.
- ✓ تعزيز التواصل الشخصي مع الجمهور والتفاعل معهم والمشاركة.

في مقابل ذلك نجد أن حزب حركة مجتمع السلم يركز بشكل أقل من الأحزاب الأخرى على نشاطات الأمين العام.

نشاطات برلمانية: ظهرت فئة النشاطات البرلمانية بنسب ضعيفة، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (12,59%)، يليه بنسبة أضعف حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (2,41%)، وبنسبة ضعيفة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (0,98%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم تظهر في منشوراته أي نشاطات برلمانية.

حزب حركة مجتمع السلم أكثر حزب يهتم بعرض نشاطاته البرلمانية وللتذكير فإن الحزب يملك 65 ممثلا برلمانيا، ونشير أن هذه النشاطات هي من اختصاص رئيس الكتلة البرلمانية السيد صادق، وعموما إن هذا التوظيف يعود إلى:

- ✓ تعزيز الشفافية والمساءلة.
- ✓ إشراك المواطنين في العملية السياسية وإعطائهم فرصة لمتابعة ما يحدث في الساحة البرلمانية.
- ✓ التوثيق والإعلام من خلال شبكة فيسبوك أو من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية.
- ✓ بناء هوية برلمانية قوية للحزب.
- ✓ الترويج لأجندته السياسية.

✓ تعزيز التواصل المجتمعي من خلال بناء قنوات تواصل مفتوحة مع المجتمع.

نلاحظ تحفظ من قبل حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني في نشر موضوعات تخص النشاطات البرلمانية للحزب، وهذا يعكس تمسك بالنمط التقليدي للتفاعل السياسي وعدم الرغبة في التكيف مع المتطلبات الحديثة للمشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فإن الحزب لا يشارك في الانتخابات منذ سنوات وبطبيعة الحال ليس لديه نشاط برلماني ليذكره أو يستعرضه، كما أنه يُظهر عدم ثقته في العملية السياسية وفعاليتها الانتخابية.

**مناقشة قرارات:** ظهرت فئة مناقشة قرارات بنسب ضعيفة، أعلاها لصالح حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (18،8%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (37،4%)، يليهما حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (29،2%)، بينما لم يطرح حزب التجمع الوطني الديمقراطي مناقشة قرارات في خطابه عبر فيسبوك.

يلتزم حزب حركة مجتمع السلم في بعض خطاباته بمناقشة قرارات أو سياسات وهو استعراض للشفافية والالتزام من خلال المناقشة العلنية داخل هياكل الحزب أو من خلال لقاءات إعلامية أو من خلال مداخلات علمية لباحثين ضمن ملتقيات ينظمها الحزب، وكل ذلك يتم تغطيته من طرف الحزب ونشره بالتفصيل على صفحته على فيسبوك علنا، وبنسبة أقل نجد حزب جبهة التحرير الوطني حيث يمثل نهجا محافظا في التعامل مع القضايا السياسية وهذا يعكس أسلوب تقليدي في التواصل السياسي والتركيز على القضايا الرئيسية دون الغوص في تفاصيلها ودون إثارة للنقاش العام، بينما نجد أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي يفضل نقل الرسائل الواضحة دون الدخول في تفاصيل القرارات اليومية.

**عرض مواعيد إعلامية للحزب:** ظهرت فئة عرض مواعيد إعلامية للحزب بنسب ضعيفة، أعلاها لصالح حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (40،3%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (14،3%)، ويليه حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي بنسب (77،1%) و(20،1%).

يلتزم حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم بعرض بعض المواعيد الإعلامية لهما على قنوات جزائرية ونشير أنها قنوات تابعة للقطاع الخاص ولعل ذلك عائد إلى الرغبة في استظهار الشفافية في التواصل والتفاعل الجماهيري، وكذا تأكيد الحضور الإعلامي عبر وسائل الإعلام الجماهيرية وتعزيز الوجود الرقمي للحزب، وأيضا هو استظهار إدارة فعالة للحضور الإعلامي، مما يعني أن للحزبين قدرة على إدارة ظهورهم الإعلامي بشكل منظم وفعال.

يعرض حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي نشاطاتهم الإعلامية بشكل مكثف ومباشر دون عرض مسبق للمواعيد الإعلامية وللإشارة فإن حزب التجمع الوطني الديمقراطي هو أكثر حزب ينشر اللقاءات الإعلامية على صفحته على فيسبوك.

**استطلاعات الرأي العام:** لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة تخص موضوع استطلاعات الرأي العام وهذا لكونها لا تستند إلى البيانات في تشكيل استراتيجيتها السياسية وهذا يعكس نهجا تقليديا في العمل السياسي يعتمد أكثر على الخبرة والممارسة بدلا من التحليل المعتمد على البيانات من سلبيات ذلك نقص التواصل مع الجمهور، حيث أن الأحزاب لا تستثمر بشكل كاف في فهم توقعات واحتياجات الجمهور من خلال أدوات قياس الرأي العام.

### فئة اتجاهات الموضوعات:

الجدول رقم 31 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات السياسية الوطنية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
49.50	20.17	45	97.56	80	6.68	21	77.56	76	مؤيد
22.21	8.52	19	00	00	69.10	217	11.22	11	معارض
27.30	71.31	159	2.44	2	24.22	76	11.22	11	محايد
%100	%100	223	%100	82	%100	314	%100	98	المجموع

الجدول رقم 32: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	184,276	3	61,425	153,790	,000
Intragroupes	284,781	713	,399		
Total	469,057	716			

يوضح الجدول أعلاه رقم 31 اتجاه الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 32 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (153,790) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 184,276، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 284,781 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات السياسية الوطنية على النحو التالي:

يتبين سيطرة الاتجاه المؤيد على النتائج وذلك بنسبة قدرت (49,50%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة قدرها (27,30%)، واقترب منه الاتجاه المعارض بنسبة قدرت ب(22,21%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ أن التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني حزبين مؤيدين للسياسات الوطنية التي تنتهجها الدولة الجزائرية لأنهما جزءاً منها - غالبية المقاعد البرلمانية من نصيب الحزبين - فيعملان على تحقيق الشرعية السياسية وكسب دعم الجمهور، كما أن هذا التأيد يوحى برغبة في التقرب من السلطة الحاكمة والحصول على المزيد من النفوذ داخل الدوائر الحكومية، كما قد يوحى بالرغبة في تجنب النقد والمعارضة والصدام مع الحكومة وهذا نوع من تقليل المخاطر السياسية، بينما أبرز الموقف الحيادي لحزب حركة مجتمع السلم عن:

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

✓ الرغبة في تحقيق توازن سياسي من خلال تجنب الصدام المباشر مع السياسات الوطنية والاحتفاظ بجرية النقد أو التأييد حسب الموقف.

✓ مرونة الأيديولوجية السياسية للحزب مما يسمح بتبني مواقف متوازنة تتيح لهم مناقشة القضايا الوطنية بموضوعية.

بينما يتبنى حزب جبهة القوى الاشتراكية نهجا نقديا تجاه السياسات الوطنية القائمة مما يعكس رغبة قوية في تقديم بدائل والسيطرة على الخطاب السياسي، ويعبر عن اهتمام الحزب بالقضايا الاجتماعية والسياسية المهمة، ويعكس رغبته في إحداث تغيير حقيقي وجذري في النظام السياسي القائم.

الجدول رقم 33: يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات السياسية الدولية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
74.68	79.90	1364	81.95	304	60.18	133	76.71	336	مؤيد
11.35	5.45	93	00	00	25.80	57	14.15	62	معارض
13.97	14.65	250	18.05	67	14.02	31	9.14	40	محايد
%100	%100	1707	%100	371	%100	221	%100	438	المجموع

الجدول رقم 34: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	7,869	3	2,623	5,122	,002
Intragruppes	1399,484	2733	,512		
Total	1407,353	2736			

يوضح الجدول أعلاه رقم 33 اتجاه الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 34 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (5,122) بمستوى دلالة (0,002) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 7,869، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 1399,484 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (74,68%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة قدرها (13,97%)، واقترب منه الاتجاه المعارض بنسبة قدرت ب(11,35%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

تسعى الأحزاب السياسية الأربع لتبني خطابات تتوافق مع السياسة الخارجية الرسمية للحكومة الجزائرية، حيث يتفق خطاب الأحزاب مع السياسة الرسمية الخارجية هذا ما يعكس انسجاماً مع الخطوط العريضة للسياسة الوطنية في هذا المجال ومن سمات ذلك:

- ✓ الدبلوماسية والتوازن: تظهر هذه الأحزاب نهجاً دبلوماسياً متوازناً في التعامل مع القضايا الدولية، ما يعكس حرصها على عدم إثارة التوترات أو النزاعات.
- ✓ المسؤولية العالمية: يعكس هذا التوجه التزام الأحزاب بالمسؤولية العالمية والمساهمة في تحقيق السلام والاستقرار الدولي.

✓ الوعي بالتأثيرات الخارجية: الأحزاب تعي جيدا تأثير السياسات الدولية على الشؤون الوطنية وتعمل على مواءمة مواقفها وفقا لذلك، ورغبة في تعزيز أمن واستقرار الجزائر.

تقاربت النسب في بين الأحزاب الأربعة في الاتجاه المحايد للموضوعات الدولية وأعلها حزب التجمع الوطني الديمقراطي ويعود ذلك إلى:

- الالتزام بالسياسة الخارجية الرسمية وهو عدم الخروج عن الخطوط العريضة للسياسة الخارجية الرسمية للبلاد، مما يدل على احترام القرارات والسياسات الحكومية.
- تجنب الصدامات الدولية والمواجهات مع قوى دولية مما يعزز الاستقرار الخارجي للبلاد، ومن جهة أخرى حماية المصالح الوطنية من خلال تبني مواقف محايدة تُجنب البلاد من مخاطر قد تنجم عن مواقف سياسية دولية حادة.
- التوافق مع سياسة عدم الانحياز التي قد تتبعها الجزائر في إطار سياستها الخارجية.

ونلاحظ أن الحزب الذي أبان في خطابه عن شيء من المعارضة هو جبهة القوى الاشتراكية وهذا راجع بالأساس إلى دعمه للقضايا العادلة مثل مناهضة الاستعمار وحقوق الشعوب المضطهدة، كما أنه يعبر عن قلقه الدولي بشأن الاستقرار والسلم العالميين، ويركز على السيادة الوطنية والرغبة في الحفاظ عليها واستقلالها عن أي تدخلات أجنبية خارجية كما أنه يدافع عن الحق في تقرير المصير ويعكس موقفا مؤيدا لحقوق الشعوب في تقرير مصيرها دون تدخلات أجنبية وهو ما يتماشى مع مبادئ الحزب.

الجدول رقم 35 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات الاقتصادية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
45.29	1.86	2	97.28	107	00	00	82.05	96	مؤيد
44.59	85.05	91	00	00	93.34	56	00	00	معارض
10.12	13.09	14	2.72	3	6.66	4	17.95	21	محايد
%100	%100	107	%100	110	%100	60	%100	117	المجموع

الجدول رقم 36: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات الاقتصادية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	80,583	3	26,861	<b>105,833</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	98,983	390	,254		
Total	179,566	393			

يوضح الجدول أعلاه رقم 35 اتجاه الموضوعات الاقتصادية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 36 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (5,122) بمستوى دلالة (0,002) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 7,869، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 1399,484 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات السياسية الدولية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجددة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات الاقتصادية على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (45,29%)، واقترب منه الاتجاه المعارض حيث سجل نسبة قدرها (44,59%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة أقل قدرت ب(10,12%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني يدعمان السياسات الاقتصادية الحكومية ويوافقان الرؤية الاقتصادية للدولة ويتم إعلان ذلك بشكل مباشر من خلال خطابها السياسي كما أشرنا سلفا من خلال تشجيع الاستثمار وخلق بيئة استثمارية وكذا تبني السياسات التنموية وهذا ما تشدد عليه الحكومة الجزائرية، دعم المؤسسات الاقتصادية الوطنية والعمل على تعزيز دورها في الاقتصاد وكذا التركيز على الابتكار والتكنولوجيا.

نلاحظ أيضا أن حزب جبهة القوى الاشتراكية معارض للسياسات الاقتصادية وله نظرة سلبية اتجاهها وتبين ذلك من خلال الدعوة إلى إجراء إصلاحات جذرية في النظام الاقتصادي القائم لمواجهة التحديات الحالية التي تواجه الجزائر خاصة الاعتماد الشبه كلي على قطاع المحروقات.

بينما أظهر حزب جبهة التحرير الوطني نوع من الحياد في خطابه السياسي الخاص بالموضوعات الاقتصادية أكثر من غيره من الأحزاب ويعود ذلك إلى:

- ✓ المسؤولية السياسية والتعامل بحذر دون التورط في مواقف قد تكون مثيرة للجدل أو ذات أثر سلبي على الحزب أو على الاستقرار السياسي والاقتصادي للحكومة.
- ✓ موازنة المصالح الاقتصادية المتعددة في المجتمع بما في ذلك المستثمرين والمستهلكين والقطاعات المتنوعة من خلال نهج خطاب اقتصادي محايد.
- ✓ الاحتفاظ بمامش للتغيير: يعكس الحياد في الموضوعات الاقتصادية رغبة الحزب في الاحتفاظ بمامش للمناورة السياسية حيث يمكنه تعديل موقفه بناء على التطورات الاقتصادية والسياسية.

الجدول رقم 37 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الاجتماعية التي طرحها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات الاجتماعية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
43.70	27.01	77	100	41	00	00	47.80	98	مؤيد
40.88	67.01	191	00	00	88.24	30	8.30	17	معارض
15.42	5.98	17	00	00	11.76	4	43.90	90	محايد
%100	%100	285	%100	41	%100	34	%100	205	المجموع

الجدول 38: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات الاجتماعية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	34,901	3	11,634	<b>23,943</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	272,586	561	,486		
Total	307,487	564			

يوضح الجدول أعلاه رقم 37 اتجاه الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، بينما جاء الجدول رقم 38 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الاجتماعية التي طرحتها ، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (23,943) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 34,901، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 272,586 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات الاجتماعية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات الاجتماعية على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (70،43%)، واقترب من نفس النسبة الاتجاه المعارض حيث سجل نسبة قدرها (88،40%)، أما الاتجاه المحايد جاء بنسبة قدرت ب(42،15%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي يؤيد الموضوعات الاجتماعية بنسبة كلية وهو يهدف بذلك إلى تلميع صورته السياسية التي اجتاحتها نوع من الضبابية بسبب الفساد السياسي لبعض إدارته السابقة، وهو من أكثر الأحزاب التي تضررت صورتها خلال الحراك الجماهيري 2019 وبالتالي أظهر نوع من الاهتمام الكبير بالقضايا الاجتماعية للمجتمع الجزائري ويعود ذلك إلى:

- بناء ثقة الجمهور: يسير الحزب في طريق إعادة بناء ثقة الأفراد الجزائريين من خلال طرح قضاياهم ومشاركتهم مشاكلهم الاجتماعية من خلال تعزيز العدالة الاجتماعية وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص، كما لا يفوت الحزب الإشادة بالسياسات الحكومية في مجال ترقية القطاع الاجتماعي ومساندة المواطنين خاصة ذوي الدخل الضعيف والمتوسط والفئات المعوزة والمنح الطلابية ومنح العاطلين عن العمل وغيرها من الإجراءات التي تقوم بها الحكومة لتحقيق التماسك الاجتماعي ومنه الاقتصادي والسياسي بين أفراد المجتمع.

أظهر حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم نظرة معارضة اتجاه القضايا الاجتماعية المطروحة للنقاش عبر فضاء الفيسبوك نظرا لكونهما حزبين معارضين للسياسات الحكومية القائمة قبل وبعد الحراك الجماهيري الذي شكل نقطة فارقة في السياسة الجزائرية ونمط تسيير الحكم، فأظهرت نظرة معارضة اتجاه السياسات الاجتماعية القائمة حيث:

- يشدد الحزبين على ضرورة إجراء إصلاحات جوهرية في السياسات الاجتماعية لتحسين ظروف المعيشة، كما أنهما يدعوان الحكومة إلى تلبية احتياجات وتطلعات الفئات المهمشة والاعتناء بفتة الشباب وعدم التضيق عليهم إداريا وفتح الباب أمام هذه الفئة وعدم تهميشها للنهوض بالاقتصاد والنماء الاجتماعي.

- الضغط من أجل إصلاحات اجتماعية: وتحسين جودة الحياة وتحقيق المساواة بين جميع شرائح المجتمع ويؤكد الحزبين أن هذه الرؤية عبارة عن نقد بناء لتعزيز التحسينات في السياسات الاجتماعية والسياسية.

**جبهة التحرير الوطني** أكثر حزب له نظره محايدة تجاه الموضوعات الاجتماعية وهو نوع من تفادي الانقسامات الاجتماعية الداخلية من خلال اتخاذ مواقف حازمة في القضايا الاجتماعية المثيرة للجدل، ومن جهة أخرى الحفاظ على سمعة الحزب كجهة معتدلة يمكن أن تكون وسيطا بين مختلف الفئات

والجهات داخل المجتمع، وكذا إبقاء الخيارات المفتوحة والحفاظ على تماسك المجتمع دون الانحياز لفئة على حساب أخرى.

الجدول رقم 39: يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات الثقافية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
91.37	83.12	202	100	120	93.22	55	89.15	222	مؤيد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
8.63	16.88	41	00	00	6.78	4	10.85	27	محايد
%100	%100	243	%100	120	%100	59	%100	249	المجموع

الجدول رقم 40: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الثقافية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات الثقافية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	9,563	3	3,188	<b>8,590</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	247,534	667	,371		
Total	257,097	670			

يوضح الجدول أعلاه رقم 39 اتجاه الموضوعات الثقافية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وأظهرت نتائج الجدول رقم 40 التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الثقافية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي 8,590 بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 9,563، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 247,534 وهذا يشير إلى

أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات الثقافية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات الثقافية على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (91,37%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة قدرها (8,63%)، أما الاتجاه المعارض فلم يسجل أي نسبة في النتائج، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ أن الأحزاب السياسية الأربع تتخذ موقفاً مؤيداً تجاه الموضوعات الثقافية مثل الهوية واللغة والثقافة المشتركة... وهذا نظراً لتمسك المجتمع الجزائري بتاريخه الثقافي والنضالي ضد الاستعمار الفرنسي ولرمزية ذلك في موروثه الثقافي فإن الأحزاب السياسية إلى جانب مؤسسات الدولة تسلك نهج إيجابي في طرح القضايا الثقافية الجزائرية.

أخذت معظم الأحزاب السياسية موقف الحياد في البعض من الموضوعات الثقافية وذلك لتجنب إثارة الجدل والخلافات الثقافية والاجتماعية وهذا يبرز:

- مرونة سياسية والرغبة في المحافظة على علاقات جيدة مع جميع الفئات الاجتماعية والثقافية وعدم تخصيص الخطاب السياسي الثقافي في مواضيع من شأنها إثارة الحساسيات بين الجمهور خاصة أن فيسبوك فضاء مفتوح للنقاش والحوار دون قيود جغرافية أو ثقافية ودون فوارق معرفية.

- خلفيات انتخابية: قد يكون الحياد استجابة لحسابات انتخابية حيث تتجنب الأحزاب تبني مواقف حولها من شأنها أن تُنفر جزء من قاعدتها الانتخابية أو حتى خسارة التأييد في المناطق ذات التعددية الثقافية.

لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة معارضة تخص الموضوعات الثقافية، وهذا يعبر عن، احترام الأحزاب للثقافة والقيم والتراث الجزائري وهذا يدل على تقديرها العميق للتنوع الثقافي في الجزائر، وعي الأحزاب بأهمية القضايا الثقافية في كسب دعم واسع من الناخبين وبالتالي تجنب مواقف يمكن أن تكون غير مقبولة ثقافياً.

الجدول رقم 41: يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات الأمنية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
85,58	61,48	91	100	208	93,61	88	87,23	205	مؤيد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
14,42	38,52	57	00	00	6,39	6	12,77	30	محايد
%100	%100	148	%100	208	%100	94	%100	235	المجموع

الجدول رقم 42: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الأمنية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات الأمنية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	54,157	3	18,052	45,985	,000
Intragroupes	267,338	681	,393		
Total	321,495	684			

يوضح الجدول أعلاه رقم 41 اتجاه الموضوعات الأمنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 42 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الأمنية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (45,985) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

عند النظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 54,157، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 267,338 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات

مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات الموضوعات الأمنية المطروحة تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجنحة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في ترتيب اتجاهات الموضوعات الأمنية على النحو التالي:

أظهرت النتائج سيطرة الاتجاه المؤيد وذلك بنسبة قدرت (85،58%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة قدرها (14،42%)، في حين أن الاتجاه المعارض لم يسجل أي نسبة في النتائج الظاهرة في الجدول، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

يتجلى وجود اتفاق بين الأحزاب الأربع على نظرة إيجابية نحو الموضوعات الأمنية حيث تشيد الأحزاب في خطابها بالجهود الدبلوماسية للحكومة في الحفاظ على أمن واستقرار البلد كأولوية قصوى لضمان السلامة العامة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويعكس التوجه نحو القضايا الأمنية وجود اتفاق بين الأحزاب على أهمية تعزيز الأمن المحلي والقومي، وكذا الثقة في مؤسسات الدولة الأمنية..

معظم خطاب حزب حركة مجتمع السلم مؤيد للموضوعات الأمنية، غير أنه توجد بعض الموضوعات السياسية التي يأخذ الحزب موقفاً محايداً تجاهها وهي موضوعات داخلية سياسية تدعو إلى للإصلاحات السياسية الداخلية وتعزيز الحوكمة والمشاركة السياسية بدلا من التدقيق المفرط في القضايا الأمنية.

بينما لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة معارضة تخص الموضوعات الأمنية وهذا يعكس وجود إجماع وطني على هذا الجانب الحيوي، ويبرز الحذر من تبني موقف قد يعتبر معارضة للسياسات الأمنية للدولة.

الجدول رقم 43 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات الموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه الموضوعات الدينية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	100	175	100	32	100	5	100	50	مؤيد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
00	00	00	00	00	00	00	00	00	محايد
%100	%100	175	%100	32	%100	5	%100	50	المجموع

الجدول رقم 44: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الدينية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات الموضوعات الدينية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,000	3	,000	.	.
Intragroupes	,000	258	,000		
Total	,000	261			

يوضح الجدول أعلاه رقم 43 اتجاه الموضوعات الدينية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 44 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات الموضوعات الدينية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي غير ظاهرة.

نلاحظ أن كل القيم صفرية مما يعني أن البيانات لا تحتوي على تباين بين المجموعات أو داخلها يمكن تحليله من خلال اختبار ANOVA، كما لم يتم حساب قيمتي (F) و (sig) مما يعني أنه لا يمكننا تحديد ما إذا كانت هناك فروقات باستخدام البرنامج وهو أمر طبيعي نظرا لتطابق نتائج القيم في هذه الفئة بين الأحزاب الأربع.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع لا تختلف في ترتيب أولويات الموضوعات حيث:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (100%)، في حين الاتجاه المحايد والاتجاه المعارض لم يسجلا أي نسبة في نتائج هذا الجدول، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

تساوت في فئة الاتجاه المؤيد في للموضوعات الدينية وذلك بنسبة (100%)، حيث أنها تدعم السياسات الدينية بشكل مطلق ويشار أن نسبة نشر الموضوعات الدينية في خطابها السياسي كان جد ضعيف، غير أن ما طُرح كان إيجابيا ويعود ذلك في تقديرنا إلى:

- ✓ مكانة الدين الإسلامي في المجتمع الجزائري، الذي يعتبر عنصرا موحدا وأساسا مشتركا بين مختلف الفئات والتيارات السياسية.
- ✓ توظيف الدين كأداة لتعزيز الاستقرار السياسي والاجتماعي حيث يعتبر الدين مكونا أساسيا للنسيج الاجتماعي.
- ✓ يعتبر دعم الدين والمؤسسات الدينية جزءا من بناء صورة إيجابية وموثوقة للحزب في المجتمع، ومن جهة أخرى من أجل تعزيز الشرعية السياسية.

لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة محايدة أو معارضة تخص الموضوعات الدينية، وذلك لخصوصية المجتمع الجزائري المسلم وقيمه الدينية.

الجدول رقم 45 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب

السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي

فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه موضوعات التربية والتعليم
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
95	85	17	100	2	00	00	100	17	مؤيد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
5	15	3	00	00	00	00	00	00	محايد
%100	%100	20	%100	2	%100	00	%100	17	المجموع

الجدول رقم 46: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات موضوعات التربية والتعليم					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,877	2	,438	<b>1,548</b>	<b>,227</b>
Intragroupes	10,200	36	,283		
Total	11,077	38			

يوضح الجدول أعلاه رقم 45 اتجاه موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 46 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات التربية والتعليم التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (1,548) بمستوى دلالة يساوي (0,227) وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول، نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 0,877، بينما التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير، ويبلغ 10,200 وهذا يشير إلى أن التباين داخل المجموعات هو المسيطر، مما يعني أن الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية لا تختلف بشكل كبير عن بعضها البعض، حيث أن قيمة (F) المنخفضة تعكس أن التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها ليس كبيراً، مما يعني عدم وجود فروق بين المجموعات، وبما أن مستوى الدلالة (Sig) هو 0,227، وهو أكبر من 0,05، فإن ذلك يعني أن الفروق بين المجموعات ليست ذات دلالة إحصائية، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اتجاهات موضوعات التربية والتعليم المطروحة لا تختلف بين الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها.

من خلال قيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع لا تختلف في ترتيب اتجاهات موضوعات التربية والتعليم وبالنظر إلى قيم المتوسط الحسابي نجد اختلافا طفيفا بين المؤيد والمعارض على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (95%)، في حين الاتجاه المحايد سجل نسبة قدرها (5%)، في حين أن الاتجاه المعارض لم يسجل أي نسبة في نتائج الجدول، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

تؤيد معظم الأحزاب السياسيات العامة الخاصة بقضايا التربية والتعليم مثل رقمنة قطاع التربية الذي لاقى استحسان الأحزاب السياسية الجزائرية كإجراء يعزز سهولة العمل الإداري للقطاع وشفافية العمليات الإدارية التربوية التي تعد مطلب أساسي لدي الجمهور من جهة، ولدى الأحزاب المعارضة خاصة حزب حركة مجتمع السلم من جهة أخرى.

الرؤية المستقبلية بخصوص دور الجامعات في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبالتالي فالأحزاب تركز على مضاعفة جودة التعليم وتشيد بالجهود التي تقوم بها وزارة التعليم العالي فيما يخص الاستثمار في البحث العلمي ومنه تعزيز القدرة التنافسية للجامعات على المستوى الدولي مثل ( تشجيع التميز الأكاديمي، دعم الابتكار والتكنولوجيا...).

كما لاحظنا قلة التركيز على موضوعات التربية والتعليم من الأساس وضعف خطاب الأحزاب حولها.

الجدول رقم 47 : يوضح التوزيع الكمي لاتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		فئة اتجاه موضوعات النشاطات الداخلية للحزب
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	100	522	100	253	100	197	100	506	مؤيد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	معارض
00	00	00	00	00	00	00	00	00	محايد
%100	%100	552	%100	253	%100	197	%100	506	المجموع

الجدول رقم 48: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها في خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك

ANOVA					
اتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية للأحزاب					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,000	3	,000	.	.
Intragroupes	,000	1474	,000		
Total	,000	1477			

يوضح الجدول أعلاه رقم 47 اتجاه الموضوعات السياسية الوطنية التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 48 من قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية التي طرحتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي غير ظاهرة.

نلاحظ أن كل القيم صفرية مما يعني أن البيانات لا تحتوي على تباين بين المجموعات أو داخلها يمكن تحليله من خلال اختبار ANOVA، كما لم يتم حساب قيمتي (F) و (sig)، مما يعني أنه لا يمكننا تحديد ما إذا كانت هناك فروقات باستخدام البرنامج وهو أمر طبيعي نظرا لتطابق نتائج القيم في هذه الفئة بين الأحزاب الأربع.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع لا تختلف في ترتيب اتجاهات موضوعات النشاطات الداخلية حيث أظهرت النتائج أن الاتجاه المؤيد سيطر على النتائج وذلك بنسبة قدرت (100%)، في حين الاتجاه المحايد والاتجاه المعارض لم يسجلا أي نسبة لدى الأحزاب الأربع.

عموما تساوت الأحزاب السياسية عينة الدراسة الأربع في اتجاهها المؤيد نحو موضوعات النشاطات الداخلية للحزب وذلك بنسبة (100%)، وتبدو هذه النتائج طبيعية فكل حزب لا بد أن تكون نظرتة إيجابية وخطابه مؤيد لكل فعاليات ونشاطات الحزب في جميع المكاتب والقطاعات ويمكن تفسير إيجابيته بالترويج للشفافية والانفتاح على الجمهور وتعزيز التواصل معهم من جهة ومع القيادة والأعضاء من جهة أخرى على اعتبار أن الاتصال الداخلي يبرز الدور المهم للنشاطات الحزبية في بناء وحدة الحزب وتعزيز تماسكه، وكذا إبراز التنظيم والهيكلية ومنه مثالية الحزب في تسيير شؤون الدولة في المستقبل وفي حالة توليه الحكم وقدرته على مواجهة التحديات السياسية والاجتماعية من خلال إعداد كوادر مؤهلة وفاعلة.

كما لم تطرح الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع في خطابها أي فكرة محايدة أو معارضة تخص موضوعات النشاطات الداخلية للحزب، وهو أمر منطقي فلا يستطيع الحزب اتخاذ موقف سلبي أو معارض تجاه نفسه من أجل تجنب الانقسام الداخلي والحفاظ على وحدة الصف وعدم طرح الشؤون الداخلية في الخطاب العام عبر فيسبوك يقلل من الحساسيات والانقسامات بين الأعضاء.

4. فئة الشخصيات الفاعلة:

الجدول رقم 49: يوضح التوزيع الكمي للشخصيات الفاعلة في الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الشخصيات الفاعلة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
9,42	11,63	82	12,5	61	1,57	4	12	69	جهاز الحكومة الجزائري
30,72	25,39	179	32,99	161	34,25	87	30,25	211	رؤساء الأحزاب
19,05	18,15	128	12,09	59	14,56	37	31,40	212	مناضلو الأحزاب
2,45	6,24	44	1,22	6	1,18	3	1,18	8	شخصيات وطنية غير حزبية
5,03	0,70	5	5,12	25	9,44	24	4,88	33	شخصيات تاريخية
1,73	6,95	49	00	00	00	00	00	00	شخصيات دينية
0,14	00	00	0,44	2	00	00	0,14	1	شخصيات رياضية
0,03	00	00	00	00	00	00	0,14	1	شخصيات فنية
18,04	14,46	102	25,81	126	21,25	54	10,66	72	شخصيات إعلامية
2,39	1,13	8	00	00	26,8	21	0,44	3	شخصيات علمية
11	15,35	108	9,83	48	9,49	24	9,62	65	جمعيات ومنظمات المجتمع المدني
%100	%100	705	%100	488	%100	254	%100	675	المجموع

الجدول رقم 50: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الشخصيات الفاعلة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الشخصيات الفاعلة					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	494,158	3	164,719	<b>13,581</b>	<b>,000</b>
Intragruppes	25689,209	2118	12,129		
Total	26183,367	2121			

يوضح الجدول أعلاه رقم 49 الشخصيات الفاعلة التي توظفها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وجاء في الجدول رقم 50 اختبار قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الشخصيات الفاعلة في خطابها ، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (13,581) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 494,158، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 25689,209 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن حضور الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في توظيف الشخصيات الفاعلة في خطابها السياسي على النحو التالي:

أبانت النتائج عن صدارة شخصية رؤساء الأحزاب بنسبة (30,72%)، تليها بنسبة أقل مناضلو الأحزاب بنسبة (19,05%)، وتقاربت معها فئة الشخصيات الإعلامية بنسبة (18,04%)، وبنسبة أقل منها تقاربت فئة جمعيات منظمات المجتمع المدني مع فئة جهاز الحكومة الجزائري بنسب (11%) و(9,42%)، أما فئة الشخصيات التاريخية فحققت نسبة أقل تقدر ب(5,03%)، تليها مباشرة فئتي الشخصيات الوطنية غير الحزبية والشخصيات العلمية بنسب متقاربة قدرت ب(2,45%) و(2,39%)، تليهما بنسبة أقل فئة الشخصيات الدينية وذلك بنسبة (1,73%)، أما فيما يخص فئات الشخصيات الرياضية والشخصيات الفنية فحققت نسب جد ضعيفة قدرت ب (0,14%) و(0,03%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

رؤساء الأحزاب: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة رؤساء الأحزاب بنسبة (34,25%)، يليه بنسبة أقرب حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (32,99%)، يليه مباشرة حزب جبهة التحرير الوطني

بنسبة (25،30%)، أما أقل حزب ظهرت فيه شخصية رئيس الحزب كان حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة قدرت ب(25،39%).

نشير بداية أن المقصود برئيس الحزب هو الأمين العام للحزب وفي دراستنا هم – يوسف أوشيش (جبهة القوى الاشتراكية)، مصطفى يحيى (التجمع الوطني الديمقراطي)، أبو الفضل بعجي، عبد الكريم بن مبارك (جبهة التحرير الوطني)، عبد العالي حساني شريف (حركة مجتمع السلم).

يتجلى من خلال النتائج أن الأحزاب الثلاث الأولى – جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني – ترتيبا توظف في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها على فيسبوك شخصية رؤساء الأحزاب كأهم شخصية حاضرة في معظم منشوراتها، حيث أن التركيز على رئيس الحزب يعكس التوجه نحو الشخصية والتمحور حول الشخصية الأولى في الحزب ويوضح ذلك الرغبة في:

✓ تعزيز الزعامة والرمزية الحزبية:

✓ بناء المصداقية والثقة مع الجمهور الداخلي والخارجي والتركيز على شخصية رئيس الحزب يمكن أن تكون وسيلة لتأكيد التزام الحزب بقيم وتوجهات محددة.

✓ الدعاية والترويج الشخصي خاصة خلال الانتخابات.

✓ التأثير على الرأي العام: الصور يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الرأي العام وتشكل توجهات الناخبين خاصة إذا كان رئيس الحزب شخصية كاريزمية وذو تأثير وهذا ما لوحظ على معظم رؤساء الأحزاب عينة الدراسة من ناحية (لغة الحوار، نبرة الكلام، طريقة التواصل، الحنكة السياسية في التعامل مع وسائل الإعلام، الهدام العام، الأدب والمعاملة الراقية مع إطارات الحزب والجمهور عامة، الثقة بالنفس، توظيف العاطفة والعقل، القدرة على الإقناع وجذب الانتباه، الاستماع الفعال، التواضع والقدرة على بناء العلاقات...).

✓ الظهور الإعلامي والاجتماعي.

بينما لوحظ من خلال التحليل أن حزب حركة مجتمع السلم لا يركز بشكل كبير على رئيس الحزب رغم حضوره الواضح في معظم المنشورات، غير أنه ظهرت معه بكثرة شخصية رئيس الكتلة البرلمانية أحمد صادق وكذا نائب رئيس الحزب ناصر حمدادوش وهذا يوضح بعض النقاط:

✓ العمل الجماعي في البنية الحزبية بدل الزعامة الفردية المطلقة.

✓ تعزيز التمثيل المؤسسي، حيث أن ظهور رئيس الكتلة البرلمانية بجانب رئيس الحزب وتغطية نشاطاته يشير على اهتمام الحزب بإظهار تمثيله المؤسسي داخل البرلمان وهذا يعكس اهتمامه بالعملية التشريعية واهتمامه بالعمل البرلماني كجزء أساسي من نشاطه.

✓ تقاسم الأدوار والمسؤوليات وهذا يعني أن الحزب مؤسسة تحترم التنوع الداخلي.

**مناضلو الأحزاب:** تصدر حزب **جبهة التحرير الوطني** فئة مناضلو الأحزاب بنسبة (31,40%)، يليه بنسبة أقل حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (18,15%)، يليه مباشرة حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (14,56%)، أما أقل حزب ظهرت فيه هذه الشخصية فكان حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** وهذا بنسبة قدرت ب(12,09%).

يركز حزب **جبهة التحرير الوطني** أكثر من غيره من العينة على شخصية مناضلو الأحزاب وللإشارة أن هذا التركيز كان في الثلاث الأشهر الأولى أي الثلاثي الأول من سنة 2024 من التحليل (جانفي، فيفري، مارس) وهي نفس الفترة التي اعتلى فيها السيد عبد الكريم بن مبارك رئاسة الحزب بدلا من السيد أبو الفضل بعجي الذي رافق الثلاثي الأخير من سنة 2023 وهي فترة الدراسة وللأمانة العلمية لم نلاحظ خلال هذه الفترة أي اهتمام بشخصية مناضلو الحزب، أما الثاني فركز بشكل كبير خلال فترة قيادته على لم شمل الحزب وإعادة الاعتبار لمناضليه ويعود تركيز الحزب بصفة عامة على المناضلون إلى:

- تعزيز الروح الجماعية بدل القيادة الفردية.

- استظهار الكفاءة القيادية.

- إبراز الجهود والتضحيات: إظهار المناضلين في الخطاب يعكس الاعتراف بالجهود والتضحيات التي بذلها أعضاء الحزب من أجل تحقيق أهدافه.

- الدعوة للانخراط: الحديث عن المناضلين يمكن أن يكون دعوة ضمنية لأعضاء الحزب والمواطنين للمشاركة الفعالة والانخراط في الأنشطة الحزبية.

كذلك تركز الأحزاب الأخرى -**الحركة والجبهة والتجمع**- على شخصية مناضلي الأحزاب لكن بشكل معتدل مقارنة بالحزب الأول، وهذا لتجنب الشخصنة والتركيز على الأهداف الجماعية.

**الشخصيات الإعلامية:** تصدر حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** فئة الشخصيات الإعلامية بنسبة (25,81%)، يليه بنسبة أقرب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (21,25%)، يليه حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (14,46%)، أما أقل حزب ظهرت فيه الشخصيات الإعلامية فكان حزب **جبهة التحرير الوطني** وهذا بنسبة قدرت ب(10,66%).

تجدر الإشارة بداية أن معظم الشخصيات الإعلامية للأحزاب الأربع ظهرت من خلال اللقاءات الصحفية بين الشخصيات الإعلامية ورؤساء الأحزاب ومناضليها، ولم يتم تخصيص أي خطاب يذكر شخصية إعلامية.

يوظف حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية الشخصيات الإعلامية بنسب متقاربة غير أنهما يختلفان في كيفية التوظيف والهدف منه، فنجد أن الأول يميل إلى نشر اللقاءات الصحفية السمعية البصرية والمكتوبة للحزب مع وسائل الإعلام الجزائرية بكثرة وهذا ما يجعل الشخصيات الإعلامية ظاهرة بشكل واسع في خطاب الحزب عبر فضاء فيسبوك ونوعز كثرة هذا التوظيف إلى:

- الاستفادة من شهرة الشخصيات الإعلامية التي تتمتع بمجاهيرية واسعة ولها تأثير على بعض الشرائح الاجتماعية.

- تعزيز الشرعية السياسية والمصادقية، من المعروف أن الحزب عانى من بعض المشاكل خلال فترة الحراك الجماهيري أدت إلى زعزعة الثقة فيه وفي نشاطاته وخطابه من طرف الجمهور، وبالتالي فإن التواصل مع الناخبين من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية ونشر خطاب شخصياتها التي لا تزال تمتلك نوع من المصادقية أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي هو نوع من تلميع الصورة للحزب وانتشاره وحضوره.

أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية يوظف كذلك الشخصيات الإعلامية بكثرة ويعود ذلك الرغبة في تعزيز الاحترافية في الخطاب، فمن خلال الاطلاع المسبق والمتابعة وكذا التحليل والتعامل المباشر مع المنشورات وتحليلها لاحظنا أن خطاب الحزب يتسم بنوع من الاحترافية اللغوية من خلال تعدد لغاته نبرة الإلقاء خلال التجمعات أو اللقاءات الصحفية، الجدية والجرأة في الطرح، التعامل البناء مع المواضيع المطروحة للنقاش وغير ذلك، ونشير أنه يركز على نشر اللقاءات السمعية البصرية وليست المكتوبة على عكس الحزب الأول، ويركز كذلك على نشر اللقاءات الإعلامية مع شخصيات إعلامية جزائرية معروفة بالبرامج السياسية الجادة.

نلاحظ أيضا ظهور الشخصيات الإعلامية في الخطاب السياسي لحزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني لكن بنسب أقل من الأخرى وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى قلة نشر اللقاءات الصحفية على صفحاتها الرسمية وتوظيف شبكة فيسبوك كمنصة للخطاب السياسي لها بدل نشر مقاطع من وسائل الإعلام، وهذا يدل على مواكبة التكنولوجيا وتطورات العصر الرقمي.

جمعيات ومنظمات المجتمع المدني: تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة جمعيات ومنظمات المجتمع المدني بنسبة (15,35%)، يليه بنسبة شبه متساوية أحزاب - التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية بنسب قدرت ب(9,83%، 9,62%، 9,49%).

توظيف الجمعيات والمنظمات يعكس رغبة الأحزاب في تعزيز العمل التشاركي والتعاوني بين مختلف قطاعات المجتمع، ونلاحظ أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي أكثر حزب يهتم بهذا النوع من الشخصيات من خلال خطابه السياسي ونفس ذلك ب:

- ✓ الشمولية والاندماج الاجتماعي: توظيف منظمات المجتمع المدني مثل تعاضديات العمال، منظمات الأسر الثورية، الجمعيات الشبابية، الجمعيات الثقافية، بالإضافة إلى التجمعات الشعبية .. يشير هذا شمولية الحزب واهتمامه بدمج مختلف الفئات الاجتماعية ضمن سياساته، مما يساعد في بناء قاعدة شعبية متنوعة وواسعة
- ✓ تعزيز الشرعية والقبول المجتمعي: حيث ينظر إلى هذه المنظمات على أنها ممثلة للمصالح الشعبية ومتفاعلة مع احتياجات المواطنين.
- ✓ بناء شبكة دعم قوية: يسعى الحزب لبناء شبكات دعم قوية ومستدامة مع منظمات المجتمع المدني مما يمكن أن يعزز من قدرته على تحقيق أهدافه السياسية والاجتماعية.

باقي الأحزاب وظفت كذلك شخصيات ومنظمات المجتمع المدني لكن بنسب أقل مقارنة بالحزب السابق وكذا بنسب متساوية ويعود ذلك إلى الاعتماد على قنوات تقليدية مثل الهياكل الحزبية الرسمية والتواصل المباشر مع الجمهور من خلال التجمعات والفعاليات الحزبية وكذا مع أعضائه ومناضليه على غرار حزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي، مع تركيزها على الشخصيات القيادية والزعماء السياسيين في خطاباتها، أولوية البنية التحتية الداخلية وتجنب الاعتماد على الدعم الخارجي من منظمات المجتمع المدني، أيضا مخاوف السيطرة على الخطاب الذي قد يؤدي لفقدان السيطرة على الرسائل السياسية أو توجيهها بشكل لا يتماشى مع المصالح الحزبية.

جهاز الحكومة الجزائري: تصدر حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني فئة جهاز الحكومة الجزائري بنسب (12,5% و 12%)، يليه بنسبة أقرب حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (11,63%)، أما أقل حزب ظهرت فيه شخصيات جهاز الحكومة الجزائري فكان حزب جبهة القوى الاشتراكية مع نسبة ضعيفة قدرت ب(1,57%).

تبدو النتائج منطقية بالنسبة لحزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني ويعود ذلك إلى التقارب مع النظام الحاكم حيث استنتجنا فيما سبق دعم الحزبين للأجندة الحكومية نظرا لانخراطهما في

السلطة ومشاركتها في صنع القرار على المستوى الوطني من خلال المقاعد البرلمانية ولهذا تعتبر الشخصيات الحكومية - رئيس الجمهورية، الوزير الأول، الأمين العام للحكومة، الناطق الرسمي للحكومة، الوزراء - مصدرا موثوقا للمعلومات والقرارات (نشير أن شخصية الرئيس عبد المجيد تبون هي أكثر شخصية ظهرت في خطاب الحزبين وهو أمر منطقي)، بينما نلاحظ أن حزب حركة مجتمع السلم اهتم بتوظيف الشخصيات الحكومية كذلك غير أن توظيفه مغاير إذ انتبهنا أن الشخصيات الحكومية لكن كان ظهورها مناسباتي مثل اللقاءات مع رئيس الجمهورية بعض النشاطات البرلمانية أو طرح بعض السياسات الاقتصادية الاجتماعية ... محل للنقاش خلال جلسات البرلمان.

أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فلم تظهر في خطابه شخصية جهاز الحكومة الجزائري نظرا لتوجهه نحو الإصلاحات الجذرية في النظام السياسي والاجتماعي، مما يجعله بنأى بنفسه عن شخصيات مرتبطة بالحكومة التي قد يعتبرها جزءا من المشكلة.

**الشخصيات التاريخية:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الشخصيات التاريخية بنسبة (9،44%)، يليه بنسبة أقل حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسب (5،12%) و(4،88%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة ضعيفة مقدارها (0،70%).

كل حزب سياسي له مخيال خاص بالشخصيات التاريخية في فكره عادة ما تكون الشخصيات المؤسسة للحزب أو الشخصيات ذات الفكر السياسي المناهض للحزب أو مناضليه الفاعلين واللذين تركوا أثرا سياسيا في الحزب والبلاد، غير أن هذا الأحزاب تتفق حول الشخصيات التاريخية الوطنية التي عاشت الاستعمار الفرنسي وساهمت في تحرير الجزائر مع ميل حزب جبهة التحرير نحو هذه النوعية أكثر من غيره وعموما نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن **جبهة القوى الاشتراكية** هو أكثر حزب وظف هذه النوعية من الشخصيات وذلك يعود إلى الالتزام بالجذور التاريخية والنضالية للحزب حيث ركز على شخصية حسين آيت أحمد مؤسسه وزعيمه التاريخي وهو شخصية ثورية وطنية كذلك وهذا ما يعزز هويته كحزب قائم على الحرية والعدالة، وعموما يعود ذلك إلى استلهام روح المقاومة والإصرار بمواصلة الكفاح من أجل تحقيق أهدافه، إضفاء طابع الرمزية على الخطاب السياسي، إلهام الجيل الجديد وحثه على إتباع خطوات الشخصيات البطولية والعمل من أجل تحقيق أهدافه.

أما فيما يخص حزبي التجمع الوطني وجبهة التحرير الوطني بوصفهما استمرارا للقوى التي ناضلت من أجل استقلال الجزائر وكلا الحزبين يسعى إلى ربط نفسه بالماضي البطولي للبلاد والالتزام بالقيم الثورية

والمبادئ التي شكلت أساس الدولة الجزائرية الحديثة، من خلال استذكار الشخصيات التاريخية على غرار المجاهدين والشهداء.

بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم لم يذكر الشخصيات التاريخية في خطابه حيث أن معظمه يتسم بالحدائث والتركيز على القضايا والأجندات السياسية والاقتصادية المعاصرة بعيدا عن استذكار الماضي أو تسليط الضوء على شخصيات فاعلة في الساحة السياسية في الماضي أو حتى على مناضليه ورؤسائه السابقين.

**الشخصيات الوطنية غير الحزبية:** ظهرت الشخصيات الوطنية غير الحزبية بنسب ضعيفة في خطاب الأحزاب السياسية، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (6,24%)، يليه بنسبة شبه متساوية أحزاب - جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي بنسب قدرت ب(1,18%) ، (1,18%، 1,22%).

إن المقصود هنا بالشخصيات الوطنية غير الحزبية هي الشخصيات البارزة في المجتمع المدني التي تملك هوية اجتماعية ثقافية ولها صيت واسع وطنيا وتعتبر رموزا للوطنية ولا تربطها علاقة بالحزب وإطاراته أي غير منتمية سياسيا، ونلاحظ أن حزب حركة مجتمع السلم أكثر حزب ظهرت في خطابه هذه الشخصيات حيث يلتزم الحزب باستظهار التوجه المدني والوطني التأكيد على التوافق الوطني والعمل المشترك من خلال توظيف الشخصيات التي تحظى باحترام، تركز باقي الأحزاب على الشخصيات الحزبية والإعلامية متجاهلة الشخصيات الوطنية غير الحزبية وهذا راجع إلى التوجه الحزبي الضيق الذي يبرز الأولويات الحزبية الضيقة بدلا من التوجه الوطني الشامل وهذا يؤثر على توسيع القاعدة الجماهيرية للحزب إلى ما يتجاوز الداعمين التقليديين، بسبب عدم الانفتاح على الرموز الوطنية ذات الصيت الواسع.

**الشخصيات العلمية:** ظهرت الشخصيات العلمية بنسب ضعيفة في خطاب الأحزاب السياسية، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (8,26%)، يليه بنسبة أضعف حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (1,13%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة أضعف قدرت ب (0,44%)، أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يوظف أي شخصية علمية في خطابه المنشور عبر شبكة فيسبوك.

يوظف حزب حركة مجتمع السلم الشخصيات العلمية خلال بعض الندوات واللقاءات التي ينظمها الحزب حيث يستند على دراسات ومجوث علمية في المجالين السياسي والاقتصادي وهذا يُظهر عن سياسة قائمة على المعرفة المتخصصة، ومن جهة أخرى للحزب دوافع مغايرة مثل استهداف الفئة المثقفة التي تعتبر جزء هام من الناخبين المثقفين والمطلعين على أهمية المعرفة العلمية في اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية،

ومن أمثلة الحضور الكثير من الدكاترة الجامعيين على غرار المتخصصين في الشؤون القانونية، والسياسية العالمية والإقليمية، والاقتصادية، بينما لم توظف باقي الأحزاب هذه الشخصيات.

**الشخصيات الدينية:** ظهرت الشخصيات الدينية بنسب ضعيفة في خطاب الأحزاب السياسية، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (95،6%)، أما فيما يخص حزب جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي، لم يتم توظيف أي شخصية دينية في خطابهم المنشور عبر شبكة فيسبوك.

إن توظيف الشخصيات الدينية - علماء دين، أئمة، قارئ القرآن الكريم، دعاة..- في خطاب حزب حركة مجتمع السلم أمر منطقي على اعتبار أن الحزب ذو توجه إسلامي غير أن النسبة قليلة مقارنة بتوظيفه لباقي الشخصيات، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار فئة الموضوعات الدينية التي جاءت بنسب ضعيفة مقارنة بباقي الموضوعات السياسية والاجتماعية والأمنية .. ، وكذا إذا ما اطلعنا على قانونه الأساسي الذي يركز على الانتماء الديني والإسلامي في أكثر من مادة وذكرناها فيما سبق من الفئات - فئة الموضوعات الدينية- وكذلك الأحزاب الثلاث الأخرى التي لم تتطرق في خطابها السياسي من الأساس إلى أي شخصية دينية.

**الشخصيات الرياضية:** ظهرت الشخصيات الرياضية بنسب ضعيفة في خطاب الأحزاب السياسية، تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة ضعيفة قدرت ب (44،0%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة ضعيفة قدرت ب (14،0%)، أما فيما يخص حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم، لم يتم توظيف أي شخصية رياضية في خطابهم المنشور عبر شبكة فيسبوك.

اهتم بها حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بطريقة مناسبة مثل كأس أمم أفريقيا ونلاحظ هنا اختلاف في أجندة رئيس الدولة السيد عبد المجيد تبون وبين أجندات الأحزاب السياسية الجزائرية خاصة منها أحزاب الموالاة، حيث وجدنا من خلال دراسة تحليلية لنا حول تغريدات الرئيس على منصة تويتر أن أهم أجندة لدى الرئيس هو القطاع الرياضي بعد الاجتماعي وبالتحديد موضوع أخبار المنتخب الوطني وذلك بنسبة (64%) حيث يولي الرئيس الاهتمام بالشخصيات الرياضية في خطابه اهتماما مقبولا، ويفيد وهذا التوجه في استغلال زخم المناسبة الرياضية والحماس لتمرير رسائل سياسية<sup>1</sup> وهي إستراتيجية سياسية متقدمة في الاتصال السياسي، وعموما نبرر سبب قلة اهتمام الأحزاب عينة الدراسة بهذا

<sup>1</sup> حسنى هلاله ومُجد البشير بن طبة: خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون- دراسة تحليلية لتغريداته على منصة تويتر، مجلة المعيار، العدد 04، 2023، ص 512.

النوع من الشخصيات، بالابتعاد عن الاستقطاب الرياضي الذي قد تسببه الرياضة بين جماهير الفرق المختلفة، حيث يمكن أن يكون هذا الأمر ذو تأثير سلبي على وحدة القاعدة الجماهيرية للحزب، وكذا قلة الربط بين السياسة والرياضة في التفكير الحزبي حيث تعتبر الرياضة مجالا مستقلا بعيدا عن القضايا السياسية.

**الشخصيات الفنية:** ظهرت الشخصيات الفنية بنسب ضعيفة في خطاب الأحزاب السياسية، تصدرها **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (14,0%)، أما فيما يخص حزب **جبهة القوى الاشتراكية**، **التجمع الوطني الديمقراطي**، **حركة مجتمع السلم** لم يتم توظيف أي شخصية فنية في خطابهم المنشور عبر شبكة فيسبوك.

نلاحظ من خلال النتائج الكمية انعدام لتوظيف الشخصيات الفنية في خطاب الأحزاب السياسية ولعل هذا راجع إلى:

- ✓ الطابع الجدي السياسي بعيدا عن الخطاب الترفيهي.
- ✓ عدم توظيف الترفيه كأداة سياسية.
- ✓ تشعب المواضيع وكثرتها مما يجعل الأحزاب.

## 5. فئة الأساليب الإقناعية والمصادر المعتمدة

### فئة الأساليب الإقناعية:

الجدول رقم 51: يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الخطاب الإقناعي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		أسلوب الخطاب الموظف في المنشورات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
39,77	37,37	432	43,32	211	43,24	128	35,12	346	أسلوب الإقناع عقلائي
60,23	62,63	724	56,68	276	56,76	168	64,88	639	أسلوب الإقناع العاطفي
%100	%100	1156	%100	487	%100	296	%100	985	المجموع

الجدول رقم 52: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
أسلوب الخطاب الإقناعي					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	3,043	3	1,014	4,309	,005
Intragroupes	687,251	2920	,235		
Total	690,294	2923			

يوضح الجدول أعلاه رقم 51 أسلوب الخطاب الإقناعي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وجاء الجدول رقم 52 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي الموظف، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (4,309) بمستوى دلالة يساوي (0,005) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 3,043، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 687,251 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يساوي 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن أسلوب الخطاب الإقناعي في خطاب الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف توظيف أسلوب الإقناع العقلائي والعاطفي على النحو التالي:

أبانت النتائج عن سيطرة أسلوب الإقناع العاطفي على أسلوب الإقناع العقلائي وذلك بنسبة (60,23%) للأول و(39,77%) للثاني، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ بداية سيطرة الأسلوب الإقناعي العاطفي، ونقصد بالعاطفة هنا المشاعر والتجارب الشخصية، توظيف قصص، إثارة العواطف، مثل الخوف- على اعتبار الأسلوب الإقناعي التخويفي هو استشارة للعاطفة بالدرجة الأولى- ، الأمل، الفخر، الغضب وكذا من خلال توظيف الرموز الثقافية والشخصيات التاريخية ذات القيمة الرمزية العالية للتأثير بغرض تعزيز الرابطة العاطفية.. وكل هذا لجذب انتباه الجمهور والتأثير على مواقفه بشأن الحزب أو بشأن السياسات العامة التي يدعمها الحزب.

نلاحظ أن تركيز الأحزاب السياسية الأربع كان على الإقناع العاطفي وذلك بنسب متقاربة غير أن طريقة الإقناع تختلف من حزب لآخر فنجد أن حزب جبهة التحرير الوطني كان أعلى نسبة حيث يستند إلى الرموز الوطنية والتاريخية ويستهدف المخيال الجزائري والذاكرة الوطنية من خلال إحياء ذكرى الثورة التحريرية والدور الذي لعبه الحزب خلال تلك الفترة من تضحيات، بينما يركز حزب حركة مجتمع السلم على الإقناع العاطفي المستند على الدين والوحدة الإسلامية العربية خاصة أن فترة التحليل جاءت خلال ذروة القضية الفلسطينية، رمزية عاطفية قوية، ترتبط بالعدالة وحقوق الإنسان والهوية الإسلامية والعربية مما يجعلها قضية جذابة لاستشارة المشاعر من خلال التعبير عن التضامن والتعاطف مع الشعب الفلسطيني، بينما نجد أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي يركزان في أجندتهما على موضوعات تمس بشكل مباشر الحياة اليومية للفرد الجزائري مثل الفقر البطالة التهميش الاقتصادي، الفئات الهشة، العدالة الاجتماعية الديمقراطية العدالة في توزيع الثروة وغيرها من الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية التي تصدرها الحزبين وهذه الموضوعات من شأنها أن تثير مشاعر الجمهور وتلامس تحدياتهم اليومية.

بالعودة إلى سيطرة الأسلوب العاطفي على حساب العقلاني على معظم خطابات الأحزاب الأربع يمكننا تفسير هذا الارتفاع النسبي من خلال نقطتين هامتين:

**الأولى:** الطبيعة العاطفية للشعوب وخاصة منها العربية والتي تجعل من الأحزاب السياسية يعتمدون في الغالب على أسلوب الشحن العاطفي.

**الثانية:** طبيعة شبكة الفيسبوك واستخدامها في الجزائر الاجتماعية، وكذا غناها وتنوعها بالأيقونات الشكلية مثل تقنيات وأساليب التعبير من خلال الرسوم والصور والوسائط المتعددة التي تجمع الألوان والأصوات والحركة ومما لاحظناه توظيف الأحزاب للموسيقى الوطنية في بعض فيديوهات خاصة النشيد الوطني الرسمي أو الأناشيد الوطنية مع دمجها مع صور خرجات الحزب والعلم الوطني والكلمات الرنانة التي تستهدف ذاكرة الفرد الجزائري وما صور له عن الماضي الثوري، وبالتالي فإن القائم بالاتصال يميل لتوظيف هذه

الشبكة الغنية من أجل استعراض الذات ومنه الابتعاد عن الاحترافية التي تعتبر أساس الموضوعية والجدية السياسية.

نلاحظ أن الأسلوب الإقناعي العقلاني كان أقل ظهوراً من الأول ويعني التركيز على تقديم حجج منطقية وأدلة عقلانية، تستند على الأرقام والإحصاءات والإنجازات والمراجع..، وكل هذا لدعم مواقف الأحزاب والتأثير على جماهيرها لاتخاذ الأجندة التي يريدتها الحزب.

تقاربت الأحزاب الأربع في توظيفها لأسلوب الإقناع العقلاني وذلك من خلال التركيز على الشفافية والمساءلة وتشجيع النقاش المفتوح من خلال طرح بعض القضايا للنقاش عبر فضاء فيسبوك مثل الاعتماد على مصادر طاقوية بديلة، العدالة الاجتماعية، الانتخابات الرئاسية، قانون المالية، بعض السياسية الحكومية الأمنية، وهو ما يشجع على الحوار النقدي والتفاعل البناء مع هذا النوع من القضايا وهو وجه آخر لتعزيز الديمقراطية التشاركية وهو ما تنادي به أحزاب المعارضة، حيث يشير توظيف الأسلوب العقلاني إلى تعزيز القيم الديمقراطية التشاركية التي تعتمد على الحوار والنقاش المفتوح.

غير أننا نشير أن توظيف الإقناع العقلاني كان أضعف نسبياً من الإقناع العاطفي ويعود سبب هذا التراجع إلى بعض الأسباب الموضوعية التي نذكرها نقطتين:

**الأولى:** الأساليب العقلانية غالباً ما تكون جافة ويصعب الاعتماد عليها لأنها قد تكون أحياناً منفرة للجمهور خصوصاً إذا ما تعلقت بخطابات موجهة مباشرة لحشد الناخبين.

**الثانية:** من خلال مفردات البحث تبين أن معظم الخطابات العقلانية كانت في شكل فيديوهات مركبة أو صور مدججة، أو تغريدات، أو مداخلات في قنوات تلفزيونية أي عبارة عن مقاطع، أو مداخلات في البرلمان، أو صور مصممة..، لأنها توفر محتوى خطابي مركّز وتم تحضيره سابقاً وفق اللصق والقطع والإضافات، وهذا ما يمثل ثقلاً وتكليفاً للقائمين بالاتصال بالصفحات ويتطلب منهم الكثير من الجهد والوقت والتركيز تجنباً لأخطاء يمكن تأويلها من طرف الجمهور، خاصة أن الأحزاب تنشر بكثافة خلال اليوم الواحد وبالخصوص حزب حركة مجتمع السلم حيث شكل 646 منشور لوحدة خلال 6 أشهر من المسح الشامل.

الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

الجدول رقم 53: يوضح التوزيع الكمي للإقناع العاطفي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		أسلوب الإقناع العاطفي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
68,32	39,22	284	31,52	87	17,26	29	42,72	273	الرموز والشعارات
6,16	2,07	15	9,05	25	7,14	12	6,41	41	المواساة
1,51	00	00	00	00	3,57	6	2,5	16	النصح والإرشاد
8,47	9,94	72	9,05	25	7,73	13	7,19	46	السخرية والاستنكار
8,48	9,80	71	8,69	24	7,14	12	8,29	53	الترهيب والتخويف
1,03	2,90	21	00	00	00	00	1,25	8	المبالغة في التهويل
2,66	3,03	22	00	00	3,57	6	4,06	26	إعطاء الرأي على أنه حقيقة
0,19	00	00	00	00	00	00	0,78	5	الإشاعات
21,76	29,55	214	23,55	65	24,40	41	9,54	61	إظهار التعاطف
8,44	0,27	2	11,23	31	16,66	28	5,63	36	الغضب
4,16	2,34	17	00	00	10,71	18	3,59	23	الإلهام من خلال مشاركة قصص
2,50	00	00	4,71	13	00	00	5,32	34	الامتنان
2,31	0,88	6	2,20	6	1,82	3	2,75	17	إثارة الحماس
%100	%100	724	%100	276	%100	168	%100	639	المجموع

الجدول رقم 54: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي العاطفي الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
أسلوب الإقناع العاطفي					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	639,890	3	213,297	14,536	,000
Intragroupes	26455,828	1803	14,673		
Total	27095,719	1806			

يظهر الجدول أعلاه رقم 53 أسلوب الإقناع العاطفي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور على شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 54 لاختبار أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب العاطفي الموظف في خطابها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (14,536) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 639,890، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 26455,828 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يقل عن 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن أسلوب الإقناع العاطفي في خطاب الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في توظيف أسلوب الإقناع العاطفي على النحو التالي:

أبانت النتائج عن سيطرة الإقناع العاطفي من خلال الرموز والشعارات بنسبة (32,68%)، تليها فئة الإقناع العاطفي من خلال إظهار التعاطف بنسبة قدرت ب(21,76%)، في حين تساوت فئات التهيب والتخويف والسخرية والاستنكار والغضب مع نسب (8,48%) و(8,47%)، (8,44%)، تليهم فئة المواساة مع نسبة (6,16%)، أما فيما يخص باقي الفئات فجاءت بنسب ضعيفة، فنجد فئة الإلهام من خلال مشاركة قصص جاءت بنسبة (4,16%)، وفئة إعطاء الرأي على أنه حقيقة بنسبة (2,66%)، وفئة الامتنان بنسبة (2,50%)، فئة إثارة الحماس بنسبة (2,31%)، فئة النصح والإرشاد بنسبة (1,51%)، و فئة المبالغة في التهويل بنسبة (1,03%)، وآخر فئة هي فئة الإشاعات بنسبة (0,19%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

الرموز والشعارات: تصدر حزب جبهة جبهة التحرير الوطني فئة الإقناع العاطفي من خلال الرموز والشعارات وذلك بنسبة (42,72%)، ويتقارب معه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (39,22%)، يليهما

حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (52،31%)، أما أقل حزب يعتمد على الإقناع العاطفي من خلال الرموز والشعارات كان حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (26،17%).

لاحظنا من خلال التحليل أن حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي يتشبهان في طريقة توظيف الرموز والشعارات رغم اختلافهما في نسب ذلك، وعموما معظم هذه الرموز وطنية - العلم الوطني، الثورة التحريرية، النشيد الوطني، المجاهدين والشهداء، الهوية المشتركة، الثقافة، الخلفية الدينية، اللغة، القيم الاجتماعية، التاريخ المشترك.. وهذا لتعزيز الشعور بالانتماء والهوية والوطنية وهو ما يعني الحفاظ على مناصري الحزبين واستهداف إضافة ناخبين جدد.

من الملاحظ على الحزبين توظيفه اللغة البسيطة الجذابة: التي تعتمد على الشعارات التاريخية بلغة بسيطة جذابة يسهل فهمها وتذكرها ولها أثر في الذاكرة الوطنية مثل - جبهة التحرير أعطيناك عهدا، من الشعب وإلى الشعب، الثورة المجيدة، جيشنا الباسل، شهداء الوطن والمجازر، التضحية والوفاء للوطن، الثورة المجيدة، أعظم ثورة في القرن العشرين، الجزائر الجديدة، .. مما يساعد في الوصول إلى جمهور واسع، وهذا لما يملكه الوطن من مدلولات - الأرض، الاستقرار، الأمن، الانتماء.. - في مخيال الفرد الجزائري الذي يمتلك مستويات عالية من الوطنية.

مما يمكننا استنتاجه أن توظف الحزب للرموز والشعارات خاصة منها الوطنية هي نوع من التأطير الإعلامي للرسائل السياسية بطريقة تستند على القيم الوطنية والتاريخية، مما يسهم في جذب الدعم والتأييد.

أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم فيهتم بتوظيف الرموز الدينية مثل المساجد والآيات القرآنية ومناسبة شهر رمضان لتعزيز هويته الإسلامية، يمكن استنتاج أن الحزب يوظف الرموز والشعارات لتأطير رسالته الدينية والسياسية بطريقة تركز على القيم الإسلامية وحتى الوطنية ويساعد هذا النهج في التحكم في السياق الذي يتم فيه تلقي الرسالة السياسية والدينية مما يزيد من نسبة تأثيرها العاطفي على الجمهور .

حزب جبهة القوى الاشتراكية كان الأقل تركيزا على الرموز والشعارات وجل ما وظفه يميل نحو الهوية الأمازيغية وتاريخ الحزب النضالي، كما أنه يتعد عن الشعبوية في الطرح السياسي فهو يوظف بنسبة أقل من الأحزاب السابقة الرموز والشعارات خاصة منها المستندة على الثورة التحريرية لإثارة العواطف الوطنية وجذب الدعم السريع.

في إطار دراسة سيميائية للخطاب السياسي الحزبي في الجزائر من خلال الشعارات والرموز المنشورة عبر شبكة فيسبوك لحزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية، توصل فيها الباحث، أن الأحزاب توظف الشخصيات السياسية التي تعكس خطها الأيديولوجي، الصور والرموز والأيقونات التي تمتلك تأثير

على مناضلي الأحزاب، توظيف جبهة التحرير الوطني لمبادئ أول نوفمبر 1954، شعار " بالشعب وللشعب"، توظيف الألوان الرمزية للراية الجزائرية- الأحمر، الأبيض، الأخضر- " جبهة التحرير أعطيناك عهداً"، الهوية الأمازيغية، الإسلام، الحداثة، العدالة الاجتماعية.. إلخ<sup>1</sup>، إن ما يمكن استنتاجه من نتائج هذه الدراسة أن الأحزاب السياسية لم تغير خطابها العاطفي فيما يخص الشعارات والرموز خاصة حزب جبهة التحرير وللعلم أن دراسة الباحث كانت لمنشورات من الحملة الانتخابية لمحليات 23 نوفمبر 2017، ودراستنا جاءت نهاية السنة 2023 وبداية 2024 وما رافق هذه السنوات من تحولات سياسية لم يجعل الأحزاب تغير نوعية خطابها السياسي القائم على الرمزية والشرعية السياسية ذات البعد العاطفي، مما يعني بشيء من البديهية أن نفس الأساليب تؤدي إلى نفس النتائج من الفراغ السياسي بين الحزب والجمهور خاصة وأن الأفراد اعتادوا على هذه النوعية من الخطاب ولم تعد تؤثر خاصة في الشباب المثقف الذي يعرف كيف يفصل بين الوطنية والسياسة.

**إظهار التعاطف:** تصدر حزب جبهة حركة مجتمع السلم فئة الإقناع العاطفي من خلال إظهار التعاطف وذلك بنسبة (29,55%)، ويتقارب معه حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي بنسب (24,40% و 23,40%)، يليهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة أضعف قدرت ب (9,54%)

نلاحظ تقارب واضح بين الأحزاب الثلاث الأولى -حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي- وذلك بشكل متساوي من خلال إبراز القيم الإنسانية مثل العدالة والحرية وحقوق الإنسان وأهم مظاهر ذلك التفاعل الكبير مع المعاناة الأمنية، الصحية، السياسية، الاقتصادية، الحصار، الاعتقالات، الاعتداءات، الانتهاكات الإنسانية..، التي يعيشها الشعب الفلسطيني.

على صعيد آخر أظهر حزب حركة مجتمع السلم نوع مختلف من إظهار التعاطف خاص بالفئات الهشة والشباب المهمش من خلال استذكار بعض القصص خلال جلسات البرلمان من طرف رئيس الكتلة البرلمانية السيد صادق أحمد والتي تطرق فيها إلى حجم العراقل التي يعاني منها المواطن الجزائري بيروقراطيا وإداريا أثناء توجهه نحو الاستثمار في بعض المشاريع الصغيرة أو المتوسطة..، ونشير أننا حكمنا على هذه القضية بالبعد العاطفي نظرا لاطلاعنا المستمر على خطابات الأحزاب السياسية والحكومة الجزائرية الممثلة في السيد رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون حيث لاحظنا أنه يأخذ نفس الاتجاه في طرح هذه الموضوعات ثم يقدم حلول أو عقوبات أو إجراءات تقوم بها السلطة في ردع هذه النوعية من التصرفات معتبرا إياها امتداد

<sup>1</sup> نور الدين دحمان: سيميائية الخطاب السياسي في الجزائر- قراءة سيميولوجية للشعار والصورة الموظفة من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية في موقع فيسبوك، مجلة جسور المعرفة، العدد 03، 2019، ص ص (230- 231).

للفساد الإداري في الجزائر، وهو نوع من استدراج عاطفة الجمهور ومشاركتهم مشاكلهم اليومية مما يعني جذب ناخبين أكثر.

نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني كذلك وظف الأسلوب الخاص باستظهار التعاطف -رغم قلته- من خلال موضوع القضية الفلسطينية غير أنه وظفها بطريقة يمكن القول عنها تصب في مصلحة الحزب وبناء صورته أكثر منها في خدمة القضية الفلسطينية أو دعمها ومن تجليات ذلك:

✓ تشبيه القضية الفلسطينية وكثائب القسام بجبهة التحرير الوطني حيث عبر في أحد منشوراته وسبق ذكرها ( ما أشبه البارح باليوم).

✓ تأطير الرسالة: يوظف الحزب التعاطف لتأطير رسالته السياسية بطريقة تعزز من موقفه وتوجهاته وبشكل يخدم مصالحه.

**الترهيب والتخويف:** تقاربت أحزاب حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني في توظيف الإقناع العاطفي من خلال الترهيب والتخويف، وذلك بنسب (9,80%، 8,89%، 8,29%)، أما ويتقارب معهما حزب القوى الاشتراكية بنسبة (7,14%).

نلاحظ تمّن خلال النتائج الكمية تقارب في النسب، حيث أن معظم خطاب الأحزاب الخاص بالخوف كان يصب في الإطار الأمني من خلال خلق حالة من الرعب والقلق بين الجمهور بشأن قضايا أمنية أو مستقبلية مثل (التوترات السياسية في دول الجوار، التحديات الاقتصادية - تذبذب أسعار النفط، ضعف الإنتاج المحلي-)، الأزمات الاقتصادية العالمية، البطالة، الأسعار.. الإرهاب والفوضى، وهذا لتوجيه الجمهور نحو دعم الحزب الذي يقدم نفسه كمدافع عن الأمن والاستقرار من التهديدات المحتملة، وهو تعزيز للسياسات الأمنية الحكومية من جهة أخرى.

ونخص بالذكر هنا حزب جبهة التحرير الوطني الذي وظف التخويف والترهيب الداخلي في خطابه السياسي خلال اللقاءات الجهوية للحزب وإطاراته وهي موجهة للمناضلين وإطارات الحزب بشأن العراقيل الإدارية التي يضعونها من أجل الانخراط.

**السخرية والاستنكار:** تقاربت نسب حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي في توظيف الإقناع العاطفي من خلال السخرية والاستنكار وهذا بنسبة (9,94%) و(9,05%)، وكذا تقاربا معهما حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني بنسب (7,73%) و(7,19%).

نلاحظ تقارب نسبي بين الأحزاب الأربع في توظيف السخرية والاستنكار في خطابها السياسي ويعود ذلك إلى:

✓ توظيف السخرية كأداة للنقد: توظف الأحزاب السياسية السخرية كوسيلة لنقد السياسات العامة - الأحزاب المعارضة- وخاصة السياسات الدولية الأمنية تجاه القضية الفلسطينية (ازدواجية المعايير، التساهل والمرونة مع الجرائم الصهيونية، غياب العدالة، عدم تطبيق قوانين حقوق الإنسان) نظرا لفترة التحليل والأحداث العالمية الأمنية المتسارعة التي أبانت فيها منظمات حقوق الإنسان عن فراغ قانوني وحياد وازدواجية في المعايير أطاحت بقيمتها التي أشادت بها طيلة سنوات، حيث تُسلط الأحزاب الضوء على نقاط ضعفها بطريقة تحكّمية واستنكارية من خلال إظهار الاستياء وهذا يساهم بطريقة مباشرة في إبراز قضايا مثيرة للجدل والنقاش مع الجمهور، ومن جهة أخرى فإن السخرية تحفز الجمهور على التفاعل والمشاركة في النقاشات السياسية بسبب إثارة فضوله واهتمامه، ومنها دفعه نحو التعبير عن الرأي والمشاركة في الحملات السياسية والمناقشات.

**الغضب:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الإقناع العاطفي من خلال الغضب وذلك بنسبة (16،66%)، ويتقارب معه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (11،23%)، يليهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (5،63%)، أما أقل حزب يعتمد على الإقناع العاطفي من خلال الغضب كان حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة ضعيفة قدرت ب (0،27%).

نلاحظ تفوق حزب جبهة القوى الاشتراكية على باقي الأحزاب في توظيف الأسلوب العاطفي المستند على الغضب كوسيلة إقناعية للجمهور ومن أسباب هذا التوظيف الرغبة في استنهاض الشعور بالظلم لدى جمهوره، من خلال توظيف الحزب للغضب فإنه في تسليط الضوء على قضايا حاسمة ومثيرة مثل انعدام العدالة في توزيع الثروة وهذا بهدف جذب الانتباه وتحفيز الجمهور على المشاركة والنقاش، وهو خطة لجعل الجمهور يحس أنه مظلوم ويحتاج إلى تغيير فوري لوضعه الاقتصادي، فيجد أمامه الحزب كخيار أول.

من جهة إيجابية يساعد هذا النهج على إثارة الوعي بين الجمهور تجاه قضايا معينة من خلال تسليط الضوء على الجوانب المثيرة للغضب، وللأمانة العلمية فإننا لاحظنا من خلال التحليل والاطلاع على محتوى المنشورات والتعليقات مساهمة الخطاب الغاضب في تعزيز النقاش العام حول القضية المطروحة والذي لا يكون في خطابات عقلانية أو عاطفية قائمة على استهداف الوطنية ..

بالنسبة لحزب التجمع الوطني الديمقراطي الذي احتل ثاني مرتبة في هذه الفئة فإن جل خطابه الغاضب كان يتجه نحو الظلم والتدخلات الأجنبية في الدول العربية ونحو ممارسات المخزن المغربي ومحاولة

ضرب الأمن والاستقرار الخارجي، وكذلك حزب جبهة التحرير الوطني الذي أظهر خطابات غاضبة حول بعض ممارسات الأعضاء التابعين للحزب اتجاه المناضلين..، بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم لم يظهر خطاب غاضب ذو تأثير في خطابه السياسي حيث يركز غالبا على الحوار والتصالح والبناء المشترك والنقد البناء تجاه السياسات العامة.

**الدعم المواساة:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الإقناع العاطفي من خلال المواساة وذلك بنسبة (9,05%)، ويتقارب معه حزبي جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (7,14%) وجبهة التحرير الوطني بنسبة (41,6%)، يليهما حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (2,07%).

نلاحظ أن الأحزاب الثلاث الأولى-التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية، جبهة التحرير الوطني- وظفت المواساة في خطابها وهو مجرد تفاعل آني واستجابة سريعة مع للأحداث المؤثرة والأزمات من خلال تقديم رسائل المواساة والدعم سواء كانت تخص الجزائر ومجتمعها المدني أو السياسي أو إشارات الأحزاب ومناضليه أو ما يخص المواساة الخارجية (وفاة شخصية سياسية معروفة، حادثة مأساوية عالمية أو غير ذلك ..)، مثل تعزية وفاة المجاهد يوسف الخطيب، تعزية وفاة المجاهد الحاج علي سفاري، تعزية وفاة المجاهد حسين مازة، تعزية وفاة اللواء المتقاعد المجاهد خالد نزار، تعزية في وفاة المصور الصحفي أمين عبد القادر شبيخي، تعزية وفاة الرئيس التاريخي لفريق مولودية الجزائر عبد القادر ظريف، تعزية وفاة المجاهد فرحاتي الطيب، تعزية وفاة المناضلة ليندة واصل.. ويعبر هذا النوع من الخطاب عن:

-التأكيد على التضامن المجتمعي والمواقف الإنسانية الأخلاقية.

-خطاب المواساة يساعد في بناء سمعة إيجابية للحزب كجهة تهتم برفاهية المواطنين وتعمل على تقديم الدعم والمساعدة.

-الحفاظ على التماسك الداخلي للأحزاب من خلال توجيه الاهتمام نحو مواساتهم في أحزانهم الشخصية ونشر ذلك عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

من جهة أخرى نجد أن حزب حركة مجتمع السلم يركز على أجندات أخرى أهمها سياسية ولا يهتم بنشر التعازي والمواساة عبر صفحته على فيسبوك وهذا يعود لأيدولوجية كل حزب ونظرتة.

**الإلهام من خلال مشاركة قصص:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الإقناع العاطفي عبر توظيف الإلهام من خلال مشاركة قصص وذلك بنسبة (10,71%)، يليه بنسبة أضعف حزبي جبهة التحرير الوطني بنسبة (3,59%) وحركة مجتمع السلم بنسبة (2,34%)، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يطرح في خطابه أي إقناع عاطفي يعتمد على الإلهام من خلال مشاركة قصص.

نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية هو أكثر حزب يستهدف إثارة عاطفة الجمهور عن طريق الإلهام من خلال مشاركة قصص حيث يهدف إلى تقديم نماذج إيجابية ناجحة في خطابه عن مناضليه وأعضائه السابقين والذين وافتهم المنية وكانوا شخصيات وكوادر فاعلة في الحزب وتركت بصمتها مثل مؤسس الحزب الأول وأبرز المناضلين السياسيين بالجزائر الراحل حسين آيت أحمد، وهذا بهدف إلهام الأفراد للتغيير الإيجابي.

يوظف كذلك حزب جبهة التحرير الوطني قصص نجاح الثورة الجزائرية المجيدة في تحرير الجزائر من الاستعمار من خلال تحفيز الوطنية والشعور بالانتماء وقص تفاصيل ملهمة تتعلق بتاريخ البلاد وشخصياتها البطولية، أيضا حزب حركة مجتمع السلم كذلك وظف بعض القصص الخاصة بالتضحيات الفلسطينية خاصة المرأة الفلسطينية التي تضحي بنفسها من أجل تحرير فلسطين وتمت استضافة نماذج وتنظيم لقاءات للحزب، من أجل تلقين المناضلات والجمهور المتابع دور المرأة في الحياة السياسية ودورها القيادي في المجتمع، أما عن حزب التجمع الوطني الديمقراطي فلم يذكر أي قصص لإلهام الجمهور.

إعطاء الرأي على أنه حقيقة: ظهر الإقناع العاطفي من خلال إعطاء الرأي على أنه حقيقة ضعيف لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، حيث تقاربت أحزاب جبهة التحرير الوطني، جبهة قوى الاشتراكية، حركة مجتمع السلم، بنسب (4,06%، 3,57%، 3,03%)، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي لم يطرح في خطابه أي إقناع عاطفي يعتمد على إعطاء الرأي على أنه حقيقة.

تم توظيف الإقناع العاطفي من خلال إعطاء الرأي على أنه حقيقة بشكل ضعيف لدى الأحزاب السياسية الأربع واقتصر جل ما وظف حول (إن حزب جبهة التحرير الوطني هو الحزب الأول، حزينا هو أقدم حزب تاريخيا وأهمه، نحن مستقبل هذه البلاد، لا يوجد من ينافسنا، تاريخنا حافل بالإنجازات، كنا مع الشعب دائما ولازلنا مستمرين، تمكنا من من تحقيق إنجازات عظيمة وتطلع للأفضل، معاً سنبنى مستقبل أفضل وطننا أقوى وأفضل، لم تصعب علينا الانتخابات أمس ولن تصعب علينا اليوم، لا أحد يستطيع المساومة على الجزائر ونحن موجودون..) وهذا تقليلا من مساحة النقد والمعارضة، حيث أن تقديم الآراء كحقائق يقلل من مساحة النقاش، ويساهم في تثبيت صورة الحزب السياسي حتى لو كانت غير حقيقة، ونؤكد هنا على حزب جبهة التحرير الوطني.

الامتنان: ظهر الإقناع العاطفي من خلال توظيف الامتنان ضعيف لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، حيث تقارب حزبي جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية بنسب (5,32%

و4،71%)، أما حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم يطرحا في خطابهما أي إقناع عاطفي يعتمد على توظيف الامتنان.

نلاحظ أن حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية أكثر من وظف عاطفة الامتنان في خطابهما السياسي مثل التأكيد على الإنجازات السابقة، الاعتراف بالجهود المبذولة، الاحتفاء بالتضحية والمساهمة، التعهد بالاستمرار في العمل وجاءت الخطابات - نحن نقدر بعمق التضحيات والجهود المبذولة من قبل المواطنين وأعضاء حزبنا، إن شكرنا لكم هو تعهد بمواصلة العمل معا لتحقيق المزيد، شكراً لكل من ساهم في بناء الوطن، شكرا للمتطوعين اللذين يعملون لدعم أهداف الحزب، نقدر الجهود المبذولة من طرف العاملين في هذه الظروف الصعبة، شكرا لأعضاء الحزب على إيمانهم وثقتهم برؤية الحزب وأهدافه، نعاذكم على الاستمرار على هذا النهج فشكرا لكم، نشيد بجهود الرئيس لحماية أمن بلادنا، نؤدع رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد ونشكر جهوده في الحفاظ على السيادة الوطنية ..-، تشير هذه الخطابات إلى:

- الرغبة في تعزيز الانتماء والهوية الجماعية.

- إظهار التقدير للأعضاء والمناضلين ومناصري الحزب.

- تأكيد الالتزام بالقيم الإيجابية.

- التعبير عن الامتنان للسياسات الحكومية والجهود الدبلوماسية للدولة الجزائرية خاصة الأمنية.

من جهة أخرى نجد أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم لا يوظفان الامتنان في خطابهما السياسي ذلك أنهما يركزان على القضايا الجوهرية والنقد البناء للحكومة أو المؤسسات - حركة مجتمع السلم- بدلا من إبراز العواطف الإيجابية، وكذا تسليط الضوء على المطالب والتحديات السياسية والأمنية والاجتماعية والاقتصادية بدل التركيز على الشكر والامتنان.

إثارة الحماس: ظهر الإقناع العاطفي من خلال إثارة الحماس ضعيف لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، تصدرها حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي وذلك بنسب (2،72%) و(20،2%)، ويتقارب معه حزب جبهة القوى الاشتراكية (1،82%)، أما أقل حزب يعتمد على الإقناع العاطفي من خلال إثارة الحماس هو حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة ضعيفة قدرت ب (0،88%).

ظهر توظيف الحماس كأسلوب إقناعي عاطفي ضعيفا إلى منعدما لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، ويمكن تفسير هذا الضعف ب:

✓ الالتزام بالهدوء والرصانة في الخطاب.

✓ الحرص على الاعتدال في الخطاب.

✓ الابتعاد عن التوترات من خلال تقديم خطاب متزن وموضوعي لتجنب التأويل السياسي والدعاية الزائفة.

**النصح والإرشاد:** وظفت الأحزاب السياسية الأربع الإقناع العاطفي القائم بالنصح والإرشاد بنسب ضعيفة إلى منعدمة ويعود ذلك إلى تركيزها على تقديم خطاب واقعي وموضوعي يتجنب المثالية والتوجيهات العاطفية على اعتبار الأحزاب السياسية كيانات سياسية جادة، ويمكن أن يشير ذلك أيضا إلى رغبتها في تعزيز التفكير النقدي والمستقل لدى الجمهور وتقديم مواقف حاسمة وواضحة تتماشى مع التحديات السياسية الراهنة، ويعكس هذا النهج أيضا حرص الأحزاب على الحفاظ على الاستقلالية وتجنب الشخصية، وهذا يزيد من مصداقيتها وجدديتها في التعاطي مع القضايا السياسية والاجتماعية.

**المبالغة في التهويل:** لا تبالغ الأحزاب السياسية عينة الدراسة في تهويل الأحداث من خلال خطابها السياسي من أجل الحفاظ على الهدوء العام وتجنب إثارة الذعر والتوتر غير المبرر، حيث أن كل المؤسسات السياسية الجزائرية وحتى العسكرية انطلقا من مؤسسات الدولة إلى الأحزاب السياسية مدركة تمام الإدراك لأهمية الاستقرار الأمني والسياسي في البلاد وتتجنب كل خطاب يثير الفوضى أو القلق وتؤكد هذه التوجهات عن:

✓ الابتعاد عن الاتجاه الشعبوي في الخطاب السياسي.

✓ المسؤولية في الخطاب السياسي.

✓ تجنب خلق الانقسامات وإثارة الفتن.

**الإشاعات:** لم توظف الأحزاب السياسية عينة الدراسة الإشاعات أو الأخبار الزائفة في خطابها السياسي بغرض:

✓ الالتزام بالمصداقية والنزاهة والحفاظ على سمعة الأحزاب كمؤسسات موثوقة ونزيهة.

✓ بناء علاقة ثقة مع الجمهور من ناحية الامتناع عن توظيف الإشاعات.

✓ بناء ثقافة سياسية واعية تستند إلى الوعي والمعرفة بدلا من الإشاعات والمعلومات المغلوطة.

الجدول رقم 55 : يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الإقناع العقلاني الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		أسلوب الإقناع عقلاني
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
52,97	43,75	189	57,81	122	58,59	75	51,73	179	التكرار
1,80	2,31	10	0,47	1	1,56	2	2,89	10	إبراز المصالح المشتركة
35,01	22,68	98	36,49	77	39,85	51	41,04	142	إنجازات
5,57	18,98	82	1,89	4	00	00	1,44	5	مراجع
0,14	00	00	00	00	00	00	0,57	2	مناظرة (مقابلة الآراء)
0,07	00	00	00	00	00	00	0,28	1	إحصاءات
4,44	12,28	53	3,34	7	00	00	2,05	7	تقارير رسمية
%100	%100	432	%100	211	%100	128	%100	346	المجموع

الجدول رقم 56: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب الإقناعي العقلاني الموظف في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
أسلوب الإقناع العقلاني					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	172,416	3	57,472	23,379	,000
Intragruppes	2736,091	1113	2,458		
Total	2908,507	1116			

يوضح الجدول أعلاه رقم 55 أسلوب الإقناع العقلاني الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية في نشر خطابها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وجاء الجدول رقم 56 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب العقلاني الموظف في خطاب، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (23,379) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 172,416، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 2736,091 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يقل عن 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن أسلوب الإقناع العقلاني في خطاب الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في توظيف أسلوب الإقناع العقلاني على الترتيب التالي:

أظهرت النتائج عن صدارة فئة التكرار للخطاب العقلاني الحزبي بنسبة قدرت ب(52,97%)، تليها فئة الإنجازات بنسبة (35,01%)، مع ملاحظة تراجع النسب بشكل ملحوظ في الفئات الأخرى، حيث قدرت نسبة فئة المراجع ب(5,57%)، تليها فئة التقارير الرسمية بنسبة (4,44%)، في حين سجلت فئة إبراز المصالح المشتركة نسبة (1,80%)، وتقاربت نسب فئتي المناظرة (مقابلة الآراء) مع فئة الإحصاءات مع نسب (0,14%) و(0,07%) على الترتيب، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

التكرار: تصدر حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي فئة الإقناع العقلاني من خلال التكرار وذلك بنسبة (58,59%) و(57,81%)، وتقارب معهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (51,73%)، وبنسبة أقل ظهر حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (43,75%).

وظفت الأحزاب السياسية الأربع أسلوب الإقناع العقلاني من خلال التكرار بنسب متقاربة وتمحورت مجمل هذه الموضوعات حول -الأمن والاستقرار، التلاحم الوطني، مواجهة التحديات الخارجية، دعم القضية الفلسطينية، تشجيع الاستثمار وتحسين بيئة الأعمال، تنويع الاقتصاد، تقليل الاعتماد على النفط، توفير فرص للشباب، تحقيق العدالة الاجتماعية- ومن أمثلة ذلك (الاستقرار الاقتصادي أولوية وطنية، تحقيق العدالة الاجتماعية هو هدفنا الأساسي، دعمنا للقضية الفلسطينية هو جزء لا يتجزأ من مواقف حزبنا، تعاني الجزائر العديد من التهديدات الأمنية، نحن نشجع توجهات الرئيس، ضرورة محاربة الفساد وتحقيق الشفافية، الإصلاح السياسي مطلبنا الأساسي، الوحدة الوطنية هي الركيزة الأساسية لبناء المستقبل)، ويعود هذا التركيز على الإقناع العاطفي من خلال التكرار في تقديرنا إلى الأسباب التالية:

- التركيز على التفاصيل في أجندتها السياسية واقتراحاتها، مما يعزز في فاعلية الإقناع.
- تبسيط الرسائل المعقدة: من خلال التكرار تسعى الأحزاب إلى تبسيط الرسائل المعقدة مثل التنمية المستدامة وأوجهها المتعددة (البنية التحتية، النمو الاقتصادي، الابتكار والتكنولوجيا، زيادة الأعمال، المشاريع الصغيرة والمتوسطة..) والتي شهدت تكرارات كبيرة من طرف الأحزاب الأربع، ويتم تكرارها بغرض إيصالها بطرق مختلفة لضمان فهمها الكامل من قبل الجمهور على اعتبار الفروق السوسيوثقافية - ثقافية، جغرافية، اقتصادية.
- استهداف التأثير العقلي من خلال تقديم حجج منطقية مدعومة بالتكرار.
- توجيه الرأي العام: يعكس التكرار رغبة الأحزاب في إدارة وتوجيه الفهم العام للقضايا السياسية من خلال التأكيد على مواقفها، وهذا يؤدي إلى السيطرة على النقاشات العامة حول القضايا المهمة، وفي هذا الإطار تؤكد نظرية الفضاء العام على أهمية وجود فضاء مشترك يمكن فيه للأفراد التواصل بشكل مفتوح وعلني، حيث تتاح الفرصة للجميع للتعبير عن آرائهم بحرية، ويتم فيه تبادل الأفكار والآراء بطريقة عقلانية مستندة على الحجج والأدلة، وتوظيف التكرار تسعى الأحزاب لجعل مواقفها وسياساتها أكثر وضوحاً وفهماً للجمهور، مما سيعزز الشفافية وهذا يتماشى مع مبدأ الفضاء العام الذي يدعو إلى الوضوح والشفافية في التواصل، والأحزاب التي تكرر رسائلها تعزز من التزامها بإبقاء الحوار السياسي علنياً واضحاً، مما يتفق مع مبدأ العلنية والعقلانية في الفضاء العام.
- توظيف شبكة فيسبوك كمنصة متساوية للتعبير: تتمكن خوارزميات شبكة فيسبوك من الوصول إلى جمهور واسع، مما يساهم في تحقيق مبدأ المساواة في الفضاء العام حيث يمكن للجميع الوصول إلى المعلومات والمشاركة في النقاش.

**إنجازات:** تصدر حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية فئة الإقناع العقلائي من خلال الإنجازات وذلك بنسبة (41,04%) و(39,85%)، وتقارب معهما حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (36,49%)، وبنسبة أقل ظهر حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (22,68%).

نلاحظ تركيز الأحزاب الثلاث الأولى على الإقناع العقلائي من خلال ذكر الإنجازات وبعد تمنعنا في المنشورات استنتجنا وجود ثلاث أنواع من الإنجازات، الأولى ذات بُعد حزبي داخلي (نجاح لقاءات جهوية، لم تشمل أعضاء الأحزاب، تحسين هياكلها التنظيمية، تعزيز حضورها السياسي في الرئاسيات، تجاوز بعض الصعوبات الإدارية..) والثانية إنجازات ذات بُعد سياسي دولي (نجاح المظاهرات حول القضية الفلسطينية، زيارات رسمية إلى روسيا والصين، دعم القضايا الإقليمية مثل الصحراء الغربية، الدعوة للحلول السلمية الأمنية..)، أما الثالثة فهي إنجازات ذات بُعد تاريخي وطني (قيادة الثورة التحريرية، تعزيز اللغة والثقافة

والهوية الجزائرية، توحيد الشعب تحت راية واحدة، النضال من أجل الحقوق المدنية.. ) حيث أن ذكر الإنجازات توفر للأحزاب أمثلة ملموسة وحقائق عن نجاحاتها مما يعزز الحوار القائم على أدلة واقعية بدلا من المزاعم غير المثبتة وهذا ما يتماشى مع فكرة هابرماس القائلة أن الفضاء العام يجب أن يكون ميدانا للتداول العقلاني حيث تناقش الأمور بناء على الحجج الموثوقة، وهذا ما يوفر سياقاً غنياً للنقاش، حيث يتمكن الجمهور من تقييم الأداء الفعلي للأحزاب على أساس بيانات واقعية، وهذا من شأنه أن يشجع على حوار مستنير ومبني على المعرفة، بينما نجد أن حزب حركة مجتمع السلم كان أقل توظيفاً للإقناع العقلاني المستند إلى الإنجازات مقارنة بالأحزاب الثلاث الأولى.

**مراجع:** ظهر الإقناع العقلاني من خلال المراجع ضعيف لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (18,98%)، وبنسبة أضعف يليه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني وهذا بنسب (1,89% و1,44%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي إقناع عقلاني يعتمد على المراجع.

برز حزب حركة مجتمع السلم كأكثر حزب يوظف الإقناع العقلاني المستند على المراجع ونخص بالذكر أن معظم هذه المراجع كانت عبارة عن أبحاث علمية قام باستعراضها أصحابها وهم أعضاء في الحزب أو من خارجه تهدف لتحليل الوضع الاقتصادي للبلاد والسياسات القائمة في المجال. وهذا يعني التوجه نحو الحجج القائمة على الأدلة: حسب هابرماس فإن الفضاء العام المثالي هو ذلك الذي تُطرح فيه الحجج القائمة على الأدلة وليس على العواطف أو الآراء غير المدعومة، لذا يعكس توظيف المراجع العلمية التزاماً بهذا المبدأ.

✓ تعليم الجمهور: وفقاً لهابرماس يجب أن يسهم الفضاء العام في تعليم الجمهور وتوعيته لذا يمكن أن يكون تقديم المعلومات العلمية جزءاً من هذه العملية التعليمية.

أما بالنسبة للأحزاب الأخرى التجمع الوطني الديمقراطي، وجبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية، فنجد أن توظيفها للإنجازات كان من ضعيف جداً إلى منعدم.

**تقارير رسمية:** ظهر الإقناع العقلاني من خلال توظيف التقارير الرسمية ضعيفاً لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (12,28%)، وبنسبة أضعف يليه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني وهذا بنسب (3,43% و2,05%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يطرح في خطابه أي إقناع عقلاني يعتمد على التقارير الرسمية.

نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن حزب حركة مجتمع السلم ركّز أكثر من غيره على التقارير الرسمية ونخص بالذكر منها الحكومية كأسلوب عقلاني في خطابه السياسي ويعود هذا إلى:

- الرغبة في التأكيد على الجدية والواقعية والاهتمام بتقديم معلومات موثوقة للجمهور.
- الوعي والإلمام بالتوجهات الحكومية، مما يعني تفهم سياسات الحكومة وتبعاتها ومنه قدرة الحزب على تقديم نقد بناء وسياسات بديلة مستندة على فهم شامل للأوضاع الراهنة.
- دعم الديمقراطية التشاركية من خلال توظيف الأدلة والبيانات، التي تسمح بتجربة مميزة للمشاركة الفعالة في العملية الديمقراطية.
- تعزيز النقد والمساءلة العامة، نشر تقارير رسمية وطرحها في الفضاء العام للنقاش يساعد في تعزيز النقد البناء المبني على الأدلة وهذا يتيح للنشطاء تقييم السياسات العامة والنقاش حولها بشكل عقلائي مبني على الحقائق، ومنه مساءلة الأداء الحكومي مما يسهم في تحسين الحوكمة وتوفير إطار لمحاسبة المسؤولين.

بالنسبة للأحزاب الثلاث الأخرى التجمع الوطني الديمقراطي، وجبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية رغم أن حزبين منها من الأحزاب الموالية للسلطة غير أنها لم توظف التقارير الرسمية الحكومية.

إبراز المصالح المشتركة نلاحظ ضعف إلى انعدام في توظيف الأحزاب السياسية الأربع للإقناع العقلائي من خلال إبراز المصالح المشتركة ويمكن تفسير ذلك بغياب الرؤية التوافقية والمصالح المشتركة وإلى نقص الرغبة بالتعاون مع الأطراف الأخرى سواء كانت حكومية أو حزبية مما يعكس توجهها أقل انفتاحا على الحوار البناء، مما يعني تغليب المصالح الحزبية الضيقة على حساب المصلحة العامة التي تتطلب تعاوناً بين مختلف الفاعلين السياسيين، وكذا قلة التنسيق السياسي وبناء الائتلافات السياسية التي يمكن أن تعزز من قدرة الأحزاب على تحقيق أهدافها من خلال التعاون مع الأطراف السياسية الأخرى من أحزاب وحكومة.

**مناظرة (مقابلة الآراء):** نلاحظ ضعف إلى انعدام في توظيف الأحزاب السياسية الأربع للإقناع العقلائي من خلال المناظرات أو مقابلة الآراء المشتركة ويمكن تفسير ذلك بالرغبة في تجنب النقاش المفتوح الذي يمكن أن يكشف نقاط الضعف، وهذا يشير إلى تجنب المعارضة التي قد تتحدى مواقف الحزب وتزعزع من قوة حججه، كما أن هذا يعتبر مؤشر عن محدودية الانفتاح على النقد البناء الذي يمكن أن يأتي من مناظرات ومقابلات الآراء وينعكس ذلك على إمكانية تحسين السياسات بناءً على الملاحظات الخارجية، كما أن عدم توظيف المناظرة هو دليل على ضعف التفاعل مع الجمهور بشكل مباشر من خلال مناظرات مفتوحة تتيح للأحزاب تقديم رؤاها والدفاع عنها، ومنه قلة الاهتمام والاستماع للجمهور وتقديم إجابات عن تساؤلاتهم أو تقديمهم وهو ما يبرره عدم رد الأحزاب السياسية عن تعليقات الجمهور المتابع لصفحاتهم الرسمية على فيسبوك والذي سنتطرق له في فئات الشكل.

**إحصاءات:** نلاحظ ضعف إلى انعدام في توظيف الأحزاب السياسية الأربع للإقناع العقلائي من خلال الإحصاءات ويمكن تفسير ذلك بالتوجه نحو الاعتماد على الخطاب العام والشعارات بدلا من تقديم

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

الحقائق المدعومة بالأدلة الكمية وكذا تفضيل الأساليب النوعية العاطفية في تقديم الحجج مثل القصص والنماذج الفردية والرموز والشعارات..

الجدول رقم 57: يوضح التوزيع الكمي لمرجعية الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		مرجعية الإقناع في المنشورات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
16.61	46.99	305	10	29	2.93	8	6.54	32	دينية عامة
2.71	1.07	7	3.79	11	4.76	13	1.22	6	مذهبية
1.44	0.92	6	2.41	7	1.83	5	0.61	3	عرقية
45.35	26.65	173	60	174	32.60	89	62.16	304	وطنية
2.6	0.30	2	4.13	12	2.09	11	3.88	19	جهوية
31.29	24.07	156	19.67	57	55.79	147	25.59	127	إنسانية عالمية
%100	%100	649	%100	290	%100	273	%100	489	المجموع

الجدول رقم 58: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع الموظفة في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
مرجعية الإقناع في المنشورات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	853,687	3	284,562	<b>103,971</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	4650,059	1699	2,737		
Total	5503,746	1702			

يظهر الجدول أعلاه رقم 57 مرجعية الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في منشوراتها عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 58 لعرض نتائج التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع التي وظفتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (103,971) بمستوى دلالة يساوي (0,000)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 853,687، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 4650,059 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يقل عن 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن مرجعية الإقناع في منشورات الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أجندة الأحزاب السياسية الأربع تختلف في توظيف مرجعية الإقناع في منشوراتها على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة المرجعية الوطنية بنسبة (45,35%)، وبنسبة أقل جاءت فئة الإنسانية العالمية بنسبة (31,29%)، تليها فئة المرجعية الدينية العامة وذلك بنسبة قدرت ب(16,61%)، في حين سجلت فئة المرجعية المذهبية والجهوية والعرقية بنسب (2,71%) (2,6%) (1,44%) على الترتيب، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

وطنية: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني مرجعية الإقناع الوطنية وهذا بنسبة (62,16%)، يليه بنسبة متقاربة حزب التجمع الوطني الديمقراطي ب(60%)، يليهما بنسبة أضعف حزبي التجمع الوطني الديمقراطي ب(32,60%) وحزب حركة مجتمع السلم ب(26,65%).

يلاحظ من خلال النتائج سيطرة التوجه الوطني على مرجعية الإقناع للأحزاب السياسية خاصة منها أن أحزاب الموالاتة، هذا ما يميل إلى أن المرجعية الوطنية مغذي أساسي لخطابهم السياسي، يصل إلى درجة تقترب من المقدس بحكم أن نسبهم تجاوزت منتصف النسبة الإجمالية لكل فئات المرجعية الإقناعية والتي يبلغ عددها سبع فئات، وتتمثل المرجعية الوطنية في خطاب حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي في إبراز الراية الوطنية، الأناشيد والأغاني الوطنية، التاريخ الوطني، الثورة التحريرية، تمجيد شهداء الوطن، خدمة الوطن، الوحدة الوطنية، السيادة الوطنية، التنمية الاقتصادية والاجتماعية.. إلخ

يعد ارتكاز الخطاب السياسي الجزائري على المرجعية الوطنية في جميع الأنشطة السياسية العادية الروتينية أو الانتخابية أو الرسمية تقليداً راسخاً منذ استقلال الجزائر، لأن الهدف الأسمى لأي سياسي هو خدمة الوطن، لذلك فالحزبين يوظفان القيم الوطنية في خطابهما لغرض تعزيز شرعيتهما السياسية والوطنية أو للتغطية

على هفواتهما وأخطائهما بطريقة غير مباشرة من خلال التحجج بتبليتهم لنداء الوطن، مما يعني أن المرجعية الوطنية في خطاب الحزبين لا تعبر بالضرورة عن القيمة في حد ذاتها، بل قد تكون مخرج مُقنع يسلكه الحزب، أو مجرد خطاب في سياق الحديث والاسترسال في الكلام.

من جهة أخرى نلاحظ أن حزبي **جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم** لو يوظفا بكثرة الخطاب الوطني ونؤكد أن هذا لا يعني عدم توظيفهما له بل أنه كان أقل مقارنة بالحزبين السابقين واقتصر على - خدمة الوطن، الأمن والاستقرار الوطني، حب الوطن، الوحدة الداخلية.. إلخ

**إنسانية عالمية:** تصدر حزب **جبهة القوى الاشتراكية** مرجعية الإقناع الإنسانية وهذا بنسبة (55,79%)، يليه بنسب متقاربة حزبي **جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم** ب(25,59%) و(24,07%)، يليهم بنسبة أقل حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** ب(19,67%).

يتغنى حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بالقيم الإنسانية في خطابه السياسي مثل حقوق الإنسان، الحريات الأساسية، المساواة، العدالة الاجتماعية، التضامن الاجتماعي، التنوع الثقافي والهوياتي.. إلخ، وعند الوقوف على هذه المرجعيات الإنسانية يتبين لنا أنها تحمل في الأساس أهم مبادئ الحزب، أما بالنسبة للأحزاب الأخرى (**جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي**) فكان توظيفها لمرجعية الإقناع الإنسانية أضعف من الحزب الأول وما هو موجود منه ارتكز عموما على الالتزام بالقضايا العادلة.

إذا ما استقرأنا هذه النتائج في ضوء التاريخ الجزائري والمنطقة المغاربية المعروفة بتراثها الإنساني والثقافي فإن هذه النسب تبدو منطقية خاصة أن المرجعية الإنسانية احتلت المرتبة الثانية من بين سبع مرجعيات متفوقة عن الدينية..، حيث أن المجتمع الجزائري يتميز بروح التضامن والتعاون بين أفرادها وهو مجتمع متعدد ثقافيا ولغويا ويتسم بالتعايش السلمي فضلا عن أنه غني بتاريخ من النضال من أجل الحرية والكرامة، وبالتالي فإن حضور القيم الإنسانية في خطاب الأحزاب السياسية ليس فقط انعكاس للمبادئ الأخلاقية، لكنه أيضا أداة فعالة في تحقيق التماسك الاجتماعي، ودعم القضايا العادلة إقليميا، والمجتمع الجزائري والعربي بصفة خاصة بحاجة لهذا النوع من الخطابات التي تساهم في الحفاظ على الإنسانية.

**دينية عامة:** تصدر حزب **حركة مجتمع السلم** مرجعية الإقناع الدينية وهذا بنسبة (46,99%)، يليه بنسب أضعف متقاربة حزبي **التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني** ب(10%) و(6,54%)، يليهم بنسبة أقل حزب **جبهة القوى الاشتراكية** ب(2,93%).

نلاحظ بشكل واضح أن نسبة توظيف مرجعية الإقناع الدينية في خطاب حزب حركة مجتمع السلم مرتفعة مقارنة بالأحزاب الأخرى، وهو نوع من الاستمرارية الأيديولوجية للمبادئ التي بُني عليها الحزب وهو يعكس التزامه واستمراره في تقديم نفسه كمُدافع عن القيم الدينية الإسلامية والمجتمعية، ذلك أن المجتمع الجزائري يكن احتراما كبيرا للدين ولكل ماله علاقة به مثل رجال الدين، النصوص الدينية، القرآن الكريم، الأحاديث الدينية، اللغة العربية لغة القرآن، ونشير أنه تم توظيفه في شكل نصوص مكتوبة من الخطاب مثل المقالات التي كثيرا ما يجرها نائب رئيس الحزب السيد ناصر حمدادوش وينشرها الحزب على صفحته.

ومن أمثلة ذلك أيضا " نجد التهنئة للشعب الجزائري بحلول شهر رمضان وندعو إلى تامين مظاهر التمسك بالهوية للإسلامية، التوجه نحو بيوت الله، التنافس على تلاوة وحفظ القرآن الكريم، التأكيد على ضرورة احترام الآداب الإسلامية، حزب حركة مجتمع السلم كان إسلامي ولا يزال، احترام الإسلام من خلال الشبكة البرمجية وندعو ليقظة سلطة ضبط السمعي البصري ، تحل علينا ذكرى غزوة بدر، فينظر الله لنا نظرة رحمة ورضا..." من الحساب الرسمي لصفحة الحزب خطاب رئيس الحركة 14 مارس 2024.

عموما إن توظيف حزب حركة مجتمع السلم للمرجعية الدينية يمكن النظر إليه على أنه استبعاد جزئي للعقلانية، لأن الاعتماد على القيم والمبادئ الدينية في الخطاب السياسي قد يؤدي إلى تقليل مساحة النقاشات العقلانية حيث أن الخطاب الديني يميل إلى التأثير على العواطف والمشاعر أكثر من العقل وهذا يمكن أن يحد من النقاش المبني على المنطق ويبعد الجمهور عن التفكير النقدي والتحليل المتوازن، مما يتعارض مع متطلبات الفضاء العام كما يراها هابرماس.

نلاحظ أيضا أن حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي وظفا المرجعية الدينية بشكل محتشم إلى ضعيف جلها مناسباتية خلال شهر رمضان المبارك وعيد الفطر وافتتاح المسجد الأعظم في الجزائر العاصمة، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فلم يوظف أي خطاب قائم على المرجعية الدينية في خطابه السياسي وقد يعود ذلك إلى الهوية الأيديولوجية العلمانية للحزب.

**مذهبية:** توظف الأحزاب السياسية الأربع مرجعية الإقناع المذهبية بشكل ضعيف غير دال إذا ما تمت مقارنته بالمرجعيات الأخرى، غير أن هذه النتائج كانت متوقعة وهذا نظرا لتجنب إثارة الفتن الطائفية حيث يمتلك المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الإسلامية تعدد المذاهب الدينية - المالكية، الإباضية، الحنفية- وهذا ما يمكن أن يؤدي إلى انقسامات خطيرة، إذا ما تم توجيه الخطاب نحو أحد هذه المذاهب أو توظيف الانقسامات المذهبية في السياسة، وضعف توظيفها يعكس إدراك الأحزاب لهذه الحساسية من خلال الابتعاد عن السياسات التي قد تؤدي إلى الاستقطاب خاصة مراقبة وسائل الإعلام، فقد تحشى الأحزاب

السياسية من الانتقادات التي قد تتلقاها من وسائل الإعلام والمجتمع إذا ظهرت، وكذا بالنظر إلى كمية التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث يكون الخبر سريع وسهل الانتشار، والأحزاب تدرك أن توظيف أي خطاب مذهبي يمكن أن يؤدي إلى ردود فعل سلبية وسريعة الانتشار مما يضر بسمعتها وصورتها العامة.

**جهوية:** توظف الأحزاب السياسية الأربع مرجعية الإقناع الجهوية بشكل ضعيف غير دال إذا ما تمت مقارنته بالمرجعيات الثلاث الأولى، وتجدر الإشارة إلى أن ما يُقصد بالجهوية هنا تفوق جهة على أخرى في أحد المجالات أو أكثر سواء ثقافيا لغويا سياسيا اقتصاديا جغرافيا رياضيا أمنيا تاريخيا ماديا إداريا تنظيميا دينيا.. إلخ أي كل مظاهر التفرقة بين جهة وأخرى مدينة وأخرى، وبالحدوث عن الفكر الجهوي فإنه موجود على المستوى الشعبي وهذا ما نلتمسه في فئة مرجعية الإقناع لدى الجمهور من خلال تحليلنا للتعليقات، وأيضا عند بعض النخب السياسية إلا أنه يقع في دائرة الصمت كثيرا، وهذا لا ينفي أننا لاحظنا بعضه في خطاب حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي من خلال تمييز بعض المدن عن أخرى في الخطاب وأغلبه كان جهوي ذو طابع تاريخي وثقافي وجغرافي ونشير إلى أن هذا الموضوع في حد ذاته يحتاج إلى دراسة خاصة معمقة باعتبار أن هذا مشكل سياسي يحتاج المعالجة.

**عرقية:** نلاحظ أن توظيف الأحزاب السياسية الأربع لمرجعية الإقناع العرقية جاءت ضعيفة ويمكن تفسير ذلك بالابتعاد عن العنصرية من خلال التزام الأحزاب بالحفاظ على الوحدة الوطنية، وكذا التعايش والتنوع، حيث يشير ضعف التركيز على العرق إلى احترام التنوع الثقافي والعرق في الجزائر أيضا استقرار النسق الاجتماعي من خلال تجنب الخطاب العرقى للحفاظ على الاستقرار الاجتماعي.

الجدول رقم 59: يوضح التوزيع الكمي لأسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		أسلوب الخطاب في التعليقات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
3.01	3.55	187	3.46	97	4.77	25	0.26	10	انتقادية
2.28	0.81	43	1.46	41	6.87	36	00	00	تكمية
1.45	1.02	54	0.92	26	3.81	20	0.08	3	تكمية
1.34	2.72	143	0.71	20	1.90	10	0.05	2	استفزازية
8.51	7.53	396	4.28	120	14.31	75	7.95	296	دعم ومواساة
34.84	40.51	2130	45.12	1263	20.41	107	33.33	1240	الإيجابية والموافقة
0.39	00	00	0.17	5	00	00	1.42	53	التعبير عن الامتنان
3	3.95	204	2.78	78	24.3	17	2.06	77	إضافة قيمة
19.17	20.71	1089	2.42	68	30.72	161	22.84	850	التشجيع على المزيد
1.25	1.12	59	0.75	21	0.38	2	2.76	103	الإلهام والتحفيز
24.76	18.08	952	37.93	1060	13.59	71	29.25	1086	الاحترام والتقدير
%100	%100	5257	%100	2799	%100	524	%100	3720	المجموع

الجدول رقم 60: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
أسلوب الخطاب في التعليقات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	2253,872	3	751,291	115,497	,000
Intragroupes	79983,454	12296	6,505		
Total	82237,327	12299			

يوضح الجدول 59 أعلاه أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 60 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشوراتها، ومن خلال النتائج

المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (115,497) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 2253,872، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 79983,454 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يقل عن 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أسلوب الخطاب في تعليقات جمهور الأحزاب السياسية الأربع يختلف على الترتيب التالي:

أبانت الدراسة عن بروز فئة الإيجابية والموافقة بنسبة (34,84%)، تليها بنسبة أقل فئة الاحترام والتقدير بنسبة قدرت ب(24,76%)، أما فئة التشجيع على المزيد فحققت نسبة مقدرها (19,17%)، وبنسبة أقل منها فئة الدعم والمواساة بنسبة (8,51%)، أما فيما يخص باقي الفئات فظهرت بنسب ضعيفة في نتائج الجدول، فظهرت فئة التعليقات الانتقادية بنسبة (3,01%) وفئة إضافة قيمة بنسبة (3%) وفئة التعليقات التهكمية بنسبة (2,28%) وفئة التعليقات التهجمية بنسبة (1,45%) ونسبة التعليقات الاستفزازية بنسبة (1,34%)، وفئة الإلهام والتحفيز بنسبة (1,25%)، أما آخر فئة فكانت فئة التعبير عن الامتنان بنسبة (0,39%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

الإيجابية والموافقة: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة إيجابية وموافقة الجمهور المتفاعل مع منشورات الحزب وذلك بنسبة قدرت ب(45,12%)، يليه بنسبة قريبة حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (40,51%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (33,33%)، أما آخر حزب يتم التفاعل معه من خلال التعبير عن الإيجابية والموافقة هو حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (20,41%).

نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن معظم تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطاب الأحزاب الثلاث الأولى - التجمع الوطني الديمقراطي، وحركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني - تدل على الإيجابية والموافقة، ونشير قبل بداية التحليل وللأمانة العلمية أننا أثناء المتابعة المستمرة لصفحات الأحزاب ومن خلال

تحليل التعليقات أن معظم الجمهور المتفاعل على صفحات الأحزاب يحمل اسم -قسمة، ناحية، محافظة، خلية- أي أنها تابعة إلى الحزب وأعضائه ونخص بالذكر حزب الأفلان، وعموما تشير الإيجابية والموافقة على وجود تأييد قوي داخل قاعدة الحزب، ويظهر أن الجمهور يؤمن بسياسات وأفكار الأحزاب ويوافق عليها كما تشير إلى أن الجمهور يثق في قيادة الأحزاب وسياستهم ومن أمثلة ذلك ( **التجمع الوطني الديمقراطي**: بالتوفيق والنجاح سيادة الأمين العام البروفيسور مصطفى يحيى، تحياتي للتجمع الوطني النجاح الدائم، عاش التجمع الوطني الديمقراطي مدرسة المناضلين، جمال النفس يسهل لك المطالب ربي يقدركم وزادكم أفعال أجمل، دائما في الصدارة بالتوفيق، موفقون أنتم دائما الرقم 01.. ) (**حركة مجتمع السلم**: الله يبارك في النائب صادق لقد قال كلمة حق رغم أنف الكثير من المسؤولين، بالتوفيق لسيادة الرئيس، بالتوفيق إن شاء الله اللهم سدّد الخطي وبلغ المقاصد، بالتوفيق والسداد إن شاء الله، وفقكم الله في أعمالكم ونشاطكم السياسي من أجل بناء الجزائر ووحدة الشعوب الإسلامية، حفظ الله الحركة وأبنائها، بارك الله فيكم وأعانكم إن شاء الله.. ) (**جبهة التحرير الوطني**: بالتوفيق للأخ الأمين العام الأستاذ بن مبارك، بالتوفيق والنجاح في مشواركم الحزبي دتمتم في خدمة الوطن رحم الله الشهداء، بالتوفيق للقيادة الرشيدة لحزبنا العتيد، بالتوفيق للأخ بن مبارك زعيم الأفلان، شكرا للسيد الرئيس على استقبالك وفقكم الله..).

من جهة أخرى يمكن أن تشير التعليقات الإيجابية إلى تجنب المعارضة العلنية حيث أن قلة أو انعدام التعليقات السلبية قد تشير إلى أن الأحزاب قادرة على إدارة الانتقادات والمعارضة الداخلية بشكل فعال، مما يقلل من ظهور الخلافات بشكل علني، وعموما فإن التركيز على التفاعل مع مناضلي الحزب وجمهور الحزب الداخلي يعكس قوة التواصل الداخلي للأحزاب، لكن هابرماس يعتبر أن الفضاء العام يجب أن يكون مفتوحا ومتعدد الاتجاهات حيث يتم تداول الأفكار بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية حيث يُفرق هابرماس بين الفضاء العام الذي يجب أن يكون مفتوحا للجميع وبين الفضاء الخاص الذي قد يقتصر على مجموعات محددة، إذا كانت التفاعلات مقتصرة على أعضاء الحزب فهذا يعكس نوعا من التمايز الذي يقلل من قدرة الحزب على التأثير في الفضاء العام الأوسع والتفاعل مع المجتمع ككل.

إن قلة التعليقات الإيجابية والموافقة لدى حزب **جبهة القوى الاشتراكية** قد تشير إلى وجود نسبة أعلى من النقد الداخلي والخارجي للحزب وهذا يعكس بيئة سياسية أكثر حيوية حيث يتم تشجيع النقد والنقاش بدلا من التوافق الكلي وهذا ما يمكن أن يعزز من طبيعة الفضاء العام الذي يشجع على تداول الأفكار بشكل حر تشارك.

**الاحترام والتقدير**: تصدر حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** فئة الاحترام والتقدير وذلك بنسبة قدرت ب(37,93%)، يليه بنسبة قريبة حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (29,25%)، ثم حزب **حركة مجتمع السلم**

بنسبة (18،08%)، أما آخر حزب يتم التفاعل معه من خلال إبداء الاحترام والتقدير هو حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (13،59%).

نلاحظ من خلال النتائج أن معظم تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطاب حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني تدل على الاحترام والتقدير، ونشير إلى ملاحظة هامة أن معظم التعليقات من صفحات وملفات شخصية تحمل اسم -قسمة، ناحية، محافظة، خلية- خاصة الحزب الثاني، وطبعا دون إغفال وجود بعض التعليقات التي تحمل اسم ولقب وهوية عادية ومن ( التجمع الوطني الديمقراطي برج بوعرييج: رسائل ومواقف مشرفة بالتوفيق، التجمع.. رأس العيون باتنة: بالتوفيق والسداد السيد مصطفى ياحي، التجمع الوطني.. أقبو: بالتوفيق والنجاح عاش التجمع، Rnd Saida: بالتوفيق الأمين العام للحزب المحترم، قسمة العالية: بالتوفيق للسيد الأمين العام، قسمة قلمة الأولى: بالتوفيق والسداد السيد المحترم الأمين العام، محافظة البويرة: كل النجاح والتوفيق والاحترام، قسمة جسر قسنطينة: بالتوفيق للأمين العام بن مبارك، محافظة بسكرة: تحياتنا النضالية الأخ الأمين العام عبد الكريم بن مبارك، قسمة زيغود يوسف: كل التوفيق والتقدير الأخ بن مبارك..) وعليه نفسر سبب ظهور التقدير والاحترام بالرغبة في تضخيم الدعم، ونشير أن هذا النمط من التعليقات قد يكون وسيلة لتضخيم الدعم الجماهيري للحزبين من أجل تقديم انطباع بوجود قاعدة جماهيرية واسعة ومتماسكة خاصة أن الحزبين موالين للسلطة، فإن التعليقات الإيجابية تعكس دعما عاما للسياسات الحكومية.

من جهة أخرى فإن التعليقات الإيجابية المطلقة ليست بريئة فقد تكون مؤشرا على هيمنة السلطة على الفضاء العام وتقييد النقاش الحر مما يتعارض مع فكرة الفضاء العام كمنصة للحوار الديمقراطي والمفتوح.

بالنسبة لحزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يسجلا نسبة مرتفعة في فئة التعليقات المعبرة عن التقدير والاحترام وهذا يعني وجود شريحة أكبر من الجمهور المستقل وغير الموالي للحزب مما يؤدي إلى تنوع في التعليقات والمواقف، ومن جهة أخرى فإن قلة التعبير عن التقدير والاحترام قد تحمل مؤشرات سلبية على الحزبين منها، تأثر الصورة الخارجية العامة للحزب وعدم إحساس الجمهور بالتقدير لهما، أي صعوبة استمالة الجمهور وجعله يعبر عن احترامه وتقديره مما قد يشير إلى حاجة لمراجعة استراتيجيات التواصل والتفاعل.

في إطار دراسة دكتوراه للباحثة حنان مجاهد طرحت فيها إشكالية تبحث في مدى تأثير حملات التسويق السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى الباحثين، وتمت من خلال دراسة ميدانية على 520 مفردة، توصلت في إحدى نتائجها إلى أن دور شبكات

التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة الأحزاب كان متوسطا وفي عنصر من هذه الدراسة كانت طرحت عبارات للمبجوثين من أجل معرفة أثر حملات التسويق عليهم والنتائج تصدرت عبارة "منشورات الأحزاب زادت من ولائي للحزب" المرتبة الأولى بمتوسط 3,38<sup>1</sup>، إن ما يمكن استنتاجه من هذه الدراسة أن تعليقات الجمهور الإيجابية أو التي تعبر عن التقدير والاحترام كانت نتيجة لحملات التسويق الذكية التي توظفها الأحزاب السياسية في استمالة الجمهور إليها وإلى برامجها من خلال استخدام شبكة الفيسبوك خاصة أن غالبية المبجوثين غير منخرطين في أحزاب سياسية بنسبة (89,6%) ما يبرز التأثير الواضح على الجمهور من طرف الأحزاب.

**التشجيع على المزيد:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة التشجيع على المزيد وذلك بنسبة قدرت ب(30,72%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة التحرير الوطني وهذا بنسبة (22,84%)، ثم حركة مجتمع السلم بنسبة (20,71%)، أما آخر حزب يتم التفاعل معه من خلال التشجيع على المزيد هو حزب التجمع الوطني الديمقراطي وهذا بنسبة (2,42%).

نلاحظ تقارب واضح في النتائج بين الأحزاب الثلاث الأولى مما يعني وجود دعم قوي وثقة في القيادة حيث تعكس التعليقات التي تشجع الأحزاب على العمل والاستمرارية مثل فنجد حزب جبهة القوى الاشتراكية.

*Je remercie toutes les militantes et militants de la Fédération FFS de Béjaïa ainsi que toutes les citoyennes et citoyens de notre wilaya. Vive le FFS  
Bonjour Azul falawene toujours merci falawene bravo Mille foi thalmirth nwene  
Bon courage au camarade / Félicitations vive le ffs/ Félicitations et bon courage pour tous / Bon courage a toute l'équipe/ Toujours de l'avant. Plein succès malgré la rudesse de la situation dramatique. Le rétablissement du Politique et de la politique reste un vrai défi à réussir./ Bon courage et bonne continuation. /Bonne chance à tous, si Dieu le veut, plus d'éclat et de succès*

(جبهة التحرير الوطني، نعتز بمؤتمرا ونفتخر بقيادتنا ونتمنى التوفيق للأمين بن مبارك في مهامه، جنب إلى جنب لبنني قواعدا الحزبية، نحن مستعدون معكم بكل عزيمة وإرادة للمحطات المقبلة، كل دعمنا ومساندتنا لكم، إن شاء عودة حزب جبهة التحرير إلى مكانته الريادية، المؤتمر كان ناجحا ومباركا سنعمل إلى جانب الأمين العام بن مبارك من أجل الاستمرارية في التماسك، إلى الأمام..) حركة مجتمع السلم حيا الله الرجال.. موفقون في كل خطوة قادمة، وفقكم الله لما فيه الخير وسدد خطاكم دائما، نحو الأفضل، أنتم فرصة الأجيال القادمة، بالتوفيق التغيير ممكن في الجزائر، امضوا على خطى النحناح..) وإن هذا يدل على:

<sup>1</sup> حنان مجاهد: التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لعينة من جمهور صفحات الفاعلين السياسيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، 2019، ص 211.

✓ التركيز على النجاحات والإنجازات.

✓ خلق بيئة إيجابية وداعمة.

**الدعم والمواساة:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الدعم والمواساة وذلك بنسبة قدرت ب(14,31%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة التحرير الوطني وهذا بنسبة (7,95%)، ثم حركة مجتمع السلم بنسبة (7,53%)، أما آخر حزب يتم التفاعل معه من خلال الدعم والمواساة هو حزب التجمع الوطني الديمقراطي وهذا بنسبة (4,28%).

نلاحظ بعض الاختلاف الطفيف في فئة الدعم والمواساة بين الأحزاب الأربع ويعود هذا بالدرجة الأولى إلى المنشورات التي تحمل طابع التعزية - وفاة عضو في الحزب، شخصية وطنية، أحد أهل إطرارات الحزب، مأساة وطنية حادث مرور أو غيره، شخصية عالمية سياسية، تعزيات في الإبادة الجماعية للفلسطينيين - حسب ما نشره كل حزب على صفحته، لأنه غالبا ما تكون التعليقات انعكاسا لمحتوى المنشور في حد ذاته، وعموما يسهم هذا النوع من التعليقات في تعزيز الروح المعنوية داخل الأحزاب، حيث يشعر الأعضاء بأن جهودهم معترف بها ومقدرة ولهم مكانة مما يحفزهم على الاستمرار في العمل السياسي وهو نوع التأكيد على الولاء والانتماء والدعم في الأوقات الصعبة حيث تشير التعليقات الداعمة إلى استعداد الجمهور لتقديم الدعم والمواساة.

**انتقادية:** نلاحظ تقارب بين نسب الأحزاب الثلاث الأولى جبهة القوى الاشتراكية، حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي، حيث وجدنا من خلال التحليل بعض التعليقات التي تنتقد الحزب وخطابه السياسي وأيديولوجيته وبعض ممارساته السياسية وتعامله مع قرارات السلطة وغيرها من الموضوعات المنشورة عبر فضاء فيسبوك مثل ( جبهة القوى الاشتراكية : كفي تكون عندنا حقوقنا حنا الجزائريين في بلدنا هناك نخلوك تحكي على فلسطين، وماذا عن انتهاكات حقوق الإنسان في الجزائر، عميل ديغول وأتباعه المستعربين شعبنا من الشعارات، التسول السياسي، أحزاب مناسبات الأعياد والأعراس الله يرحم السي الحسين ونحناح والمعارضين الحقيقيين، الانحطاط، لن تقوموا ولن تنهضوا الحزب فقد البوصلة بوفاة مؤسسها حسين آيت أحمد.

*Plus de FFS après Hocine Ait Ahmed, vous êtes tombé de très haut, discuter avec Belkacem Sahli de l'avenir de la démocratie en algerie hhhhh /Achebhiyid Rebbi vous faites semblant d'animer une vie politique qui n'existe pas /Heureux ait Ahmed qui n'a pas vu ça !*

(حركة مجتمع السلم والله نبقي حابر فيكم راكم على بالكم وعلى يقين بلي ماتربحوش ومحال تربحو وعلاش تعيو في رواحكم وتعيو فالناس وتخسرو وتبذرو فالدراهم بلا فائدة وفي باطل، مكان والو هاذ الأمور شكلية

كفي قرب الفوط برك، سدى تقومون بهذه الجهود، يا أستاذ الكلام والتحليل شيء والواقع شيء آخر والدومنتو مقفول واللعبة حسمت، تؤمنون بالغولة وأنتم تدركون جيدا أن الهزيمة تحصيل حاصل، نكتة وهل حماس حزب جاد؟ التاريخ سيشهد أنها بارعة في سحب البساط من كل لقاءات المعارضة، تلون سياسي ومقاطعة دستور لأن ليس فيه أموال وهرولة للانتخابات البرلمانية لأنها فرصة لنفخ ميزانية الحزب، حماس فقدت هويتها ومصداقيتها في العديد من المحطات.. فشل دريع في كنتتها البرلمانية في افتتاح إي تعديل، وأخيرا محطة بالهزيمة في انتخابات 2024..، جبتولي الضحكة، من أخبرك أننا ندعمك؟، لاه كايين انتخابات في الجزائر راه كلش مخدوم، الراحل نخاص كان يعمل طول السنة مع مناظليه ولم يكن ينتظر موعد الانتخابات للتحرك، وقت الإنتهازية راحت مع الأفلان) (التجمع الوطني الديمقراطي: نفس العصابة القدرة، لازالت العصابات في الجزائر الجديدة، متزيدوش تهدرو مع الراندو راهو وصمة عار على جبين السياسة الجزائرية، أين كنتم لما كانوا يسرقو في أموال الشعب أم كنتم من المصنفين، إضحك عليهم عادي إنهم معتادون، الحزب الأول في تاريخ الفساد في التزوير وهو من صنع العصابة، حزب النفاق والشعارات وبين كنتم في الأربع سنوات الماضية قربت الانتخابات؟، الشعب خجل وأنتم لم تخجلو، لو نجح الحراك .. وحكم الشعب نفسه لكانت رؤوس الحزب في السجون، الإزعاج الكبير للمواطن هو رؤية حزب التزوير والسرقة والعصابة يتكلم دون خجل؟ ذهب أويجي للسجن وترك ورائه..، حزب فارغ لا يحمل برنامج ولافكر الكل يدور في فلك السلطة الكل يطبل لبرنامج رئيس الجمهورية، هل لك برنامج أم أن التطبيق هو برنامجك، أرانب الانتخابات قربت يستحمرو في الشعب والأمة في المواسم الانتخابية، هذا هو الحزب الذي أدخل الرشوة والسرقة والحقرة للبلد، هذا الحزب يذكر الجزائريين بالفساد وسرقة الأموال العامة والكذب والنفاق والسمة السيئة.. إن إعادة هذا الحزب بنفس بنفس الاسم السابق هو ضحك على العقول.."

ويمكن تفسير ذلك ب:

- اختلاف التوقعات بين الجمهور والقيادة.
- القدرة على التعبير عن الرأي وإلى إلى بيئة سياسية أكثر انفتاحا وحرية.
- مطالبة بالتغيير والإصلاح، الانتقادات قد تكون مؤشرا على رغبة قوية لدى الجمهور في رؤية تغييرات أو إصلاحات في السياسات أو نهج القيادة.
- وجود وعي سياسي مقبول بين الجمهور.

وفقا لأفكار هابرماس فإن الانتقادات الموجهة لخطاب الأحزاب السياسية على فيسبوك تعكس حيوية الفضاء العام ودوره الأساسي في تعزيز الديمقراطية والمساءلة حيث تتيح هذه الانتقادات فرصة للأحزاب لتحسين أدائها وتعديل سياستها بما يتماشى مع تطلعات الجمهور.

بالنسبة لحزب جبهة التحرير الوطني كان أقل انتقادا من طرف الجمهور وهذا راجع في تقديرنا إلى ولاء القاعدة الجماهيرية للحزب والدعم الكبير من مناصريه، وقد يكون أيضا بسبب الخوف من التدايعات السلبية أو الضغط الاجتماعي خاصة أن الحزب يملك نفوذ وسيطرة مما يخلق جو من التحفظ عن الآراء الانتقادية.

**إضافة قيمة:** نلاحظ من خلال النتائج الكمية تقارب التعليقات التي حملت قيمة مضافة بين الأحزاب السياسية الأربع ومن أمثلة ذلك (حركة مجتمع السلم أمريكا والصين والعديد من القوى الاقتصادية تزخر بالكثير من الثروات الطبيعية المتجددة والغير متجددة لكنها لا تستغلها وليست مصدر أساسي في ناتجها المحلي، فنزويلا كذلك رغم أنها دولة متخلفة اليابان ثالث أكبر عملاق في العالم اقتصادي.. لا تعتمد على الثروات الطبيعية إن كلامك شعبي ومليء بالشعارات والعواطف لا غير، بارك الله في جمعكم.. إلا أن ملاحظة على كل النقاط المطروحة وهي أن النظام ليس له نية الحوار أو حرية الإعلام.. مازلنا نتذكر التعليم رقم 12 الصادرة عن الرئيس زروال وكيف تلاعب بها الولاة ورؤساء الدوائر.. أما الحوار مع الأحزاب فأراه مضيقا للوقت فكل الأحزاب مستفادة من ريع النظام، ينبغي أن تكونوا أكثر نشاطا خارج الفترات الانتخابية وألا تكتفوا بالحصص التي يمنحها لكم النظام..) (جبهة القوى الاشتراكية

*Notre plus grand probleme est nitre defaillance dans la production des visions qui valorisent nos ressources, nos produits et surtout qui valorisent nos idees a nous et nos visions. Nous sommes tributaires des autres , aussi que de leurs normes a produire et a reflechir. Notre grand mal et que nous sommes les importateurs des idees des autres qui ne sont pas adequates pour nous et a nos realite.*

شكرا لكم، لكن النضال لا يزال طويلا من أجل تحقيق طموحات دولة المؤسسات ولكي لا نكذب على أنفسنا بوادر الانفراج لازالت معقدة والدليل سياسات الدولة العروشية من خلال خلق ولايات وهمية منتدبة لأنها لم تخضع لأي مقارنة اقتصادية ولا استشراف تنموي.. واستنزاف الدولة للخزينة من أجل كل موعد انتخابي من أجل شراء السلم الاجتماعي.. إذا واجب على حزب الأفافاس أن يكون في الصفوف الأولى لتقديم بدائل حقيقة.

*e choix des actions à mener incombe a l'exécutif de l'organisation. Cependant la communication est un art extraordinairement difficile. Pourquoi la communication au sujet de ces rencontres se résume à un texte et des photos à la Pyongyangienne (corée du nord)? Pourquoi ne pas exiger à vos interlocuteurs des conférences ...*

ونستنتج من خلال هذه الأمثلة:

- إن الجمهور المتفاعل من خلال تعليقات تحمل قيم مضافة أظهر وعيا سياسيا واهتماما كبيرا بالقضايا المطروحة وهذا يعكس وجود شريحة من المواطنين المثقفين والسياسيين.
- التعليقات الإيجابية التي تضيف قيمة تدعم أفكار وتوجهات الحزب.
- التعليقات التي تضيف قيمة تساهم في إثراء النقاش العام حول قضايا معينة.
- التعليقات التي تحتوي على أفكار جديدة ومبتكرة يمكن أن تساهم في تطوير سياسات الحزب

**تهكمية:** نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب تعرض للتعليقات ذات البعد التهكمي على عكس الأحزاب الأخرى حيث كانت التعليقات التهكمية على خطابها ضعيفة جدا ومن أمثلة ذلك (ما هذا؟ إذا لم تخني الذاكرة هذه المشاورات بدأت في 1990 كان عمري 17 اليوم ولدي في عمر 19 سنة، نعم لقد أصبح استقبال سفير إنجاز سياسي عظيم،

*Va dormir , c'est un discours typiquement d'un pouvoir au abois/, Le FFS parle l'arabe littéraire maintenant !? hhh /Une femme reçue par 4 hommes et une femme bezzaf non hhhh ..*

(التجمع الوطني الديمقراطي: مهلا .. بالشوية عليك ستختنق أم تكونوا مع العهدة الخامسة للكادر؟، استحي يا خطيب المنبر وانزل إلى الشارع وانظر ما ستمتع..، رجل المواقف الصعبة والعصابات، ربي يطلق سراحك عمي أويحي منزلت أنت فقط، يكتر خير الرجال لي واقفة ياسي مصطفى، عادت حليلة لعادتها القديمة، الحمد لله أنكم أخبرتوني حتى أدخل البيت مبكرا لأشاهد حواركم، ياعشم إبليس بالجنة، تلاميذ أويحي النجباء، ينقصكم البندير والقصة كما اعتاد أسلافكم، وأنا نقول واش كاين حفلات بالعلامات من الصباح وإذا هم أحفاد أويحي استيقظوا والله إنكم لا في ضلالكم القديم ..

ويمكن تفسير ذلك ب:

- إن وجود تعليقات تهكمية يشير إلى بيئة افتراضية أقل رقابة وأكثر تنوعا.
- كما أن التهكم ممكن أن يعكس إحباطا أو عدم رضا لدى بعض مناصري الحزب.
- إن لغة التهكم غالبا ما تتضمن كلاما غير لائق وغير دقيق وفي غير موضوع المنشور ويستخدم في الكثير من الأحيان لغرض التهكم فحسب وأحيانا لإخفاء معرفتهم المحدودة بالشأن العام، فيكتفي المستخدمون بإصدار أحكام سطحية عن موضوعات مفصولة عن سياقها، غير أن هذا لا ينفي أن بعضها يحمل تعبيرا عن الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي وحتى الأمني والثقافي بلغة تحمل العتاب والتذمر بلغة تهكمية تحمل في طياتها تصورات عميقة للوضع القائم..

**تهجمية:** نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب تعرض للتعليقات ذات البعد التهجمي

*Hahahhah vous êtes sérieux ? Des milliers d'algeriens en prison pour des postes sur*

*Facebook et vous n'avez jamais manifesté. Et quand appelleriez-vous à une manifestation pour libérer les détenus innocents qui croupissent dans les geôles de la dictature militaire algérienne ? La différence entre un parti politique autonome et résistant et un parti politique fragmenté et devenu un appareil entre les mains du pouvoir après le décès de son fondateur. Aucun respect a ses sinceres militants par sa direction qui a remplace au pied leve les DINOSAURS du fln Arrêter de mentir aux peuples on connais ça depuis 1962 ça n'a rien changé le peuples algériens et fatigués*

على عكس الأحزاب الأخرى حيث كانت التعليقات التهجمية على خطابها ضعيفة جدا عموما تشير التعليقات التهجمية إلى إحباط أو خيبة أمل من بعض مناصري أو متابعي الحزب تجاه سياسته أو أدائه، ويمكن أن يشير ذلك إلى وجود قضايا أو مشكلات بحاجة لمعالجة داخل الحزب. استفزازية: نلاحظ ضعف في وجود التعليقات الاستفزازية في كل صفحات الأحزاب السياسية ويعود ذلك إلى:

- ✓ استجابة الجمهور مع الخطاب في الكثير من الأحيان يكون إيجابي خاصة إذا كان معتدلا أو بعيدا عن إثارة الاستفزاز.
- ✓ وعي الجمهور بالمخاطر القانونية والاجتماعية للتعليقات الاستفزازية قد يحد من كتابتها، وبالتالي فالجمهور يتجنب التعليق المسيء وعيا منه بسلبيات ذلك.
- ✓ إستراتيجية إدارة الصفحات فقد تكون إدارة الصفحة تلعب دورا نشطا في مراقبة وحذف التعليقات الاستفزازية.

وفقا لهايرماس فإن الفضاء المثالي هو الذي يتيح نقاشات عقلانية وبناءة، وقلّة التعليقات الاستفزازية تتماشى مع هذا المفهوم حيث يتم التركيز على حجج منطقية بدلا من التهجيمات الشخصية أو الاستفزازية.

**الإلهام والتحفيز:** نلاحظ غياب الإلهام والتحفيز عن تعليقات الجمهور وقد يشير هذا إلى افتقار الخطاب السياسي للأحزاب إلى عناصر الحماس والإلهام التي تحفز الجمهور على التعبير عن مشاعرهم الإيجابية، وقد تعبر كذلك عن حالة من عدم الرضا تجاه المبادرات والسياسات المطروحة من قبل الأحزاب السياسية، وقد يعود أيضا إلى الثقافة السياسية في الجزائر التي تميل إلى الواقعية والنقدية أكثر من التركيز على الإلهام والتحفيز، ويشير هذا أن الجمهور معتاد على نمط معين من الخطاب السياسي الذي لا يركز على الإلهام بقدر ما يركز على معالجة المشكلات المباشرة، كما أن التفاعل الإلكتروني على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يختلف عن التفاعل المباشر حيث يميل الناس إلى الانتقاد أكثر من التعبير عن الإلهام والتحفيز نظرا للحرية المتاحة على هذه الشبكات.

التعبير عن الامتنان: نلاحظ ضعف إلى انعدام لدى الجمهور في كتابة تعليقات معبرة عن الامتنان، وعموما قد تشير النتائج إلى عدم وجود انتماء قوي لدى الجمهور تجاه الأحزاب السياسية، يمكن أن يكون ذلك سبب عدم قدرة الأحزاب على تحفيز الجمهور بما يكفي ليعبر عن امتنانه أو رضاه، وقد يعود إلى عدم جاذبية الرسائل السياسية أو عدم تقديم الحزب لسياسات وبرامج ونشاطات تستحق الإشادة.

الجدول رقم 61 : يوضح التوزيع الكمي لمرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		مرجعية الإقناع في التعليقات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
15.79	54.04	2895	6	168	1.33	7	1.82	68	دينية
1.47	00	00	00	00	4.19	22	1.69	63	مذهبية
2.85	2.90	95	5.50	154	2.09	11	0.91	34	عرقية
48.80	21.62	1188	62.28	1743	52.38	273	58.95	2193	وطنية
6.19	1.36	73	3.57	100	18.89	99	0.94	35	جهوية
24.90	20.08	1076	22.65	634	21.12	112	35.69	1327	إنسانية عالمية
%100	%100	5357	%100	2799	%100	524	%100	3720	المجموع

الجدول رقم 62: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
مرجعية الإقناع في التعليقات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	8949,729	3	2983,243	1154,162	,000
Intragroupes	31963,262	12366	2,585		
Total	40912,991	12369			

يظهر الجدول أعلاه رقم 61 مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 62 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات، ومن خلال

النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (1154,162) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 8949,729، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 31963,262 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الذي يقل عن 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن مرجعية الإقناع الموظفة في تعليقات الأحزاب السياسية الأربع تختلف على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة المرجعية الوطنية بنسبة (48,80%)، وبنسبة أقل جاءت فئة الإنسانية العالمية بنسبة (24,90%)، تليها فئة المرجعية الدينية العامة وذلك بنسبة قدرت ب(15,79%)، في حين سجلت فئة المرجعية الجهوية والعرقية والمذهبية بنسب (6,19%) (2,85%) (1,47%) على الترتيب، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة ويعود ظهور هذه النتائج إلى:

وطنية: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور الوطنية وهذا بنسبة (62,28%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (58,95%)، ثم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (52,28%)، أما أقل نسبة من التعليقات ذات المرجعية الوطنية كانت لحزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (21,62%).

نلاحظ أن معظم تعليقات جمهور المستخدمين المتفاعلين على صفحات الأحزاب الثلاث الأولى - التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية- كانت ذات مرجعية إقناعية وطنية وهذا يعود إلى المنشورات ومرجعيتها في حد ذاتها، حيث أن التركيز على القضايا الوطنية يشير أنها تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الآراء والتفاعلات بين الجمهور والأحزاب والجمهور يُظهر دعمه للقضايا التي تمس الهوية الوطنية، كما يدل أن الأحزاب نجحت في صياغة خطاب وطني يجذب اهتمام الجمهور ويعزز الانتماء الوطني، ويعكس ذلك فعالية الرسائل التي توجهها الأحزاب والتي تؤكد على الوحدة الوطنية والقيم الوطنية (

التجمع الوطني الديمقراطي: للكعبة رب يحميها الله يرحم شهداء الوطن، مواقف الشعب الجزائري مشرفة شعبا ودولة، الجزائر خط أحمر، مهما أرادوا السوء للجزائر وشعبها لكن هيهات إنه شعب صامد مكافح حريص على وطنه، تحيا الجزائر حرة مستقلة، عاشت بلادنا حرة شامخة، وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر، تحيا الجزائر والأمين العام، ربي اجعل هذا البلد مطمئنا آمنا.. (جبهة التحرير الوطني، تحيا الجزائر، جبهة التحرير أعطيناك عهدا، المجد والخلود لشهادتنا الأبرار، معا من أجل جزائر قوية إقليميا، عاشت الجزائر حرة أبية، مناضلي جبهة التحرير هم أحرار وحرائر هذا الوطن الحبيب، جبهة التحرير الوطني واحدة متماسكة من أجل استقرار البلاد واستكمال بناء المؤسسات..) (جبهة القوى الاشتراكية: تقبل الله منكم وسدد خطاكم وجعلكم دوما ذخرا لهذا الوطن، سيتحرر الشعب وسيتحسن حال الجزائر، ما شاء الله سيد أوشيش خطاب وطني نحن ومناضلينا في خدمة كل أطراف الشعب الجزائري، الأفافاس يمثل روح الاستقلال وبعد امتدادا جاد للحركة الوطنية في إطار 1 نوفمبر، فعلا الوطن يحتاج شاب مثل أوشيش.

*mouvement national.Vive l'Algérie unie et indivisible / Vive le ffs fort et rassembleur / 123viva l'Algérie*

وتدل التعليقات على وجود ولاء عميقا للوطن والجمهور يعبر عن دعمه للأحزاب من خلال ربط التوفيق والنجاح بالوطن..

بالنسبة لتعليقات جمهور حزب حركة مجتمع السلم كانت أقل استنادا إلى المرجعية الوطنية.

إنسانية عالمية: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور الإنسانية وهذا بنسبة (35,69%)، يليه بنسبة أقل حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية بنسب (22,65%) و(21,12%)، أما أقل نسبة من التعليقات ذات المرجعية الإنسانية كانت لحزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (20,08%).

إنّ ما يمكن استنتاجه من هذه النتائج أن هناك توافق بين الحزب وجمهوره، حيث لاحظنا أن تعليقات الجمهور هي انعكاس لخطاب الأحزاب السياسية والموضوعات التي يطرحونها في منشوراتهم (جبهة التحرير الوطني: الجزائر الحبيبة مع فلسطين ظالمة أو مظلومة، موقف الجزائر دوما ثابت اتجاه القضية الفلسطينية منذ القدم تحيا الجزائر وعاشت فلسطين حرة أبية، رحمة الله على شهادتنا في غزة وربط الله على قلوبهم، تمنى النصر للمقومة الفلسطينية، تعاطفنا ومواساتنا لروسيا والشعب الروسي لهذا الفعل الشنيع، تمنى للشعب الروسي تجاوز هذا الفعل الشنيع ( التجمع الوطني الديمقراطي: اللهم انصر فلسطين وعزة، غزة وأهلها صامدون، اللهم كن مع إخواننا في اليمن، اللهم لطفك بإخواننا في اليمن وسوريا وفلسطين، اللهم انصر إخواننا بفلسطين المجاهدة..) (جبهة القوى الاشتراكية ، لا يهم الحزب واسمه سنشارك بالآلاف في المسيرات الإنسانية.

*La question palestinienne a toujours été l'une des combats que nous menons.  
Les causes justes sont notre Capital depuis la proclamation de notre front.  
Les Amazighs ont toujours setenu la Palestine,vive le FFS vive l'Algérie*

(حركة مجتمع السلم، إن كلمة صراع لا تصح فيما تعيشه غزة، أقل شيء يجب مطالبة السلطة بقطع أو تعليق العلاقات الدبلوماسية مع عمان الداعمة للكيان الصهيوني، عليكم مناقشة الدول الكبرى بالوقف الفوري للعدوان ومجازر غزة، سيدي المحترم نطلب منكم إيجاد حلول مع الرئيس لضغط الدول العربية لفتح ممرات أمام المظاهرات الداعمة).

- تشير التعليقات بوعي الجمهور بأهمية القضايا الدولية.
- تُظهر تعليقات الجمهور تضامناً مع الشعوب.

التعليقات التي تحمل مرجعية إنسانية عالمية تضيء شرعية على الخطاب السياسي للحزب على المستوى الدولي مما يعزز موقفه في المجتمع العالمي ومنه توسيع الفضاء العام للحزب ليشمل نقاشات تتجاوز الحدود الوطنية للعالمية مما يعزز ديمقراطية النقاش ويثري الحوار العام.

دينية عامة: تصدر حزب حركة مجتمع السلم مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور الدينية وهذا بنسبة (54,04%)، أما فيما يخص أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية، سجلت نسباً ضعيفة قدرت على الترتيب ب (6%، 1,82%، 1,33%).

نلاحظ اختلاف واضح في نسب توظيف الجمهور لمرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور ذات البعد الديني، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم ( حفظ الله الحركة ورمضانكم مبارك، بشائر نصر الله قادمة، بورك فيكم وجزاكم الله خيراً شكراً لصيانة الأمانة الوطنية والإلهية، ممتاز طرحك شيخنا منهجي وسلس في نقل الأفكار تبارك الرحمن، تقبل الله منا ومنكم وغفر لنا ولكم سدد الله خطاكم في المسار السياسي، حفظ الله حركتنا وأثابكم الله سيادة الرئيس على ما تبدلونه في سبيل الدعوة والإسلام، جزاك الله خيراً سيدس الرئيس وبوركتم جهودكم في خدمة الدين والوطن والأمة وفلسطين متعك الله بالصحة.. وتعكس هذه التعليقات:

- ثقة الجمهور في قيادات الحزب التي تستند في خطابها على المرجعية الدينية.
- دور وأهمية الدين في الهوية الوطنية، حيث أن الإسلام جزء لا يتجزأ من الهوية الوطنية الجزائرية.

أما فيما يخص باقي التعليقات على خطاب الأحزاب الأخرى فجاءت شبه منعدمة مقارنة بالحزب الأول ويمكن أن يعود ذلك إلى ميل نحو العلمانية، حيث يفضل الجمهور فصل الدين عن السياسة والنقاش العام، هذا قد يكون نتيجة لتوجهات هذه الأحزاب التي ربما تركز على سياسات واقعية واقتصادية بعيدة عن التأثيرات الدينية.

جهوية: ظهرت مرجعية الإقناع الجهوية ضعيفة في تعليقات الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب عينة الدراسة، وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (18,89%)، يليه بنسب ضعيفة أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني بنسب (3,57%) و(1,36%) و(0,94%).

نلاحظ أن جزء كبير من تعليقات جمهور حزب جبهة القوى الاشتراكية تحمل مرجعية إقناعية جهوية على عكس الأحزاب الثلاث الأخرى،

*je trouve intéressant de le faire en kabyle / Tous vos électeurs sont des Kabyles. Pourquoi vous leur parlez en arabe?*

من حق شعب القبائل الحر أن ينال استقلاله ويتنفس الحرية، يجب حل أزمة الهوية في الجزائر في منطقة القبائل، رسميا غوغل تنشر خريطة جمهورية القبائل الشرقية، على العموم عاش الشعب الأمازيغي من الصحراء إلى المحيط.

ويتضح من خلال هذه الأمثلة :

- الارتباط القوى بالمجتمع المحلي أي أن الأفراد يشعرون بأن قضاياهم واحتياجاتهم الجهوية يجب أن تكون في صلب النقاش.
- إن الجمهور الذي يعبر عن قناعات جهوية قد يكون متنوع ثقافيا، وهذا ما تجلى في التعليقات التي تشير على رغبة في التأكيد على الهوية الثقافية الأمازيغية ومنطقة القبائل في إطار النقاش السياسي.
- تعليقات الجمهور تعكس شعورا بالتهميش أو الإقصاء من السياسات الوطنية، هذا يشير في رغبة إلى تحقيق توازن أكبر بين الجهات من خلال التأكيد على أهمية القضايا الجهوية.

من منظور هابرماس، يجب أن يكون هناك تمثيل لكل الجهات والأصوات في الفضاء العمومي، وبالتالي فإن التعليقات الجهوية قد تؤدي إلى نقاشات أكثر شمولية وعدالة وتمثيلا، وهذا ما يتماشى مع فكرة الفضاء العام الذي يتطلب أن يكون مفتوحا ومعبرا.

أما فيما يخص الأحزاب الأخرى التي لم تظهر مرجعيات جهوية في تعليقات جمهورها.

عرقية: ظهرت التعليقات العرقية بنسب ضعيفة في مرجعية تعليقات الجمهور ويعود ذلك إلى تركيز الأحزاب في خطابها على القضايا الوطنية المشتركة بدلا من القضايا العرقية لتجنب إثارة الانقسامات، كما أن غياب التعليقات العرقية يمكن أن يشير إلى وجود استقرار اجتماعي وتوازن في تمثيل مختلف المجموعات العرقية مما يعكس شعورا بالرضا عن السياسات الحالية وتوزيع السلطة والموارد.

المرجعية العرقية أو الدينية أو الثقافية .. هي خلفية للإنسان توارثها وبغض النظر عن صحتها فإنه لا ينبغي على الإنسان أن يكون حبيسا لها ويأخذها على أنها من المسلمات، لأن الهدف من الفضاء العام هو الوصول إلى تفاهم ليس العكس والانطلاق من أفكار جاهزة دون تمحيص خاصة منها التي تحتوي على منطلقات جهوية وعرقية .. قد تجد من فعالية الفضاء العام والنقاش الحر.

مذهبية: نلاحظ إجمالاً أن هذه النتائج ضعيفة مقارنة بالثلاث مرجعيات الأولى لدى الأحزاب الأربعة وتبدو النتائج منطقية كون الجزائر معروفة بكونها دولة ذات أغلبية سنية مالكية مما يعني غياب التنوع المذهبي الكبير مما يقلل الحاجة إلى التعبير عن المواقف المذهبية في الخطاب السياسي، كما أن النظام التعليمي والإعلامي في الجزائر يركز على الهوية الوطنية والإسلامية الشاملة دون الدخول في تفاصيل مذهبية مما يعزز الانسجام الاجتماعي، خاصة مع الجهود الحكومية والمجتمعية لتعزيز التسامح الديني والابتعاد عن الطائفية قد تؤدي إلى تقليل التوترات والنقاشات المذهبية.

#### فئة المصادر المعتمدة:

الجدول رقم 63: يوضح التوزيع الكمي للمصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية - عينة

الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		المصادر المعتمدة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.20	14.55	94	14.16	49	6.48	7	5.64	21	تصريحات مسؤولين
25.29	17.02	110	43.35	150	26.85	29	13.97	52	وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية
0.71	1.08	7	0.86	3	0.92	1	00	00	وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية
11.76	10.83	70	7.51	26	20.37	22	8.33	31	شبكات التواصل الاجتماعي
1.24	3.09	20	00	00	00	00	1.88	7	قوانين ومراسيم
0.85	3.40	22	00	00	00	00	00	00	البحوث والدراسات الأكاديمية
2.11	3.71	24	4.04	14	00	00	0.72	1	التقارير والبيانات الحكومية
47.84	46.32	299	30.08	104	45.38	49	69.46	260	مصادر ذاتية للحزب
%100	%100	646	%100	346	%100	108	%100	372	المجموع

الجدول رقم 64: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص المصادر المعتمدة في خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
المصادر المعتمدة					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	994,145	3	331,382	42,291	,000
Intragroupes	11502,787	1468	7,836		
Total	12496,932	1471			

يبين الجدول أعلاه رقم 63 المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في نشر خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 64 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص المصادر التي اعتمدت عليها في نشر خطابها السياسي على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (42,291) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 994,145، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 11502,787 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها في نشر خطابها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن الأحزاب السياسية الأربع تختلف في نوعية المصادر المعتمدة في خطابها السياسي على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة المصادر الذاتية للحزب بنسبة (47,84%)، ونسبة أقل تليها فئة وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية ب (25,29%)، وتقاربت فتي شبكات التواصل الاجتماعي وتصريحات

مسؤولين بنسب (11،76%) و(10،20%)، وجاءت باقي الفئات بنسب ضعيفة منها التقارير والبيانات الحكومية بنسبة (2،11%) وفئة قوانين ومراسيم بنسبة (1،24%) وفئة البحوث والدراسات الأكاديمية بنسبة (0،85%) وآخر فئة هي فئة وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية وذلك بنسبة قدرت ب(0،71%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

مصادر الذاتية للحزب: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني فئة المصادر الذاتية للحزب وهذا بنسبة قدرت ب(69،46%)، يليه بنسبة أقل حزب حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (46،32%) و(45،38%) على الترتيب، أما أقل حزب يوظف مصادر ذاتية في خطابه هو حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسب (30،08%).

يظهر من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر الأحزاب توظيفاً للمصادر الذاتية بمعنى أنه أكثر حزب يقوم بصياغة منشوراته ونشاطاته اليومية وتغطية اتصاله السياسي الممارس، ويتقارب معه حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية ويعود هذا التوظيف من طرف الأحزاب إلى رغبة واضحة في التحكم الكامل في الرسالة التي يريد إيصالها للجمهور، من خلال إلقاء الضوء على إنجازاته وأهدافه السياسية بدون تدخل أو تشويش من مصادر خارجية ونوجز أهمية توظيف المصادر الذاتية للحزب من أجل تغطية اتصاله السياسي فيما يلي:

- تتيح المنشورات الذاتية للحزب إمكانية التفاعل المباشر مع الأعضاء أو مع جمهوره خاصة من خلال خاصية البث المباشر.
- التركيز على أولويات يرى الحزب أنها هامة دون التأثير بأجندات أو اهتمامات وسائل الإعلام الخارجية.
- التحكم الكامل في الصورة الإعلامية والطريقة التي يتم تقديمها للجمهور، مما يساعد في بناء صورة محددة وموجهة.
- تجنب وسائل الإعلام الجماهيرية والخوف من التحيز أو التضليل، مما يؤكد تفضيل الحزب للاعتماد على مصادره الخاصة لضمان وصول المعومات والخطاب الذي يريد إيصاله.

عموماً رغم إيجابيات التوظيف الجيد لشبكة فيسبوك كمصدر هام في نشر الخطاب السياسي للحزب، غير أن الاعتماد الكبير على المصادر الذاتية للحزب كمصدر قد يكون له بعض السلبيات التي يمكن أن تؤثر على الحزب مثل الافتقار إلى التوازن والموضوعية في تغطية الأحداث حيث يتم التركيز فقط على النقاط الإيجابية وتجاهل السلبيات، وعدم الانفتاح على الآراء والنقد الخارجي يمكن أن يعيق عملية التطور.

إن ما تجدر الإشارة إليه أن التغطية الذاتية للأحزاب خاصة منها حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني كانت عالية الجودة من ناحية التصميم البصري مثل الصور والفيديوهات - الدقة العالية، الألوان الجذابة، التفاصيل الواضحة-، كذلك الإضاءة والصوت -جودة وتأثير الصوت ووضوحهما في إيصال الرسالة-، التصوير والمونتاج -زوايا التصوير، حركة الكاميرا، الانتقال، التأثيرات- الخطوط والعناصر البصرية وتناسقها مع الموضوع، إن هذا التنوع والاهتمام وغنى المحتوى يدل أن القائم بالاتصال في الصفحات شخص محترف وقادر على مواكبة المتطلبات التكنولوجية الجديدة من أجل تقديم محتوى ذو قيمة ينافس وسائل الإعلام الجماهيرية في تغطيتها.

**وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة المصدر من وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية وهذا بنسبة قدرت ب(43,35%)، يليه بنسبة أقل حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (26,85%)، ثم حزب حركة المجتمع السلم بنسبة (17,02%)، أما أقل حزب يوظف وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية في خطابه هو حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (13,97%).

نلاحظ من خلال النتائج أن حزب التجمع الوطني الديمقراطي يوظف أكثر من غيره من أحزاب العينة وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية ونشير إلى تنوعها بين الخاص والعام التلفزيون والصحافة المكتوبة والصحف الإلكترونية قناة رؤية، قناة النهار، جريدة الشروق، الإخبارية الثالثة، البرلمانية، الشروق نيوز، جريدة المجاهد، جريدة الخبر، الحياة، سبق برس، الاقتصادية، أخبار الوطن، جريدة المغرب الأوسط، الصباح، جريدة النصر.. إلخ ويعود ذلك إلى:

إن توظيف مصدر وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة الناشطة منها داخل الجزائر تساعد الحزب في الوصول إلى جمهور أوسع بمعنى أن هذه الوسائل لديها القدرة على الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، ومن جهة أخرى فإن توظيف وسائل الإعلام الوطنية يمكن أن يعكس توافق الحزب مع السياسات الوطنية والتوجهات الحكومية، وتعد وسائل الإعلام الوطنية بشقيها الخاص والعام وسيلة هامة لتعزيز الشفافية من خلال توظيفه لها كمنصات مألوفة للجمهور المحلي رغبة في التحكم في الرسالة والسردي السياسي الموجه للجمهور، ويُنظر إلى وسائل الإعلام المحلية أنها الأكثر تعاوناً في تقديم رواية الحزب بشكل إيجابي أو أقل نقداً مما يساعد في إدارة الصورة العامة للحزب.

يلاحظ كذلك أن حزب جبهة القوى الاشتراكية يوظف وسائل الإعلام الجماهيرية الجزائرية كمصدر لخطابه السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ويمكن تفسير ذلك بالرغبة في الحفاظ على الحضور الإعلامي، وهذا ممكن أن يكون محاولة لتحدي وتغيير السرد الإعلامي السائد، ولابد من الإشارة هنا

أن الحزب ظهر فقط في وسائل الإعلام الجماهيرية الخاصة جريدة الشروق، النهار، جريدة الوسط، قناة الشروق نيوز، قناة النهار، الاقتصادية الأولى، قناة الوطنية ولم يظهر في وسائل الإعلام العمومية ماعدا قناة البرلمانية.

أما فيما يخص حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني لم يوظفا بكثرة وسائل الإعلام الجزائرية كمصدر لخطابهما السياسي المنشور عبر فيسبوك ويمكن تفسير ذلك بالرغبة في التحكم الكامل في الرسالة السياسية التي ينشرونها، طريقة معالجتهما للموضوعات دون تدخل حارس البوابة الإعلامية الموجود على مستوى كل المؤسسات الإعلامية.

أيضا يمكننا استنتاج تفضيل الوسائط الرقمية، وهذا من أجل الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعا خاصة الشباب منهم اللذين يستخدمون شبكة فيسبوك في الجزائر أكثر من غيرها من الشبكات الاجتماعية ومن وسائل الإعلام الجماهيرية، وهذا التوجه عامة يعكس إستراتيجية عصرية تتماشى مع التحولات الرقمية في وسائل التواصل، حيث يفضل الجمهور الاستهلاك الإعلامي للانترنت.

كذلك تجنب الحزبين للرقابة على وسائل الإعلام حيث توظيف وسائل الإعلام الذاتية مثل فيسبوك يساعد الحزبين على تجنب القيود الرقابية التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية، وفيسبوك يوفر مرونة أكبر في نشر المحتوى، سواء من حيث التوقيت أو الشكل أو المضمون، مما يسمح للحزبين بنشر معلومات حساسة أو وجهات نظر خاصة دون الخوف من التحريف أو الرقابة.

**شبكات التواصل الاجتماعي:** تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة المصدر من شبكات التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة قدرت ب(20,37%)، يليه بنسبة أقل حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (10,83%)، ثم حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي بنسب متقاربة قدرت ب(8,33%) و(7,51%) على الترتيب.

نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية هو الحزب الأكثر توظيفا لشبكات التواصل الاجتماعي ولاسيما يوتيوب كمصدر للمعلومات وذلك راجع إلى رغبة في الوصول إلى جمهور واسع متعدد الفئات حيث تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للحزب بالوصول إلى شريحة واسعة من المجتمع بما في ذلك الشباب والفئات التي قد تكون بعيدة عن الإعلام التقليدي وكذا زيادة الانتشار بتوظيف محتوى من منصات أخرى مثل يوتيوب، تويتر... أما فيما يخص الأحزاب الثلاث الأخرى فهي لا تركز بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لخطابها السياسي وما توظفه في معظمه منشورات من الصفحات الرسمية لرؤساء الأحزاب أو الصفحة الرسمية للأحزاب على يوتيوب وتويتر وقد يعود هذا إلى:

- معرفة الجمهور: حيث أن الأحزاب قد تكون على دراية بأن جمهورها الرئيسي يتواجد على فيسبوك، وبالتالي تركز جهودها على هذه المنصة لتحقيق أكبر تأثير، حيث أن الجمهور الجزائري اعتاد على توظيف فيسبوك كمصدر رئيسي للمعلومات والتفاعل السياسي.

- التاريخ الطويل في استخدام فيسبوك وهي تثق في فعاليته كمنصة تواصلية لتحقيق أهدافها السياسي.

في إطار دراسة دكتوراه للباحثة قرة عائشة تطرقت فيها إلى الأساليب الاتصالية للأحزاب السياسية من خلال إجراء مقابلات مع مسؤولي الأحزاب وأبانت نتائجها أن حزبي العينة -جبهة التحرير الوطني، وحركة مجتمع السلم- يوظفان مختلف الأساليب الاتصالية والإعلامية للاتصال الداخلي وحتى الخارجي كمصادر لمعلوماتهم وأهمها القنوات التلفزيونية، المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها فيسبوك، أنستغرام، تويتر، يوتيوب، البريد الإلكتروني، واتساب، التلغرام، الفاير، البث الحي من خلال الإنترنت..، وتوصلت الباحثة من بحثها إلى نتيجة مفادها أن الوسائل والأساليب التقليدية ليست مغرية لجذب الجماهير والتخبط حتى تشارك سياسيا، بل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الأساليب فاعلية، أما النخبة المستجوبة من خلال الاستبيان فقد اختارت مواقع التواصل الاجتماعي كأول خيار لمتابعة الأحزاب من بين 10 خيارات أخرى وذلك بنسبة قدرت ب(36,32%).<sup>1</sup>

**تصريحات مسؤولين: تقارب حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي في فئة المصدر**  
من تصريحات المسؤولين وذلك بنسب (14,55%) و(14,16%) على الترتيب، وكذا تقارب حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني بنسب (6,48%) و(5,64%).

تقارب حزبي حركة مجتمع السلم والتجمع الوطني الديمقراطي من حيث توظيف تصريحات المسؤولين كمصدر لخطابهم السياسي، ونقصد بهذه الفئة خطاب الإطارات والنخب السياسية الممثلة في الحكومة الجزائرية- رئيس الجمهورية، الوزير الأول، الوزراء، الأمناء العامون، أعضاء البرلمان، الولاية، رؤساء الدوائر.. إلخ، مثلا صرح السيد رئيس الجمهورية أمس، نحن ندعم قرار رئيس الجمهورية في خصوص، نشدد على قرارات السيد الرئيس الممثلة في ...

عموما إن توظيف تصريحات المسؤولين كمصدر لخطاب الحزبين يختلف فنجد حزب التجمع الوطني الديمقراطي يظهر الالتزام بالسياسات والقرارات الرسمية أي محاولة إضفاء الشرعية، بينما يوظف حزب حركة

<sup>1</sup> قرة عائشة: الأساليب الاتصالية للأحزاب السياسية الجزائرية ودورها في تفعيل المشاركة السياسية -دراسة ميدانية على حزبي FLN وMSP-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد السادس دباغين سطيف 2، الجزائر، 2021، ص ص (305-309).

مجتمع السلم المصادر من أجل طرح السياسات الحكومية التي يطرحها المسؤولون للنقاش العام وفي بعض الأحيان لإعلان بعض القرارات الرسمية، وهذا دلالة أن التوظيف يختلف بين الحزبين بشكل واضح.

في حين نجد أن توظيف حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني لتصريحات المسؤولين كمصدر لخطابهما ضعيف وهذا يبين اعتماد الحزبين بشكل أكبر على رؤيتهما الخاصة ومواقفهما المستقلة، أي أنهما يتخذان نهجا أكثر تركيزا على الذات والبرامج السياسية الخاصة، فنجد حزب جبهة التحرير الوطني هو حزب موالي للسلطة وهو الحزب الواحد في الجزائر منذ الاستقلال غير أنه يحاول الحفاظ على شرعيته السياسية وتحكمه في الأوضاع السياسية من خلال تبني إستراتيجية قائمة على الموالاة والحفاظ على صورته التقليدية -التحكم والقوة السياسية- ولهذا يتم التقليل من ظهور وسطاء السلطة في خطابه السياسي الذي قد يظهره أقل مسؤوليات مما كان عليها في السابق.

**التقارير والبيانات الحكومية:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة المصدر من التقارير والبيانات الحكومية وذلك بنسبة (4,04%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (3,71%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني ب (0,72%)، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية لم يوظف أي مصدر من التقارير والبيانات الحكومية.

يتجلى من خلال النتائج الكمية أن الأحزاب الأربع لا تستعمل التقارير والبيانات الحكومية كمصدر لخطابها السياسي، وهذا راجع في تقديرنا إلى تعدد مصادر المعلومات وسعي الأحزاب إلى تقديم وجهات نظر مستقلة عن البيانات الرسمية وبعيدا عن التأثير الحكومي المباشر، كذلك فإن التركيز على القضايا المحلية والاجتماعية قد يكون أكثر أهمية بالنسبة لهذه الأحزاب، مما يدفعها للاعتماد على مصادر غير حكومية وفي الغالب تكون مصادر ذاتية. كما أن مركز ترتيب التقارير والبيانات الحكومية كمصدر للخطاب احتل المركز الخامس من بين ثمانية.

دور حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية في الرقابة على الحكومة والنقد، يُظهر تجنب استخدام البيانات الحكومية.

**قوانين ومراسيم:** يتجلى ضعف إلى انعدام توظيف القوانين والمراسيم كمصدر للخطاب السياسي لدى الأحزاب الأربع ويعود ذلك إلى:

- الابتعاد عن الخطاب الرسمي وتقديم خطاب أكثر مباشر يركز على الاحتياجات اليومية للجمهور.
- تجنب المواضيع المعقدة للجمهور العادي، والتركيز على مواضيع أكثر بساطة وفهما خاصة أنه الجمهور متنوع بين المثقف والأقل ثقافة والمتخصص والأقل تخصصا.

- الابتعاد عن المواضيع الرسمية والقانونية والتركيز على القضايا العملية والملموسة.

**البحوث والدراسات الأكاديمية:** نلاحظ ضعف إلى انعدام في توظيف البحوث والدراسات الأكاديمية كمصدر لخطاب الأحزاب السياسية وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم، حيث تطرقنا في الفئات السابقة إلى أن الحزب يعتمد على الشخصيات العلمية ومنه الدراسات الأكاديمية على الرغم من ضعف ذلك إلا أن ذلك يميزه على الأحزاب الأخرى حيث يهتم بهذه الفئة الأكاديمية ودورها في تحقيق الأهداف الحزبية والسياسية والاقتصادية ويمكن تفسير ذلك ب:

- الاستناد إلى المعرفة العلمية الدقيقة لدعم مواقفه السياسية.

- التفاعل مع المجتمع الأكاديمي والمؤسسات البحثية، ومنه إتاحة قنوات جديدة للتعاون وتبادل المعرفة.

- التفرد الإعلامي لكون الحزب هو الوحيد الذي يوظف هذا المصدر وهذا ما يجعله متميزا في خطابه السياسي.

بينما الأحزاب الأخرى لا توظف الدراسات الأكاديمية كمصدر لخطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، فقد تتجه هذه الأحزاب نحو تبني الخطاب الشعبي الذي من الممكن أن يضمن جذب أكبر عدد من الجماهير العامة.

**وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية:** نلاحظ ضعف وانعدام لتوظيف الأحزاب الأربع لوسائل الإعلام

الجماهيرية الدولية كمصدر لخطابها السياسي ويمكن تفسير ذلك ب:

- تفضيل الاعتماد على المصادر الإعلامية الوطنية وهو ما تجلّى في نتائج الجدول أعلاه.

- الرغبة في تأكيد السيادة الوطنية من خلال الاعتماد على مصادر معلومات محلية فقط.

- الحذر من التأثيرات الخارجية ومحاولة تقليل تأثير وسائل الإعلام الدولية.

- تقليل الاعتماد على الرؤية الدولية والتحليلات الدولية للوضع السياسي الجزائري.

- التحكم في الصورة السياسية الداخلية للحزب بما يتماشى مع أهدافه ومصالحه السياسية.

- التقليل من التحديات الإعلامية الدولية التي قد تنشأ عن التعامل معها.

6. فئة الجمهور المستهدف والأهداف:

فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم 65: يوضح التوزيع الكمي للجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الجمهور المستهدف
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
14.37	13.51	117	15.41	45	22	46	6.58	33	الهيئة الناخبة
28.11	19.51	169	25	73	18.66	39	49.30	247	أنصار الحزب
19.18	13.97	121	14.72	43	33.49	70	14.57	73	قادة الرأي والمؤثرون
0.09	00	00	00	00	00	00	0.39	2	المعارضون
7.51	12.93	112	7.53	22	3.82	8	5.78	29	الشباب
8.19	16.51	143	6.16	18	3.34	7	6.78	34	النساء
0.90	00	00	00	00	00	00	3.63	18	المهاجرون(الجمالية الجزائرية)
21.65	23.66	204	31.16	91	18.66	39	12.97	65	الجمعيات والمجتمع المدني
%100	%100	866	%100	292	%100	209	%100	501	المجموع

الجدول رقم 66: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوعية الجمهور المستهدف من خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الجمهور المستهدف					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	396,617	3	132,206	21,052	,000
Intragroupes	11706,039	1864	6,280		
Total	12102,657	1867			

يظهر الجدول أعلاه رقم 65 الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، جاء اختبار ANOVA في الجدول رقم 66 من أجل قياس التباين بين الأحزاب

السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص نوع الجمهور المستهدف من خطابها المنشور عبر شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (21,052) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 396,617، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 11706,039 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين الجمهور المستهدف من خطابات الأحزاب السياسية الأربع مختلف حسب أجندة كل حزب على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة أنصار الحزب بنسبة (28,11%)، تليها فئة الجمعيات والمجتمع المدني وذلك بنسبة (21,65%)، تليها مباشرة فئة قادة الرأي والمؤثرون بنسبة (19,18%)، وتقاربت معها فئة الهيئة الناخبة بنسبة (17,37%)، أما فئة النساء والشباب فجاءت متقاربة بنسب قدرت ب (8,19%) و(7,51%)، في حين جاءت فئتي المهاجرون (الجالية الجزائرية) وفئة المعارضون بنسب ضعيفة قدرت ب(0,90%) و(0,09%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

أنصار الحزب: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني فئة الجمهور المستهدف من أنصار الحزب وذلك بنسبة (49,30%)، يليه بنسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (25%)، في حين تقارب حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية بنسب (19,51% و 18,66%) على الترتيب.

نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب سياسي من عينة الدراسة استهدفاً للأنصار من خلال خطابه السياسي حيث أنهم جزء أساسي من هيكل الحزب ويعملون على الحفاظ على قيمه ومبادئه، بينما نلاحظ أن الأحزاب الأخرى -التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية- تستهدف أنصار الحزب من خطابها السياسي بنسب أقل من الحزب الأول رغم أهمية هذا الجمهور.

الجمعيات والمجتمع المدني: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة الجمهور المستهدف من الجمعيات والمجتمع المدني وذلك بنسبة (31،16%)، يليه بنسبة أقل حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (23،66%)، يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (18،66%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (12،97%).

يُظهر حزب التجمع الوطني الديمقراطي من خلال استهداف الجمعيات والمجتمع المدني رغبة في التفاعل مع مكونات المجتمع المدني المختلفة -مؤسسات وسائل الإعلام الجماهيرية، مؤسسات الجمعيات الخيرية والمؤسسات غير الربحية، المنظمات العمالية اتحادات الشباب الجامعي، الأحزاب السياسية الأخرى..- والهدف من هذا الجمهور في تقديرنا يعود بالفائدة على الحزب بالدرجة الأولى وأهدافه وإن كانت تحتوي جزء من المسؤولية السياسية تجاه المجتمع، غير أن أهدافها لصالح الحزب بالدرجة الأولى مثل تأمين دعم مؤسسي حيث أن استهداف الجمعيات من خلال الخطاب السياسي يمكن أن يسهل تنفيذ مشاريع الحزب وأهدافه من خلال التعاون مع هذه المؤسسات، ومن ثم دعمه في الاستحقاقات الانتخابية، في حين نجد أن الأحزاب الثلاث الأخرى -حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية، جبهة التحرير الوطني- لم تستهدف جمهور الجمعيات والمجتمع المدني بشكل كبير رغم وجوده وقد يعود هذا إلى أولوية الجمهور التقليدي مما يعني أن الأحزاب الثلاث تفضل التركيز على جمهورها التقليدي مثل الأعضاء والأنصار..

قادة الرأي والمؤثرون: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الجمهور المستهدف من قادة الرأي والمؤثرون وذلك بنسبة (33،49%)، يليه بنسب متقاربة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (14،72%)، جبهة التحرير الوطني (14،57%)، حركة مجتمع السلم (13،97%).

يشار بداية أن المقصود بقيادة الرأي والمؤثرون هم النخبة السياسية والشخصيات الوطنية الهامة، وليسوا المؤثرون الاجتماعيون الناشطون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ممن ينشرون حياتهم الخاصة أو بعض اهتماماتهم ونشاطاتهم، ونجد أن أكثر حزب يستهدف قادة الرأي والمؤثرون هو حزب جبهة القوى الاشتراكية ويمكن تفسير ذلك ب:

- إستراتيجية تواصلية موجهة من خلال استهداف المجموعات التي تمتلك القدرة على نشر وترويج أفكار الحزب ومواقفه خاصة منها الشخصيات الوطنية الهامة.
- زيادة التأثير والنفوذ في الساحة السياسية خاصة أن قادة الرأي يمتلكون القدرة على بناء صورة إيجابية للحزب من خلال توثيق علاقاته معه ونشرها لجمهوره ومنه توسيع قاعدته الانتخابية.
- بناء شبكة علاقات قوية من خلال التركيز على النخبة السياسية يمكن أن يساعد الحزب في بناء شبكة علاقات قوية ومؤثرة، ومنه المساهمة في تعزيز قدرة الحزب على تنفيذ أجندته.

أما فيما يخص الأحزاب الأخرى -التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم- فهي لا تستهدف هذا النوع من الجمهور بشكل ملفت.

الهيئة الناخبة: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية فئة الجمهور المستهدف من الهيئة الناخبة وذلك بنسبة (22%)، يليه بنسبة أقل حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (15،41%)، يليه حركة مجتمع السلم بنسبة (13،51%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (6،58%).

نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية يستهدف جمهور الهيئة الناخبة أكثر من الأحزاب الأخرى وهذا بالضرورة راجع رغبة الحزب في التأثير على الرأي العام وتغيير الوضع السياسي القائم من خلال الفوز في الانتخابات ، يليه بدرجة قريبة من الاهتمام حزب التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم، وذلك رغبة في تحسين الصورة العامة لهما وإبراز نفسيهما كقوة سياسية رئيسية خلال التنافس الانتخابي.

نشير في هذا الموضوع أن معظم خطاب الأحزاب السياسية الأربع عينة الدراسة الذي يستهدف القاعدة الانتخابية جاء خلال فترة إعلان الرئيس عبد المجيد تبون عن تقديم الانتخابات حيث تسعى الأحزاب لزيادة تفاعل الناخبين معهم وتحقيق نتائج إيجابية.

بالنسبة لحزب جبهة التحرير الوطني فإنه لا يركز على الناخبين كجمهور مستهدف من خطابه السياسي رغم أنه الحزب الواحد لسنوات طويلة في الجزائر ويمكن أن ذلك عائد إلى الثقة الواسعة في القاعدة الانتخابية والرصيد التاريخي للحزب وشعبيته المتجذرة بين فئات واسعة من المجتمع، مما يجعله أقل قلقا بشأن الحاجة إلى التواصل المستمر والمباشر مع الناخبين.

النساء: تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة الجمهور المستهدف من النساء وذلك بنسبة (16،93%)، يليه بنسبة أقل حزبي جبهة التحرير الوطني بنسبة (6،78%)، وحزب التجمع الوطني الديمقراطي ب (16،6%)، ثم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (3،34%).

يستهدف حزب حركة مجتمع السلم المرأة من خلال خطابه السياسي المنشور بنسبة مقبولة أكثر من الأحزاب الأخرى وذلك إدراكا منه للتغيرات الاجتماعية في الجزائر والعالم، حيث تلعب المرأة دورا متزايد الأهمية في مختلف مجالات الحياة، بما في ذلك السياسة والاقتصاد والمجتمع، وهذا لا ينفي رغبة الحزب في توسيع قاعدته الجماهيرية خاصة أن نسبتها مرتفعة في المجتمع مما يعني تمثيل أوسع، ونشير أن الحزب ركز في الكثير من خطابه على ضرورة تمكين المرأة من خلال دعم حقوقها وإشراكها في الحياة السياسية.

تستهدف الأحزاب الأخرى- جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية- جمهور النساء كذلك لكن بشكل مناسباتي خلال عيد المرأة أين قامت الأحزاب بكتابة تهنئات للنساء أو تنظيم ملتقيات نسوية لمناضلات الحزب أو مجرد أنشطة روتينية يتم تنظيمها كل سنة بغرض إشراك المرأة في الحزب ولو صوريا غير أنه لم يكون لجمهور النساء حضور ملفت للانتباه لدى الأحزاب الثلاث.

**الشباب:** تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة الجمهور المستهدف من الشباب وذلك بنسبة (12,93%)، يليه بنسبة أقل حزبي التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (7,53%)، وحزب جبهة التحرير الوطني ب (5,78%)، تم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (3,82%).

تستهدف الأحزاب عينة الدراسة جمهور الشباب بشكل متفاوت فوجد حزب حركة مجتمع السلم أكثرهم تركيزا وذلك لإدراك لأهمية هذه الفئة واحتياجاتها المتغيرة، حيث يمثل الشباب فئة كبيرة في المجتمع الجزائري واستهدافهم يعكس فهما ووعيا بضرورة التعامل مع قضاياهم، مما لوحظ أن الخطاب الموجه للشباب كان يحتوى على نوع من المجاملة أكثر منه خطاب عقلاني منطقي ودقيق أو واقعي، وذلك أن الأحزاب تشير إلى الشباب في خضم الحديث عن الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والعزوف السياسي، هذا ما يُظهر أن هذا الخطاب لم يعدو عن كونه عرضيا واسترسالا في الكلام.

**المهاجرون (الجالية الجزائرية):** يبدو أن الأحزاب السياسية الأربع تركز بشكل أكبر على القضايا والناخبين داخل الجزائر، ربما لأنهم يرون أن تحقيق التأثير المباشر والفوري أكثر أهمية، قد يشعرون أن القضايا الداخلية تتطلب اهتماما أكبر أو تكون أكثر تأثيرا على نتائج الانتخابات، حيث شكل جمهور الجالية الجزائرية حضورا محدودا في خطاب الأحزاب عينة الدراسة على الرغم من أهميتها الكبيرة كوعاء انتخابي حيث تشكل الجالية الجزائرية في فرنسا فقط ما يقارب 6,5 مليون جزائري مع بدايات سنة 2024<sup>1</sup>، ونوع ذلك إلى قلة اهتمام هذه الفئة بالانتخابات وموضوعها، خصوصا أن الجالية مرتبطة اقتصاديا واجتماعيا بالبيئة التي تعيش فيها وبالتالي فإن برامج الأحزاب لا تعنيه بدرجة مباشرة.

**المعارضون:** نلاحظ ضعف كبير إلى انعدام في استهداف فئة المعارضون من خلال الخطاب السياسي للأحزاب الأربع عينة الدراسة عبر فيسبوك ويمكن تفسير ذلك ب:

- ✓ التركيز على القاعدة الشعبية المؤيدة لها بدلا من محاولة كسب المعارضين.
- ✓ مخاطبة المعارضين قد تعتبر مخاطرة حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى جدل أو مواجهة غير مرغوبة.

<sup>1</sup> DN Algérie: **Diaspora quel est le nombre des Algeriens de France en 2024 ?**, le 9.02.2024, visite le 10.07.2024, A 22 : 22, Disponible sur le lien <https://bit.ly/4dAtePa>

## الفصل الثالث: التحليل الكمي، الإحصائي والكمي لفئات المضمون

✓ إن كسب المعارضين يتطلب تغييرا كبيرا في السياسات أو الرسائل، مما قد يؤدي إلى فقدان دعم القاعدة الحالية، لذلك تفضل الأحزاب الاستمرار في إستراتيجية تضمن دعم القاعدة الشعبية بدلا من محاولة الاستقطاب.

### فئة الأهداف:

الجدول رقم 67 : يوضح التوزيع الكمي للأهداف التي سعت لتحقيقها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- من خلال خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		الأهداف
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
8.86	3.74	42	13.39	58	11.95	41	6.37	56	تعزيز قيم المشاركة السياسية
4.49	7.67	86	5.08	22	4.08	14	1.13	10	تشكيل الإرادة السياسية
26.15	26.40	296	27.70	120	22.15	76	28.35	249	تسويق صورة الحزب السياسي
13.20	8.20	92	15.70	68	9.32	32	19.58	172	تأكيد الشعور بالهوية الوطنية
5.18	8.65	97	2.07	9	7.85	34	2.16	19	المساعدة في صنع القرارات الوطنية
6.89	8.56	96	9	39	4.08	14	5.92	52	المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية
3.40	0.53	6	2.77	12	1.45	5	8.88	78	استقطاب المتطوعين والناشطين
4.58	8.74	98	4.61	20	1.45	5	3.53	31	ترقية الحقوق السياسية للمرأة
12.25	13.64	153	11.08	48	16.90	58	7.40	65	ترقية حقوق الإنسان
6.99	6.06	68	1.61	7	13.70	47	6.60	58	تعزيز الحوار الحزبي الوطني
4.14	4.46	50	1.84	8	3.79	13	6.49	57	زيادة المرئية والوصول
0.05	00	00	00	00	00	00	0.22	2	جمع التبرعات والهبات
3.82	3.26	37	5.15	22	3.28	17	3.37	29	بناء شبكة علاقات
%100	%100	1121	%100	433	%100	343	%100	878	المجموع

الجدول رقم 68: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الأهداف التي سعت لتحقيقها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
الأهداف					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	259,720	3	86,573	<b>8,162</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	29529,220	2784	10,607		
Total	29788,939	2787			

يوضح الجدول أعلاه رقم 67 الأهداف التي تسعى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة لتحقيقها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 68 لقياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الأهداف التي تسعى لتحقيقها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (8,162) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 259,720، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 29529,220 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الأهداف التي تسعى لتحقيقها الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن أهداف الأحزاب السياسية من وراء منشوراتها على فيسبوك مختلفة على النحو التالي:

أبانت نتائج الجدول عن بروز فئة تسويق صورة الحزب بنسبة قدرت ب(26,15%)، تليها فئة تأكيد الشعور بالهوية الوطنية مع نسبة مقدارها (13,20%)، ثم فئة ترقية حقوق الإنسان بنسبة (12,25%)، تلتها

فئة تعزيز قيم المشاركة السياسية بنسبة (86،8%)، وتساوت فئتي تعزيز الحوار الحزبي الوطني بنسبة (99،6%) مع فئة المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية بنسبة (89،6%)، وبنسبة أقرب لها فئة المساعدة في صنع القرارات الوطنية وذلك بنسبة (18،5%)، في حين جاءت باقي الفئات بنسب ضعيفة، ترقية الحقوق السياسية للمرأة بنسبة (58،4%)، تشكيل الإرادة السياسية بنسبة (49،4%)، زيادة المرئية والوصول بنسبة (14،4%) بناء شبكة علاقات بنسبة (82،3%)، استقطاب المتطوعين والناشطين بنسبة (40،3%)، وأضعف نسبة كانت مع فئة جمع التبرعات والهبات ب(05،0%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

تجدر الإشارة قبل بداية التحليل أن هذه المؤشرات مستمدة من وظائف الاتصال السياسي، وارتأينا التعرف على التزام الأحزاب السياسية الجزائرية بالوظائف الرئيسية للاتصال السياسي من خلال فئة الأهداف.

**تسويق صورة الحزب السياسي: تصدر حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي**  
هدف تسويق صورة الحزب السياسي وذلك بنسبة (35،28%) و (70،27%)، يليهما بنسبة قريبة حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة (40،26%)، أما فيما يخص جبهة القوى الاشتراكية حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(15،22%).

نلاحظ أن كل الأحزاب السياسية تهتم بتسويق صورتها السياسية عبر فضاء الفيسبوك وهذا أمر طبيعي بالنظر لأهمية العملية التسويقية في السوق السياسي ويعني التسويق السياسي إقامة علاقات مع الناخبين وصيانتها وتعزيزها على المدى الطويل بغرض إشباع رغبات جمهورها الداخلي والخارجي وفي المقابل الحصول منهم على الولاء والانتماء<sup>1</sup>، ومن خلال التحليل تبين أن الأحزاب توظف جل الأساليب التسويقية لترسيخ صورتها الحزبية لدى الجمهور الداخلي-الإداري، الحزبي..- والخارجي-المنظمات الحزبية وغير الحزبية المجتمع المدني بكل أصنافه..- إلخ من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، شبكات التواصل الاجتماعي، قيادة الأحزاب وجاذبيتها كشخصيات سياسية، توظيف خصائص شبكة فيسبوك الفيديوهات، النصوص، الصور، البث المباشر، الألوان، الحركة، المؤثرات، الموسيقى.. التواجد الميداني من خلال الخرجات الميدانية الحزبية، توظيف القيم الوطنية الدينية الإنسانية، مختلف الموضوعات المطروحة السياسية الأمنية الاقتصادية، الثقافية.. التفاعل مع القضايا الراهنة.. التركيز على الإنجازات والمبادرات، تسليط الضوء على الإنجازات السابقة والمبادرات الحالية.. إلخ، جميع هذه المؤشرات تدل على رغبة الحزب في تسويق صورة منظمة لنفسه قوامها خدمة الجمهور وتمثيله والاهتمام به وبقضاياها.

<sup>1</sup> علي سعدي عبد الزهرة جبير: التسويق السياسي المفهوم والأبعاد، مجلة مدارات للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 03، 2021، ص

تأكيد الشعور بالهوية الوطنية: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني هدف تأكيد الشعور بالهوية الوطنية وذلك بنسبة (58،19%)، يليه بنسبة التجمع الوطني الديمقراطي وذلك بنسبة (70،15%)، أما فيما يخص جبهة القوى الاشتراكية حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(32،9%)، وتقارب معه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (20،8%).

نلاحظ من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يهدف إلى التأكيد على الهوية الوطنية، وذلك من خلال التركيز على الرموز الوطنية مثل النشيد الوطني والألوان الوطنية والراية الوطنية في منشورات الحزب وتسلط الضوء على الشخصيات التاريخية والأحداث المهمة في تاريخ الجزائر ونشر الوعي بالتاريخ الوطني، نشر قصص تاريخية ومعلومات عن كفاح الجزائر من أجل الاستقلال والسيادة، واستذكار الأحداث التاريخية والاحتفال بالأعياد الوطنية لتعزيز الوعي الجماعي بالتاريخ الوطني، الدفاع عن السيادة الوطنية من خلال التأكيد على استقلال الجزائر وسيادتها في الخطاب السياسي، وتبني مواقف قوية تجاه القضايا الوطنية والدفاع عن مصالح البلاد على الصعيد الدولي، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي فيعمل على الترويج للتنمية الوطنية من خلال التركيز على برامج التنمية المستدامة والمشاريع الاقتصادية التي تعزز الاستقلال الاقتصادي والرفاه الاجتماعي.. ويشترك في ذلك مع حركة مجتمع السلم الذي يؤكد كذلك على الهوية الإسلامية والوطنية الهوية الثقافية والدينية للجزائر من خلال التركيز على القضايا الاجتماعية وتحقيق العدالة، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فإنه يركز على الديمقراطية وحقوق الفرد الجزائري كجزء من الهوية الوطنية، الاحتفاء بالتنوع الثقافي واللغوي في الجزائر..

كل هذه المؤشرات توحى بأهمية الحفاظ على الهوية الوطنية الجزائرية لدى الفواعل السياسية الأربع وذلك أنها تهدف إلى كسب أكبر عدد من الدعم الانتخابي، وتتفق هذه النتائج مع دراسة الباحث لويس فارس حول الأحزاب السياسية الجزائرية -جبهة التحرير الوطني، وجبهة القوى الاشتراكية- ومساهماتها في السياسات الهويةية متوصلا إلى نتائج منها أن الخطاب الهوياتي لدى الأحزاب السياسية الجزائرية يعاني من أزمات بنيوية تعتره في توظيف البعد القائم على الهوية الذي يعد هدف للحصول على أكبر قدر من أصوات الناخبين، وهو ما يظهر خلال رفع شعار الهوية لاستقطاب فئات مجتمعية خاصة، لكنها كانت مناسباتية ليست استمرارية تتخفي مع نهاية المواسم الانتخابية، مؤكدا على وجود فروق في توظيف الحزبين حيث يتبنى الأول خطاب وطني والثاني خطاب أمازيغي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> لويس فارس: الهوية في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - سياسات هوية أم توظيف سياسي، دار المنظومة، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 25، 2021، ص 21.

ترقية حقوق الإنسان: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية هدف ترقية حقوق الإنسان وذلك بنسبة (16,90%)، يليه بنسبة قريبة حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة (13,64%)، أما فيما يخص التجمع الوطني الديمقراطي حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(11,08%)، وتقارب معه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (7,40%).

يركز حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر من غيره على حقوق الإنسان مؤكداً على استمرار أهمية الديمقراطية كركيزة أساسية لحقوق الإنسان، ويدعو إلى انتخابات حرة نزيهة وضمن التعددية السياسية، كما يطالب في الكثير من خطاب بالمطالبة بالحريات المدنية والسياسية من خلال التأكيد على حرية التعبير وحرية الصحافة، وحرية التجمع وإلغاء أي قوانين تقيد أو تحد من الحريات المدنية والسياسية، بعد تحليلنا للمنشورات التي تهدف إلى ترقية حقوق الإنسان والوقوف عندها استنتجنا أن الحزب لا يزال يسير على خطاه القديمة منذ نشأته إلى الآن ولا يزال قائم على نفس المبادئ ولم يحدد عنها وذلك بناء على مقابلة أجرتها مجلة زوايا مع المؤسس التاريخي لحزب جبهة القوى الاشتراكية المناضل والمجاهد حسين آيت أحمد في عددها 14 سنة 1990 في إجابة عن مجموعة أسئلة هامة منها تقود حزبا يسمى "جبهة القوى الاشتراكية" أية علاقة تقيم بين الاشتراكية والديمقراطية؟ كانت إجابته كالتالي "إن الحرية السياسية لا تنفصل عن الحقوق الاجتماعية والاقتصادية ومن أجل إحقاق حقوق الإنسان يجب أن يستمر الشعب الجزائري في ممارسة سيادته مثلما مارسها خلال الحرب.. نعتبر أن الديمقراطية السياسية ضرورية ولكنها ليست كافية غير أنها قاعدة الانطلاق لنيل سائر الحقوق الاقتصادية والاجتماعية وتجسيدها.."<sup>1</sup>، إن خطاب رئيس الحزب الراحل 2015 - سنة 1990 - وخطاب الأمين العام للحزب السيد يوسف أوشيش نهاية 2023 وبداية 2024 يؤكد نقطتين هامتين:

✓ استمرارية الرسالة الحزبية لحزب جبهة القوى الاشتراكية وعدم تحقق مطالبه في الجزائر.

✓ الديمقراطية مفهوم يشمل جميع الحقوق التي يطالب بها الحزب الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الإنسانية..، وفي حالة تحققت الديمقراطية تكون الحقوق الأخرى مجرد تحصيل حاصل.

أما فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم فإن معظم تركيزه كان حول حماية الحقوق الدينية والثقافية كجزء من حقوق الإنسان وتعزيز حرية الممارسة الدينية والتعبير الثقافي، أما فيما يخص حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني فيؤكدان على مبدأ سيادة القانون كمبدأ أساسي لحقوق الإنسان ومنه دعم الإصلاحات القانونية والسياسية التي تقوم بها الحكومة الجزائرية.

<sup>1</sup> بدايات: حسين آيت أحمد - حقوق الإنسان ناقصة دون حقوقه الاقتصادية والاجتماعية، 2016، تم التصفح يوم 19 جويلية 2024،

على الساعة 14:02، متاح على الرابط <https://bidayatmag.com/node/694>

تعزيز قيم المشاركة السياسية: تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي هدف تعزيز قيم المشاركة السياسية وذلك بنسبة (13,39%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (11,95%)، أما فيما يخص جبهة التحرير الوطني حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(6,37%)، وتقارب معه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (3,74%).

يهدف حزب التجمع الوطني الديمقراطي إلى تعزيز قيم المشاركة السياسية من خلال خطابه المنشور عبر فيسبوك أكثر من غيره من الأحزاب عينة الدراسة وذلك من خلال نشر محتوى تثقيفي حول أهمية المشاركة السياسية وحقوق المواطن دعوة المواطنين للمشاركة في الانتخابات، وفيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية فإنه يروج للديمقراطية وحقوق الإنسان كما ذكرنا سلفا من خلال نشر محتوى يركز على أهمية الديمقراطية كقيمة أساسية وضرورية لتحقيق العدالة والمساواة، وتعزيز حقوق الإنسان كجزء من المشاركة السياسية الفعالة ويعمل على نشر معلومات واضحة ومفصلة حول نشاطات الحزب ومواقفه السياسية.

من الجهة الأخرى نجد أن حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم لا يركزان على هدف تعزيز القيم المشاركة السياسية بل إن خطابهما يميل نحو التركيز على الوحدة الوطنية والانتماء الوطني بدلا من على الحث على المشاركة السياسية.

تجدر الإشارة هنا أن استهداف الأحزاب الأربع لتعزيز قيم المشاركة السياسية للجمهور رغم تفاوته بينهم إلا أن معظمه كان مناسباتي أي خلال الفترة التي تسبق الإعلان عن تقديم الانتخابات الرئاسية، مما يدل على خطاب براغماتي للأحزاب يتجه نحو زخم المناسبة السياسية، وغير مستمر.

تعزيز الحوار الوطني: تصدر حزب جبهة القوى الاشتراكية هدف تعزيز الحوار الوطني وذلك بنسبة (13,70%)، يليه بنسبة قريبة حزبي جبهة التحرير الوطني ذلك بنسبة (6,60%)، وحزب حركة مجتمع السلم بنسبة (6,06%)، أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(1,61%).

يروج حزب جبهة القوى الاشتراكية إلى فكرة تعزيز الحوار الوطني من خلال خطابه السياسي حيث ينشر خطاب يشجع على الحوار والتفاهم بين الأحزاب السياسية والفاعلين السياسيين، وعموما يعكس التركيز على الحوار الوطني التزام الحزب ببناء نظام سياسي متكامل يشمل جميع أطراف المجتمع ويسعى إلى تحقيق التوافق والتقدم الوطني بشكل شامل ومستدام، كذلك حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم هما الآخران يهدفان إلى تعزيز الحوار الوطني لكن بنسب أقل من الحزب الأول، حيث يركز حزب جبهة التحرير الوطني على تعزيز هيمنته السياسية وقيادته الوطنية بدلا من التركيز على الحوار الوطني، أما

حركة مجتمع السلم يهدف أكثر إلى تحقيق الإصلاحات الاجتماعية والاقتصادية بدلا من الدخول في حوار واسع النطاق ومنه التركيز على القضايا المحلية التي تلامس القاعدة الشعبية.

أما فيما يخص الحزب الرابع ترتيبا التجمع الوطني الديمقراطي لا يهدف إلى تعزيز الحوار الوطني من خلال منشوراته.

**المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي هدف المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية وذلك بنسبة (9%)، يليه بنسبة قريبة حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة (8،56%)، وحزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (5،92%)، أما فيما يخص حركة جبهة القوى الاشتراكية حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(4،08%).

يقدم حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم رؤيتهما حول القضايا الإقليمية والدولية مثل الحرب في فلسطين وحرب اليمن ويصدران بيانات ومواقف رسمية التي تعبر عن رؤية الحزبين تجاه هذه القضايا، من خلال الحضور في لقاءات صحفية تلفزيونية ونشر مقالات وتحليلات سياسية تتناول السياسات الإقليمية والدولية، كما يعبران في خطابهما عن الالتزام بدعم الأمن والاستقرار وحرية البلدان في تقرير مصيرها، بينما نلاحظ أن حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية لا يُبديان اهتمام كبير بالمساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية ذلك أنهما يركزان أكثر على القضايا الوطنية والمحلية التي تؤثر بشكل مباشر على المواطنين، مثل التنمية الداخلية والبنية التحتية والخدمات الاجتماعية والسيادة الوطنية واستقلالية القرار الداخلي.

**المساعدة في صنع القرارات الوطنية:** تصدر حزب حركة مجتمع السلم هدف المساعدة في صنع القرارات الوطنية وذلك بنسبة (8،65%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (7،85%)، وحزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (2،16%)، أما فيما يخص التجمع الوطني الديمقراطي حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(2،07%).

يركز حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية على ضرورة إشراك المواطنين في عملية صنع القرار الوطني ومنه المساهمة في بناء ثقافة سياسية تتيح مشاركة أوسع من مختلف شرائح المجتمع من خلال التعاون مع الفاعلين السياسيين لتحقيق الأهداف الوطنية المشتركة ومنه بناء بيئة سياسية مستقرة ومزدهرة تشجع على التنمية والتقدم، أما فيما يخص حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي لم يهدفا من خطابهما السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك إلى المساعدة في صنع القرارات الوطنية.

ترقية الحقوق السياسية للمرأة: تصدر حزب حركة مجتمع السلم هدف ترقية الحقوق السياسية للمرأة وذلك بنسبة (8,74%)، يليه بنسبة قريبة حزب التجمع الوطني الديمقراطي وذلك بنسبة (4,61%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (3,53%)، أما فيما يخص جبهة القوى الاشتراكية حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(1,45%).

نلاحظ أن حزب حركة مجتمع السلم يهتم بترقية الحقوق السياسية للمرأة وذلك من خلال -تنظيم فعاليات وندوات توعوية حول أهمية مشاركة المرأة في الحياة السياسية، تشجيع النساء على المشاركة السياسية، دعم وتشجيع النساء للترشح للمناصب السياسية والانخراط في الأنشطة الحزبية، توفير برامج تدريبية لتأهيل النساء للقيادة والمشاركة الفعالة في صنع القرار-، حيث لاحظنا خلال مرورنا على مفردات الدراسة تمثيل نسائي مقبول داخل الحزب مقارنة بالأحزاب الأخرى وإشراكهن كشخصيات فاعلة في الهيئات الحزبية بالإضافة إلى حضورهن الدائم في مختلف الفعاليات الحزبية وإقائهن لمداخلات شأنهن شأن الإطارات الأخرى من الرجال، بينما لاحظنا قلة توظيف الأحزاب السياسية الثلاث-التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية- لقضايا المرأة ودورها السياسي في خطابها المنشور عبر فيسبوك.

تشكيل الإرادة السياسية: تصدر حزب حركة مجتمع السلم هدف تشكيل الإرادة السياسية وذلك بنسبة (7,67%)، يليه بنسبة قريبة حزب التجمع الوطني الديمقراطي وذلك بنسبة (5,08%)، ثم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (4,08%)، أما فيما يخص جبهة التحرير الوطني حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(1,13%).

يتضح من خلال النتائج الكمية أن حزب حركة مجتمع السلم هو أكثر حزب يهدف إلى تشكيل الإرادة السياسية لجمهوره من خلال خطابه السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وهذا أمر طبيعي بالنظر إلى تاريخ الحزب في المشاركة السياسية والتواجد في الساحة السياسية الجزائرية مما يعطيه خبرة في كيفية التأثير على الجمهور، وكذا التغيرات السياسية والاجتماعية التي عاشتها الجزائر بعد حراك 2019 تدفع بالحزب إلى التركيز على تشكيل الإرادة السياسية لتعزيز موقفه خاصة والتحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه الجزائر مثل البطالة والفقر والتي تفرض الحاجة إلى سياسات جديدة تلبي تطلعات المواطنين، ودور الحزب في محاولة تقديم حلول لهذه التحديات من خلال تشكيل إرادة سياسية تعبر عن مصالح الشعب، أما بالنسبة للأحزاب الثلاث الأخرى فإنها لا تهدف بشكل أساسي لتشكيل الإرادة السياسية للجمهور.

زيادة المرئية والوصول: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني هدف زيادة المرئية والوصول وذلك بنسبة (6,49%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة (4,46%)، ثم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (3,79%)، أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي حقق هو الآخر نسبة قدرت ب(1,84%).

نشير بداية أن المقصود بزيادة المرئية والوصول هو استهداف الحزب لشبكات التواصل الاجتماعي كمنصات لنشر خطابه السياسي بهدف استظهار هويته الحزبية، وأظهرت النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يهدف لزيادة المرئية والوصول عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويتجلى ذلك من خلال:

- تسليط الضوء على الإنجازات: من خلال نشر محتوى يبرز الإنجازات التي حققها الحزب على مدام سنوات
- الدعوة إلى الفعاليات الحزبية: الترويج للفعاليات الحزبية مثل المؤتمرات واللقاءات الجهوية، ونشر تحديثات حية من الفعاليات لزيادة الشعور بالمشاركة والانخراط بين الجمهور المتابع، ويتشارك هذه السمة مع الأحزاب الثلاث الأخرى التي توظف فيسبوك كمنصة لزيادة مرئيتها ونشر فعاليتها الحزبية كذلك.

بناء شبكة علاقات: نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن الأحزاب عينة الدراسة لا تستهدف بشكل كبير بناء علاقات مع الأطراف الحزبية الأخرى أو مع مؤسسات المجتمع المدني واستنتجنا هذا الضعف من خلال ملاحظتنا ل:

قلة التفاعل مع الأحزاب والشخصيات الأخرى: عدم وجود مشاركات أو منشورات أحزاب أخرى، شخصيات سياسية غير حزبية، أو مؤسسات مجتمعية على في خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك، ومنه عدم الانخراط في نقاشات أو حوارات سياسية مع جهات أخرى عبر المنصة.

غياب المبادرات المشتركة: ومنه عدم الإعلان عن مبادرات أو حملات مشتركة مع أحزاب أخرى أو منظمات المجتمع المدني إلا في حالات ضيقة والحالة الوحيدة التي كانت خلال فترة التحليل هي المظاهرات المشتركة بين الأحزاب والمجتمع المدني من أجل نصره القضية الفلسطينية ونشير أنها قضية إنسانية أمنية ذات بعد إقليمي ليست محلية وطنية.

التركيز على الخطاب الداخلي: يتم تركيز الأحزاب بشكل أساسي على القضايا الداخلية للحزب دون محاولة بناء علاقات مع الفئات أو الجهات الخارجية، ومن تجليات ذلك نشر محتوى يعكس سياسات وأخبار الحزب دون تسليط الضوء على الشراكات أو التعاون مع الآخرين.

عدم استغلال المناسبات السياسية والاجتماعية: عدم استغلال المناسبات الوطنية أو الأحداث الاجتماعية للتواصل مع أحزاب أو شخصيات أخرى عبر فيسبوك، ومنه قلة المشاركات التي تدعو إلى الوحدة

أو التعاون الوطني، ونستثني حزب جبهة القوى الاشتراكية في خطابات هامشية تمثل استرسال في الكلام أكثر منه دعوة رسمية.

**استقطاب المتطوعين والناشطين:** نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يهدف إلى استقطاب المتطوعين والناشطين من خلال خطابه السياسي ويتم ذلك من خلال، توظيف عبارات تحفيزية تدعو إلى العمل الجماعي والمشاركة في تحقيق أهداف الحزب -المجد لشهدائنا الأبرار، الوطن فوق الجميع، حزينا له تاريخ طويل، نشجع الشباب على الانخراط في العمل السياسي، العدالة والمساواة في الوطن..-، تسليط الضوء على قصص نجاح متطوعين وناشطين سابقين وإبراز التأثير الإيجابي لمساهماتهم، من خلال عرض تجارب شخصية للناشطين تظهر كيفية استفادتهم وتطورهم من خلال العمل مع الحزب، وكذلك الإعلان عن الفعاليات والأنشطة التي تتطلب مشاركة المتطوعين وتقديم تفاصيل حول نمط التنظيم وظروفه وكيفية المشاركة في هذه الفعاليات خاصة خلال تنظيم اللقاءات الجهوية للحزب.

أما بالنسبة للأحزاب الأخرى فإنها لا تهدف لاستقطاب المتطوعين والناشطين ومن سمات ذلك، ندرة أو عدم وجود منشورات تدعو الجمهور بشكل مباشر إلى التطوع أو الانخراط في الأنشطة الحزبية.

**جمع التبرعات والهبات:** لم تهدف الأحزاب السياسية الأربع إلى جمع التبرعات والهبات من خلال خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك وتجلي ذلك من خلال:

- غياب الدعوات المباشرة للتبرع لدعم الأنشطة الحزبية.
- عدم وجود روابط أو إرشادات تسهل عملية التبرع عبر الإنترنت.
- غياب حملات تمويل محددة أو جمع تبرعات لغايات معينة مثل الحملات الانتخابية أو المشاريع المجتمعية.

- عدم تسليط الضوء على أهمية المساهمات المالية في تحقيق أهداف الحزب.
- عدم وجود منشورات تعرض تقارير مالية شفافة توضح كيفية استخدام التبرعات والهبات.
- عدم وجود إشارة مباشرة لمصادر التمويل الحكومي أو التبرعات من النخب السياسية.

ومن دلالات ذلك:

**الاعتماد على التمويل المؤسسي:** يمكن اعتماد الأحزاب على مصادر تمويل مؤسسية أو حكومية بدلا من التبرعات الشعبية، ويشير هذا إلى توفر قنوات تمويل تقليدية قوية قد تجعل الحاجة إلى جمع التبرعات عبر فيسبوك غير ضرورية، وهذا ما يقره قانون سير الأحزاب في الجزائر حيث يتم تمويل الحزب من طرف الحكومة أو أعضائه ولا يتم جمع الأموال من أي جهة أجنبية.

# الفصل الرابع

عرض تحليل وتفسير نتائج فئات

الشكل

ثانيا. فئات الشكل:

نتطرق في هذا الفصل إلى دراسة شكل منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - من خلال التطرق إلى مجموعة من العناصر البحثية التي تحاول الإجابة عن جزء أساسي من إشكالية دراستنا، ونشير أن هذا الجزء يبحث في مرتكز أساسي لعملية الاتصال السياسي وهو الشكل الذي يأخذه كلام الأحزاب السياسية الأربع في الفضاء الافتراضي فيسبوك، وهو ما سنتطرق له من خلال النقاط التالية:

- تصنيف وتحليل أنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل شكل تفاعل الجمهور مع منشورات الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - من خلال الملصقات التعبيرية والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل شكل تفاعل الجمهور مع منشورات الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - من خلال التعليق على منشوراتها والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل شكل تفاعل الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - مع الجمهور والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل شكل تفاعل الجمهور مع منشورات الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - من خلال المشاركة على منشوراتها والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل اللغة الموظفة في منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة - والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة - والفرق بينها.
- تصنيف وتحليل التهذيب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة - والفرق بينها.

1. فئة أنواع المنشورات:

الجدول رقم 69: يوضح التوزيع الكمي لأنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة- في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		أنواع المنشورات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
11.34	10.37	67	9.53	33	18.51	20	6.98	26	نص مكتوب
4.49	00	00	3.46	12	00	00	14.51	54	صور فوتوغرافية
52.32	60.06	388	47.97	166	47.22	51	54.03	201	صور ونص مكتوب
11.27	4.64	30	11.56	40	15.74	17	13.17	49	فيديو سمعي بصري
17.49	20.27	131	26.01	90	14.81	16	8.87	33	فيديو ونص مكتوب
2.45	2.78	18	0.86	3	3.72	4	2.44	9	بث مباشر
0.64	1.88	12	0.61	2	00	00	00	00	مقطع ريلز
%100	%100	646	%100	346	%100	108	%100	372	المجموع

الجدول رقم 70: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أنواع المنشورات التي وظفتها في خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
أنواع المنشورات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	31,354	3	10,451	<b>6,940</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	2210,722	1468	1,506		
Total	2242,076	1471			

يوضح الجدول أعلاه رقم 69 أنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها على شبكة فيسبوك، جاء الجدول رقم 70 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص أنواع المنشورات التي وظفتها في خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس

التباين الأحادي هي (6,940) بمستوى دلالة يساوي (0,000)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 31,354، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 2210,722 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن أنواع المنشورات التي وظفها الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين اختلاف أنواع المنشورات في خطاب الأحزاب السياسية الأربع على النحو التالي:

أظهرت النتائج أن معظم المنشورات جاءت في شكل صور ونص مكتوب بنسبة قدرت ب(52,32%)، تليها بنسبة أقل المنشورات التي جاءت في شكل فيديو ونص مكتوب بنسبة (17,49%)، أما المنشورات التي جاءت في شكل نص مكتوب قدرت نسبتها ب(11,34%) وقرينة منها المنشورات التي جاءت في شكل فيديو سمعي بصري بنسبة (11,27%)، في باقي الفئات جاءت ضعيفة مقارنة بسابقتها، فئة الصور الفوتوغرافية مع نسبة (4,49%)، وفئة البث المباشر بنسبة (2,45%)، أما فئة مقطع ريلز أو ما يسمى بالمقاطع القصيرة حققت أقل نسبة (0,64%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة سنفصلها في الآتي:

صور ونص مكتوب: وظف حزب حركة مجتمع السلم المنشورات في صيغة صور ونص أكثر من غيره من الأحزاب وذلك بنسبة و (60,06%)، ويليه بنسبة أقرب حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (54,03%)، أما فيما يخص حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية تقاربا من حيث النسب حيث قدرت ب(47,97% و 47,22%).

نلاحظ أن الأحزاب السياسية الجزائرية الأربع عينة الدراسة توظف الصور والنصوص المكتوبة لتحرير منشوراتها على فيسبوك بشكل مرتفع يتفوق على باقي الأنواع الشكلية، وتشير النسب إلى تقارب واضح بين العينة، ويعود سبب هذا الارتفاع إلى أهمية البعد البصري إذا تمت إضافته للنص في جذب انتباه المتابعين

وتوصيل الرسائل بشكل أسرع وأكثر تأثيراً، والصور التي نشرتها الأحزاب تجمع صور الفعاليات الحزبية والاجتماعات أو الشخصيات البارزة في الحزب وكذا مناظلي ومناضلات الأحزاب، تصريحات إعلامية، خرجات ميدانية، قرارات التعيين والإقالة، تقديم التعازي، تاريخ النشاطات، فعاليات النشاط، خرجات ميدانية، مظاهرات دعم لفلسطين.. إلخ وعند دمجها بالنصوص المكتوبة تصبح أكثر تفصيلاً وتوضيحاً للأحداث والمواقف والبرامج السياسية والنشاطات والنصوص عامة تساعد في شرح الأفكار والمواقف بشكل دقيق ومدروس.

**التنوع في الوسائل الإعلامية:** إن اعتماد الأحزاب على كل من النصوص والصور يعكس إدراكها لأهمية التنوع في الوسائل الإعلامية لضمان الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع ومختلف الأعمار والاهتمامات، وخاصة منها جمهور الشباب الذي يستخدم التقنية بشكل متزايد بالنسبة لباقي الفئات.

**القدرة على التأثير والإقناع:** إن استخدام الصور والنصوص معا يعزز من قدرة الأحزاب على التأثير على الرأي العام وإقناع المتابعين بمواقفها وبرامجها، الصور تجذب الانتباه وتثير الاهتمام بينما توفر النصوص التفاصيل والمعلومات اللازمة لتكوين رأي مدروس.

**التكيف مع البيئة الرقمية:** إن توظيف الوسائط المتعددة التي تجمع النص والصورة تشير إلى تكيف الأحزاب مع متطلبات البيئة الرقمية الحديثة، حيث أصبح التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من العمل السياسي.

**فيديو ونص مكتوب:** وظف حزب التجمع الوطني الديمقراطي المنشورات في صيغة فيديو ونص مكتوب أكثر من غيره من الأحزاب وذلك بنسبة (26,01%)، ويليه بنسبة أقرب حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (20,27%)، يليهم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (14,81%)، ثم أقل حزب يعتمد على الفيديوهات والنصوص المكتوبة في منشوراته هو حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (8,87%).

نلاحظ أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم هما أكثر حزبين يوظفان الفيديو والنص المكتوب في صياغة منشوراتهم على فيسبوك، وتجدر الإشارة بداية أن الفيديوهات تجمع الفيديوهات التي ينتجها الحزب والفيديوهات التي تنتجها وسائل الإعلام الجماهيرية وينشرها الحزب على صفحته على فيسبوك في شكل فيديو سمعي بصري ومعه نص توضيحي من صياغة القائم بالاتصال في الصفحة ومن سمات هذا التوظيف ما يلي:

**التفاعل الديناميكي المتعدد الوسائط:** إن الفيديوهات تعتبر من أكثر الوسائط جذبا وانخراطا للمستخدمين وهي تشمل خطابات، تقارير، مقابلات، تغطيات للأحداث، نشاطات، لقاءات..، هذا ما

يتيح للأحزاب إمكانية إيصال رسائله السياسية بطريقة أكثر حيوية وتفصيلية، خاصة عند مرافقته بالنص المكتوب التوضيحي في شكل ملخص لتقديم محتوى الفيديو بشكل مختصر وسريع، أو توفير سياق إضافي يمكن للمتابعين قراءته بسهولة، وغالبا ما يكون محتوى قصير وجذاب بلغة راقية إخبارية أو سردية بسيطة.

**تعزيز التفاعل:** إن الجمع بين دعامي الفيديو والنص يساهم في جذب انتباه الجمهور والمحافظة عليه لفترة أطول خاصة إذا كان الفيديو يحمل مؤثرات بصرية وحركة وألوان، ومؤثرات صوتية مثل الأغاني الوطنية، هذا التفاعل الديناميكي يمكن أن يزيد من معدلات المشاهدة والمشاركة ويشجع على النقاش والتعليق على المنشورات، وهو أكثر نوع وظفه حزب جبهة التحرير الوطني.

**زيادة الوصول والفهم:** الفيديو يساعد في تبسيط المفاهيم المعقدة وجعلها أكثر سهولة للفهم، بينما النص المكتوب يمكن أن يوفر تفاصيل إضافية ويتيح للأشخاص الذين يفضلون القراءة الوصول إلى المعلومات بسهولة، وهذا من شأنه تعزيز شمولية المنشورات وجذب مجموعة أوسع من الجمهور.

**التكيف مع التغيرات الرقمية:** توظيف الفيديو والنص معا يعكس فهما عميقا لتغيرات السلوك الرقمي للمستخدمين، حيث أصبح المحتوى المتعدد الوسائط هو المسيطر على منصات التواصل الاجتماعي، والمستخدم أصبح يميل نحو السرعة والحركة والصوت غير مستعد للنصوص الطويلة المرهقة خاصة منها المحتويات السياسية التي قد يصعب عليه إدراكها.

**التأثير العاطفي:** الفيديوهات لديها القدرة على التأثير العاطفي بشكل أكبر من النصوص وحدها، ويمكن للفيديوهات أن تثير مشاعر الانتماء، الحماس، أو الدعم من خلال الصور المتحركة والصوت، مما يزيد من تأثير الرسائل السياسية وحتى الفيديوهات ذات البعد الديني والتاريخي النضالي وتم توظيفها من طرف حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني أكثر من الأحزاب الأخرى.

**نص مكتوب:** وظف جبهة القوى الاشتراكية المنشورات في صيغة نص مكتوب أكثر من غيره من الأحزاب وذلك بنسبة (18,51%)، يليه بنسبة أقرب حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (10,37%)، يليه مباشرة حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (9,53%)، ثم أقل حزب يعتمد على النصوص المكتوبة في منشوراته هو حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (6,98%).

نلاحظ من خلال النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب يوظف النصوص المكتوبة في منشوراته على فيسبوك، وشملت هذا النصوص مقابلات صحفية، توضيح أفكار واتجاهات سياسية، إدانة بعض التصرفات، رؤية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لبعض القضايا المطروحة، بيانات، تنصيب، قرارات اجتماعات، بيانات تنديد، مداخلة مكتوبة، خطاب الأمين العام بشكله المكتوب، تعزيزات طويلة، نتائج

اللقاءات.. إلخ، ونشير أن جل بل معظم هذه النصوص المكتوبة للحزب تمت كتابتها باللغتين العربية والفرنسية (نفس الخطاب مترجم) مع بعض الكلمات الأمازيغية عبارة عن هاشتاغ ، وعموما يحمل النص المكتوب أهمية كبيرة كخيار شكلي مناسب لبعض النشاطات الحزبية خاصة أنه احتل المرتبة الثالثة من بين سبع أشكال ومن ميزاته:

**دقة المعلومات:** النصوص المكتوبة تتيح للحزب تقديم معلومات دقيقة ومدروسة مما يقلل من احتمالات سوء التفسير والتحليل والفهم الخاطئ للرسائل، وتتضمن النصوص أرقام وإحصائيات ومراجع تدعم المواقف المطروحة.

**الجاذبية الفكرية:** حزب حركة مجتمع السلم احتل المرتبة الثانية بعد الحزب الأول حيث الكثير من المقالات العلمية التحليلية للوضع السياسي والأمني العربي والعالمي لإطارات الحزب ومعظمها لنائب الأمين العام السيد ناصر حمدادوش ويستهدف هذا المحتوى النصي المكتوب الجمهور المهتم بالمحتوى الفكري والسياسي بشكل خاص، مثل الأكاديميين والطلبة والناشطين السياسيين وقادة الرأي، هذا الجمهور يفضل المحتوى النصي الذي يقدم تحليلات معمقة ورؤى فكرية.

كذلك حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني يوظفان النصوص المكتوبة تشمل بعض البيانات الحزبية موجهة لمناضلي الحزب، نصوص توضيحية لمواقف الحزبين حول بعض القضايا الوطنية وهو موجهة نحو الجمهور العام، مضمون بعض اللقاءات الجهوية.. إلخ، غير أن الحزبين أقل اهتماما بنشر النصوص المكتوبة مقارنة بأول حزب.

عموما إن الاعتماد على النصوص المكتوبة يعكس تقليدية في التواصل وقدرة على الحفاظ على القاعدة الجماهيرية التقليدية التي اعتادت الخطاب المكتوب خاصة منها فئة الجمهور كبار السن والجمهور المثقف والجمهور القارئ الذي يميل نحو التحليل والتفسير بدل تلقي خطابات جاهزة، يقول في هذا ماكلوهان إن الناس لا يقرؤون الجريدة فعلا يدخلونها كل صباح مثلما حماما ساخنا والجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك بالمساهمة في الشيء<sup>1</sup>، إن هذا تسمح بتجربة خيالية وجهدا إيجابيا للمشاركة والمعاشة والاندماج مع النص المكتوي مما يمنح تجربة فريدة للجمهور لفهم توجهات الحزب وخلفيات خطاباته وأهدافه منه.

**فيديو سمعي بصري:** وظف جبهة القوى الاشتراكية المنشورات في صيغة فيديو سمعي بصري أكثر من غيره من الأحزاب وذلك بنسبة (74،15%)، ويليه بنسبة أقرب حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة

<sup>1</sup> تواتي نور الدين: ماكلوهان مارشال... قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، 2013، ص

(17،13%)، يليه مباشرة حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (56،11%)، ثم أقل حزب يعتمد على الفيديوهات السمعية البصرية في منشوراته هو حركة مجتمع السلم بنسبة (64،4%).

نلاحظ أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني أكثر حزبين يوظفان تقنية الفيديو في عمليات نشر خطابهما الاتصالي بناء على ذلك يمكن اعتبارها من أهم القوالب الاتصالية لدى الحزبين ونقصد الفيديوهات الطويلة ما يتجاوز ساعة من الزمن أو المتوسطة الطول التي تتراوح بين 1 دقيقة و59 دقيقة وضمت اللقاءات الحزبية، اللقاءات الصحفية الكاملة، تغطيات النشاطات الحزبية، مؤتمرات خاصة، ندوات حزبية، تجمعات شعبية.. إلخ، عموماً يمكننا إبراز أهمية توظيف تقنية الفيديو للأحزاب السياسية فيما يلي:

**الجاذبية والتأثير العاطفي:** الفيديو السمعي البصري يتميز بقدرته العالية على جذب انتباه الجمهور بسرعة بفضل العناصر المرئية والصوتية التي تكون أكثر إثارة وتفاعلاً مقارنة بالنصوص المكتوبة، خاصة أنها تحمل تأثيراً عاطفياً أكبر مما يعزز من ارتباط الجمهور بالرسائل المقدمة، الصوت والصورة معا يمكن أن يثيرا مشاعر قوية ويوصلنا رسائل معقدة بطريقة مبسطة وفعالة.

**الوضوح والسرعة:** الفيديوهات تسمح بتقديم الرسائل بشكل مباشر وواضح، مما يسهل على الجمهور فهم المواقف والسياسات بسرعة دون الحاجة إلى قراءة نصوص طويلة، ومنه الشمولية أي أنه يشمل مجموعة واسعة من المعلومات في وقت قصير مما يجعله وسيلة فعالة لنقل الأفكار المعقدة بشكل بسيط.

عموماً يعود سبب الاعتماد الكبير على الفيديوهات في الصفحات المبحوثة إلى عدة أسباب أهمها:

- استهداف الشباب والجمهور الرقمي.

- تعزيز المصداقية والشخصية القيادية في ظهور قادة الأحزاب.

**الصور الفوتوغرافية:** وظف جبهة التحرير الوطني المنشورات في صيغة صور فوتوغرافية أكثر من غيره من الأحزاب وذلك بنسبة (51،14%)، ويليه بنسبة أقرب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (46،3%)، أما فيما يخص حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم لم يوظفا أي منشورات تعتمد على الصور الفوتوغرافية.

يتضح من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يوظف الصور الفوتوغرافية لوحدها في نشر بعض خطابه السياسي، أي الصور فقط دون دعوات أخرى أو وسائط أخرى واحتوت عموماً على صور خرجات ميدانية للأمين العام، صور الأعضاء والمناصرين ومناضلي الحزب، وبعض الشخصيات الوطنية، بعض الصور التي تجمع الأمين العام للحزب ورئيس الجمهورية، صور لخرجات الأمين

العام إلى منازل المجاهدين وأولاد الشهداء أو مناضلي الحزب السابقين، وغالبا ما تكون الشخصية الرئيسة في أي صورة يتم نشرها هو الأمين العام للحزب السيد عبد الكريم من مبارك أي تعبر عن نشاطاته، ونشير أنها صور ذات جودة عالية غالبا ما تحمل ثلاث في خلفيتها اللون الأخضر وشعار الحزب "جبهة التحرير أعطيناك عهدا" الراية الوطنية، صورة الرئيس عبد المجيد تبون في الخلفية.. عموما يمكننا توضيح أهمية توظيف الصور الفوتوغرافية كدعامة شكلية منفردة عن النص أو الفيديو فيما يلي:

- الجاذبية البصرية للصور الفوتوغرافية حيث أن الصور تحمل قوة بصرية..
- التواصل العاطفي حيث أن الصور قادرة على إثارة مشاعر قوية مثل الانتماء الوطني والتضامن والحماس مما يعزز تأثير رسالة الحزب التي تعتمد على البعد التاريخي والنضالي والرموز الوطنية والتراث والإنجازات.
- الشفافية والتواصل المستمر، حيث تسمح الصور الفوتوغرافية بإبقاء الجمهور على اطلاع دائم حول نشاطات الحزب الداخلية والخارجية.

أما بالنسبة للأحزاب الأخرى -التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية- فلاحظنا قلة توظيف للصور الفوتوغرافية.

**البت المباشر:** وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة شكل البث المباشر بنسب ضعيفة، تصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (3,72%)، يليه حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (2,78%)، ثم حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (2,44%)، وأخيرا حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (0,86%).

تتيح خاصية البث المباشر التفاعل الفوري مع الجمهور في الوقت الحقيقي الذي يبث فيه الحزب السياسي خطابه، ويتيح إمكانية وصوله إلى جمهور واسع على شبكات التواصل الاجتماعي، وتُعرف أنها خدمة تسمح لصفحة أو قناة بالتواصل مع متابعيها عن طريق الفيديو في الوقت الآني دون الحاجة أن يقوم المشاهد بتحميل المحتوى أو الاشتراك للحصول عليه، وظهرت هذه الخاصية على شبكة فيسبوك سنة 2015<sup>1</sup>، وبالرغم هذه الخصائص التي يحتوي عليها البث المباشر إلا أن الأحزاب السياسية الأربع لا توظفه بشكل كبير في خطابه، حيث نلاحظ ظهور محتشم لهذه الخاصية في خطابات الأحزاب الأربع وما هو موجود لا يزيد عن بث مباشر للقاءات الجهوية للأحزاب ويعود ذلك إلى:

<sup>1</sup> سهيلة دهماني وليندة صيمود: خاصية البث المباشر و Audience-u في البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة مصداقية، العدد 01، 2021، الجزائر، ص 18.

الاعتماد على الوسائط التقليدية التي عرفها فيسبوك منذ ظهوره، مثل النصوص المكتوبة والفيديوهات المسجلة والصور الفوتوغرافية، حيث تفضل الأحزاب تقديم محتوى مدروس ومجهز مسبقا بدلا من التفاعل الفوري.

**الخوف من المخاطر والأخطاء:** البث المباشر قد يتضمن مخاطر التعرض لأخطاء غير متوقعة أو مواقف محرجة، مما يمكن أن يضر بصورة الحزب، خاصة وبعض التعليقات السلبية والانتقادية من الجمهور خلال البث المباشر، وهو ما لاحظناه على خطاب حزبي جبهة القوى الاشتراكية والتجمع الوطني الديمقراطي.

**التحكم في الرسالة:** البث المسجل من خلال الفيديوهات يسمح للأحزاب بتحرير وتنسيق الرسالة بعناية لضمان عدم حدوث أي أخطاء.

**قلة الخبرة والكفاءة التقنية في التسيير:** إمكانية افتقار الأحزاب إلى الكفاءات والخبرات اللازمة لإدارة البث المباشر بفعالية، حيث يتطلب استخدام البث المباشر تدريباً إضافياً لأعضاء الحزب وقادته.

يُعاب على الأحزاب عدم توظيف تقنية البث المباشر في خطابهم السياسي نظراً لقيمتها المضافة مثل آنية الحدث في نفس اللحظة والثانية، كذلك إخطار المتابعين بأن الحزب يقوم بالبث المباشر، التعليق الفوري، إمكانية تدخل مستخدم آخر بالصوت والصورة، هذه الخصائص تسمح بتجربة خطابية أكثر حداثة وتأثيراً.

**مقطع ريلز:** وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة شكل البث المباشر بنسب ضعيفة، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (1,88%)، يليه بنسبة ضعيفة التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (0,61%)، أما فيما يخص حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية لم يوظفا أي منشورات تعتمد على مقاطع الريلز.

تعتمد مقاطع الريلز على الوسائط المتعددة التي تجمع بين الصوت والصورة والنصوص والحركة والإيقاع في شكل جذاب بصريا وقادر على لفت انتباه الجمهور بسرعة، هذه المقاطع تسمح بخلق محتوى إبداعي متنوع مما يسمح بتجربة تفاعلية أفضل مع الجمهور وتمتاز هذه المقاطع بسرعة الانتشار والتداول الواسع بين الجمهور خاصة منه الشباب، ومن خلال ملاحظتنا للنتائج فإن الأحزاب لا توظف هذه الخاصية في منشوراتها، وعموما يعود ذلك في تقديرنا إلى:

- المحتوى السياسي الجاد والمعمق حيث تجد الأحزاب صعوبة في تبسيط رسائلها في مقاطع قصيرة لا تتجاوز 30-60 ثانية.

- الأحزاب تفضل الحفاظ على نبرة جادة ومهنية والتي تتعارض مع الطبيعة الترفيهية السائدة على المقاطع القصيرة.
- مقاطع الريلز تتطلب تحريرا سريعا ومباشرا مما يجد من قدرة الأحزاب على التحكم الكامل في الرسالة وضمان تقديمها بدقة.
- الجمهور الأساسي للأحزاب لا يستهلك محتوى الريلز بنفس القدر الذي يستهلك به أنواعا أخرى من المحتوى مثل النصوص المكتوبة أو الفيديوهات الطويلة التي تكون أكثر وضوحا وعمقا وإجابة عن أسئلته.
- طبيعة الريلز السريعة تؤدي إلى خطورة تقديم الرسالة بشكل غير دقيق أو غير مفهوم أو يمكن تأويله.

## 2. فئة أشكال تفاعل الجمهور:

الجدول رقم 71: يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور باستخدام الملصقات التعبيرية مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		شكل التفاعل من خلال الملصقات التعبيرية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
75.01	50	236328	88.91	65191	84.61	6317	76.55	115105	أعجبي
20.88	49	232062	8.24	6048	8.62	644	17.68	26588	أحببته
1.47	0.85	2649	1.25	923	1.07	80	2.71	4085	متضامن
1.32	04.0	229	0.79	585	4.31	322	0.14	220	أضحكني
0.02	0.005	27	0.01	10	0.04	3	0.01	18	أدهشني
1.21	0.11	543	0.73	542	1.12	84	2.88	4335	أحزني
0.09	0.004	21	0.07	23	0.23	16	0.008	13	أغضبني
%100	100	471856	100	73322	100	7466	100	150364	المجموع

الجدول رقم 72: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور مع منشوراتها عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
شكل التفاعل من خلال الملصقات التعبيرية					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	8306,616	3	2768,872	<b>6447,167</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	301921,199	703007	,429		
Total	310227,815	703010			

يظهر الجدول رقم 71 أعلاه شكل تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة باستخدام الملصقات التعبيرية، وجاء الجدول رقم 72 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور باستخدام الملصقات التعبيرية مع خطابها المنشور على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (6447,167) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 8306,616، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 301921,199 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن شكل تفاعل الجمهور من خلال الملصقات التعبيرية مع الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن جمهور الأحزاب السياسية الأربع يتفاعل باستخدام الملصقات التعبيرية بشكل متباين على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة التفاعل من خلال ملصق أعجبي بنسبة (75,01%)، وبنسبة أضعف تفاعل الجمهور من خلال ملصق أحبيته بنسبة قدرت ب(20,88%)، أما باقي الملصقات فتم توظيفها من

طرف الجمهور بنسب أقل، الملصق التعبيري متضامن بنسبة (1،47%)، أما ملصق أضحكي جاء بنسبة (1،32%)، يليه ترتيباً ملصق أحزني بنسبة (1،21%)، أما أغضبني فظهر بنسبة (0،09%)، وأقل ملصق تم توظيفه كان ملصق أدهشني وذلك بنسبة (0،02%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**أعجبي:** تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي فئة التفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة من خلال ملصق أعجبي وهذا بنسبة (88،91%)، يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (84،61%)، ثم حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (76،55%)، أما أقل نسبة توظيف فتعود إلى حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (50%).

يتجلى من خلال النتائج أن جمهور الأحزاب الثلاثة الأولى -التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية، جبهة التحرير الوطني- يتفاعل بنسبة كبيرة مع الخطاب السياسي للأحزاب من خلال أيقونة أعجبي وبنسب كبيرة تتجاوز منتصف النسبة حيث تحتل الأيقونة المرتبة الأولى من بين سبع أيقونات بنسبة (75،01%)، ويعد شكل أعجبي الممثل في يد أزرق من أشكال التفاعل السريع والغير معقد، حيث يمكن للمستخدمين التعبير عن إعجابهم بالمحتوى من خلال لمسة واحدة فقط، وبكل سهولة وبساطة دون الحاجة إلى تحرير تعليق مفصل أو الانخراط في نقاش، ويشير كذلك الملصق التعبيري أعجبي إشارة إلى دعم المحتوى المنشور والموافقة العامة على الرسالة المقدمة أو عن الموافقة للقادة السياسيين الفاعلون في المنشور ومن دلالات كثرة توظيف أعجبي ما يلي:

**الرضا العام:** تشير النسب الظاهرة في الجدول إلى مستوى الرضا عن المحتوى المنشور من قبل الأحزاب السياسية، مما يعكس قبول الجمهور للرسائل والمحتوى المقدم.

**قلة التفاعل العميق التفضيلي:** قد يشير ملصق أعجبي إلى أن الجمهور يفضل التفاعل السريع بدل كتابة رأيه في تعليق مما يظهر أن الجمهور غير مهتم بعمق بالخطاب السياسي المنشور أو لا يرى حاجة لذلك، أو أنه يعجب به فقط لاستمرار ظهور محتوى الصفحة على المدى البعيد.

**تأثير الخوارزميات:** التفاعل الكثيف من خلال أيقونة أعجبي من خلال أيقونة أعجبي يمكن أن يحسن من ترتيب المنشورات في خوارزميات فيسبوك، مما يزيد من انتشارها ورؤيتها لدى جمهور أوسع.

أحبته: تصدر حزب حركة مجتمع السلم فئة التفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة من خلال ملصق أحبته وهذا بنسبة (49%)، يليه بنسبة أضعف حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (17,68%)، ثم حزبي جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (8,62%)، (8,24%).

نلاحظ أن حزب حركة مجتمع السلم هو أكثر حزب يتم التفاعل مع خطابه السياسي من خلال الملصق التعبيري أحبته والتي تمثل بقلب أحمر، ويشير ذلك إلى التقدير العاطفي الأكثر عمقا من ملصق أعجبي، حيث يعبر عن مستوى أعلى من التقدير والارتباط العاطفي بالمحتوى، كما أن الأيقونة تتميز بالجذب البصري الذي يثير الانتباه أكثر من أيقونة أعجبي من حيث اللون الأحمر الذي يشير إلى الوفاء والمحبة والسعادة ..، وعموما يساعد هذا الملصق في تحسين مرئية الحزب حيث أن التفاعل من خلاله قد يؤدي إلى تحسين ترتيب المنشورات في خوارزميات فيسبوك مما يزيد انتشارها ووصولها إلى الجمهور.

في حين نجد أن جمهور الأحزاب الثلاث الأخرى يميل أكثر نحو ملصق أعجبي كما سبق الذكر وهو مستوى أقل من أحبته، مما يعني أن منشورات حزب حركة مجتمع السلم تلقى قبولا واستحسانا من طرف الجمهور أكثر من الأحزاب الأخرى، وهو مؤشر جيد عن أداء الحزب ورضا الجمهور عنه يسمح للقائم بالاتصال في صفحة الحزب من تقصي أجندة الجمهور من خلال السياسات والموضوعات التي ينشرها الحزب ومنه التركيز عليها مستقبلا.

متضامن: تصدر حزب جبهة التحرير الوطني فئة التفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة من خلال ملصق متضامن وهذا بنسبة (2,71%)، يليه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية بنسبة (1,25%) و(1,07%)، ثم حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (0,85%).

الملصق التعبيري متضامن يستخدم بشكل رئيسي للتعبير عن الدعم، وعموما نلاحظ من خلال الجدول أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يتفاعل الجمهور مع خطابه السياسي من خلال ملصق متضامن وتم توظيفه على منشورات التعزيز التي ينشرها الحزب أكثر من غيره من الأحزاب الأخرى كما ذكرنا في الفئات السابقة، ويشير عموما إلى رمزية قوية للتضامن والدعم، حتى لو كان التفاعل محدودا، ويمكن أن يشير إلى توافق ضمني مع المواقف أو القضايا التي يطرحها الحزب، أما فيما يخص الأحزاب الأخرى فنلاحظ أن الجمهور لا يتفاعل مع منشوراته من خلال ملصق متضامن إلا في مواضع ضئيلة مما يشير إلى محتوى غير جذاب أو لا يرتبط بشكل كاف بالمشكلات الاجتماعية.

نشير هنا أنه يمكن للأحزاب توظيف الملصق " متضامن " كمؤشر لقياس مستوى الدعم والتضامن مع قضايا معينة، ومعرفة كيف يتجاوب الجمهور مع مواضيع مختلفة.

بالنظر إلى ترتيب الأيقونات على فيسبوك تحمل أيقونة متضامن المرتبة الثالثة بعد أعجبتني وأحببته والمرتبة الثالثة في ترتيب توظيفه من قبل الجمهور في دراستنا، وهذا مؤشر أن الجمهور لا يهتم بطبيعة الملصق في حد ذاته بل يهتم بسهولة التوظيف بالدرجة الأولى، وكذا لاحظنا من خلال استخدامنا اليومي لشبكة فيسبوك عدم إدراك الجمهور لمعنى الملصق فيرونه أشبه بملصق أحببته أي إشارة إلى التقدير والمحبة وهو مستوى أعلى منها، في حين أنه يعني التضامن الشعوري مع محتوى المنشور أي حول الموضوعات التي تستدعي التعاطف والدعم، وكذا من أسباب عدم توظيفه الخوف من إبداء الإساءة حيث قد يخشى البعض استخدام رمز التضامن في غير محله كالتعازي بسبب إمكانية تفسيره بشكل خاطئ أو يعتبر غير لائق وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى السياق الثقافي والاجتماعي.

**أضحكني:** وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ملصق أضحكني بنسب ضعيفة، تصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (4,31%)، يليه بنسبة ضعيفة حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (0,79%)، ثم حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسبة (0,14%) و(0,04%).

نلاحظ من خلال النتائج أن الجمهور المتفاعل مع خطاب حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر جمهور تفاعل مع منشورات الحزب من خلال الملصق التعبيري **أضحكني**، ويشير هذا الملصق عموما إلى السخرية والاستهزاء وعدم الجدية ربما بسبب أخطاء أو تناقضات أو خطاب غير واقعي، وهو رد فعل عاطفي قوي من الجمهور، وقد يعبر أحيانا عن الإحباط من الوعود السياسية المتكررة وعدم تحقيقها مما يدفع الجمهور إلى التعامل بسخرية مع الخطاب بدل التعليق الجاد ويعني توظيف هذا الملصق أن الجمهور يوجه نقد غير مباشر لخطاب الحزب دون الدخول في جدالات أو تعليقات طويلة.

إن الانتقاد أو الاستهزاء بالسياسيين أو الخطاب السياسي هو أمر منتشر ومشارك بين كافة الجماهير، لكن تجاوز الاستهزاء أو الضحك للإعجاب هنا يصبح مشكلة تستوجب الحل السريع وهو أمر غير موجود لدى حزب جبهة القوى الاشتراكية بحكم أن نسبة ملصق أعجبتني تساوي (84,61%).

**أحزنتني:** وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ملصق أحزنتني بنسب ضعيفة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (2,88%)، يليه حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (1,12%)، ثم حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسبة (0,73%) و(0,11%).

نلاحظ قلة وضعف توظيف ملصق أحزنتني من طرف الجمهور على خطاب الأحزاب الأربع ويعود ذلك إلى طبيعة الخطاب السياسي الذي غالبا ما يكون تحفيزي مركز منطقي ويحتوي على وعود بالتغيير والإيجابية، بدلا من التركيز على الحزن، حيث تتجنب فيه الأحزاب إثارة المشاعر السلبية وهي محاولة متعمدة

من طرفهم لتجنب إثارة مشاعر الحزن والكآبة بين الجمهور، وعموماً يكون توظيف ملصق أحزني كثيراً في صفحات عامة ذات طابع اجتماعي، ولا يتناسب كثيراً مع الصفحات السياسية إلا في حالات ضيقة مثل التعازي..

**أغضبني:** نلاحظ ضعف واضح في استخدام ملصق **أغضبني** من طرف الجمهور في صفحات الأحزاب السياسية الأربع ويشير هذا إلى:

- ✓ انخفاض التفاعل السلبي الغاضب مقارنة بالتفاعل الإيجابي أو الرمزي.
  - ✓ غياب الانتقادات العلنية التي تعبر عن الغضب والاستياء بشكل مباشر.
  - ✓ قلة النقاشات التي تتضمن انتقادات حادة أو آراء معارضة.
  - ✓ عدم وجود منشورات تستوجب رد فعل عاطفي قوي.
  - ✓ ثقة منخفضة في فاعلية التعبير من خلال الملصقات.
  - ✓ قلة المشاركة النشطة من طرف الجمهور مع الخطاب السياسي.
  - ✓ الاعتماد على قنوات أخرى للتعبير عن استيائهم مثل الاتصال الشخصي والصفحات غير الرسمية.
  - ✓ تفضيل وسائل تواصل أقل علانية وأكثر أماناً للجمهور للتعبير عن غضبهم مثل المحادثات الخاصة.
- أدهشني:** نلاحظ كذلك قلة توظيف ملصق **أدهشني** من طرف الجمهور في صفحات الأحزاب السياسية الأربع ويدل ذلك على:

- ✓ افتقار منشورات الأحزاب إلى الابتكار أو المحتوى المفاجئ الذي يثير دهشة الجمهور.
- ✓ تشبع الجمهور من الخطاب السياسي المكرر الذي لا يثير دهشتهم.
- ✓ ثبات المواقف السياسية وعدم تقديم سياسات جديدة أي استقرار في النهج السياسي وعدم وجود تغيرات جذرية أو مفاجآت في البرامج الحزبية.
- ✓ يعكس كذلك شعور الجمهور بالإحباط السياسي بشكل عام وعدم توقع تقديم الجديد.

الجدول رقم 73: يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

شكل التفاعل من خلال التعليق	جهة التحرير الوطني		جهة القوى الاشتراكية		التجمع الوطني الديمقراطي		حركة مجتمع السلم		المتوسط الحسابي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التعليق بنص	90,47	3364	92,93	507	96,10	2690	97,77	5140	94,37
التعليق بصورة	5,61	209	00	00	0,42	12	0,15	8	1,50
التعليق بملصق	2,17	81	3,43	18	2,64	74	1,72	87	2,49
نكر شخص(طاق)	1,75	64	3,64	19	0,84	24	0,36	22	1,64
المجموع	100%	3720	100%	524	100%	2799	100%	5257	100%

الجدول رقم 74: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على منشوراتها عبر شبكة فيسبوك

ANOVA					
شكل التفاعل من خلال التعليق					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	27,317	3	9,106	48,799	,000
Intragruppes	2297,926	12315	,187		
Total	2325,243	12318			

يظهر الجدول أعلاه رقم 73 شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة على شبكة فيسبوك، جاء الجدول رقم 74 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على خطابها المنشور على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (48,799) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergruppes) يبلغ 8306,616، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragruppes) أكبر بكثير ويبلغ 301921,199 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين

المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على منشورات الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على منشورات الأحزاب السياسية يختلف على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة التعليق بنص بنسبة كبيرة مقارنة بباقي الفئات، حيث حققت نسبة مقدارها (94,37%)، وباقي الفئات حققت نسب ضعيفة حيث جاءت التعليق بملصق مع نسبة (2,49%)، وفئة نكر شخص (أو الطاق) بنسبة (1,64%)، في جاءت فئة التعليق بصورة بنسبة (1,50%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

مما تجدر الإشارة إليه قبل بداية التحليل أن عدد التعليقات في منشورات الأحزاب الأربع اختلفت حيث وظفنا أسلوب المسح الشامل لتعليقات أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي بمجموع 2799 تعليق ( أكتوبر 491، نوفمبر 200، ديسمبر 817، جانفي 256، فيفري 526، مارس 509) وحركة مجتمع السلم بمجموع 5257 تعليق (أكتوبر 1174، ديسمبر 1009، جانفي 676، فيفري 790، مارس 890) وجبهة القوى الاشتراكية بمجموع 524 تعليق (أكتوبر 112، نوفمبر 88، ديسمبر 114، جانفي 94، فيفري 85، مارس 31)، بينما تم توظيف معيار التعليقات الأكثر ملائمة التي يتيحها فيسبوك فيما يخص حزب جبهة التحرير الوطني وذلك لاعتبارين هامين:

**الأول:** نظراً لكثرة التعليقات وصعوبة إحصائها ودراستها من خلال المسح الشامل حيث تتراوح غالباً بين 150 تعليق و400 تعليق وهناك منها ما تجاوز 1000 تعليق وهو ما تعلق بتنصيب الأمين العام الجديد عبد الكريم بن مبارك وكذا لقاءه برئيس الجمهورية، كما أنه وبالاطلاع المسبق على مجتمع الدراسة ومتابعة الصفحة بشكل دوري تبين أن معظم التعليقات مكررة وتحمل نفس المعاني منها " بالتوفيق " " عاشت جبهة التحرير الوطني " ألف مبارك نجاح النشاط الحزبي " ومعظمها من قسّمات الحزب وإطاراته ليست من الجمهور العام لهذا ارتأينا أن ما يخدم دراستنا هو التعليقات النصية الطويلة والتي يختارها فيسبوك كأهم تعليقات.

**الثاني:** محاولة تقريب أعداد التعليقات بين الأحزاب حتى نستطيع المقارنة بين النتائج وملائمتها لعدد المنشورات لكل حزب هو عينة الدراسة.

التعليق بنص: وظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة النصوص بشكل كبير، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (97,77%)، وبنسبة أقرب حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (96,10%)، ثم حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (92,93%)، وآخر حزب هو حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (90,47%).

نلاحظ أن ما يتجاوز (90%) من تعليقات الجمهور على خطاب الأحزاب السياسية الأربع كان في شكل نص مكتوب أي أن الجمهور كثيرا ما يفضل التعبير عن رأيه من خلال كتابة التعليقات بدلا من الملصقات التعبيرية -ونقصد هنا الملصقات في شكل تعليق ليس ما تم ذكره في الفئة السابقة-، هذه التعليقات تتطرق إلى مواضيع متنوعة تتعلق بالمنشورات السياسية مثل القضايا المحلية والسياسات الحزبية، والمواقف السياسية.. ومما لوحظ على معظمها أنها ليست بالتعليقات القصيرة بل طويلة ومفصلة توضح آراء ومواقف الجمهور بشكل دقيق، منها ما تحتوي على استفسارات، أو نقد بناء، أو اقتراحات للحزب، أو انتقادات استفزازية أو تهكمية.. بلغات مختلفة بين العربية والعامية والفرنسية..، ومن دلالات ذلك تعليق الجمهور من خلال النصوص ما يلي:

**الثقة في الوسيط الرقمي:** توظيف التعليقات كوسيلة للتفاعل يعكس ثقة الجمهور في القنوات الرقمية كوسيلة للتواصل مع الأحزاب السياسية، ويشير إلى اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والنقاش السياسي.

**الاهتمام والانخراط:** يعكس التفاعل النصي المكتوب اهتمام الجمهور بمحتوى المنشورات ورغبتهم في الانخراط في النقاشات السياسية.

**التفاعل النقدي والبناء:** وجود تعليقات نقدية وبناءة يدل على أن الجمهور يشعر بالحرية في التعبير عن آرائه بشكل صريح، ومنه الرغبة في تحسين الأداء الحزبي والمشاركة في صنع القرار، خاصة أن القائم بالاتصال في الصفحات لم يجلب خاصية التعليقات عن الجمهور طيلة فترة تحليلنا أي في 1472 منشور، حتى وإن كانت معظم التعليقات تهكمية وانتقادية، وهو ما يشجع الجمهور على إيصال رسالتهم إلى الحزب.

التعليق بملصق: وظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الملصقات بشكل متوسط، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (17,2%)، وبنسبة أقرب حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (3,43%)، ثم حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (2,64%)، وآخر حزب هو حركة مجتمع السلم بنسبة (1,72%).

نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يتم التفاعل مع منشوراته من خلال التعليق عبر الملصقات التعبيرية وجاءت معظمها ملصقات تحمل قلب أحمر، يد يرمز للإعجاب، ورود، الراية الوطنية، ويمكن تفسير ذلك بالتأثير العاطفي للمحتوى.

في حين نجد أن جمهور الأحزاب الأخرى -جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم- يعلق بنسب ضعيفة من خلال الملصقات التعبيرية، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى قلة التعليقات في الصفحات خاصة حزب جبهة القوى الاشتراكية، وكثرة المنشورات وتشعبها فيما يخص حزب حركة مجتمع السلم الذي ينشر في بعض الأيام ما يفوق 20 منشور، كما قد يعود إلى جدية خطاب هذه الأحزاب وعدم استناده إلى العاطفة مما يعني تعليقات منطقية تغيب عنها العاطفة.

**نكز شخص (الطاق):** نلاحظ ضعف توظيف الجمهور لخاصية نكز شخص التي يتيحها الفيسبوك على صفحات الأحزاب السياسية الأربع ومن سمات ذلك:

- قلة توظيف الميزات التفاعلية أو عدم ملائمتها مع السياق السياسي حيث لا تعبر بشكل كاف عن آراء الجمهور ومشاعره تجاه القضايا السياسية، وهي غالبا ما توظف في سياقات اجتماعية أو شخصية أكثر منها في السياقات الرسمية أو الجادة مثل السياسة.
  - انخفاض مستوى الوعي بوجود هذه الميزات واستخدامها بشكل عام قد يكون منخفضا في هذا السياق.
  - قلة الاهتمام بالمحتوى المقدم من طرف الأحزاب وعدم رؤية جاذبيته لمشاركة أحد أصدقائه قراءة المنشور.
  - تكرار المحتوى في الكثير من المنشورات بأكثر من صيغة مثل الإعلان عن لقاء جهوي في فيديو وفي صورة وفي مقتطف إعلامي والكثير من الأشكال التي تقلل من جاذبية الخطاب وتقلل من التركيز عليه.
- التعليق بصورة:** نلاحظ أن جمهور حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر من يتفاعل مع المنشورات من خلال الصور مقارنة بالأحزاب الثلاث الأخرى، وتحمل الصورة عموما قوة التأثير البصري والعاطفي وإظهار المواقف مثل الغضب والسخرية، الفرح أو الاستياء..، وعموما تحمل هذا الصور في مجملها دعما للحزب وإطاراته من خلال التعليق بصور تحمل رؤساء الحزب وقادته وهذا يشير إلى دعم واسع النطاق وإلى شخصية سياسية تشير أن السياسة ليست فقط حول القضايا بل أيضا حول الشخصيات التي تقود الحزب، كما تحمل بعض الصور راية الجزائر ورموزها وهذا يعكس شعورا بالانتماء الوطني من خلال خطاب الحزب، وبعض منها تحمل صور رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، وهذا أمر منطقي لكون الحزب موالي للسلطة.

الجدول رقم 75: يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - مع تعليقات الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		شكل تفاعل الأحزاب السياسية مع تعليقات الجمهور
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.04	00	00	00	00	0.19	1	00	00	الرد على التعليقات
0.52	00	00	00	00	2.09	11	00	00	التعبير عن الشكر والامتنان للتعليقات البناءة
0.06	00	00	0.03	1	0.19	1	0.05	2	إضافة رابط توضيحي
99.38	100	5257	99.97	2798	97.53	511	99.95	3718	عدم الرد
%100	%100	5257	%100	2799	%100	524	%100	3720	المجموع

الجدول رقم 76: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعلها مع تعليقات الجمهور على منشوراته على شبكة فيسبوك

ANOVA					
شكل تفاعل الحزب مع تعليقات الجمهور					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	1,223	3	,408	<b>89,990</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	55,708	12296	,005		
Total	56,932	12299			

يوضح الجدول أعلاه رقم 75 شكل تفاعل الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة مع تعليقات الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وجاء الجدول رقم 76 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعلها مع تعليقات الجمهور على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (89,990) بمستوى دلالة يساوي (0.000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 1,223، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 55,708 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن شكل تفاعل الأحزاب الأربع مع تعليقات الجمهور على منشوراتها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن الأحزاب عينة الدراسة تتفاعل مع الجمهور بشكل مختلف على النحو التالي:

أبانت النتائج عن سيطرة فئة عدم الرد على باقي الفئات وذلك بنسبة (99,38%)، في حين باقي الفئات ظهرت بنسب ضعيفة فجاءت فئة التعبير عن الشكر والامتنان للتعليقات البناءة بنسبة (0,52%) وفئة إضافة رابط توضيحي بنسبة (0,06%)، ونسبة الرد على التعليقات بنسبة (0,04%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**عدم الرد:** ظهرت فئة عدم الرد على تعليقات الجمهور من طرف الأحزاب السياسية الأربع بنسب مرتفعة، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (100%)، يليه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني وهذا بنسبة (99,97%) و(99,95%)، يليهم بنسبة أقل حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (97,53%).

نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة لا ترد على تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطابها السياسي بنسب جد مرتفعة تزيد عن (97%)، وللتذكير فإننا حللنا 12300 تعليق على 1472 منشور مسحا شاملا ل 06 أشهر من النشر المتواصل على صفحاتهم الرسمية، وهذا مؤشر جد قوي على عدم تفاعل الأحزاب مع الجمهور وقلة اهتمامهم بما يكتبونه مع احتمالية عدم قراءة تعليقاتهم، مما يعني أن العلاقة بين الحزب والجمهور أحادية الاتجاه، حيث تقتصر العملية الاتصالية للحزب على نشر المعلومات دون الانخراط في الحوار، وهو بالضرورة إقصاء للجمهور من المشاركة في الحوار السياسي، مما يعارض المبادئ الأساسية للفضاء العمومي الذي يتطلب مشاركة فعالة وشاملة غير إقصائية لأي طرف.

ومن جهة أخرى فإن النتائج مؤشر على ضعف إدارة شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأحزاب، أو قد يشير إلى نقص في الكوادر البشرية التقنية المخصصة لإدارة صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي تسمح لها بقراءة التعليقات والرد على استفسارات وآراء الجمهور.

هابرماس يرى أن بضرورة توازن القوى في الفضاء العمومي بين الجمهور والمؤسسات السياسية، وعدم تفاعل الأحزاب مع الجمهور يمكن أن يُنظر إليه على أنه محاولة للاحتفاظ بالسلطة والتحكم في الحوار بدلا من السماح بحوار مفتوح يمكن أن يغير مواقف الحزب ويؤثر على سياساته، كما أن الحوار النقدي الذي يعتبر أساسا للديمقراطية بحسب هابرماس يُفتقد إذا لم يتم الرد على الجمهور، وتعليقات الجمهور هي جزء هام من هذا الحوار النقدي، وهذا يعني فقدان الأحزاب لفرصة تحسين سياستها وإستراتيجيتها بناء على التغذية الراجعة من الجمهور.

**التعبير عن الشكر والامتنان للتعليقات البناءة:** ظهر شكل التفاعل من خلال التعبير عن الشكر والامتنان بنسب ضعيفة لدى الأحزاب السياسية الأربع، وتصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (2,09%)، حيث وجدنا بعض الردود المعبرة عن الشكر والامتنان على تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطاب حزب **جبهة القوى الاشتراكية** غير أنها قليلة ومحدودة مقارنة بعدد التعليقات حيث لم تتجاوز 11 تعليق من أصل 524 تعليق تم تحليله، مما يشير إلى قلة التفاعل الإجمالي، وكانت الردود مقتصرة على الشكر والامتنان فقط بدون تفاعل إضافي أو متابعة للنقاش، بل عبارة ردود شكر ثابتة وبسيطة يغيب فيها التفصيل أو التفاعل الحقيقي مع محتوى التعليقات، أما فيما الأحزاب الأخرى -**التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني**- فلم ترد على أي تعليق نهائيا علما أننا حللنا 11776 تعليق للأحزاب الثلاث ومن دلالات ذلك:

تقدير سطحي للجمهور من خلال تجاهل التعليقات البناءة التي تقدم اقتراحات أو انتقادات بناءة، والتي يمكن أن تساهم في تحسين سياسات الحزب أو استراتيجياته وهي كثيرة بناء على فئة أسلوب الخطاب في التعليقات، ويُبين هذا ضعف الثقافة التنظيمية التي تشجع على الحوار والتفاعل والانفتاح على الجمهور، ومنه ظهور فجوة بين القيادات الحزبية والجمهور، وعلاوة على ذلك فإن عدم رد الأحزاب على التعليقات يعزز هيمنة النخبة السياسية على الفضاء العام ويقلل من إمكانية مشاركة الجمهور في الحوار السياسي، هذا يؤدي إلى تهميش صوت الجمهور وإقصائهم من عملية صنع القرار التي تعتبر جزء هام من الديمقراطية.

**إضافة رابط توضيحي:** نلاحظ عدم توظيف الروابط التوضيحية بشكل فردي للرد على تعليقات الجمهور فقط على نطاق جد ضيق وكانت عبارة عن روابط للقاءات صحفية أو مقالات نسي القائم

بالاتصال تضمينها في المنشور أو ردا على الجمهور المتفاعل دون تخصيص، وعموما رغم سهولة توظيف الروابط كرد على التعليقات وقدرتها من الإجابة على تساؤلات الجمهور إلا أن الأحزاب السياسية الأربع لم توظفها بشكل مطلوب يخدم مصلحة الحزب ويساعده على تحقيق عملية الاتصال السياسي ومن دلالات هذا:

- ✓ ضعف التفاعل الرقمي.
- ✓ نقص الشفافية والمساءلة مما قد يؤدي إلى شعور الجمهور بقلّة التقدير أو عدم الاعتراف بمشاكلهم واستفساراتهم.

**الرد على التعليقات:** لم يتم الرد على تعليقات الجمهور بشكل شبه تام من طرف الأحزاب السياسية ونقص ذلك الرد على كل تعليق برد في شكل نص أي إجابة عن ملاحظة أو استفسار أو سؤال أو نقد...، ومن دلالات هذا:

- ✓ توظيف شبكة الفيسبوك بشكل أحادي الاتجاه لنشر معلومات بدلا من توظيفها كأداة للتفاعل وهو ما لا يتناسب مع طبيعة الشبكة الاجتماعية ومع خصائص الاتصال السياسي الذي يستوجب تفاعل بين أطراف العملية المؤسسة السياسية والجمهور
- ✓ الانفصال بين الأحزاب السياسية والجمهور الذي يؤدي إلى فقدان الثقة وعدم التفاعل مستقبلا.
- ✓ عدم تحقيق التوقعات من الأحزاب التي من المفترض أن توظف شبكة فيسبوك كمنصة للحوار والرد على انشغالات المواطنين.

الجدول رقم 77: يوضح التوزيع الكمي لشكل تفاعل الجمهور من خلال مشاركة منشور الأحزاب

السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المجموع	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		شكل التفاعل من خلال مشاركة المنشور
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10	4.79	31	00	00	00	00	00	00	(0 تفاعل)
81.15	94.90	613	99.42	344	97.22	105	33.06	123	(1-100)
17.66	0.31	2	0.58	2	2.78	3	66.94	249	(أزيد من 100 تفاعل)
%100	%100	646	%100	346	%100	108	%100	372	المجموع

الجدول رقم 78: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص شكل تفاعل الجمهور مع خطابها السياسي من خلال مشاركة المنشور على فيسبوك

ANOVA					
شكل التفاعل من خلال مشاركة المنشور					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	133,674	3	44,558	<b>549,980</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	118,934	1468	,081		
Total	252,608	1471			

يوضح الجدول أعلاه 77 شكل تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة من خلال مشاركة منشوراتها على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وجاء الجدول رقم 78 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية فيما يخص شكل تفاعل الجمهور مع خطابها السياسي من خلال مشاركة منشوراتها على شبكة فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (549,98) بمستوى دلالة يساوي (0,000)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربع.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 133,674، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر ويبلغ 118,934 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن شكل تفاعل الجمهور من خلال مشاركة منشور الأحزاب السياسية الأربعة التي تمت دراستها يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن الجمهور يتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية من خلال مشاركتها على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز فئة (100-1) وذلك بنسبة قدرت ب(81,15%)، في حين جاءت فئة (أزيد من 100 تفاعل) بنسبة أقل منها قدرت ب(17,66%)، أما فئة (0 تفاعل) ظهرت بنسبة ضعيفة قدرت ب(1,19%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

نلاحظ أن عدد مشاركة المنشور من طرف الجمهور لم تتجاوز 100 مشاركة لدى أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم وهي نسب ضعيفة إلى حد ما مقارنة بنسب المتابعة التي تجاوزت (184 ألف للحزب الأول، 38 ألف للحزب الثاني 136 ألف للحزب الثالث)، ويمكن تفسير هذا التفاعل المنخفض وتدني عدد المشاركات بقلة الاهتمام من قبل الجمهور وقلة جاذبية المحتوى أو عدم أهميته لدى الجمهور أو أنه لا يلي احتياجاته.

✓ قد تكون المنشورات غير ملائمة أو غير مرتبطة بالقضايا الراهنة التي تمم الجمهور.

✓ كثرة النشر اليومي أو الإغراق يؤدي إلى قلة التفاعل خاصة حزب حركة مجتمع السلم الذي تجاوز في مرات كثيرة 20 منشور يوميا.

✓ غياب الردود والتفاعل مع تعليقات الجمهور يؤدي إلى عدم مشاركة المحتوى وهو ما تجلى في الفئة السابقة  
✓ عدم استخدام الأحزاب للأدوات التفاعلية مثل استطلاعات الرأي العام أو الفيديوهات التفاعلية الجذابة يقلل من تفاعل الجمهور من خلال المشاركة، حيث نوعية المنشورات غالبا لا تستدعي مشاركتها مع الأصدقاء أو مع صفحات أخرى.

من جهة أخرى نلاحظ أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يتم التفاعل مع منشوراته من خلال المشاركة بمعدل أزيد من 100 مشاركة للمنشور الواحد وهو ما تجاوز (66%) من منشوراته -ونشير أنها لم تزيد عن 150 مشاركة وفي حالات نادرة تجاوزت 350 مشاركة- ويعتبر هذا مؤشر جيد لقياس التفاعلية على صفحة الحزب خاصة إذا ما قارناه مع الأحزاب الأخرى ويمكن تفسير ذلك بالقاعدة الجماهيرية الواسعة للحزب بحكم أنه الحزب الواحد في الجزائر لسنوات طويلة وله تاريخ طويل في السياسة الجزائرية وهذا ما يساهم في زيادة التفاعل مع منشوراته وكذا الكوادر البشرية المنتشرة عبر كافة التراب الوطني يعني أن الحزب لديه شبكات دعم محلية قوية، هذه الكوادر تساهم في نشر المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي وعلى صفحاتها الشخصية -وهي كثيرة على شبكة فيسبوك فكل مدينة لها صفحة جزئية خاصة بها- وهذا ما يزيد من وصول الحزب ويؤكد على جماهيريته، كما أن الحزب كثيرا ما يربط منشوراته بقيم الهوية الوطنية، التي تمتلك صدى كبير بين المواطنين هذا ما يزيد من الرغبة في مشاركة المحتوى الذي يعزز من الهوية المشتركة.

حزب جبهة حركة مجتمع السلم هو أكثر حزب لم يتم مشاركة بعض منشوراته من طرف الجمهور رغم النسبة القليلة 31 منشور من أصل 646 منشور، ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى كثرة النشر حيث أن الحزب ينشر في بعض الأحيان ما يزيد عن 25 منشور خلال اليوم الواحد وجلها تتشابه أو تدور نفس الموضوع والقضية بأشكال مختلفة -تغريدة، نص، فيديو، صور، لقاء إعلامي، مقتطف من اللقاء الإعلامي، بيان، صور من البيان مكتوب..- وهذا ما يؤدي إلى قلة تفاعل الجمهور من خلال مشاركة نفس المنشور ويؤدي

إلى تشتيت الرسالة وتداخلها وإمكانية حدوث ملل أو انزعاج للجمهور...، وهذا قد يؤدي إلى الإرهاق التنظيمي للفريق الإعلامي أو القائم بالاتصال في الحزب.

### 3. فئة اللغة الموظفة:

الجدول رقم 79: يوضح التوزيع الكمي للغة الموظفة في منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم		التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		اللغة الموظفة في المنشورات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
81.21	97.36	629	90.17	312	43.51	47	93.81	349	العربية
1.28	00	00	00	00	00	00	5.13	19	العامة(الجزائرية)
10.19	2.64	17	9.83	34	27.77	30	0.53	2	الفرنسية
0.13	00	00	00	00	00	00	0.53	2	المرج بين العربية والفرنسية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	الإنجليزية
5.35	00	00	00	00	21.32	23	00	00	المرج بين العربية والإنجليزية
0.92	00	00	00	00	70.3	4	00	00	الأمازيغية
0.92	00	00	00	00	3.70	4	00	00	المرج بين العربية والأمازيغية
%100	%100	646	%100	346	%100	108	%100	372	المجموع

الجدول رقم 80: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في منشوراتها على فيسبوك

ANOVA					
اللغة الموظفة في المنشورات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	407,467	3	135,822	252,560	,000
Intragroupes	789,465	1468	,538		
Total	1196,932	1471			

يظهر الجدول أعلاه رقم 79 اللغة الموظفة في منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في نشر خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 80 من أجل قياس التباين بين الأحزاب

السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في منشوراتها على فيسبوك، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (252,560) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 407,467، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر بكثير ويبلغ 789,465 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائية نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اللغة الموظفة في منشورات الأحزاب الأربع تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين اختلاف اللغة التي وظفتها الأحزاب السياسية الأربع في منشوراتها على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز اللغة العربية كأول لغة موظفة من طرف الأحزاب السياسية وذلك بنسبة مقدارها (81,21%)، ونسبة أضعف اللغة الفرنسية بنسبة (10,19%)، أما فيما يخص باقي الفئات جاءت بنسب ضعيفة، فنجد أن فئة المزج بين العربية والفرنسية تقدر ب(5,48%)، أما فئة العامية (الجزائرية) جاءت بنسبة (1,28%)، في حين تساوت فتي الأمازيغية والمزج بين العربية والأمازيغية مع نسبة (0,92%) لكل واحدة، أما فئات الإنجليزية، والمزج بين العربية والإنجليزية ظهرت منعدمة في خطاب عينة الدراسة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

العربية: توظف معظم الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اللغة العربية في منشوراتها، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (97,36%)، يليه حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (93,81%)، وبنسبة قريبة حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (90,17%)، أما عن أقل حزب يوظف اللغة العربية في نشر خطابه فهو حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (43,51%).

عمل المستعمر الفرنسي منذ دخوله الجزائر أن اللغة العربية هي ركيزة أساسية وأحد مقومات الشعب الجزائري التي توحدته، ولهذا قاد تحالفا رهيبا ضد المؤسسات العسكرية والفكرية والدينية خاصة المساجد التي حولها إلى إسطبلات لبناء إستراتيجية استعمارية قائمة على تحقير ركائز اللغة العربية - القرآن، الدين، الهوية، المساجد، الزوايا، الكتاتيب... كلها لكي يطرح البديل وهو اللغة الفرنسية وهذا يعني إرساء الثقافة الفرنسية

الأجنبية بدل العربية، ولذلك قامت الجزائر منذ الاستقلال بإقرار اللغة العربية كلغة رسمية للدولة الجزائرية وهيا الأكثر استخداما، مما يجعلها الوسيلة الأمثل للوصول إلى الجمهور العريض، وتوظيفها في الخطاب السياسي يعمل على تعزيز الهوية الوطنية والثقافية وترسيخ القيم الوطنية، كما يحقق نوع من شمولية الرسالة السياسية والاجتماعية إلى الجمهور بمختلف مستويات تعليمهم وخلفياتهم الثقافية ولهذا نلاحظ من خلال النتائج الكمية أن الأحزاب السياسية الثلاث الأولى - حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي - توظف العربية بنسب مرتفعة تجاوزت (90%) سواء المكتوبة في شكل منشورات أو في لقاءاتهم الحزبية أو خرجاتهم الميدانية، أو اللقاءات الصحفية ..، مما يعني التوظيف الشامل للغة العربية الفصحى في نشر خطابهم السياسي على فيسبوك ومن أسباب هذا التوظيف:

تعريب الفضاء الرقمي الجزائري: تتوجه المؤسسات الجزائرية نحو تامين اللغة العربية وتوظيفها في الفضاء الرقمي وبما أن الأحزاب السياسية مؤسسات تمتلك صفحات هامة على شبكات التواصل الاجتماعي فيقع على عاتقها الترويج للغة العربية من خلال توظيفها في عملية النشر، وفي نفس الموضوع نظم المجلس الأعلى للغة العربية 21 فيفري 2024 ملتقى وطني هام بعنوان "البصمة اللغوية لمستخدمي لغة الضاد في العالم الرقمي"، في مداخله لوزيرة الرقمنة والإحصائيات قالت أن نسبة مستخدمي اللغة العربية من الناطقين بها كلغة ومن لديهم نفاذ إلى الشبكة العنكبوتية بلغ (49%) من مجموع 5،16 مليار مستخدم للإنترنت في العالم، وفي هذا الإطار أكدت على أهمية ضرورة صناعة محتوى رقمي وطني جزائري باللغة العربية يتماشى والمبادئ الثقافية والاجتماعية للمجتمع مشددة إلى ضرورة تكاثف جهود الجميع لتنمية اللغة العربية في الفضاء الرقمي.<sup>1</sup>

الفرنسية: توظف الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اللغة الفرنسية في منشوراتها بنسب متفاوتة، وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (27،77%)، يليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (9،83%)، وبنسبة أقل منهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (2،83%)، أما أقل حزب يوظف اللغة الفرنسية في نشر خطابه هو حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (2،64%).

استعمرت الجزائر طرف فرنسا لمدة طويلة جعل للغة الفرنسية حضورا قويا في الحياة العامة والثقافية، حيث كشف تقرير للمنظمة الدولية للفرانكفونية أن نحو 15 مليون جزائري من أصل 45 مليون يتحدثون اللغة الفرنسية،<sup>2</sup> وتوظيف اللغة الفرنسية يمكن أن يشير إلى التوجهات الفكرية والسياسية للحزب، وهذا ما يتجلى

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية: المجلس الأعلى للغة العربية يحتفي باليوم العالمي للغة الأم بالجزائر العاصمة، 21. 02. 2024، تم التصفح يوم 7 جويلية 2024، على الساعة 11: 04، متوفر على الرابط <https://bit.ly/48kKHda>

<sup>2</sup> محمد هوارى: جزائريون يفتشون عن أحوال التعريب في بلادهم، إندبندنت عربية، 17. 04. 2024، تمت التصفح يوم 15 جويلية 2024، على الساعة 11.06، متاح على الرابط <https://bit.ly/3SQvPMO>

فعلا في حزب **جبهة القوى الاشتراكية** الذي يوظف اللغة الفرنسية في خطابه بنسبة تزيد عن (27%)، من مجموع خطابه وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى الجذور التاريخية لمنطقة القبائل التي ينشط فيها الحزب حيث للفرنسية حضور قوي واستخدامها يعكس هذه الجذور ويسهم في الحفاظ على التواصل مع قواعدها الشعبية في هذه المنطقة، وللأمانة العلمية نشير أن الحزب في حالة نشره لبيان باللغة الفرنسية فإنه يعيد نشره باللغة العربية ثم أحيانا بالأمازيغية وهذا مؤشر قوي أن غرض الحزب من توظيف الفرنسية ليس الاتجاه الفرانكفوني بالضرورة إنما احتواء الجماهير المختلفة لغويا وثقافيا وهي متعددة في الجزائر حيث أن توظيف الحزب للغات نابع من الخصوصية الثقافية للمجتمع الجزائري التي يغيب فيها نموذج لغوي موحد نظرا للتنوع الثقافي ومخلفات الاستعمار والكثير من العوامل التي فصلها باحثي علم الاجتماع واللغويات وهو مجال بحثي قائم بذاته.

نجد بدرجة أقل حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** وهذا يعود بالأساس إلى التوجهات الاقتصادية للحزب الذي يتبنى سياسات اقتصادية ليبرالية وتوجهات اقتصادية نحو السوق الحر، وتوظيف اللغة الفرنسية يمكن أن يعكس هذه التوجهات ويعززها بالنظر إلى أن اللغة الفرنسية ترتبط بالاقتصاد العالمي والتجارة الدولية، وكذا إلى الجذور التاريخية للعلاقة مع فرنسا، سواء من حيث التعليم أو الإدارة أو الثقافة، في حين نجد أن حزبي **جبهة التحرير الوطني** و**حركة مجتمع السلم** لا يوظفان اللغة الفرنسية في خطابهما السياسي وما هو موجود ضعيف وكان عبارة عن لردود للأمناء العاميين للحزب عن أسئلة الصحافة الجزائرية الناطقة بالفرنسية ويعود ذلك إلى:

✓ الموقف التاريخي: من لغة الاستعمار.

✓ التوجه الأيديولوجي الإسلامي لحركة مجتمع السلم.

**المرج بين العربية والفرنسية:** توظف الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة اللغتين العربية والفرنسية في شكل مزيج في منشوراتها بنسب ضعيفة، وتصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** وهذا بنسبة (21،32%)، يليه حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة ضعيفة قدرت ب(0،53%)، أما فيما يخص حزبي **التجمع الوطني الديمقراطي** و**حركة مجتمع السلم** لم يوظفا المزيج اللغوي بين العربية والفرنسية.

يتجلى أن حزب **جبهة القوى الاشتراكية** أكثر حزب يوظف المزيج اللغوي بين العربية والفرنسية بنسبة تتجاوز (21%) وإذا ما عدنا إلى الفئة السابقة فإن توظيفه الفرنسية لوحدها تجاوز (27%) مما يعني حضور الفرنسية في (47%) من منشوراته وهي نسبة مرتفعة مقارنة بأن الحزب ينشط في دولة لغتها الرسمية الأولى هي اللغة العربية.

بداية نشير أن معظم المنشورات التي يقدمها الحزب في خطابه كانت باللغة الفرنسية وباللغة العربية وأحيانا باللغة الأمازيغية، أي بلغات متعددة غير أنها وكما أشرنا سابقا تحمل نفس الأفكار والمعاني، ونفس هذا المزيج اللغوي عربي فرنسي بالتعددية الثقافية واللغوية في الجزائر وروح التعايش والتنوع داخل المجتمع الجزائري، خاصة أن اللغة الفرنسية تستخدم على نطاق واسع في التعليم العالي وبين بعض فئات المجتمع وبعض المدن في الجزائر، في حين أن اللغة العربية تعتبر لغة الجمهور العريض، وبهذا يتمكن الحزب من التواصل مع مختلف الفئات الاجتماعية.

**العامية (الجزائرية):** وظف حزب جبهة التحرير الوطني خطاب سياسي باللهجة العامية الجزائرية أكثر من الأحزاب الأخرى عينة الدراسة، التي لم توظف بشكل نهائي العامية، لكن توظيفه كان محدود ويهدف من خلاله إلى تعزيز التقارب الثقافي مع الجمهور وجعل الرسائل السياسية أكثر قبولا وفهما من قبل الطبقات الاجتماعية المختلفة، كما أن اللهجة العامية تجعل الخطاب السياسي أكثر قربا وإقناعا حيث يشعر الناس أن الحزب يتحدث بلسانهم ويفهم قضاياهم ومشاكلهم اليومية، وهذا ما يجعل العامية خيارا جذابا للحزب لتمرير رسائله، بينما نجد أن الأحزاب الأخرى لا توظف العامية في خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك ويمكن تفسير ذلك ب:

- عدم تمثيلية اللهجة العامية في الساحة السياسية على عكس اللغات الرسمية.
- تعدد اللهجات في الجزائر وتبني إحداها قد يجعل خطاب الأحزاب جهوي دون قصد.
- عدم مهنية العامية في الخطاب السياسي.

**الأمازيغية:** نلاحظ من خلال النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية هو الحزب الوحيد الذي وظف الأمازيغية في خطابه السياسي المنشور عبر فيسبوك، ونشير أنه وظفها بشكلها المنطوق ليس المكتوب أي في خطاباته المباشرة مع المناضلين أو في لقاءاته، بينما كتابة بحروف "تيفيناغ" لم نرصد سوى بعض الجمل القصيرة مثل التهنئات أو بعض الشعارات والرموز.

عموما يُعبر توظيف اللغة الأمازيغية عن التنوع الثقافي واللغوي والتزام الحزب بالتمثيل الشامل، وكذا التواصل مع المناطق السكانية الناطقة بالأمازيغية في منطقة القبائل التي ينشط فيها الحزب وينتمي لها معظم إداراته، كما أن استخدام اللغة الأمازيغية هو رد على المطالب الحقوقية التي تتعلق بلغات الأقليات ويعبر التزام الحزب بتلبية هذه المطالب ودعمها حيث تم ترسيم اللغة الأمازيغية في الجزائر كلغة رسمية في دستور فيفري 2016، حيث أن مقومات الدولة الجزائرية هي ثلاثية الإسلام العروبة والأمازيغية.

بينما نلاحظ أن الأحزاب الأخرى -التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم و جبهة التحرير الوطني- لم توظف بشكل نهائي اللغة الأمازيغية برغم أنها لغة رسمية في الجزائر وعدد الناطقين بها

يتجاوز 7 ملايين جزائري مقيم بالجزائر و3 ملايين في فرنسا<sup>1</sup>، إن هذا العدد يشكل جزء هام وكبير من جمهور الأحزاب وجزء هام من المجتمع الجزائري، ويمكننا أن نفسر هذا بالوضعية الاجتماعية اللغوية في الجزائر معقدة بسبب السياسات اللغوية التي شهدتها البلاد منذ الاستقلال، إضافة إلى تميز التضاريس الجزائرية بخصوصية أخرى وهي تعدد اللهجات الممارسة في كل منطقة، من شرق الجزائر وغربها أو جنوبها، ونفس الملاحظة تنطبق على أصناف الأمازيغ - القبائل، الترقى، الشاوي، المزاي، التشلحيت..- وغالبا ما يكون الفهم بين كل هذه الأصناف من المتحدثين صعبا، هذا يطرح إشكالات كبيرة لدى السياسيين أو حتى لدى الجمهور بشأن أي لغة وأي لهجة هي ممثلة، مما يجعل اللغة العربية هي اللغة المثلى لمخاطبة الجميع.

### المنج بين العربية والأمازيغية: نلاحظ أن حزب جبهة القوى الاشتراكية الوحيد الذي جمع بين المزيج

اللغوي - عربية أمازيغية - على عكس الأحزاب الأخرى ويمكن تفسير هذه النتائج بنفس تفسيرات توظيف اللغة الأمازيغية لوحدها كلغة قائمة، حيث يحاول الحزب إبراز تمثيله السياسي الشامل من خلال الجمع بين اللغتين والتأكيد على الانتماء الوطني للحزب على اعتبار أنه ينتمي جغرافيا للمناطق الجزائرية الناطقة بالأمازيغية، ومن جهة أخرى يوجه خطابه كذلك لكل المجتمع الجزائري من خلال اللغة العربية.

الإجليزية/ المنج بين العربية والإنجليزية: لم توظف الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع اللغة الإنجليزية في نشر خطابها عبر شبكة فيسبوك كما لم توظف المزيج اللغوي - عربية، إنجليزية - كذلك، رغم أن اللغة الإنجليزية هي لغة عالمية وتتحدث بها الكثير من الدول الناطقة بها وتوظفها الدول غير الناطقة بها في التعاملات الرسمية وغير الرسمية، غير أنه كما استظهرنا في الجدول فإن اللغة الفرنسية لا تزال تسيطر على خطاب الأحزاب كلغة ثانية بعد العربية وقد يعود هذا لتجذر اللغة الفرنسية ثقافيا في المجتمع الجزائري، أي أن الأحزاب تخاطب الجمهور وجمهورها المستهدف قد لا يتقن اللغة الإنجليزية وبالتالي لا جدوى من نشر خطاب سياسي لجمهور غير متقن للغة الخطاب.

رغم أن توجهات الأحزاب منطوية في شأن توظيف اللغة العربية كلغة أساسية في خطابها إلى جانب الفرنسية من طرف حزب جبهة القوى الاشتراكية بناءً على اعتبارات منها اللغة العربية لغة القرآن والعروبة والفرنسية "غنيمة الحرب" على حد تعبير الأديب الجزائري الراحل كاتب ياسين، غير أنها أهملت توجهات الرئيس عبد المجيد تبون نحو ترسيم اللغة الإنجليزية بدل الفرنسية<sup>2</sup>، لأن التعليم الإنجليزي هو بداية النهاية

<sup>1</sup> AMAZIGH24: 100 millions d Amazighs dans le monde, 2024, , visite le 10.07.2024, A 18 : 22, Disponible sur le lien <https://amazigh24.com/guide/100-millions-damazighs-dans-le-monde>

<sup>2</sup> أبو بكر خالد سعد: الخيار اللغوي والسياسة في التعليم بالجزائر، صدى، 20. 06. 2023، تم التصفح يوم 11 جويلية 2024، على الساعة 18: 03، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dNWku1>

لسطوة الفرنسة على المؤسسات والإدارات والشركات، غير أنه من الواضح تدخل الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية بين الجزائر وفرنسا..

- ما يمكن استنتاجه، إن الأحزاب السياسية والتي تعتبر نخبة المجتمع لا تؤيد مشروع تعميم الإنجليزية لاحتتمالية انتمائهم للتيار الفرانكفوني ونركز على حزب جبهة القوى الاشتراكية، مما يعني إلى حد ما تأخر هذا المشروع إلى أكثر من هذا.
- إن الأحزاب السياسية قد تفتقر إلى الكوادر الناطقة بالإنجليزية مما يصعب عليها التحول اللغوي، في حين أن كل إطاراتها يتحدثون الفرنسية بطلاقة ولاحظنا ذلك في ردودهم على أسئلة الصحفيين خلال المقابلات الإعلامية.

الجدول رقم 81: يوضح التوزيع الكمي للغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

المتوسط الحسابي	حركة مجتمع السلم			التجمع الوطني الديمقراطي		جبهة القوى الاشتراكية		جبهة التحرير الوطني		اللغة الموظفة في التعليقات
	%	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
74.93	98.48	5084	96.02	2606	16	81	89.24	3061	العربية	
4.98	1.27	66	3.57	97	4.94	25	10.17	349	العامة (الجزائرية)	
13.32	0.09	5	0.33	9	52.37	265	0.49	16	الفرنسية	
2.86	00	00	00	00	11.46	58	00	00	المزج بين العربية والفرنسية	
00	00	00	00	00	00	00	00	00	الإنجليزية	
00	00	00	00	00	00	00	00	00	المزج بين العربية والإنجليزية	
3.91	0.16	7	0.08	2	15.23	77	0.10	4	الأمازيغية	
00	00	00	00	00	00	00	00	00	المزج بين العربية والأمازيغية	
%100	%100	5162	%100	2714	%100	506	%100	3430	المجموع	

الجدول رقم 82: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك

ANOVA					
اللغة الموظفة في التعليقات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	2572,848	3	857,616	<b>3866,319</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	2619,217	11808	,222		
Total	5192,065	11811			

يظهر الجدول أعلاه اللغة الموظفة 81 في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 82 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشوراتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (3866,319) بمستوى دلالة يساوي (0,000)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 2572,848، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر ويبلغ 2619,217 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0,05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب الأربع مع تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن الجمهور يختلف في نوعية اللغة الموظفة في تعليقه على خطاب الأحزاب السياسية عينة الدراسة على النحو التالي:

أبانت النتائج عن بروز اللغة العربية كأول لغة موظف وذلك بنسبة مقدارها (74,93%)، وبنسبة أضعف اللغة الفرنسية بنسبة (13,32%)، فئة العامية (الجزائرية) جاءت بنسبة (4,98%)، في حين فئة الأمازيغية جاءت بنسبة (3,91%)، أما فيما يخص باقي الفئات جاءت بنسب ضعيفة، فنجد أن فئة المزج بين العربية والفرنسية تقدر ب(2,86%)، أما فئات الإنجليزية، والمزج بين العربية والإنجليزية، والمزج بين

العربية والأمازيغية ظهرت منعدمة في خطاب عينة الدراسة، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة ويعود ظهور هذه النتائج إلى:

**العربية:** يوظف معظم الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية اللغة العربية في التعليق، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم وهذا بنسبة (98,48%)، ويليه بنسبة قريبة حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (96,02%)، وبنسبة قريبة منهما حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (89,24%)، أما أقل حزب يتم التفاعل مع منشوراته باللغة العربية هو حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (16%).

تعد اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب الثلاث الأولى- حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني- ونشير إلى تناسب اللغة بين خطابات الأحزاب السياسية تعليقات الجمهور فإذا كان خطاب الحزب باللغة العربية فإن معظم التعليقات ستكون باللغة العربية، وهذا يعكس فعالية اللغة في التواصل مع الجمهور.

حركة مجتمع السلم هو حزب ذو طابع إسلامي واستخدام اللغة العربية بنسبة تفوق (98%) من التعليقات، يعكس ارتباط الجمهور بالقيم الدينية والثقافية التي يمثلها الحزب ومنه وصول الرسالة السياسية للحزب إلى معظم جمهوره، وكذلك مع الحزبين الآخرين وهذا لأن اللغة العربية هي اللغة السائدة اجتماعيا خاصة بين الطبقات المتعلمة مثل الأساتذة والموظفين والسياسيين ورجال القانون ورجال الدين وحتى الطلبة وهذا يدل على أن جمهور الأحزاب هم من النخبة، وتجلى ذلك في لغة خطابهم السليمة لغويا والمعبرة عن المراد من تعليقاتهم.

لاحظنا من خلال التحليل أن الجمهور يميل لتوظيف الطابع الرسمي في التعبير كوسيلة تظهره أكثر التزاما ومعرفة ورسمية، ومما نشير له هنا أنه من خلال متابعتنا المستمرة لمحتوى تعليقات الجمهور أنهم يظهرون اتجاههم السلبي أو الإيجابي بكل عفوية وحرية نحو مضمون المنشور وهذا ما تطرقنا له في تحليل الجدول الخاص بأسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور، حيث أن المستخدم يبين موقفه أكثر من خلال توظيفه للغة عربية فصحي تتناسب وخطاب الحزب مما يعني فضاء أكثر حرية على فيسبوك.

**الفرنسية:** يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية اللغة الفرنسية في التعليق بسبب متفاوتة، وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (52,37%)، ويليه بنسب ضعيفة حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (0,49%)، التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (0,33%)، أما أقل حزب يتم التفاعل مع منشوراته باللغة الفرنسية هو حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (0,09%).

حزب جبهة القوى الاشتراكية هو أكثر حزب يتم التعليق على منشوراته باستخدام اللغة الفرنسية ونشير أنه ليست لغة فرنسية رسمية دائما بل في بعض التعليقات تكون حروف فرنسية بمصطلحات عربية وهذا ما سنفصل فيه في الجدول الموالي، ونشير أن الأحزاب الأخرى على عكس ذلك تماما كانت معظم تعليقات جمهورها باللغة العربية وتجاوزت (90%) من مجموع التعليقات الكلية للأحزاب الثلاث، ويعود هذا بالدرجة الأولى إلى المجتمع الجزائري الذي يوصف بمزدوج اللغة - عربية فرنسية- إلا أنه يمكن تفسير هذا التديني بكون مستخدمي فيسبوك ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب ومن المعروف أن غالبية هذه الشريحة متعلمة وارتادت الجامعات وهي شريحة معربة بشكل كبير ذلك أن بينها وبين والاستعمار عشرات من السنين وبالتالي من الطبيعي ضعف وشبه اندثار للغة الفرنسية التي تم توارثها تاريخيا.

وعموما فإن معظم التعليقات باللغة الفرنسية هي من طرف جمهور حزب جبهة القوى الاشتراكية اللذين ينحدرون غالبيتهم من منطقة القبائل وهو أمر منطقي نظرا لأن المستخدمين في هذه المنطقة يتكلمون الفرنسية بطلاقة ويوظفونها في حياتهم اليومية أكثر من توظيفهم للغة العربية، وهذا إضافة إلى اللغة الأمازيغية غير أنه لاحظنا من خلال التحليل أنهم يوظفون الفرنسية بدل الأمازيغية خاصة في حروف الكتابة وهذا ما سنعمل على تفسيره في الفئات الموالية.

يشير الباحث عبد الجليل ساقني أن اللغة الفرنسية لا تزال تشكل في أذهان الناس التقدم الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والعلمي وحتى الشعور النفسي بالحدثة، فالمتعلمون ومعظمهم من ذوي التكوين المزدوج لغة وثقافة ما فتئوا ينظرون للغة الفرنسية على أنها لغة العلم والحدثة والتطور، بينما الفصحى تشكل في أذهانهم لغة الدين والشعر والتقاليد والثقافة العربية والإسلامية.. حيث هناك انهماك نفسي خاصة عند المثقفين ذوو التعليم الفرنسي والإنجليزي<sup>1</sup>، إن هذا القول يشرح لحد بعيد الوضعية اللغوية للجمهور الجزائري ويفسر بمنظور سوسيولوجي توظيف الجمهور للغة الفرنسية في تعليقه على منشورات حزب الأفق، حيث أن بعض الجماهير تحاول استعراض ذاتها من خلال شبكة فيسبوك وبالضبط على صفحات الأحزاب ذلك أنها صفحات مفتوحة وإمكان التعليق المستخدم أن يظهر لأصدقائه ومعارفه وللمستخدمين الآخرين، وبمحكم أننا ننتمي للمجتمع الجزائري فإننا لاحظنا بشيء من البديهية أن أفراده كثيرا ما يحاولون استعراض ذكائهم السياسي ومعرفتهم بالشأن العام في الأماكن العامة والاتصالات الاجتماعية والشخصية.. ومع ظهور شبكة فيسبوك وتميزها بمستوى عال من الحرية فإن الجمهور انتقل لنشر آراءه عبر فيسبوك وعلى صفحات الفاعلين السياسيين، وتعد الفرنسية وسيلة هامة أو وعاء لغوي هام لدى الجزائريين لاستعراض ذاتهم وفق نظرية العرض الذاتي self-presentation لجوفمان Goffman وأحد أهم استراتيجيات العرض الذاتي في النظرية هي

<sup>1</sup> عبد الجليل ساقني: اللغة العربية في الجزائر - قراءة سوسيولوجية، مجلة آفاق علمية، العدد 03، 2018، ص 510.

الترويج للذات self-promotion حيث يظهر الأفراد قدراتهم وإنجازاتهم لكي يراهم المراقبون على أنهم جديرون competent والمكون الرئيسي الأول للنظرية هو المؤدي performer وهو مختلق الانطباعات ويحاول حث الآخرين على الحكم على موقفه<sup>1</sup>، وبناء على ما ذكرناه في خصوص نظرة المجتمع الجزائري للغة الفرنسية بأنها لغة الثقافة والتقدم فإن توظيفهم للفرنسية يعد الوعاء اللغوي المناسب لاستظهار القدرات.

حسب علماء الاجتماع فإن الوعي بالشيء هو الخطوة الأولى لإحداث التغيير، وعليه يمكننا القول بأن الوعي بكون اللغة هي وسيلة للتواصل مع الآخرين ولتوسيع المعارف وليس وسيلة لاستعراض الذات يعد بداية للعودة للغة العربية وإحياء قيمتها المعرفية وراثتها ومنه العودة للثقافة العربية والإسلامية التي يحتاجها الأفراد اليوم.

**العامية (الجزائرية):** يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية العامية الجزائرية في التعليق بسبب متفاوتة، وتصدرها حزب **جبهة التحرير الوطني** وهذا بنسبة (17،10%)، ويليه بنسب ضعيفة حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (4،94%)، **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (3،57%)، أما أقل حزب يتم التفاعل مع منشوراته بالعامية الجزائرية هو حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (1،27%).

إن توظيف العامية في التعليق يشير إلى ذلك التفاعل الذي يتم بطريقة عفوية بحكم أنه يتماشى مع الثقافة العامة للمجتمع وبالتالي فالتفاوت بين نسب توظيف العامية في التعليقات بين الأحزاب، يعود بالدرجة الأولى إلى العفوية التي يلقي بها الحزب خطابه السياسي، حيث يكون التفاعل أكثر تحمرا من سلطة الأيديولوجيا والرسمية والجدية السياسية، ومما لاحظناه كلما كان الخطاب شعبي كلما كان التعليق بالعامية وكلما كان التعليق بالعامية كان انتقاديا للحزب وكلما كان بناءا كلما كان باللغة العربية الفصحى، ويشير هذا بالدرجة الأولى إلى اختلاف الخلفية التعليمية والثقافية للجمهور وإلى مدى قرب هوية المستخدمين من الحزب ونشير هنا أن حزب **جبهة التحرير الوطني** كان أكثر حزب وظيف جمهوره العامية رغم أنه أقل حزب تم توجيه تعليقات انتقادية على خطابه، وكما سلف الذكر فإن معظم جمهوره هم من إطارات الحزب وقسماته وهذا يشير إلى انتشاره الواسع بالدرجة الأولى وإلى إمكانية فلترة التعليقات الانتقادية من صفحته، أما فيما يخص باقي الأحزاب فكانت معظم التعليقات العامية ذات بعد انتقادي.

وللأمانة العلمية نشير أن معظم التعليقات بالعامية كانت فارغة من محتواها وأقل ارتباطا بمحتوى المنشور، مما يضعف عملية الحوار والنقاش الديمقراطي والعقلاني الذي نادى به هابرماس في أفكاره، وتشير إلى

<sup>1</sup> Erving Goffman : **The presentation of self everyday life**, University of Edinbuegh social sciences resarch centre, 1956, p 12.

قلة اطلاع على الأوضاع السياسية والتشبهت بآراء بعيدة عن العقلانية التواصلية غير أن ذلك لا ينفي وجود بعض منها ذا قيمة ومعبرا.

عموما إن البيئة اللّهجية التي يعيش فيها الفرد الجزائري في البيت والشارع والسوق والعمل والرفقة والعائلة والمجتمع تختلف عن لغة التعليم، هذا الوضع جعل المتعلم يعيش حياته بين لغتين -عربية وفرنسية- ولهجة تختلف من مدينة لأخرى وأحيانا من عائلة لأخرى، هذا ما يمنعه من امتلاك لغة فصحي للتعبير والكتابة ويجعله غير قادر على معرفة عناصرها حيث يجد نفسه بين لغتين تتجادبانه مما يصعب عليه تحديد الاتجاه الصحيح وتجعله غير واثق مما يقول سريع التراجع.

**الأمازيغية/ المزج بين العربية والأمازيغية:** يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية الأمازيغية في التعليق بنسب متفاوتة، وتصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** وهذا بنسبة (15,23%)، ويليه بنسب ضعيفة حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (0,16%)، **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (0,16%)، أما أقل حزب يتم التفاعل مع منشوراته الأمازيغية هو حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (0,08%)، أما المزيج اللغوي بين العربية والأمازيغية لم يتم توظيفه في تحرير التعليقات.

بداية نلاحظ أن معظم الجمهور يوظف الأمازيغية للتعليق على خطابات حزب **جبهة القوى الاشتراكية** وهذا يعود أولا إلى جغرافية الحزب في الجزائر فمن المعروف أن نشاطه السياسي في منطقة القبائل، ونلفت النظر هنا إلى أن التعليقات معظمها بالحروف الفرنسية والكلمات الأمازيغية، وتمت الاستعانة بزملاء لتحليل معنى هذه التعليقات نظرا لعدم إتقاننا للغة الأمازيغية، وهنا تبرز إشكالية مفادها أن المناطق الجزائرية الناطقة بالأمازيغية قد يختلف مستخدميها في وسيلة التعبير وفي قناعاتهم بجدوى التواصل من خلال لغة محلية، ومن الملاحظ أن الجمهور لا يعلق في الصفحات الأخرى من خلال هذه اللغة وهذا يدل على أن مساحة استعمال اللغة الأمازيغية ضيقة جدا وأنه لا يوجد اعتراف اجتماعي بجدوى التواصل من خلال هذه اللغة ونشير أن هذا الحكم بناء على نتائجنا وليس حكما انتقاديا لأي طرف.

**المزج بين العربية والفرنسية:** ووظف الجمهور المتفاعل مع حزب **جبهة القوى الاشتراكية** المزيج اللغوي بين العربية والفرنسية في تحرير تعليقاته عبر شبكة فيسبوك بنسبة قدرت ب(11,45%)، بينما أن حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** و**حركة مجتمع السلم** و**جبهة التحرير الوطني** لم يتم التعليق على منشوراتهم من خلال المزج بين العربية والفرنسية.

المزج بين العربية والفرنسية يعكس التعددية اللغوية والثقافية في الجزائر، ويعبر هذا المزيج عن عدم استقرار الهوية اللغوية للجمهور الجزائري في بعض المناطق خاصة منها مناطق القبائل التي ينشط بها حزب

جبهة القوى الاشتراكية على اعتبار أن أزيد من (11%) من التعليقات حررت باللغة الأمازيغية، وكذا الشعب الجزائري عامة خاصة إذا ما نزلنا إلى المجتمع نجد أن الهوية اللغوية للمواطنين غير مستقرة على لهجة أو لغة محددة فنجد العامية والعربية والفرنسية والأمازيغية واختلاف اللهجات من مدينة إلى أخرى ولعل هذا يعود إلى شساعة وتنوع جغرافيا الجزائر.

كما نشير أيضا إلى الهوية المزدوجة للحزب والتي تنعكس على الجمهور المتابع له وأنصاره حيث يشعر الكثير من الجزائريين بالانتماء إلى الهوية الجزائرية العربية والفرانكفونية في آن واحد وهذا من مخلفات الاستعمار الفرنسي للجزائر الذي دام عقود من الزمن.

**الإنجليزية/ المزج بين العربية والإنجليزية:** لم يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربع اللغة الإنجليزية في تحرير تعليقاته على خطاب الأحزاب كما لم يوظف المزيج اللغوي بين العربية والإنجليزية في تحرير تعليقاته كذلك، وهذا راجع إلى قلة انتشار اللغة الإنجليزية في الجزائر مقارنة بالعربية والفرنسية، وعلى الرغم التوجهات الأخيرة نحو تعزيز اللغة الإنجليزية في الجامعات والمؤسسات التعليمية، إلا أن اللغة الفرنسية مازالت تحتل مكانة أكبر في النظام التعليمي الجزائري، والطلبة يتعلمون الفرنسية كلغة ثانية بعد العربية بشكل أوسع، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى التعود على التواصل بها في الحياة اليومية ومنه تصبح سهلة التعلم والاستخدام مقارنة بتعلم لغة جديدة، هذا ما يجعل التعليقات بلغة غير الأم تتجه نحو الفرنسية وتندم تماما في اللغة الإنجليزية.

من جهة أخرى فإن الأحزاب ذاتها توظف اللغتين العربية والفرنسية في خطاباتها وتتجاهل تماما أي اعتراف بوجود اللغة الإنجليزية، حتى أننا من خلال تحليل الموضوعات التعليمية وجدنا أن الأحزاب تتطرق إلى الجهود التي تقوم بها وزارة التعليم العالي في شأن مرئية الجامعات والرقمنة ومختلف الإجراءات القائمة في المجال، غير أنها لم تركز تعميم اللغة الإنجليزية على التعليم العالي بل تجاهلت هذه الخطوة تماما وهذا يشير إلى رفضها أو استشراف عدم القدرة على محو اللغة الفرنسية وتعميم الإنجليزية بدلا منها.

الجدول رقم 83: يوضح التوزيع الكمي للحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

الحرف الموظف في التعليقات	جهة التحرير الوطني		جهة القوى الاشتراكية		التجمع الوطني الديمقراطي		حركة مجتمع السلم		المتوسط الحسابي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
حرف عربي	99,41	3410	32,41	164	99,59	2703	99,76	5150	82,79
حرف لاتيني	0,46	16	66,20	335	0,41	11	0,24	12	16,82
حرف أمازيغي	0,13	4	1,38	7	0,00	00	0,00	00	0,39
المجموع	%100	3430	%100	506	%100	2714	%100	5162	%100

الجدول رقم 84: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك

ANOVA					
الحرف الموظف في التعليقات					
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	3,402	1	3,402	<b>100,101</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	401,322	11810	,034		
Total	404,724	11811			

يوضح الجدول أعلاه رقم 83 نوع الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، وجاء الجدول رقم 84 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشوراتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (100,101) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 3,402، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر ويبلغ 401,322 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن

الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب الأربع يختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن الحرف الموظف في تعليقات الجمهور يختلف من صفحة حزب لصفحة حزب آخر على النحو التالي:

أبانت النتائج عن هيمنة فئة الحرف العربي على باقي الفئات وذلك بنسبة (82,79%)، أما فئة الحرف اللاتيني سجلت نسبة مقدارها (16,82%)، في حين نسبة الحرف الأمازيغي سجلت نسبة (0,39%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة.

**حرف عربي:** يوظف أغلب الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية الحرف العربي في تحرير التعليقات النصية، وتقاربت في توظيفها جماهير الأحزاب - حركة مجتمع السم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني- وذلك بنسب قدرت ب(99,76%، 99,59%، 99,41%) على الترتيب أما أقل فنسبة فتعود للتعليقات الخاصة بحزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (32,41%).

يعود ظهور هذه النتائج بالدرجة الأولى إلى طبيعة التعليقات التي جاءت باللغة العربية ونشير أننا نقصد هنا بالحرف العربي التعليقات المكتوبة باللغة العربية والعامية وليس المقصود الحرف العربي الرسمي، وعموماً يعود ذلك إلى أن التعليم النظامي الجزائري في المدارس الذي يُعلم بالحرف العربي مما يجعله الخيار الطبيعي والأسهل للاستخدام في التواصل الكتابي من خلال التعليقات، ومن جهة أخرى الأجهزة الإلكترونية والتطبيقات المصممة لدعم الكتابة بالحرف العربي مما يسهل على الجمهور اعتماده في تحرير التعليقات من خلال شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، كما يبرز توظيف هذا الحرف الهوية الثقافية والدينية للجزائريين حيث أن اللغة العربية هي لغة القرآن واستخدامها يعكس الارتباط العميق بالدين.

**حرف لاتيني:** يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية الحرف اللاتيني في تحرير التعليقات النصية بشكل متوسط، وتباينت في توظيفها، فنجد أول أبرز حزب هو جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (66,20%)، ثم بنسب متقاربة أحزاب - جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي، حركة مجتمع السلم- بنسب (0,46%، 0,41%، 0,24%).

يظهر استعمال الحرف اللاتيني في التعليقات باللغة الفرنسية أو العربية بحروف فرنسية أو الأمازيغية بالإضافة إلى العامية بحروف فرنسية دون إنجليزية لعدم استعمالها في التعليقات ويمكن تفسير ذلك من عدة جوانب:

**التعليم والتعود:** حيث أن الكثير من الجزائريين خاصة المناطق الناطقة بالفرنسية أو الذين تلقوا تعليمهم بالفرنسية، يكونوا أكثر ارتياحا لاستخدام الحرف اللاتيني، النظام التعليمي في الجزائر وفي فترات معينة اعتمد بشكل كبير على اللغة الفرنسية والحرف اللاتيني، ومن جهة أخرى الاعتياد التقني على الحروف اللاتينية حيث ومع ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العالم الغربي كانت لوحات المفاتيح تقوم على الحروف الأجنبية ولهذا بعض المستخدمين اعتادوا على كتابة المصطلحات العربية من خلال الحروف اللاتينية، وكما نشير أيضا إلى استعمال بعض المستخدمين للحواسيب أو لأجهزة لا تدعم العربية مما يضطرهم للكتابة من خلال الحروف اللاتينية.

وفي المجمل فإن استخدام جمهور حزب **جبهة القوى الاشتراكية** للحرف اللاتيني في التعليقات يعكس تاريخ الجزائر المعقد مع الاستعمار الفرنسي والتأثير الثقافي الفرنسي المستمر، كما يعكس انفتاح الجمهور على التعددية اللغوية في الجزائر وكذا التفضيلات الشخصية والجماعية المرتبطة بالهوية السياسية والثقافية، وهذا الاستخدام أيضا قد يكون أيضا تعبيرا عن التعود والراحة على الحرف اللاتيني في التعليم والتكنولوجيا والتواصل اليومي.

**حرف أمازيغي:** يوظف الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية الحرف الأمازيغي في تحرير التعليقات النصية بشكل ضعيف، فنجد أبرز حزب هو **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (1,38%)، يليه حزب **جبهة التحرير الوطني** بنسبة (0,13%)، أما فيما يخص حزبي **التجمع الوطني الديمقراطي** و**حركة مجتمع السلم** فلم يتم التعليق على منشوراتهم بتوظيف الحرف الأمازيغي.

جاءت التعليقات بالحرف الأمازيغي وهو حرف التيفيناغ جد ضعيفة ومناسباتية خلال بداية السنة الأمازيغية 12 جانفي 2024 ونفسر قلة استخدامه من طرف الجمهور ب:

**قلة الانتشار والاستخدام:** على الرغم من الاعتراف الرسمي باللغة الأمازيغية في الجزائر، إلا أن حرف تيفيناغ لا يزال أقل انتشارا واستخداما مقارنة بالحروف العربية واللاتينية، وحتى على الرغم من أن شريحة كبيرة من الجمهور ناطقة بالأمازيغية فإنهم يختارون استخدام الحروف العربية أو اللاتينية للتعبير عن آرائهم بشكل مفهوم على نطاق واسع، خاصة في السياقات السياسية التي تتطلب تواسلا فعالاً واضحاً.

التكنولوجيا والدعم التقني: الأجهزة الإلكترونية والتطبيقات قد لا تدعم بشكل كامل وسهل الكتابة بحرف تيفيناغ، مما يجعل الجمهور يميل لاستخدام الحروف التي تدعمها التكنولوجيا بشكل أفضل وأسهل.

ولمناقشة هذه الإشكالية نشير إلى جملة من الملاحظات التي سجلناها من خلال التواصل والاحتكاك مع بعض الزملاء والأصدقاء المنتمين إلى منطقة القبائل والناطقين في حياتهم اليومية باللغة الأمازيغية حيث أكدوا لنا الأسباب التالية:

استعمال اللغة الأمازيغية يقتصر على الحياة اليومية فيما بينهم، كما أنهم لم يتلقوا تعليماً باللغة الأمازيغية وهم لا يتقنون كتابة حروفها بل تلقوا تعليمهم منذ المرحلة الابتدائية باللغة العربية والحروف العربية وهو سير المنظومة التربوية في الجزائر عبر كافة التراب الوطني.

إنهم يرتاحون في الكتابة بالحروف الفرنسية مع المصطلحات الأمازيغية ثم تليها اللغة الفرنسية والعربية، وهذا مدلول مفاده أن مساحة استعمال الحرف الأمازيغي محدود جداً رغم وجود اعتراف اجتماعي وسياسي وطني بكيون هذه اللغة غير أنه ولحد الآن ضعيفة الاستخدام وبعيدة كل البعد ترتيباً عن اللغة العربية والفرنسية وحروف العربية واللاتينية، وكذا وجود إشكالات حول اللغة الأمازيغية كوسيلة للتعبير قد ترتبط هذه الإشكالات بالجانب اللساني أو المعجمي للغة.

في جزء من دراسة للباحث مراد بكناش حول اللغة الأمازيغية في الجزائر والتمثيلات والمواقف اللغوية الاجتماعية للمتحدثين بها في الجزائر قام بالتحقيق في الموضوع من خلال مقابلات شبه منظمة لجمع مواقف المتحدثين من مختلف مناطق الجزائر - الجزائر العاصمة، باتنة، بجاية، قسنطينة، الجلفة - مع مجموعة قدرها 30 شخصاً مع الأخذ بعين الاعتبار الأشخاص القادرين على القراءة والكتابة والذين يتابعون الأخبار السياسية عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، ومن بين الأسئلة الموجهة لهم ما رأيك في هذه اللغة؟ في رأيك هل ستكون هناك انعكاسات إيجابية على الناطقين بها ومن ثم على كل الجزائريين؟ وكانت النتائج، أظهر المتحدثون من المناطق الناطقة بالعربية مواقف إيجابية تجاه الطابع الرسمي على اللغة الأمازيغية، لكن هذا الموقف مشروط بعنصرين أولهما النسخ بالأحرف العربية والثاني ارتباط الناطقين بها الغير مشروط بالإسلام، نعم للأمازيغية لكن يجب أن تكتب بالعربية ليس بحروف المستعمر الفرنسية واستنتج الباحث أن بعض العبارات التي طالما رسمتها وسائل الإعلام مثل "البربر ضد العربية" البربر ليسوا مسلمون" البربر يريدون تقسيم البلاد" وهذه التمثيلات هي التي تنتج مواقف عدم الثقة تجاه هذه اللغة، أما الناطقين بالأمازيغية في مناطق أمازيغية فيرون أنها لغة

مفيدة" لغة الهوية والديمقراطية" لغة المستقبل" لغة غنية جدا" اللغة الأم للجميع تقريبا" سوف يدرك الجزائري مع الوقت أن هويته اللغوية والثقافية غنية جدا".<sup>1</sup>

الجدول رقم 85: يوضح التوزيع الكمي للتهذيب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية – عينة الدراسة – عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

التهذيب في التعليقات	جبهة التحرير الوطني		جبهة القوى الاشتراكية		التجمع الوطني الديمقراطي		حركة مجتمع السلم		المتوسط الحسابي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
لغة مهذبة	99,56	3415	83	425	94,70	2570	97,26	5021	93,63
لغة غير مهذبة	0,44	15	17	81	5,30	144	2,74	141	6,37
المجموع	%100	3430	%100	506	%100	2714	%100	5162	%100

الجدول رقم 86: يوضح اختبار الفروق الإحصائية بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص التهذيب في تعليقات الجمهور على منشوراتها عبر فيسبوك

ANOVA					
التهذيب في التعليقات					
	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	12,235	3	4,078	<b>135,086</b>	<b>,000</b>
Intragroupes	356,476	11808	,030		
Total	368,711	11811			

يوضح الجدول أعلاه رقم 85 التهذيب في تعليقات جمهور المتفاعلين على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة عبر شبكة فيسبوك، وجاء الاختبار في الجدول رقم 86 من أجل قياس التباين بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة فيما يخص مستوى التهذيب في تعليقات الجمهور على منشوراتها، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن قيمة فيشر (F) لقياس التباين الأحادي هي (135,086) بمستوى دلالة يساوي (0,000) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأحزاب الأربعة.

<sup>1</sup> Mourad Bektache : Officialisation de la langue amazighe en Algérie –impact sur les attitudes et représentations sociolinguistiques de quelques locuteurs algériens, Multilinguales , 31.12.2018, visite le 13.07.2024, A 19 : 42, Disponible sur le lien <https://journals.openedition.org/multilinguales/3764> , DOI <https://doi.org/10.4000/multilinguales.3764>

بالنظر إلى قيم التباين في الجدول نلاحظ أن التباين بين المجموعات (Intergroupes) يبلغ 12,235، بينما نجد أن التباين داخل المجموعات (Intragroupes) أكبر ويبلغ 356,476 وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً كبيراً داخل المجموعات مقارنة بالتباين بين المجموعات أو الأحزاب، وعليه يجب الانتباه إلى أن قيمة (F) تأخذ في الاعتبار النسب المعدلة لهذه التباينات، والتي تمثل مدى التباين النسبي بين المجموعات مقارنة بالتباين داخلها، وعلى الرغم من أن التباين داخل المجموعات كبير في القيم المطلقة، فإن قيمة (F) المرتفعة تعني أن الفروق بين المجموعات هي فروق مهمة ودالة إحصائياً نظراً لمستوى الدلالة (Sig) الأقل من 0.05، وبالتالي يمكننا استنتاج أن نسبة التهذيب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب الأربع تختلف بشكل كبير من حزب إلى آخر.

من خلال قيم المتوسط الحسابي وقيم اختبار ANOVA الظاهرة في الجدولين أعلاه تبين أن التهذيب في تعليقات الجمهور من منشورات الأحزاب تختلف من حزب لآخر على النحو التالي:

بينت النتائج عن هيمنة فئة اللغة المهذبة بنسبة (93,63%)، في حين أن فئة اللغة غير المهذبة كانت أضعف وذلك بنسبة (6,37%)، مع الإشارة إلى وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية عينة الدراسة ويعود ظهور هذه النتائج إلى:

**اللغة المهذبة:** جاءت معظم التعليقات حول خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة بلغة مهذبة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (99,56%)، يليه حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (97,26%)، ثم حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (94,70%)، أما أقل حزب تم التزام التهذيب في التعليق على منشوراته هو حزب جبهة القوى الاشتراكية وهذا بنسبة (83%).

الثقافة الجزائرية تضع قيمة عالية للأدب والاحترام في التواصل، سواء كان ذلك في الحياة اليومية أو في الساحة السياسية، واللغة المهذبة تعكس هذه القيم الاجتماعية، كما أن وسائل الإعلام والسياسة الرسمية غالباً ما تستخدم لغة مهذبة ومحترمة، وهذا ما يؤثر على طريقة تفاعل الجمهور وتعليقاتهم، والجمهور يتبنى نفس النمط من اللغة عند المشاركة في النقاشات السياسية، بالإضافة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تضع معايير مجتمعية تحث على استخدام لغة محترمة ومهذبة لتجنب الحظر أو الحذف، وهذا يشجع المستخدمين على تبني لغة مهذبة في تعليقاتهم.

الجمهور يرى أن استخدام لغة مهذبة هو جزء من احترام الفضاء السياسي والأحزاب السياسية، وهذا يمكن أن يعزز قيمة النقاش والحوار البناء بعيداً عن اللغة الهجومية والعدائية التي تظهر قلة حجة أكثر منه انتقاد، ومن جهة أخرى فإن الأفراد يريدون الحفاظ على صورة إيجابية لأنفسهم أمام الآخرين خاصة

الأصدقاء والعائلة على اعتبار أن التعليق على صفحات الأحزاب السياسية يكون مفتوح الفضاء لأن هذه الصفحات عامة وعلنية ومفتوحة للحوار والنقاش والنقد وإمكانية أي مستخدم الدخول في الحوار حتى لو كان غير منتسب للصفحة.

من جهة أخرى توجد الرقابة الإلكترونية من طرف السلطات مما قد يدفع الجمهور إلى عدم التعليق أو انتقاء الألفاظ التحريضية والمسيئة والتي تجذب الانتباه وقد تعرض الفرد للعقوبات القانونية أو الاعتقال، خاصة بعد الحراك الجماهيري الجزائري الذي شهد حالات اعتقال كثيرة أو ملاحظات بسبب الآراء المنشورة على الانترنت ذات البعض التحريضي والمسيء لأمن واستقرار البلد.

**اللغة الغير مهذبة:** جاءت نسبة ضعيفة من التعليقات حول خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة بلغة غير مهذبة، تصدرها حزب **جبهة القوى الاشتراكية** بنسبة (17%)، يليه حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** بنسبة (5,30%)، ثم حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (2,74%)، أما أقل حزب لم يتم التزام التهذيب في التعليق على منشوراته هو حزب **جبهة التحرير الوطني** وهذا بنسبة (0,44%).

الخوف من تداعيات اللغة الغير مهذبة يدفع الجمهور إلى تجنبها خاصة منها القانونية والاجتماعية التي تهدد أمن الجمهور وسلامته نفسيا واجتماعيا وقانونيا، ونؤكد هنا أن الكثير من التعليقات أظهرت رغبة من طرف الجمهور للمساهمة في حوار بناء ومثمر بعيدا عن الصراعات الشخصية ورغم ذلك فإن الأحزاب السياسية لم تقم بالرد على أي تعليق من هذه التعليقات مما يظهر عدم إيلائهم اهتمام بآراء الآخرين ظاهريا، غير أننا لا يمكننا الجزم بعدم متابعة الأحزاب للتعليقات وتضمين انشغالات ومقترحات الجمهور ضمن أجندتها.

وللأمانة العلمية نشير أن الفئة القليلة من التعليقات الغير مهذبة كانت باستخدام لغة عامية بحروف عربية غير سليمة لغويا وخالية من أبعاد الأدب والتهذيب وعلى قلتها غير أنها أبانت عن:

- ضعف نسبي للأحزاب في احتواء بعض الطبقات الاجتماعية الغير متعلمة والهشة والتي تعاني من المشاكل الاجتماعية كالبطالة والآفات الاجتماعية.
- انخفاض ثقة الجمهور في خطاب الأحزاب السياسية والوعود والآمال التي تطلقها.
- بقاء نوع من الهوة السياسية بين الطبقات السياسية والجمهور.

في المجمل فإن انخفاض أو انعدام استخدام اللغة غير المهذبة في تعليقات الجمهور على خطابات الأحزاب السياسية على فيسبوك يمكن تفسيره بالخوف من الرقابة والعقوبات، الالتزام بسياسات المنصة والوعي بالتداعيات القانونية والاجتماعية، الرغبة في الحوار البناء، التأثير الإيجابي للتعليم والتوعية، الضغط الاجتماعي

للحفاظ على الأدب والاحترام في التواصل، هذه العوامل مجتمعة تسهم في خلق بيئة رقمية تتسم بالاحترام المتبادل واللغة المهذبة.

# الفصل الخامس

نتائج الدراسة

## النتائج العامة للدراسة :

نشير بداية أننا قمنا باستعراض الفصل التطبيقي للدراسة من خلال التطرق إلى كل تساؤل من التساؤلات بمؤشرات الأساسية والجزئية والفرعية، بتفصيل دقيق بالمرور على مختلف أساليب التحليل الكمية والإحصائية والكمية والتي اعتمدنا عليها، وكل عنصر يحتوي على النتائج التفصيلية المبررة بأرقامها وأساليب تحليلها ووصفها الكمي والكيفي، وبناء على ذلك فإننا نحاول في هذا الحيز من الدراسة جمع أهم النتائج ومحاولة اختزلها وهذا لا يُغني عن العودة للتحليل لتفاصيل أكثر حول النتائج.

### 1. نتائج الدراسة التحليلية لفئات المضمون:

التساؤل الأول: الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها

السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

حاولت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة معالجة مختلف الموضوعات في خطابها السياسي المنشور عبر صفحاتها الرسمية على شبكة فيسبوك، وتنوعت هذه الموضوعات بين -السياسية بشقيها الدولي والوطني، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الأمنية، الدينية، التربوية والتعليمية، النشاطات الداخلية- وتواجد كل موضوع حسب درجة أهميته لدى الحزب وحسب أجندته السياسية، مع الإشارة إلى تباين الأحزاب في حجم وكيفية التوظيف.

تصدرت القضايا السياسية الدولية أجندة أحزاب الدراسة، حيث قامت بنشرها في الكثير من خطاباتها السياسية، وحازت على نسبة مقبولة تجاوزت (30%) من مجموع عينة الدراسة، وشكلت القضية الفلسطينية أهم موضوع بالنسبة للأحزاب خاصة حزب حركة مجتمع السلم الذي خصص أجزاء كبيرة من خطابه السياسي لهذه القضية وذلك بنسبة تجاوزت (70%).

جاءت موضوعات النشاطات الداخلية في ثاني مرتبة ضمن أجندة الأحزاب السياسية الأربعة بنسبة تجاوزت (20%) من مجموع عينة الدراسة، وأبانت النتائج عن تقارب الأحزاب في نشر هذا النوع من الموضوعات وتراوحت إجمالاً بين (16% و 26%) لحزب جبهة التحرير الوطني، وشكلت الخرجات الميدانية أهم موضوع بالنسبة للأحزاب إذ تجاوزت (46%) من مجموع هذه الفئة.

جاءت الموضوعات السياسية الوطنية في المرتبة الثالثة مع نسبة قدرت ب (12,54%) وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة عالية قاربت (32%)، في حين أن الأحزاب الأخرى أظهرت ضعفا ملحوظا في هذه الفئة، وعموما شكل موضوع الاستحقاقات الانتخابية أهم موضوع سياسي وطني حيث تجاوز (32%) من المجموع الكلي وتصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (47,59%) وغير بعيد منه حزب حركة مجتمع السلم.

جاءت الموضوعات الأمنية في المرتبة الرابعة ب (10,77%) تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (17,06%)، وشكلت السيادة الوطنية أهم موضوع أمني لدى حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية بنسب تجاوزت (40%) لكلا الحزبين.

في خامس مرتبة جاءت الموضوعات الثقافية مع نسبة (8,95%) وتقاربت فيها الأحزاب الأربعة بين (5% و 13%)، وشكل الإرث الثوري أهم موضوع ثقافي بالنسبة لعينة الدراسة بنسبة تجاوزت النصف (53,88%) تصدرها حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة التحرير الوطني .

وفي المرتبة السادسة نجد فئة الموضوعات الاجتماعية بنسبة (6,40%)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بأهميتها، وشكلت القدرة الشرائية والأجور أهم موضوع اجتماعي بنسبة (25,13%)، أما عن أكثر حزب اهتم بطرح هذه القضية فهو حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة تجاوزت (35%).

جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة السابعة من أصل تسعة موضوعات، وهذا بنسبة (6,15%) وهي نسبة جد ضعيفة نظرا للأوضاع الاقتصادية الجزائرية التي تستوجب مساحة كافية من خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية، وشكلت الموارد الطاقوية أهم موضوع في الشأن الاقتصادي بنسبة (22,28%)، وأكثر حزب أظهر اهتماما بهذا الموضوع هو حزب التجمع الوطني الديمقراطي.

أما الموضوعات الدينية فجاءت في المرتبة الثامنة مع نسبة (69,2%)، وكذلك فهي نسبة جد ضعيفة إذا ما قورنت بالموضوعات السابقة، وشكلت الشعائر الدينية أهم أجندة لدى الأحزاب ونخص بالذكر حزب حركة مجتمع السلم مع نسبة (62,30%).

شكلت موضوعات التربية والتعليم آخر موضوع في أجندة الأحزاب عينة الدراسة الأربعة، وهذا بنسبة (0,37%) وهي نسبة جد ضعيفة، شكل فيها الانفتاح العلمي أهم موضوع وذلك بنسبة (59,01%)، وأكثر حزب أظهر اهتماما بالموضوع هو حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (100%).

## التساؤل الثاني: اتجاهات الموضوعات التي طرحتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في خطابها السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

معظم منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تصب في الموضوعات السياسية ذات البعد الوطني تتخذ اتجاه مؤيد وذلك بنسبة (49,50%)، وتصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة جد مرتفعة قدرت ب (97,56%) لاسيما ما يخص السياسيات الوطنية التي تنتهجها الدولة الجزائرية.

غالبية منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ذات البعد السياسي الدولي تتخذ اتجاه مؤيد وذلك بنسبة (74,68%)، تصدرها حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم بنسبة تتجاوز (79,90%) وتقارب معهما حزبي حركة مجتمع السلم وجبهة القوى الاشتراكية بنسب تجاوزت (60%).

أكثرية منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوعات وقضايا اقتصادية تتجه نحو التأييد، وذلك بنسبة (45,29%) وغير بعيد منها ظهرت الكثير من المنشورات المعارضة، وذلك بنسبة (44,59%)، أما الاتجاه المؤيد تصدره حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسبة تفوق (82%)، وأما الاتجاه المعارض تصدره حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم بنسب تجاوزت (85%).

أكثرية منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوع اجتماعي تتجه نحو التأييد، وهذا بنسبة (43,70%) من مجموع المنشورات، ويقترّب منه الاتجاه المعارض بنسبة (40,88%) من عدد المنشورات الإجمالي، أما الاتجاه المؤيد فظهر أكثر لدى حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني بنسبة (100%، 47,80%)، أما الاتجاه المعارض تصدره حزبي جبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم بنسبة (88,24%، 67,01%).

معظم منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوع ثقافي تتجه نحو التأييد بنسبة جد مرتفعة قدرت ب (91,37%)، تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (100%) تليه الأحزاب الثلاث الأخرى بنسب تتجاوز (83,12%).

غالبية منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوع ذو بُعد أمني تتجه نحو التأييد بنسبة جد مرتفعة قدرت ب (85,58%)، تصدرها حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة (100%)، وتقاربت معه الأحزاب الثلاثة الأخرى بنسب تتراوح بين (93% و 61%).

كل منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوع ديني تتجه نحو التأييد وذلك بنسبة (100%) للأحزاب الأربعة ولم نسجل أي فكرة معارضة أو محايدة.

غالبية منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل موضوع تربوي وتعليمي تتجه نحو التأييد وذلك بنسبة (95%) من مجموع منشورات الأحزاب الثلاثة **جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم**..، أما عن حزب جبهة القوى الاشتراكية فلم يطرح أي موضوع تعليمي أو تربوي من الأساس.

**التساؤل الثالث: الشخصيات الفاعلة في الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية – عينة الدراسة – عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك**

تعددت الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية واختلفت درجة وجودها في منشورات العينة من حزب لآخر نظرا لأجندة كل حزب، وأبانت نتائج الدراسة عن الترتيب التالي:

معظم الشخصيات الفاعلة من رؤساء الأحزاب ظهرت في خطاب الأحزاب الثلاثة التالية – **جبهة القوى الاشتراكية، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني** –، وذلك بنسب تراوحت بين (34% و30%).

غالبية الشخصيات الفاعلة من مناضلو الأحزاب ظهرت في منشورات حزب **جبهة التحرير الوطني** وذلك بنسبة (40،31%)، وهي نسبة هامة أبانت عن رغبة الحزب في تعزيز الروح الجماعية والانتماء الداخلي، أما فيما يخص الأحزاب الأخرى فأظهرت توظيفاً أقل لشخصية المناضلون تراوحت بين (18% و12%).

شكلت الشخصيات الإعلامية الأغلبية الفاعلة في خطاب حزب **التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية** وذلك بنسب (81،25%) و (25،21%).

شكلت الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني الأغلبية الفاعلة في خطاب حزب **حركة مجتمع السلم** بنسبة (35،15%).

شكلت شخصيات جهاز الحكومة الجزائري جزءاً هاماً من الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية لاسيما حزب **التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم** بنسب جد متقاربة تراوحت بين (5،12% و11%).

شكلت الشخصيات التاريخية جزءا مقبولا من الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية لاسيما حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (9،44%).

ظهرت الشخصيات الوطنية غير الحزبية بشكل ضعيف مقارنة بالشخصيات السابقة، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (6،24%).

شكلت الشخصيات العلمية جزءا ضعيفا من الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (8،26%).

شكلت الشخصيات الدينية جزءا ضعيفا من الشخصيات الفاعلة في خطاب الأحزاب السياسية وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (6،95%).

لم نسجل حضور للشخصيات الرياضية في خطاب الأحزاب السياسية الأربعة، وهو دلالة على قلة الربط بين السياسة والرياضة في التفكير الحزبي وعدم إدراك واضح لأهمية الشخصيات الرياضية والمواضيع الرياضية في استقطاب الناخبين الشباب، كما لم نسجل حضورا للشخصيات الفنية في خطاب الأحزاب السياسية وهو مؤشر على الطابع الجدي للأحزاب الذي يتعد غالبا عن الخطاب الترفيهي.

التساؤل الرابع: أساليب الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

● الجزء الأول: أسلوب الخطاب الإقناعي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

توصلت النتائج إلى سيطرة الأسلوب الإقناعي العاطفي على حساب العقلاني وذلك بنسبة (60،23%) للأول و(39،77%) للثاني، وتوصلنا أن حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم أكثر الأحزاب التي وظفت الإقناع العاطفي في خطابها السياسي وذلك بنسب تراوحت بين (64% و 62%)، وتقارب معهما الحزبين الآخرين مع نسبة (56%)، أما الإقناع العقلاني فكان أقل من الأول وتصدره حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية بنسبة (43%).

● الجزء الثاني: الإقناع العاطفي الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

وظف حزب جبهة التحرير الوطني الرموز والشعارات كأهم أسلوب عاطفي في خطابه السياسي وهذا بنسبة (42,72%).

وظف حزب حركة مجتمع السلم الإقناع العاطفي القائم على إظهار التعاطف بكثرة وبنسبة (29,55%).

وظفت الأحزاب السياسية عينة الدراسة الأربعة بشكل شبه متساوى الإقناع العاطفي المستند إلى التهيب والتخويف وذلك بنسب تتراوح بين (9% و 7%).

خطاب السخرية والاستنكار كان متقاربا كذلك بين الأحزاب الأربعة وتراوح بين (9% و 7%).

وظف حزب جبهة القوى الاشتراكية الإقناع العاطفي المستند إلى الغضب بكثرة وبنسبة (16,66%).

حزب التجمع الوطني الديمقراطي أكثر حزب وظف الإقناع العاطفي من خلال الدعم المواصلة وذلك بنسبة (9,05%) وتقارب معه حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية.

حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب وظف الإقناع العاطفي القائم على الإلهام من خلال مشاركة قصص وذلك بنسبة (10,71%).

تم توظيف الإقناع العاطفي من خلال إعطاء الرأي على أنه حقيقة بشكل ضعيف لدى الأحزاب السياسية الأربعة.

تم توظيف عاطفة الامتنان بشكل جد ضعيف في الخطاب السياسي للأحزاب الأربعة.

ظهر توظيف الحماس كأسلوب إقناعي عاطفي ضعيفا إلى منعدما لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة.

وظفت الأحزاب السياسية الأربعة الإقناع العاطفي القائم النصح والإرشاد بنسب ضعيفة إلى منعدمة.

لم تظهر الأحزاب السياسية عينة الدراسة مبالغة واضحة في تحويل الأحداث من خلال خطابها السياسي.

ظهر الإقناع العاطفي من خلال توظيف الإشاعات ضعيفا جدا إلى منعدما لدى الأحزاب السياسية

الجزائرية عينة الدراسة.

● الجزء الثالث: أسلوب الإقناع العقلاني الذي وظفته الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

توصلت الدراسة إلى أن الأسلوب العقلاني كان الأقل توظيفا مقارنة بالعاطفي، حيث لم يتجاوز

(39,77%) من مجموع المنشورات.

وظفت الأحزاب السياسية الأربعة أسلوب الإقناع العقلاني من خلال التكرار بنسب متقاربة تراوحت بين (59% و43%).

تصدر حزبي جبهة التحرير الوطني وجبهة القوى الاشتراكية فئة الإقناع العقلاني من خلال الإنجازات وذلك بنسبة (41,04%) و(39,85).

برز حزب حركة مجتمع السلم كأكثر حزب يوظف الإقناع العقلاني المستند على المراجع وذلك بنسبة (18,98%).

ظهر الإقناع العقلاني من خلال توظيف التقارير الرسمية ضعيفا لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة، وتصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (12,28%).

ظهر الإقناع العقلاني من خلال إبراز المصالح المشتركة ضعيفا لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة.

ظهر الإقناع العقلاني من خلال المناظرة أو مقابلة الآراء ضعيفا لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة.

ظهر الإقناع العقلاني من خلال الإحصاءات ضعيفا لدى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة

● الجزء الرابع: مرجعية الإقناع التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في منشوراتها عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

تختلف مرجعية الإقناع الموظفة في خطابات الأحزاب السياسية عينة الدراسة وشكلت المرجعية الوطنية أعلى نسبة من بين ستة مرجعيات، لاسيما حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي بنسب تراوحت بين (62% و60%).

شكلت المرجعية الإنسانية العالمية (55,79%) من المرجعية الإقناعية لحزب جبهة القوى الاشتراكية.

شكلت مرجعية الإقناع الدينية في خطاب حزب حركة مجتمع السلم نسبة مرتفعة مقارنة بالأحزاب الأخرى قدرت ب (46,99%).

وظفت الأحزاب السياسية عينة الدراسة الأربعة مرجعية الإقناع المذهبية بشكل ضعيف غير دال إذا ما تمت مقارنته بالمرجعيات الأخرى ولم تتجاوز أعلاها (4%).

وظفت الأحزاب السياسية الأربعة مرجعية الإقناع الجهوية بشكل ضعيف غير دال إذا ما تمت مقارنته بالمرجعيات الثلاث الأولى، لم تتجاوز إجمالاً (4%).

وظفت الأحزاب السياسية عينة الدراسة مرجعية الإقناع العرقية بنسب جد ضعيفة لم تتجاوز (2%).

• الجزء الخامس: أسلوب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أبانت نتائج التحليل عن اختلافات في أساليب الخطاب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية، منها ما هو إيجابي ومثل أعلى نسبة قدرها (34،84%) ومنها ما هو انتقادي ومثل نسبة منخفضة تساوي (3،01%)، مع وجود اختلافات بين الأحزاب عينة الدراسة.

معظم تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطاب الأحزاب الثلاث الأولى - التجمع الوطني الديمقراطي، وحركة مجتمع السلم - تدل على الإيجابية والموافقة وذلك بنسب مرتفعة تتراوح بين (45% و 40%).

معظم تعليقات الجمهور المتفاعل مع الخطاب السياسي للأحزاب عينة الدراسة والذي يتجه نحو التقدير والاحترام، تصدره حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني وذلك بنسب مرتفعة تتراوح بين (37% و 25%).

تقاربت النتائج الخاصة بالتشجيع على المزيد بين ثلاثة أحزاب وهي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم بنسب تراوحت بين (30% و 20%).

معظم تعليقات الجمهور المتفاعل مع الخطاب السياسي للأحزاب عينة الدراسة والذي يتجه نحو الدعم والمواساة تصدره حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (14،31%)، وقريبا منه حزب جبهة التحرير الوطني مع نسبة (7،95%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ذات الخطاب الإنتقادي ضعيفة لم تتجاوز أعلاها (4%).

ظهرت التعليقات التي تحمل قيمة ضعيفة، وتقاربت فيها نسب الأحزاب عينة الدراسة حيث لم تتجاوز (3%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ذات الخطاب التهكمي ضعيفة وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (6،87%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ذات الخطاب التهجمي ضعيفة لم تتجاوز (3%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة ذات البعد الاستفزازي ضعيفة لم تتجاوز (2%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة التي تحمل الإلهام والتحفيز ضعيفة لم تتجاوز (2%).

ظهرت التعليقات على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة المعبرة عن من الامتنان ضعيفة لم تتجاوز (1%).

• الجزء السادس: مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أبانت نتائج مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية عينة الدراسة عن اختلافات واضحة في نسب التوظيف، حيث توصلنا أن المرجعية الوطنية احتلت المرتبة الأولى بنسبة جد مرتفعة قدرت ب (48,80%)، مع وجود اختلافات بين الأحزاب السياسية.

معظم تعليقات جمهور المستخدمين المتفاعلين على صفحات أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية ذات مرجعية إقناعية وطنية، وذلك بنسب ترواحت بين (52% و 62%).

تصدر حزب جبهة التحرير الوطني مرجعية الإقناع في تعليقات الجمهور ذات البعد الإنساني، وذلك بنسبة (35,69%).

تباينت بشكل واضح جدا مرجعية الإقناع الدينية في تعليقات جمهور المستخدمين على صفحات الأحزاب السياسية عينة الدراسة، وتصدرها جمهور حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (54,04%) وهي نسبة جد مرتفعة، في حين أن جمهور الأحزاب الثلاثة الأخرى ترواحت النسب بين (6% و 1%).

ظهرت مرجعية الإقناع الجهوية ضعيفة في تعليقات الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب عينة الدراسة، وتصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (18,89%).

ظهرت التعليقات ذات المرجعية العرقية بنسب ضعيفة في تعليقات الجمهور لم تتجاوز أعلاها عتبة (50،5%) .

ظهرت مرجعية الإقناع المذهبية ضعيفة في تعليقات الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب عينة الدراسة ولم تتجاوز أعلى نسبة (4%) .

**التساؤل الخامس: المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية -عينة الدراسة- في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.**

تعددت واختلفت المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في نشر خطابها السياسي، وأبانت النتائج عن بروز المصادر الذاتية للحزب كأهم مصدر معلومات وذلك بنسبة جد مرتفعة قدرت ب (47،84%)، مع وجود تفاوت بين الأحزاب السياسية في اعتمادها على هذه المصادر.

أظهرت النتائج أن حزب **جبهة التحرير الوطني** هو أكثر الأحزاب توظيفاً للمصادر الذاتية بمعنى أنه أكثر حزب يقوم بصياغة منشوراته ونشاطاته اليومية وتغطية اتصاله السياسي الممارس وذلك بنسبة قدرت ب (69،46%) .

أظهرت النتائج أن حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** يوظف أكثر من غيره من أحزاب العينة وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية كمصدر لخطابه وذلك بنسبة قدرت ب (43،35%) .

أبانت النتائج أن حزب **جبهة القوى الاشتراكية** هو الحزب الأكثر توظيفاً لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (20،37%) .

أظهرت النتائج تفوق حزبي **حركة مجتمع السلم** و**التجمع الوطني الديمقراطي** من حيث توظيف تصريحات المسؤولين كمصدر لخطابهم السياسي، وذلك بنسبة (14%) .

تجلى من خلال النتائج أن الأحزاب الأربعة لا تستعمل التقارير والبيانات الحكومية كمصدر لخطابها السياسي وأعلى نسبة لم تتجاوز (4%) .

أظهرت النتائج ضعف إلى انعدام في توظيف القوانين والمراسيم كمصدر للخطاب السياسي لدى الأحزاب الأربعة وأعلى نسبة كانت لحزب **حركة مجتمع السلم** مع (3،09%) .

أبانت النتائج عن ضعف إلى انعدام في توظيف البحوث والدراسات الأكاديمية كمصدر لخطاب الأحزاب السياسية وأعلى نسبة لم تتجاوز أعلى نسبة (3%) .

أظهرت النتائج ضعف وانعدام في توظيف الأحزاب الأربع لوسائل الإعلام الجماهيرية الدولية كمصدر لخطابها السياسي وأعلى نسبة لم تتجاوز (1%) .

**التساؤل السادس: الجمهور المستهدف من خطاب الأحزاب السياسية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.**

توصلت النتائج إلى اختلاف نوع الجمهور المستهدف من حزب إلى حزب، وأبانت أن الأحزاب السياسية عينة الدراسة ركزت على نوعين منه، وهما أنصار الحزب بنسبة (28،11%)، والجمعيات والمجتمع المدني بنسبة (21،65%)، مع اختلافات في نسب التوظيف بين الأحزاب.

أظهرت النتائج أن حزب **جبهة التحرير الوطني** أكثر حزب سياسي من عينة الدراسة استهدافا للأنصار من خلال خطابه السياسي وذلك بنسبة (49،30%) .

أبانت النتائج أن حزب **التجمع الوطني الديمقراطي** أكثر حزب من عينة الدراسة يستهدف الجمعيات والمجتمع المدني بنسبة قدرت ب(31،16%) .

اتضح من خلال النتائج أن أكثر حزب يستهدف قادة الرأي والمؤثرون هو حزب **جبهة القوى الاشتراكية** وذلك بنسبة (33،49%) .

أبانت النتائج أن حزب **جبهة القوى الاشتراكية** يستهدف جمهور الهيئة الناخبة أكثر من الأحزاب الأخرى عينة الدراسة وذلك بنسبة (22%) .

تبين من خلال النتائج أن حزب **حركة مجتمع السلم** يستهدف جمهور المرأة من خلال خطابه السياسي المنشور بنسبة مقبولة أكثر من الأحزاب الأخرى وقدرت ب (16،93%) .

أظهرت النتائج أن حزب **حركة مجتمع السلم** أكثر الأحزاب عينة الدراسة تركيزا على جمهور الشباب وذلك بنسبة (12،93%) .

شكل جمهور الجالية الجزائرية حضورا محدودا في خطاب الأحزاب عينة الدراسة على الرغم من أهميتها الكبيرة كوعاء انتخابي، حيث لم تتجاوز النسبة الوحيدة (3،63%) لحزب **جبهة التحرير الوطني**.

توصلت النتائج إلى وجود ضعف كبير إلى انعدام في استهداف فئة المعارضون من خلال الخطاب السياسي للأحزاب الأربعة عينة الدراسة، حيث لم تتجاوز النسبة الوحيدة (0،39%) لحزب **جبهة التحرير الوطني**.

التساؤل السابع: الأهداف التي تسعى الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - تحقيقها من خلال خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

تنوعت وتباينت الأهداف التي تسعى الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة لتحقيقها من خلال خطابها السياسي المنشور عبر شبكة فيسبوك، وأبانت النتائج عن بروز هدف تسويق صورة الحزب بنسبة قدرت ب(26،15%)، مع وجود تباين بين الأحزاب.

أبانت النتائج أن كل الأحزاب السياسية تهتم بتسويق صورتها السياسية عبر فضاء الفيسبوك بنسب متقاربة تراوحت بين (28% و22%).

تبين من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب يهدف إلى التأكيد على الهوية الوطنية بنسبة قدرت ب (19،58%).

أظهرت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب يهدف إلى ترقية حقوق الإنسان وذلك بنسبة قدرت ب(16،90%).

يهدف حزب التجمع الوطني الديمقراطي إلى تعزيز قيم المشاركة السياسية من خلال خطابه المنشور عبر فيسبوك أكثر من الأحزاب عينة الدراسة بنسبة قدرت ب (13،39%).

بينت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب يهدف إلى تعزيز الحوار الوطني من خلال خطابه السياسي وذلك بنسبة (13،70%).

أظهرت النتائج تصدر حزب التجمع الوطني الديمقراطي هدف المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية وذلك بنسبة (9%)، يليه بنسبة قريبة حزب حركة مجتمع السلم وذلك بنسبة (8،56%).

بينت النتائج تصدر حزب حركة مجتمع السلم هدف المساعدة في صنع القرارات الوطنية وذلك بنسبة (8،65%)، يليه بنسبة قريبة حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (7،85%).

أظهرت النتائج أن حزب حركة مجتمع السلم يهتم بترقية الحقوق السياسية للمرأة أكثر من الأحزاب الأخرى عينة الدراسة بنسبة (8،74%).

اتضح من خلال النتائج أن حزب حركة مجتمع السلم هو أكثر حزب يهدف إلى تشكيل الإرادة السياسية لجمهوره من خلال خطابه السياسي المنشور عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وذلك بنسبة (7،67%).

اتضح من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب من عينة الدراسة يهدف إلى زيادة المرئية والوصول عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (6,49%).

تبين من خلال النتائج أن الأحزاب عينة الدراسة لا تستهدف بشكل كبير بناء علاقات مع الأطراف الحزبية الأخرى أو مع مؤسسات المجتمع المدني، وأعلى نسبة لهذا الهدف لم تتجاوز (5%) لحزب التجمع الوطني الديمقراطي.

أظهرت النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني أكثر حزب من عينة الدراسة يهدف إلى استقطاب المتطوعين والناشطين من خلال خطابه السياسي وذلك بنسبة (8,88%).

بينت النتائج أن الأحزاب السياسية عينة الدراسة الأربعة لا تهدف إلى جمع التبرعات والهبات من خلال خطابها السياسي المنشور عبر فيسبوك.

## 2. نتائج الدراسة التحليلية لفئات الشكل:

التساؤل الأول: أنواع المنشورات التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- في خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أظهرت نتائج التحليل عن اختلاف في نوعية المنشورات الموظفة في الخطاب السياسي للأحزاب الجزائرية التي عُينت بها الدراسة، وبيّنت أن معظم المنشورات جاءت في شكل صور ونص مكتوب بنسبة قدرت ب(52,32%)، وبنسب أقل منها جاءت الأنواع الأخرى، مع وجود تباين بين الأحزاب في نسب التوظيف.

كشفت النتائج أن الأحزاب السياسية الجزائرية الأربعة عينة الدراسة توظف الصور والنصوص المكتوبة مجتمعة في تحرير منشوراتها على فيسبوك بشكل مرتفع يتفوق على باقي الأنواع الشكلية الأخرى، وذلك بنسب متقاربة تراوحت بين (60% و 47%).

أظهرت النتائج أن حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وحركة مجتمع السلم هما أكثر حزبين يوظفان الفيديو والنص المكتوب في صياغة منشوراتهم على فيسبوك، وذلك بنسب (26,01%) و (20,27%).

أظهرت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر حزب يوظف النصوص المكتوبة في منشوراته على فيسبوك وذلك بنسبة (18,51%).

أبانت النتائج أن حزبي جبهة القوى الاشتراكية وجبهة التحرير الوطني أكثر حزبين يوظفان تقنية الفيديو في عمليات نشر خطابهما السياسي، وذلك بنسب (15,74%) و (13,17%).

اتضح من خلال النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يوظف الصور الفوتوغرافية لوحدها في نشر بعض خطابه السياسي وذلك بنسبة (14,51%).

وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة شكل البث المباشر بنسب ضعيفة لم تتجاوز أعلاها (3,72%) لحزب جبهة القوى الاشتراكية.

وظفت الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة مقاطع الريلز بنسب ضعيفة، تصدرها حزب حركة مجتمع السلم بنسبة (1,88%).

التساؤل الثاني: أشكال تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

• الجزء الأول: شكل تفاعل الجمهور باستخدام الملصقات التعبيرية مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أظهرت نتائج التحليل لشكل تفاعل الجمهور مع خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة باستخدام الملصقات التعبيرية، عن بروز التفاعل من خلال ملصق أعجبي بنسبة (75,01%)، وبنسب أقل منها جاءت الأشكال الأخرى، مع وجود تباين بين الأحزاب في نسب التوظيف.

أبانت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب الثلاثة التالية -التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية، جبهة التحرير الوطني- يتفاعل من خلال أيقونة أعجبي وبنسب كبيرة تراوحت بين (88% و 76%).

أظهرت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات حزب حركة مجتمع السلم هو أكثر جمهور يتفاعل من خلال الملصق التعبيري أحبيته وذلك بنسبة (49%).

أظهرت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر جمهور يتفاعل من خلال الملصق التعبيري متضامن وذلك بنسبة (2,71%).

تبين من خلال النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات حزب جبهة القوى الاشتراكية هو أكثر جمهور يتفاعل من خلال الملصق التعبيري أضحكي وذلك بنسبة (4,31%).

تبين من خلال النتائج قلة وضعف توظيف ملصق أحزني من طرف الجمهور في تفاعله مع خطاب الأحزاب الأربعة عينة الدراسة، ولم تتجاوز أعلى نسبة (2,88%) لحزب جبهة التحرير الوطني.

أظهرت النتائج ضعف واضح في استخدام ملصق **أغضبي** من طرف الجمهور المتفاعل مع صفحات الأحزاب السياسية الأربعة ولم تتجاوز أعلى نسبة (23,0%) لحزب **جبهة القوى الاشتراكية**

تبين من خلال النتائج قلة توظيف ملصق **أدهشي** من طرف الجمهور المتفاعل في صفحات الأحزاب السياسية الأربعة حيث لم تتجاوز أعلى نسبة (4,0%).

● **الجزء الثاني: شكل تفاعل الجمهور من خلال التعليق على خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.**

بينت نتائج الدراسة أن ما يتجاوز (90%) من تعليقات الجمهور على خطاب الأحزاب السياسية الأربع كان في شكل **نص مكتوب**، وهذا يعكس ثقة الجمهور في القنوات الرقمية كوسيلة للتواصل مع الأحزاب السياسية، ويشير إلى اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والنقاش السياسي.

أظهرت النتائج أن حزب **جبهة التحرير الوطني** هو أكثر حزب يتفاعل الجمهور مع منشوراته من خلال التعليق عبر الملصقات التعبيرية وذلك بنسبة (2,17%).

أبانت النتائج عن ضعف في توظيف الجمهور لخاصية **نكر** شخص التي يتيحها فيسبوك على صفحات الأحزاب السياسية الأربعة ولم تتجاوز أعلى نسبة (3,64%) لحزب **جبهة القوى الاشتراكية**.

كشفت النتائج أن جمهور حزب **جبهة التحرير الوطني** هو أكثر جمهور يتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية عينة الدراسة من خلال الصور مقارنة بالأحزاب الثلاث الأخرى وذلك بنسبة (5,61%).

● **الجزء الثالث: شكل تفاعل الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - مع تعليقات الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.**

أبانت النتائج أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة لا ترد على تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطابها السياسي، وذلك بنسب جد مرتفعة تتراوح بين (97% و 100%).

أظهرت النتائج وجود بعض الردود المعبرة عن الشكر والامتنان على تعليقات الجمهور المتفاعل مع خطاب حزب **جبهة القوى الاشتراكية**.

أبانت النتائج عن ضعف كبير في توظيف الروابط التوضيحية بشكل فردي للرد على تعليقات الجمهور فقط على نطاق جد ضيق، وكانت عبارة عن روابط للقاءات صحفية أو مقالات نسي القائم بالاتصال تضمنها في المنشور أو ردا على الجمهور المتفاعل دون تخصيص ولم تتجاوز أعلى نسبة (05،0%) .

أظهرت النتائج أنه لم يتم الرد على تعليقات الجمهور من طرف الأحزاب السياسية بشكل شبه كلي .

● الجزء الرابع: شكل تفاعل الجمهور من خلال مشاركة منشور الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك .

كشفت نتائج الدراسة أن عدد مشاركة المنشور من طرف الجمهور لم يتجاوز 100 مشاركة لدى أحزاب التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية وحركة مجتمع السلم وذلك بنسب تتراوح بين (99% و94%)، وهي نسب ضعيفة إذا ما قورنت بنسب المتابعة .

أظهرت النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني هو أكثر حزب يتم التفاعل مع منشوراته من خلال المشاركة بأزيد من 100 مشاركة للمنشور الواحد وهو ما تجاوز (66%) من منشوراته .

بينت النتائج أن حزب جبهة حركة مجتمع السلم هو أكثر حزب لم يتم مشاركة بعض منشوراته من طرف الجمهور وذلك بنسبة (4،79%) .

التساؤل الثالث: اللغة التي وظفتها الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك .

● الجزء الأول: اللغة الموظفة في منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - في نشر خطابها السياسي عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك .

أبانت النتائج أن ثلاثة أحزاب سياسية من أصل أربعة وهي - حركة مجتمع السلم، جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي - توظف العربية في نشر خطابها السياسي عبر شبكة فيسبوك وذلك بنسب مرتفعة تجاوزت (90%) .

كشفت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية يوظف اللغة الفرنسية في نشر خطابه السياسي بنسبة تزيد عن (27%) من مجموع خطاباته .

أظهرت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية هو أكثر حزب يوظف المزيغ اللغوي بين العربية والفرنسية بنسبة تتجاوز (21%) .

أظهرت النتائج أن حزب جبهة التحرير الوطني وظف اللهجة العامية الجزائرية في نشر خطابه السياسي على شبكة فيسبوك أكثر من الأحزاب الأخرى عينة الدراسة التي لم توظف بشكل نهائي العامية، وذلك بنسبة (5،13%).

أبانت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية هو الحزب الوحيد الذي وظف الأمازيغية في خطابه السياسي المنشور عبر فيسبوك وذلك بنسبة (3،70%).

أظهرت النتائج أن حزب جبهة القوى الاشتراكية الوحيد الذي جمع بين المزيج اللغوي - عربية أمازيغية - على عكس الأحزاب الأخرى وذلك بنسبة (3،70%).

كشفت النتائج أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربعة لم توظف اللغة الإنجليزية في نشر خطابها عبر شبكة فيسبوك كما لم توظف المزيج اللغوي - عربية، إنجليزية -.

الجزء الثاني: اللغة الموظفة في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

تعد اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في تعليقات الجمهور على منشورات ثلاث أحزاب وهي - حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة التحرير الوطني - وذلك بنسب تتراوح بين (98% و89%).

أظهرت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات حزب جبهة القوى الاشتراكية يوظف اللغة الفرنسية في التعليق بنسبة مرتفعة قدرت ب (52،37%).

بينت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية وظف العامية الجزائرية في التعليق بسبب متفاوتة، وتصدرها حزب جبهة التحرير الوطني وهذا بنسبة (10،17%).

بينت النتائج أن الكثير من الجمهور يوظف الأمازيغية للتعليق على خطابات حزب جبهة القوى الاشتراكية وذلك بنسبة (15،23%).

كشفت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع حزب جبهة القوى الاشتراكية وظف المزيج اللغوي بين العربية والفرنسية في تحرير تعليقاته عبر شبكة فيسبوك بنسبة قدرت ب (11،45%).

أظهرت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة الأربعة لا يوظف اللغة الإنجليزية في تحرير تعليقاته على خطاب الأحزاب كما لم يوظف المزيج اللغوي بين العربية والإنجليزية في تحرير تعليقاته كذلك.

بينت النتائج أن المزيج اللغوي بين العربية والأمازيغية لم يتم توظيفه من طرف الجمهور في تحرير التعليقات.

● الجزء الثالث: الحرف الموظف في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

أظهرت النتائج أن غالبية الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية يوظف الحرف العربي في تحرير التعليقات النصية، وتقاربت في توظيفها جماهير الأحزاب - حركة مجتمع السم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني - وذلك بنسب قدرت ب(99,76%، 99,59%، 99,41%) على الترتيب.

أبانت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية يوظف الحرف اللاتيني في تحرير التعليقات النصية بشكل متوسط، وتباينت في توظيفها، فنجد أبرز حزب هو جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (66,20%)، بينما الأحزاب الأخرى لم تتجاوز عتبة (46,0%).

أظهرت النتائج أن الجمهور المتفاعل مع منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية يوظف الحرف الأمازيغي في تحرير التعليقات النصية بشكل ضعيف، فنجد أبرز حزب هو جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (1,38%).

● الجزء الرابع: التهذيب في تعليقات الجمهور على منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية - عينة الدراسة - عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

أظهرت النتائج أن معظم التعليقات حول خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة كانت بلغة مهذبة، تصدرها حزب جبهة التحرير الوطني بنسبة (99,56%)، وتقاربت معه جماهير الأحزاب الأخرى بنسب تراوحت بين (97% و 83%).

جاءت نسبة ضعيفة من التعليقات حول خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة بلغة غير مهذبة، تصدرها حزب جبهة القوى الاشتراكية بنسبة (17%).

### 3. نتائج الدراسة المقارنة بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة المقارنة من خلال تحليل التباين الأحادي ونتائج تحليل المحتوى الكمي والكيفي أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة تختلف في كيفية توظيفها لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في نشر خطابها السياسي وممارسة اتصالها مع الجماهير، حيث اعتمد كل حزب على موضوعات مختلفة انطلاقاً من أيديولوجيته الفكرية ومن أجندته السياسية، ونحاول في هذا العنصر توضيح خصوصية كل حزب لوحده لمعرفة توجهاته مقارنة بالأحزاب الأخرى، ثم استخراج أهم أوجه التشابه والاختلاف بين مفردات الدراسة.

بداية أولى حزب **جبهة التحرير الوطني** اهتماماً كبيراً بالموضوعات السياسية الوطنية والموضوعات الثقافية، حيث سعى إلى تعزيز الهوية الوطنية الجزائرية من خلال تمجيد التاريخ الوطني والاعتزاز بالتراث، واعتمد الحزب خطاباً سياسياً يعزز الانتماء للوطن ويربط الحاضر بالماضي المجيد، مجسداً بذلك رؤيته كمدافع عن قيم الثورة الجزائرية، كما ركز على القضايا الإقليمية والدولية، مسلطاً الضوء على الدور الفاعل للجزائر في الساحة العالمية، مع تبني سياسات تروج لاستقرار البلاد، وارتكزت مصادر الحزب على تصريحات رسمية وتقارير حكومية، استهدف من خلالها جمهوراً مختلف الفئات، وبالأخص الشباب وقادة الرأي ومناضلو الحزب، كما اعتمد بشكل كبير على الاستمالات العاطفية من خلال خطاب يركز على الفخر بالهوية الوطنية، أما جمهوره فيتفاعل مع منشوراته بشكل رئيسي عبر الملصقات التعبيرية "أحببته" "أعجبني" و"متضامن"، وكذا من خلال التعليق والمشاركة، ورغم ذلك فإن الحزب يتجنب الرد على تعليقات المتابعين والجمهور عامة، مما يعكس اعتماده على نشر الرسائل دون الاهتمام برد الفعل، إن هذا الأمر جعل خطابه يأخذ طابعاً أحادي الاتجاه، وهذا لا ينفي استخدامه الواضح للوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات التي عملت على تعزيز رسائله السياسية وأضفت طابع الرسمية عليها، ويشار أنه غالباً ما يستخدم اللغة العربية الفصحى في منشوراته، متجهاً أحياناً نحو العامية الجزائرية بغرض تقريب خطابه إلى فئات متنوعة من جمهوره المستهدف.

بينما ركز حزب **جبهة القوى الاشتراكية** على القضايا السياسية الوطنية، متبنياً خطاباً إصلاحياً يدعو إلى تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان مع التأكيد على أهمية الديمقراطية التشاركية والإصلاح السياسي كجزء من رؤيتها لتحقيق مجتمع عادل، واهتم الحزب بإبراز التحديات التي تواجه البلاد، مسلطاً الضوء على الحاجة

إلى تغييرات جذرية في السياسات العامة، كما أن خطابه كان ذو طابع نقدي، واستهدف منه المجتمع المدني ومنظمات حقوق الإنسان لدعم مواقفه، كما استهدف أيضا الفئات المثقفة والشبابية، مع التركيز على الناشطين في مجال حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية. واعتمد الحزب على الاستمالات العقلانية من خلال تقديم بيانات وإحصائيات تعزز حججه بينما استخدم في الجانب العاطفي أساليب التحفيز والغضب تجاه الفساد الاجتماعي، أما فيما يخص الجمهور فإنه يتفاعل مع منشورات الحزب عبر ملصقات " أعجبي " "أحبيته"، وكذا من خلال المشاركة والتعليق على منشوراته، غير أن الحزب مثل باقي الأحزاب الأخرى، لا يقوم بالرد على التعليقات، مما يعكس أسلوب أحادي في نشر الخطاب غير قائم على التواصل المباشر مع المتابعين.

أما فيما يخص حزب التجمع الوطني الديمقراطي فيركز على القضايا الاقتصادية والتنموية، مسلطاً الضوء على أهمية تحسين مناخ الاستثمار ودعم القطاع الخاص، قدم الحزب أيضا رؤية اقتصادية ليبرالية تدعو إلى تحفيز النمو الاقتصادي من خلال دعم ريادة الأعمال وتعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واستخدم الحزب بيانات حكومية وتقارير اقتصادية لدعم موقفه، مستهدفاً المستثمرين والفئات المتوسطة في المجتمع. اعتمد خطاب الحزب على الاستمالات العقلانية، من خلال إبراز المصالح المشتركة وتقديم تقارير رسمية مركّزة على بعض الحلول للتحديات الاقتصادية، واعتمد في الجانب العاطفي على إثارة مشاعر التعاطف مع الجمهور، ويعتمد التجمع في منشوراته غالباً على اللغة العربية، مع الاستعانة بالفرنسية للتواصل مع الجمهور الفرنكفوني، ويستهدف فئات متنوعة تشمل الناخبين، قادة الرأي، والمجتمع المدني، ويعتمد في منشوراته على مصادر موثوقة مثل تصريحات المسؤولين وتقارير حكومية وبدرجة أكبر وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية بشقيها العام والخاص والمكتوب والسمعي البصري، وفيما يخص الجمهور فإنه يتفاعل مع خطاب الحزب باستخدام "أعجبي" و"أحبيته"، وكذا من خلال التعليق ومشاركة المنشور، بينما لا يرد الحزب على تعليقاتهم بشكل نهائي.

في المقابل، تستند حركة مجتمع السلم إلى خلفية دينية إسلامية، وتتبنى خطاباً يركز على القضايا الإسلامية، مثل القضية الفلسطينية، إلى جانب القضايا الاجتماعية الداعمة للعدالة الاجتماعية وحقوق الأفراد والفئات الهشة، وتُظهر الحركة اهتماماً بتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة والتنمية الاقتصادية كسبيل لتحقيق العدالة، ويتجه خطاب الحزب نحو الطابع النقدي للسياسات العامة في الجزائر خاصة منها السياسة

المالية، وتعتمد في خطابها على اللغة العربية كلغة رئيسية مع استخدام العامية الجزائرية لتعزيز التواصل مع فئات شعبية واسعة، وهي تستهدف بذلك جمهوراً متنوعاً يشمل الناخبين، الشباب والنساء، مستندةً إلى مرجعية دينية وإنسانية وحتى وطنية في توجيه خطابها، مع الاعتماد على أساليب إقناع عقلانية عبر الاستشهادات والمراجع العلمية والإحصاءات، بينما تعتمد على الرموز الإسلامية والعاطفية في إثارة تعاطف الجمهور مع خطابها، من جهة أخرى يتفاعل المتابعون مع منشوراتها باستخدام " أعجبيني"، "أحببته"، وحتى من خلال المشاركة والتعليق، ومع ذلك فإن الحزب كغيره من الأحزاب الأخرى لا يرد على تعليقاتهم، مما يعكس توجهه نحو خطاب أحادي الاتجاه دون تفاعل مباشر.

#### أوجه التشابه بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة:

التركيز على القضايا الوطنية: رغم اختلاف توجهات الأحزاب، غير أن جميعها أبدت اهتمامًا بالقضايا الوطنية التي تمس الجمهور الجزائري، حيث حاول كل حزب تعزيز فكرة الانتماء الوطني من زاوية مختلفة، سواء من خلال التأكيد على التراث الثقافي والتاريخ الوطني كما فعل جبهة التحرير الوطني، أو من خلال المطالبة بإصلاحات سياسية كما فعل جبهة القوى الاشتراكية.

الدفاع عن المصالح الوطنية: سواء في القضايا الداخلية أو الخارجية، اتفقت الأحزاب الأربعة على أهمية الدفاع عن المصالح الوطنية الجزائرية، حيث حاول كل حزب توظيف الخطاب السياسي للدفاع عن سياسات معينة تهدف إلى تحقيق مصلحة البلاد، سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، أمنية أو سياسية.

الاهتمام بالقضايا الاجتماعية: رغم اختلاف وضع مستويات التركيز عليها، كانت القضايا الاجتماعية موضوعًا مشتركًا بين الأحزاب الأربعة، حيث سعى كل حزب إلى تقديم سياسات تعالج مشاكل البطالة، الفقر، وتحسين جودة الحياة، وإن اختلفت الأولويات في كيفية معالجة هذه القضايا. . .

بنية الرسالة الإقناعية: رغم اختلاف الاستمالات الموظفة بين العقلانية والعاطفية، غير أن الأحزاب اتبعت نمطًا خطابيًا موحدًا تقريبًا، حيث تميل إلى تقديم مقدمة تشرح الوضع، تليها عرض المشكلة أو الإنجاز، ثم اختتام الرسالة بخطاب عاطفي أو دعوة للعمل، هذا الهيكل كان ملاحظًا في منشورات جميع الأحزاب.

تعددية الوسائط: الأحزاب الأربعة استخدمت الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات والنصوص.. لتعزيز رسائلها السياسية، وأظهرت اهتمام بإظهار رموز الحزب، صور قياداته، إنجازاته، نشاطاته..، في نفس الوقت لم تخرج الأحزاب عن النمط التقليدي في تقديم المحتوى، حيث اعتمدت بشكل أساسي على الصور المرتبطة بالحدث أو الخطاب الرسمي.

التفاعل مع الجمهور: أظهرت الأحزاب الأربعة مستوى تفاعل ضعيفا وشبه منعدم مع الجمهور، اعتمد في الغالب على خطاب أحادي الاتجاه.

الاعتماد على النصوص: جميع الأحزاب قدمت منشورات تتضمن نصوصًا مكتوبة طويلة نسبيًا، تعكس الخطاب السياسي الرسمي التقليدي، على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي لعرض المحتوى بطرق أكثر ابتكارًا، لم تستغل هذه الأحزاب بشكل كافٍ الإمكانيات التفاعلية المرئية المتقدمة مثل الفيديوهات المباشرة، المقاطع القصيرة أو الاستطلاعات التفاعلية.

اللغة المستخدمة: تستخدم جميع الأحزاب اللغة العربية الفصحى كلغة أساسية في منشوراتها رغم اللجوء أحيانا إلى اللهجة الجزائرية أو الفرنسية للتواصل مع فئات معينة.

المصادر المستخدمة: جميع الأحزاب تستعين بمصادر إعلامية موثوقة، مثل وسائل الإعلام الوطنية، تصريحات المسؤولين، والتقارير الحكومية لتقوية مصداقية خطابها.

#### أوجه الاختلاف بين الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة:

التوجه الأيديولوجي: يركز حزب جبهة التحرير الوطني على الهوية الوطنية والإرث الثوري، مع دعم السيادة الوطنية، بينما يركز حزب حركة مجتمع السلم على القضايا الإسلامية والقيم الدينية من خلال القضايا الدولية ذات الطابع الإسلامي، مثل القضية الفلسطينية، ومن جهته التجمع الوطني الديمقراطي يعتمد خطاباً اقتصادياً ليبرالياً ويشجع على الانفتاح والاستثمار والرقمنة، أما فيما يخص جبهة القوى الاشتراكية فإن تركيزه كان على العدالة الاجتماعية، الديمقراطية التشاركية، وحقوق الإنسان.

التركيز على القضايا الاقتصادية: في حين ركز حزب التجمع الوطني الديمقراطي بشكل رئيسي على القضايا الاقتصادية ودعم السياسات الليبرالية، كان حزب جبهة القوى الاشتراكية أكثر اهتمامًا بالعدالة الاجتماعية وتوزيع الثروات بطريقة عادلة، مع التركيز على محاربة الفساد والحوكمة.

اتجاه الخطاب السياسي: كان خطاب جبهة القوى الاشتراكية يميل إلى الطابع الإصلاحية النقدي المعارض، حيث دعا إلى تغييرات كبيرة في السياسات العامة المنتهجة، بينما كان حزبي جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي أكثر ارتباطاً بالسياسات القائمة، حيث دعما الإنجازات الحكومية وسعيا إلى الحفاظ على الاستقرار السياسي للنظام الحاكم، في حين كان خطاب حزب حركة مجتمع السلم غير واضح تماما حيث يتجه إلى انتقاد بعض الأوضاع السياسية والاقتصادية العامة، ثم يدعم بعض السياسات الحكومية من جهة أخرى، مما يجعل خطابه وسطي.

أولويات القضايا الدولية: في حين ركز حزب حركة مجتمع السلم على القضايا التي تخص العالم الإسلامي والقضية الفلسطينية، أولت أحزاب مثل التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية اهتمامًا أكبر بالقضايا الاقتصادية والتعاون الدولي، بعيدًا عن الأبعاد الدينية.

الأسلوب العاطفي: يستخدم حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم الرموز والشعارات لتعزيز الانتماء الوطني أو الإسلامي، بينما جبهة القوى الاشتراكية تستخدم الاستنكار والغضب أحيانًا لنقد القضايا الاجتماعية والسياسية.، أما التجمع الوطني الديمقراطي فيركز أكثر إثارة التعاطف والمواساة لجذب الجمهور وإظهار الاهتمام بقضاياهم.

الجمهور المستهدف: ركز حزب جبهة التحرير الوطني على الناخبين، الشباب، وأنصار الحزب بشكل أكبر فيما ركز حزب حركة مجتمع السلم على استهداف الناخبين، النساء، والشباب والمناضلين..، أما حزب التجمع الوطني الديمقراطي فيتجه بخطابه نحو الناخبين، قادة الرأي، والمجتمع المدني..، أما حزب جبهة القوى الاشتراكية فيستهدف غالبًا المجتمع المدني، وأنصار الحزب ومناضليه والناشطين..

التوجه الفني للوسائط: استخدم حزب جبهة التحرير الوطني أسلوبًا تقليديًا من خلال نشر صور المسؤولين الحكوميين واللقاءات الرسمية، مما يعكس طابعه الرسمي والمؤسسي، في حين ركز حزب جبهة القوى الاشتراكية على القوالب الفنية مثل النصوص الطويلة التي توضح سياساته القائمة وتوجهاته نحو المواضيع

المطروحة، التي تعكس غالبا طابعه المعارض، من جهة أخرى اعتمد حزب حركة مجتمع السلم على الرموز الدينية والأخلاقية، بينما كان التجمع الوطني الديمقراطي يعتمد بشكل أكبر على القوالب التي تحمل رسائل اقتصادية وتحفيزية للمستثمرين بطابع مؤيد بشكل مباشر للسياسات المنتهجة للحكومة.

اللغة: يستخدم حزبي جبهة التحرير الوطني وحركة مجتمع السلم اللهجة العامية الجزائرية إلى كلغة ثانية إلى جانب العربية الفصحى لتعزيز فرص أكبر للتواصل مع مختلف شرائح الجمهور، بينما حزبي التجمع الوطني الديمقراطي وجبهة القوى الاشتراكية يستخدمان اللغة الفرنسية كلغة ثانية إلى جانب العربية للوصول إلى الجمهور الناطق بالفرنسية في الجزائر أو خارجها من المهاجرين.

#### 4. تحليل النتائج وفق منظور الدراسة:

##### نتائج الدراسة وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات: (Agenda-Setting Theory)

تؤكد نتائج الدراسة أن الأحزاب السياسية الجزائرية وظفت شبكة فيسبوك كأداة لترتيب أولوياتها في مختلف الموضوعات المنشورة، مما يعكس استراتيجيات واضحة لتوجيه الرأي العام الجزائري نحو قضايا محددة، وتبين من خلال تحليل محتوى خطابها أن القضايا السياسية الدولية والوطنية كانت في صدارة الموضوعات التي تناولتها الأحزاب، في حين جاءت الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية في مراتب أدنى، وهذا يعكس رغبة الأحزاب في التأثير على توجهات الجمهور وتحديد أجندة النقاش السياسي عبر إبراز الموضوعات التي تراها أكثر أهمية، مما يعني تحقق الفرض الرئيسي لنظرية الأجندة.

تُظهر النتائج أن الأحزاب السياسية تركز على قضايا تتعلق بالسياسات الخارجية والعلاقات الدولية لتعزيز مكانتها أمام جمهورها من جهة، ولصرف النظر عن قضايا داخلية من جهة أخرى، كما تبين قدرتها على استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتوجيه اهتمامات الجمهور نحو قضايا معينة - قضايا خارجية مثل القضية الفلسطينية، قضايا الأمن الإقليمي والدولي، وقضايا داخلية مثل الهوية والثقافة والتاريخ الوطني المجيد وكذا بعض السياسات العامة التي تنتهجها الدولة الجزائرية في مجال الدعم الاجتماعي والفئات الهشة.. - وإغفال قضايا أخرى، مثل التحديات الاقتصادية والمشاكل الاجتماعية التي تخص الجمهور وتمس حياتهم اليومية، ومن خلال هذه النتائج يمكن القول إن نظرية ترتيب الأولويات تفسر بشكل كبير كيفية استغلال الأحزاب لوسائل الإعلام لتحديد أولويات النقاش السياسي في المجتمع.

### نتائج الدراسة وفقاً لنظرية الفضاء العام: (Public Sphere Theory)

أبرزت نتائج الدراسة أن هناك ضعفاً كبيراً في درجة تفاعل الأحزاب مع الجمهور على صفحاتها الرسمية على فيسبوك، وفقاً لنظرية الفضاء العام من المفترض أن يكون فيسبوك ساحة للنقاش المفتوح حيث يتمكن الجمهور من التفاعل بحرية مع الأحزاب السياسية، غير أن النتائج أظهرت بكون كل أحزاب عينة الدراسة تتبنى نمط اتصال أحادي الاتجاه، حيث يتم استخدام فيسبوك كمنصة لإيصال الرسائل بدلاً من تعزيز نقاش عام تفاعلي، إن هذه النتائج توحي بضعف الفضاء العام الرقمي في تعزيز الحوار المجتمعي المتعدد الأطراف بين الأحزاب والجمهور في الجزائر، مما يعني أن فيسبوك يُستخدم لنشر رسائل دعائية أكثر من كونه مساحة مفتوحة للنقاش التفاعلي.

كما أن النتائج المتعلقة بضعف توظيف الأحزاب السياسية لآليات الإقناع العقلاني وتعزيز النقاشات الفكرية لصالح الإقناع العاطفي تشير أيضاً إلى أن الفضاء العام في البيئة الرقمية الجزائرية لا يحقق المثل الأعلى الذي طرحه هابرماس في نظريته، وبدلاً من ذلك تركز الأحزاب على توجيه رسائل أحادية الجانب للجمهور، مما يضعف من دور الفضاء الرقمي كمساحة حقيقية للنقاش السياسي المفتوح.

تعكس النتائج أيضاً أن الأحزاب تستخدم فيسبوك كأداة لإيصال رسائل محددة، لكنها تفشل في توفير مساحة حقيقية لتبادل الآراء بين الجمهور والفاعلين السياسيين.

### نتائج الدراسة وفقاً لنظرية الحتمية التكنولوجية: (Technological Determinism)

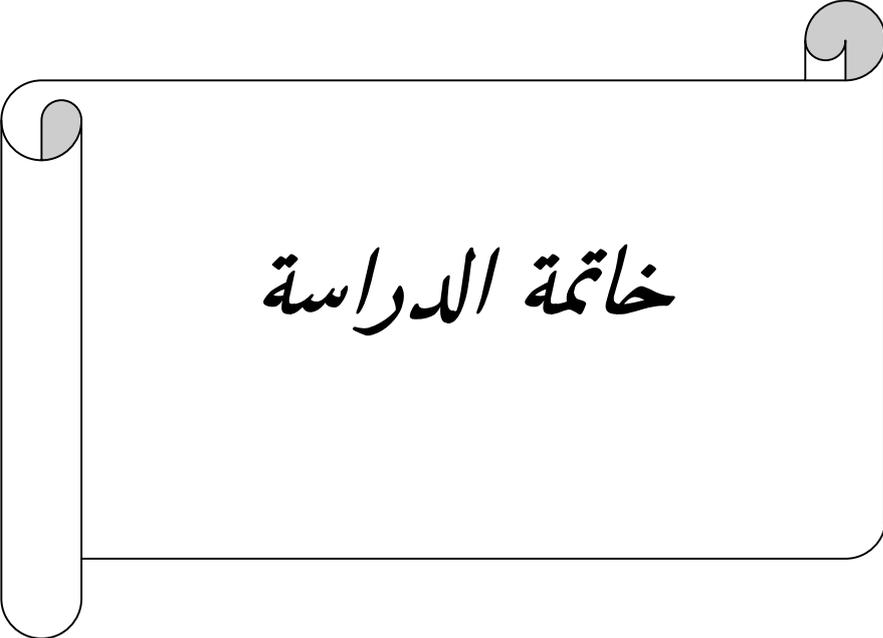
تدعم نتائج الدراسة الافتراض الأساسي لنظرية الحتمية التكنولوجية، حيث توضح النتائج أن التكنولوجيا -مثلة في شبكات التواصل الاجتماعي- تلعب دوراً حاسماً في تشكيل أنماط التواصل السياسي للأحزاب الجزائرية، ويظهر من تحليل النتائج أن الأحزاب تعتمد بشكل كبير على الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات لزيادة التفاعل مع جمهورها، وهو ما يعكس تأثير التكنولوجيا في توجيه شكل ومضمون الخطاب السياسي، مما يعني أن الأحزاب السياسية تتكيف مع الخصائص التكنولوجية لمنصة فيسبوك وتستخدمها بطرق تعزز من قدرتها على الوصول إلى جمهور أوسع.

كما أن النتائج المتعلقة باللغة المستخدمة والتفاعل الرقمي تدعم أيضاً هذا التوجه، حيث أظهرت النتائج تبايناً في استخدام اللغات (العربية والفرنسية) وأشكال التفاعل (الإعجاب، التعليق، والمشاركة)، مما يعكس تأثير التكنولوجيا في تعزيز التواصل بين الأحزاب والجمهور بطريقة تتماشى مع التطورات التكنولوجية التي فرضتها منصة فيسبوك.

كما تبرز النتائج أن التكنولوجيا ليست مجرد وسيلة لنقل الرسائل، بل هي أداة تشكل مضمون الرسائل نفسها، حيث فرضت منصات التواصل الاجتماعي أنماطاً جديدة من الخطاب تعتمد على سرعة التفاعل والفورية في نشر المعلومات، هذه النتائج تدعم بشكل واضح الافتراض الأساسي لنظرية الحتمية التكنولوجية، والتي تؤكد أن التكنولوجيا تلعب دوراً رئيسياً في إعادة تشكيل الاتصال السياسي والاجتماعي.

#### خلاصة:

تُظهر نتائج الدراسة أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة تستفيد من فيسبوك كمنصة رئيسية للتواصل مع جمهورها، ولكن بطرق مختلفة تعكس استراتيجيات محددة، من خلال منظور نظرية ترتيب الأولويات يتضح أن الأحزاب تُحدد أجندتها السياسية بشكل استراتيجي لتوجيه الرأي العام نحو قضايا معينة. أما من خلال منظور نظرية الفضاء العام، فإن النتائج تشير إلى ضعف في تفعيل النقاشات التفاعلية بين الأحزاب والجمهور. وأخيراً، تُبرز نظرية الحتمية التكنولوجية كيف أثرت التكنولوجيا في تشكيل أنماط الاتصال السياسي وساهمت في تغيير أساليب التواصل التقليدية.



خاتمة الدراسة

## خاتمة الدراسة

جاءت هذه الدراسة في وقتٍ يشهد فيه الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً غير مسبوق، لاسيما في دول مثل الجزائر التي تشهد تحولات سياسية واجتماعية مهمة، من خلال تسليط الضوء على كيفية توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لشبكة فيسبوك كأداة لنشر خطابها السياسي، حاولت هذه الدراسة تقديم تحليل متكامل للاستراتيجيات التواصلية التي تعتمد عليها هذه الأحزاب في التواصل مع جمهورها.

لقد أثبتت الدراسة أن الأحزاب السياسية الجزائرية تُدرك الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبح فيسبوك ساحة مركزية لعرض البرامج السياسية والتفاعل مع الناخبين والمواطنين، إلا أن هذا الاستخدام لا يزال يعاني من بعض القيود، فمن جهة أظهرت النتائج أن الأحزاب تعتمد بشكل كبير على فيسبوك لنشر رسائلها، لكن هذه الرسائل غالباً ما تتخذ طابعاً أحادي الاتجاه، حيث تسعى الأحزاب إلى بث محتوى تسويقي وإعلاني للذات السياسية، دون تفعيل حقيقي للتفاعل مع الجمهور، وعلى الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فضاءً افتراضياً يسمح للجمهور بالتفاعل وإبداء الرأي، إلا أن الدراسة كشفت عن غياب كبير لهذا التفاعل المتبادل بين الأحزاب وجمهورها.

وتبين من خلال الدراسة المقارنة أن الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة تختلف بشكل كبير بين بعضها البعض في توظيف شبكة فيسبوك لنشر خطابها السياسي ومنه ممارسة اتصالها السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث توظف جل الأساليب التسويقية لترسيخ صورتها الحزبية لدى الجمهور وهي تختلف في ذلك بين التركيز على الجمهور الداخلي- الإداري، الحزبي..- والخارجي- المنظمات الحزبية وغير الحزبية، المجتمع المدني بكل أصنافه..- إلخ ويتم ذلك من خلال مصادر مختلفة مثل وسائل الإعلام الجماهيرية، شبكات التواصل الاجتماعي، قيادة الأحزاب وجاذبيتها كشخصيات سياسية، توظيف خصائص شبكة فيسبوك الفيديوهات، النصوص، الصور، البث المباشر، الألوان، الحركة، المؤثرات، الموسيقى.. التواجد الميداني من خلال الخرجات الميدانية الحزبية، توظيف القيم الوطنية الدينية الإنسانية، مختلف الموضوعات المطروحة السياسية الأمنية الاقتصادية، الثقافية.. التفاعل مع القضايا الراهنة.. التركيز على الإنجازات والمبادرات، تسليط الضوء على الإنجازات السابقة والمبادرات الحالية.. إلخ، جميع هذه المؤشرات وإن اختلف مستوى التركيز عليه من طرف الأحزاب غير أنها تدل على رغبة ملحّة منها في تسويق صورة منظمة لنفسها قوامها خدمة الجمهور وتمثيله والاهتمام به وبقيضاها..

إضافة إلى ذلك، كشفت الدراسة عن أن الأحزاب الجزائرية تتشابه في تركيزها القضايا السياسية الوطنية والدولية، في حين تحظى القضايا الاجتماعية والاقتصادية باهتمام أقل، هذه النتائج تعزز الفرضية

القائلة بأن الأحزاب تسعى لتوجيه أجندة النقاش العام نحو القضايا التي تعكس مصالحها السياسية والإستراتيجية، وهو ما يتماشى مع نظرية ترتيب الأولويات التي نفترض أن وسائل الإعلام تعمل على تحديد القضايا التي يجب أن ينصب عليها اهتمام الجمهور.

من ناحية أخرى، وبينما تشكل نظرية الفضاء العام إطارًا نظريًا لفهم كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الحوار المفتوح بين الفاعلين السياسيين والجمهور، أظهرت نتائج الدراسة أن هذا الدور لا يزال محدودًا في السياق الجزائري، فالخطاب السياسي الذي يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي يظل في الغالب دعائيًا، حيث تسعى الأحزاب إلى فرض رؤيتها السياسية أكثر من فتح حوار ديمقراطي حقيقي مع الجمهور، وهذا يشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي، ورغم إمكانياتها الكبيرة، لم تحقق بعد الوظيفة التي افترضها هابرماس في نظريته حول الفضاء العام، وهي تعزيز النقاش العقلاني والمتعدد الأطراف بين المواطنين والفاعلين السياسيين.

أما بالنسبة لنظرية الحتمية التكنولوجية، فقد بينت الدراسة أن التكنولوجيا الرقمية تؤثر بشكل مباشر في صياغة الرسائل السياسية، فالاعتماد على الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديوهات قد غير من طبيعة الخطاب السياسي وجعله أكثر جاذبية وتفاعلية، إلا أن هذا التأثير التكنولوجي لم يقتصر على الشكل فقط، بل تجاوز ذلك إلى التأثير في المضمون السياسي نفسه، حيث أصبح على الأحزاب تكيف محتواها ليتماشى مع خصائص الوسيلة التكنولوجية التي تستعملها، في هذا السياق يمكن القول إن التكنولوجيا تلعب دورًا حاسمًا في إعادة تشكيل الاتصال السياسي في الجزائر، حيث تؤثر بشكل مباشر في نوعية الرسائل المقدمة، أساليب التفاعل، وحتى الجمهور المستهدف.

علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن التحدي الرئيسي الذي يواجه الأحزاب السياسية الجزائرية في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي هو القدرة على تحقيق التفاعل الحقيقي مع الجمهور، ففي الوقت الذي توفر فيه هذه المنصات فرصة غير مسبوقة للتواصل المباشر مع المواطنين، لا تزال الأحزاب تعتمد على الأساليب التقليدية في تقديم رسائلها، دون استغلال الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها هذه الوسائل، هذا النقص في التفاعل يُعتبر عائقًا أمام بناء فضاء عام سياسي مفتوح يعزز النقاش الديمقراطي ويشجع على مشاركة المواطنين بفعالية في الحياة السياسية.

وبناء عليه تفتح هذه الدراسة آفاقًا جديدة لفهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتصال السياسي في الجزائر، وتوفر رؤية تحليلية لتحديات وفرص الأحزاب السياسية في استخدام هذه الوسائط، وبهذا تسهم الدراسة في تقديم أساس علمي يمكن البناء عليه في دراسات مستقبلية تهدف إلى تحسين طرق التواصل السياسي وتعزيز المشاركة السياسية في الجزائر.

## توصيات الدراسة

بناءً على هذه النتائج، يمكن تقديم بعض التوصيات لتحسين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية ولتطوير سياساتها أيضا وهي:

- يمكن للأحزاب الاستفادة من الإمكانيات التفاعلية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تشجيع الحوار المباشر مع المواطنين والاستجابة لتعليقاتهم وآرائهم.

- تستطيع الأحزاب أن تعزز تنوع الموضوعات المطروحة، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تمثل اهتمامًا كبيرًا للعديد من فئات المجتمع.

- يمكن للأحزاب استثمار التكنولوجيا بشكل أكبر من خلال استخدام الأدوات الرقمية المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، مثل البث المباشر والاستطلاعات الإلكترونية.

- بإمكان الأحزاب أن تعد كوادرها البشرية في مجال التقنية والاعتماد على فريق متخصص يستطيع تحقيق الاستفادة الكاملة من الخدمات التي تتيحها شبكة فيسبوك من كتابة المحتوى إلى نشره، وبخاصة كيفية تسويقه للجمهور، وذلك استعدادا لتحقيق التجربة الاتصالية الراقية مع الجمهور والتأثير فيهم.

- تزويد الجمهور بالمعلومات والبيانات الكافية من طرف الكتلة البرلمانية للأحزاب، وذلك من خلال طرح وتحليل وتقويم مدى التزام الحكومة بالنصوص الدستورية وبالقرارات وكذلك ما يصدر من الوزارات بخصوص خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية مع التركيز على الاقتصادية والمالية المختلفة دون انحياز أو تأطير.

- يمكن للأحزاب أن تشكل لجانا خاصة برصد السياسات العامة المتبعة في قطاعات معينة ونركز على - الصحة، التعليم، السكن - ومقارنتها بما هو متخذ من سياسات عامة لدول خاضت نفس التجربة واستطاعت تطوير هذه القطاعات بشكل كبير مع تقديم أوراق سياسات بشأنها إلى الهيئات البرلمانية للحزب، مع إشراك أحزاب أخرى لتقريب الرؤى.

- يمكن للأحزاب الاستفادة من مخرجات البحوث والدراسات الأكاديمية الصادرة عن الجامعات ومراكز البحوث التي تمتلك اهتمام واسع بالسياسات الاقتصادية والاجتماعية، ومن ثم يعمل مسؤولي الاتصال والعلاقات العامة داخل الحزب على تحديد قائمة دقيقة للتعامل مع هذه المراكز والهيئات والتواصل معها للاستفادة مما يصدر منها وما تنظمه من ورشات وملتقيات.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

المعاجم:

1. ابن منظور: لسان العرب، الجزء 6، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، 1996.
2. أحمد أبو الحاقة : معجم النفاثس الوسيط، د ط، دار النفاثس للنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2011.
3. أحمد الزاوي: ترتيب قاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، الجزء 1، دار الفكر، د ب ن، د س ن.
4. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية إنجليزي- فرنسي- عربي، د ط، مكتبة لبنان، لبنان، 1982.
5. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية، د ط، د ب ن، 2006.
6. بورون وف بوريلو ، ترجمة سليم حداد: المعجم النقدي لعلم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، 1986، الجزائر.
7. طوني بينيت وآخرون، ترجمة سعيد الغانمي: مفاتيح اصطلاحية جديدة - معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت- لبنان، 2010 .
8. مُجد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان .الأردن، 2014.
9. وضاح زيتون : المعجم السياسي ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن، 2010.
10. ياسر العلوي: معجم المصطلحات السياسية، د ط، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2014.

الكتب:

11. إبراهيم بسبوي حمادة: دور الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، 1993.
12. أحمد ياسين: الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط 1، عمان .الأردن، 2015.
13. إدوين إمري وفيليب أولت، ترجمة إبراهيم سلامة: الاتصال الجماهيري، د ط ، المجلس الأعلى للثقافة، د ب ن ، 2000.
14. أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1990.
15. إسماعيل عبد الفتاح ومحمود منصور هبية: النظم السياسية وسياسات الإعلام، ط 1، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005.
16. إيناس السعيد إبراهيم : السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
17. برتراند بادوي، غي هيرمت، ترجمة عز الدين الخطابي: السياسة المقارنة، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2013.
18. بريختشي كيمب: حوار الأحزاب السياسية - دليل مُيسر الحوار، د ط، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات ، المعهد الهولندي للديمقراطية المتعددة الأحزاب، أوصلو، 2013.
19. بوبكر خلف: منهجية إعداد البحث العلمي الأكاديمي الناجح، ط 1، مطبعة منصور الوادي، الجزائر، 2022.
20. ثامر كامل مُجد الخرزجي: النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
21. جاسم زكرياء: المدخل إلى علم السياسة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018
22. جبار علاوي : الاتصال السياسي، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان .الأردن، 2015.
23. جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية - من القبيلة إلى الفايبيوك -، ط 1، الإمارات العربية المتحدة، 2013.
24. جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع،الأردن، 2015.
25. حارث عبود، ماهر العاني: الإعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2017.
26. حسن عماد مكاي وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1، عربية للطباعة والنشر، القاهرة- مصر، 1997.

27. حسين أمين هندي: دور الأحزاب السياسية بالتأثير في الواقع الاقتصادي، مقرر الأحزاب السياسية وجماعات الضغط، جامعة الجنان، معهد العلوم السياسية، لبنان، 2020.
28. حمدي أبو النور حسن: يورغن هابرماس الأخلاق والتواصل، د ط، التنوير للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، 2016.
29. رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه - أسسه - استخداماته، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2004.
30. رضا أمين: الإعلام الجديد، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015.
31. رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، ط 01، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، القاهرة - مصر، 2017.
32. زكرياء السرتي: الحجاج في الخطاب السياسي المعاصر، ط 1، جدار للنشر والتوزيع، 2014.
33. سعاد الشرفاوي: الأحزاب السياسية - ماهيتها، نشأتها، نشاطها، د ط، مركز البحوث البرلمانية، د ب، 2005، ص 39.
34. سليمان بكركان: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط 1، دار الذاكرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
35. سيف حيدر الحسيني: التسويق السياسي للأحزاب السياسية وتأثيره على إدراك الناخب، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2018.
36. شهيرة بن عبد الله: اشتغال العواطف في الاتصال السياسي الشعبي - مقارنة سيميوتداولية لنماذج من الخطابات السياسية المصنفة "شعبوية" في تونس، كتاب الحجاج والعواطف، ركاز للنشر والتوزيع، 2023.
37. عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، ط 01، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2012.
38. عبد الحليم موسى يعقوب: الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، ط 1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د ب ن، 2014.
39. عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، ط 01، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016.
40. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.
41. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
42. عبد العظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: الإعلام الجديد ومتطلبات التواصل الرقمي، ط 1، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
43. عبد الغفار رشاد القصبي: الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، د ط، مكتبة الآداب، القاهرة، 2007.
44. عبد القادر عرفة: المدينة والسياسة - دراسة في الضروري في الضروري في السياسة لإبن رشد، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.
45. عبد النور ناجي: المخل إلى علم السياسة، د ط، دار العلوم، الجزائر، 2007.
46. علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية، ط 1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2015.
47. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2013.
48. علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، ط 1، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2014.
49. فاروق أبو زيد: مشكلات الاتصال السياسي في مصر، د ط، مركز البحوث والدراسات السياسية، القاهرة، 2000.
50. فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009.
51. فضل الله محمد إسماعيل: الأصول اليونانية للفكر السياسي الغربي الحديث، ط 1، دار الجامعيين للطباعة والتجليد، الإسكندرية - مصر ، 2001.
52. فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط 4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر ، 2013.
53. فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003.
54. كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، ط 1، دار المسيرة للنشر، عمان - الأردن ، 2011.
55. كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، ط 1، المكتب الإسلامي، بيروت -لبنان، 2004.
56. ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

57. مُجّد بن سعود البشر : مقدمة في الاتصال السياسي، ط 02، مكتبة العبيكان، الرياض - السعودية، 2011.
58. مُجّد حمدان المصالحه: الاتصال السياسي الدولي: ط 03، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009.
59. مُجّد سديران: الإعلام الجديد، ط 1، مركز الأهرام للنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة - مصر، 2012.
60. مُجّد طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
61. مُجّد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط 1، دار الشروق، جدة، 1983.
62. مُجّد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 4، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2015.
63. مُجّد علي أبو العلا: فن الاتصال بالجمهير بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، د ب ن، 2014.
64. محمود عكاشة: لغة الخطاب السياسي - دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، ط 1، دار النشر للجامعات، القاهرة، د س ن.
65. مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016.
66. مناف الحمد: التسويق السياسي النظرية والممارسة بين عالمين، د ط، مركز حرمون للدراسات المعاصرة، وحدة الأبحاث الاجتماعية، قطر، 2018.
67. منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2013.
68. مورييس دوفرجيه، ترجمة جورج سعد: المؤسسات السياسية والقانون الدستوري - الأنظمة السياسية الكبرى، د ط، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط 1، 1992، بيروت - لبنان.
69. مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2014.
70. مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط 2، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 2010.
71. مي العيد الله: متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 2020.
72. نبيهة صالح السمراي: مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية، ط 1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014.
73. نصر الدين بوزيان وفضيل دليو: الاتصال السياسي في الجزائر، د ط، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، سلسلة أعمال المنتقيات، الجزائر، 2010.
74. هيدر سيفجني، ترجمة سارة كمال: الإعلام السياسي - مقدمة نقدية، ط 1، مجموعة النيل العربية، القاهرة - مصر، 2018.
75. يوسف تمار: أصول تحليل المحتوى وتقنياته، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
76. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- الأطروحات والمذكرات العلمية:**
77. أحمد بودادة: دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام - دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة مُجّد خيضر بسكرة، الجزائر، 2020.
78. أمال عامر: أثر الاتصال السياسي الاستعراضي من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة على الوعي السياسي لدى الشباب - دراسة تحليلية لبرنامج جورنال القوسطو، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018.
79. جعفر بن صالح: الاتصال السياسي في الجزائر المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئاسة الجمهورية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية الحضارة الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر، 2013.
80. جمال العيفة: الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007.
81. حنان مجاهد: التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لعينة من جمهور صفحات الفاعلين السياسيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، 2019.

82. حورية بو عبد الله: دور الأحزاب في تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر 1997-2012، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم التنظيم السياسي والإداري، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015.
83. خليل سعدي: أساليب الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية على عينة من الفاعلين السياسيين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، الجزائر، 2024.
84. سلمى بورباح: دور مراكز الأبحاث والدراسات في صنع السياسات العامة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011.
85. سليمة راجحي: الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008.
86. عائشة قرة: الأساليب الاتصالية للأحزاب السياسية الجزائرية ودورها في تفعيل المشاركة السياسية -دراسة ميدانية على حزبي FLN و MSP-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد المين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2021.
87. فيحة حيدرة: نظرية الفعل التواصلي عند يورغن هابرماس، مذكرة ماجستير، المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية، تخصص فلسفة، الجزائر، 2008.
88. مولود طيب: أشكال وأسس الممارسات الموصلة للسلطة السياسية في الدولة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران، الجزائر، 2016.
89. نبيلة بوخبرة: تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2007.
90. هشام بوساحية: التسويق السياسي في الجزائر عبر وسائط الإعلام الجديد -دراسة تحليلية لحسابات عينة من الأحزاب الجزائرية على الفيسبوك، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالة، الجزائر، 2023.
91. ياسين عثمان: دور التفاعلية في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الرقمي الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر -بسكرة، الجزائر، 2023.
92. يوسف بوفلجين: الاتصال السياسي عبر الإنترنت قياس مؤشرات أداء صفحات التواصل الاجتماعية -الأحزاب السياسية الألمانية نموذجاً، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018.
- المقالات العلمية**
93. ابتسام بدري: دور الأحزاب السياسية في هندسة التحول الديمقراطي في الجزائر بين واقع الخصوصية وطموح تحقيق التكيف، مجلة المفكر، العدد 09، 2013.
94. إبراهيم يحياوي: الدراسات السابقة أهميتها وكيفية توظيفها في بحوث العلوم الاجتماعية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 1، المجلد 10، 2021.
95. أحمد بوعون: وسائل الإعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 23، ديسمبر 2016.
96. أحمد خميس ومحمد الطيار: استخدام الدين في الحياة السياسية، مجلة السياسة والاقتصاد، العدد 10، المجلد 11، أبريل 2021.
97. إدريس معياش: وسائل الإعلام وعملية الاتصال السياسي، مجلة الدراسات الإفريقية، العدد 1، المجلد 1، 2014.
98. آسية بلخير: الأحزاب السياسية المغاربية والديمقراطية - أزمة ديمقراطية الحزب أم ديمقراطية النظام، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 10، 2017.
99. إلهام بوتلجي: الإعلام الإلكتروني في الجزائر -دراسة نقدية في المرسوم التنفيذي المحدد لممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت 20-332، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد 07، 2021.

100. إلهام بوثلجي: المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة.. من وسائل الإعلام التقليدية إلى الوسائط الجديدة، مجلة متيعة للدراسات الإنسانية، العدد 09، 2018.
101. أمينة بكار وإلهام سوراخ: الاتصال السياسي و أحداث الربيع العربي بين قيود المفهوم ومتطلبات الممارسة، مجلة المفكر، العدد 17، 2018.
102. أمينة عطاء الله: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 04، 2019.
103. أية عاطف أحمد عبد العزيز وآخرون: تأثير تحيز التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية 2020 على تشكيل أنماط الاتصال السياسي، مجلة بحوث، العدد 12، 2021.
104. إيدير شيباني: واقع العلاقات العامة في الأحزاب السياسية الجزائرية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 02، المجلد 01، جانفي 2018.
105. بلقاسم القطعة: اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو الثقة بمؤسسة الجيش -2011- 2020، مجلة سياسات عربية، العدد 51، المجلد 9، 2021.
106. بلقيي فطوم: الأسس المنهجية لتحديد المصطلحات والمفاهيم في البحوث الاجتماعية، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 01، 2022.
107. بوبكر مصطفىوي وأحمد المباركي عباسي: حرية الإعلام والمعالجة الإعلامية للحراك الشعبي في الجزائر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 01، المجلد 13، أفريل 2022.
108. تواتي نور الدين: ماكلوهان مارشال... قراءة في نظرياته بين أمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، 2013.
109. جلال مقورة: الفعل التواصلي عند هابرماس نظرية وتطبيق، مجلة المعيار، العدد 32، المجلد 16، 2013.
110. حسان حناش: الأحزاب السياسية ورهانات التحديث في الجزائر المعاصرة، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 05، أكتوبر 2022.
111. حسني هلاله ومحمد البشير بن طبة: خصائص وسمات الاتصال السياسي الرقمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون- دراسة تحليلية لتغيراته على منصة تويتر، مجلة المعيار، العدد 04، 2023.
112. حمدية موحان محمود: المنهج المقارن (الموازن) وحاجة العربية إليه، مجلة كلية العلوم الإسلامية، العدد 33، بغداد، 2013.
113. خالد بومخيلة: واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي -دراسة حالة الجزائر-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 04، أكتوبر 2021.
114. رابح الصادق: الأنترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2007.
115. رزقي خليفي، هجيرة شيقارة: منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، العدد 23، ديسمبر 2017.
116. رشيد بن راشد، حسنية بلحاج: مقارنة الحتمية التكنولوجية -دراسة تحليلية تاريخية، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، العدد 04، المجلد 07، 2019.
117. زندا بوسعيد: التغير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام -قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسولوجيا، العدد 01، المجلد 01، جوان 2016.
118. الزبير بولعناصر ونور الدين حاروش: السلطة والنخبة داخل الأحزاب السياسية الجزائرية -1962- 2019-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 01، المجلد 05، جانفي 2022.
119. سحر خليفة الجبوري: الإعلام البديل الواقع والأفاق، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، العراق، 2016.
120. سفيان ساسي: سوسولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 03، المجلد 10، 2017.
121. سلوى بن جديد: الحراك السياسي في الجزائر في ضوء الإطار النظري للديمقراطية، مجلة دفاتر المتوسط، العدد 03، المجلد 05، 2020.
122. سماح سهيلية وفرحات محي الدين: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك في الوسط الطلابي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 04، جوان 2020.

123. سميرة قنيش: ترجمة الإيديولوجيا في الخطاب السياسي، مجلة معالم، العدد 02، المجلد 14، 2021.
124. سهى يونس إسماعيل، طاهر حسو زيارى: نظرية المجال العام عند هابرماس دراسة تحليلية، مجلة لارك، العدد 4، 2022.
125. سهيلة دهماني وليندة صيمود: خاصية البث المباشر و Audience-u في البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة مصداقية، العدد 01، 2021.
126. شكري عاشور السويدي، إيهاب عطية الفاسي: الحزب السياسي وتأثيره في النظم البرلمانية، مجلة المنارة العلمية، العدد 2، 2021.
127. صحراوي بن شيحة وآخرون، دور الاتصال والتسويق السياسي في تعديل المسار التقليدي لحملة الدعاية أثناء الحملة الانتخابية، مجلة Les Cahiers du mecas، العدد 01، المجلد 05.
128. عبد الجليل ساقني: اللغة العربية في الجزائر- قراءة سوسولوجية، مجلة آفاق علمية، العدد 03، 2018.
129. عبد الرؤف مشري: شبكة فيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، المجلد 23، 2022.
130. عبد الرؤوف مسعودي: التنشئة السياسية وأثرها على واقع المشاركة السياسية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، المجلد 08، ديسمبر 2023.
131. عبد القادر عرابي: السلطة السياسية من منظور الحوكمة مفهوم قديم ومقاربة جديدة- أية علاقة؟، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14، 2018.
132. العربي بوعمامة وعيسى عبيدي نورية: الخطاب السياسي والإقناع مقارنة مفاهيمية، مجلة passerelle، العدد 01، المجلد 07، 2018.
133. العربي بوعمامة ومُجد مساهل: الاتصال السياسي في ظل الوسائط الجديدة في تجدد المفاهيم والوظائف مقارنة معرفية، مجلة التراث، العدد 29، المجلد 1، ديسمبر 2018.
134. عفاف عبد الله أحمد إسماعيل: دور الواتس آب في تعزيز العلاقات الاجتماعية خلال جائحة كورونا، المجلة الجزائرية للاتصال-دراسة ميدانية على عينة من مواطني الدول العربية، العدد 02، المجلد 20، 2021.
135. علي سعدي عبد الزهرة جبير: التسويق السياسي المفهوم والأبعاد، مجلة مدارات للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 03، 2021.
136. عماد لبيد: الإعلام الجديد والآفاق الجديدة للتعنبة السياسية والممارسات الديمقراطية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 06، 2018.
137. عمر العرابوي ومُجد أرازاي: إشكالية المرأة في الفكر العربي الإسلامي " رؤية مالك بن نبي نموذجاً"، الناصرية للبحوث الاجتماعية والتاريخية، العدد 01، 2011.
138. عمر بوعسيرة: التعددية الإعلامية وآليات حمايتها في ضوء القانون العضوي رقم 05/12، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد 2، المجلد 1، 2015.
139. عمراني كربوسة وسهام زروال: الإصلاحات السياسية في الجزائر بعد 2011، مجلة المعيار، العدد 49، المجلد 24، 2020.
140. عمراني كربوسة: المجتمع المدني في ظل الحراك العربي الراهن.. أي دور؟، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014.
141. عيسى يونس، سامية شينار، عائشة عماري: العينة وأسس المعاينة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد 07، ديسمبر 2021.
142. غنية شليغم: دور تنظيمات المجتمع المدني في تكريس المشاركة السياسية، دفا تر السياسة والقانون، العدد 02، 2009.
143. فادي مُجد جديد: دور الأحزاب السياسية في عملية التنمية السياسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 2، المجلد 37، 2021.
144. فارس لونيس: الهوية في خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية - سياسات هوية أم توظيف سياسي، دار المنظومة، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 25، 2021.
145. فايزة عمايدية: المرجعية التاريخية للأحزاب السياسية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 01، المجلد 10، 2023.
146. فضيل دليو: منهج التحليل المقارن الكيفي - تصور كيفي بمنحى تكمي، مجلة دفا تر السياسة والقانون، العدد 12، المجلد 12، 2020.
147. فواز بورواجة: توظيف الصورة السياسية الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عبر شبكة فيسبوك، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 03، ديسمبر 2019.

148. فوزية قاسي وعربي بومدين: العلاقة بين الجيش والسلطة السياسية في الجزائر- بين حكم الواقع وتحديات نزع الطابع العسكري، مجلة سياسات عربية، العدد 19، مارس 2016.
149. قاسم حسين السعدي: إستراتيجية التسويق السياسي في التنافس الانتخابي، مجلة بابل للعلوم الإنسانية، العدد 04، جامعة بابل، 2019.
150. قوري ستي وجلطي غالم: الإصلاحات السياسية والاقتصادية في الجزائر بين متطلبات الواقع وحتمية التغيير، مجلة المنهل الاقتصادي، العدد 01، المجلد 04، جوان 2021.
151. قوي بوحنية وهبة لعوادي: إصلاح قانون الأحزاب السياسية الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 12، المجلد 07، 2015.
- هشام دراجي: محاولات الإصلاح السياسي، مجلة الحقوق والحريات، العدد 1، المجلد 5، 2019.
152. كريم هجرسي ونسيم بملول: صون السيادة في العقيدة الوطنية الجزائرية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، 2022.
153. لامية طالة: الاتصال السياسي ووسائل الإعلام- قراءة تحليلية في جدلية العلاقة، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد 01، 2022.
154. ماجد عبد الفتاح مُجَّد بخاري: أسباب سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي-تويتر أموذجا، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 04، 2018.
155. مبارك فريطاس وسيمرة لغويل: الأحزاب السياسية ورهان الثقافة السياسية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، المجلد 14، ديسمبر 2021.
156. مُجَّد البشير أحمودة، مُجَّد منير حساني: دور الجيش الوطني الشعبي في النظام السياسي في ظل التحولات الإيديولوجية للدولة الجزائرية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، 2021.
157. مُجَّد البشير بن طبة: تحليل المحتوى في بحوث الاتصال - مقارنة في الإشكاليات والصعوبات- مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 14/13، ديسمبر 2015.
158. مُجَّد الطيب حمدان: دور المجتمع المدني في المساهمة في التنمية وصنع السياسات العامة في الدول النامية، مجلة المفكر، العدد 02، المجلد 6، 2011.
159. مُجَّد الطيب سكيرفة: التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 04، المجلد 13، 2021.
160. مُجَّد حاج قاسي: التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة الاقتصاد والإدارات العمومية، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 2، 2022.
161. مُجَّد رزين والعربي بوعمامة: واقع الاتصال السياسي في الجزائر- مقارنة تحليلية للحظة الحراك الشعبي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 1، المجلد 6، 2020.
162. مُجَّد زكرياء خراب: ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 02، المجلد 02، 2019.
163. مُجَّد عبد المجيد أبو سعيد: الاتصال السياسي والأخلاق: ضدان لا يلتقيان، مناهج تفسير القرآن الكريم بين التقليد والتجديد، العدد 28، 2010.
164. مروة السعيد مغازي: دور الأحزاب السياسية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية-جامعة الفيوم، العدد 17، أكتوبر 2011.
165. مصطفى بلعور ومصعب شنين: إشكالية عمل المنظمات الدولية غير الحكومية في دول الحراك العربي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 15، جوان 2015.
166. مصطفى ثابت: نظرية الفضاء العمومي وتجليات الديمقراطية الإلكترونية في الوطن العربي، ألف اللغة والإعلام والمجتمع، العدد 4، المجلد 9، 2022.

167. منتصر مجيد حميد، أسامة عبد علي خلف: دور النخب السياسية في التحول الديمقراطي - أنماط ونماذج، مجلة حوليات آداب عين شمس، المجلد 48، مارس 2019.
168. مها محمد فتحي: تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 03، المجلد 20، 2021.
169. مهمل بن علي: الاتصال السياسي وتفعيل الأداء الحزبي في الجزائر، مجلة الصورة والاتصال، العدد 05، 2016.
170. نبيلة بوخزة: نماذج الاتصال السياسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، جوان 2014.
171. نصر الدين لعياضي: إشكالية الفضاء العمومي والتلفزيون في الدول العربية، الصورة والاتصال، العدد 1، 2012.
172. نصر الدين لعياضي: مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الإستمولوجيا والأيدولوجيا، إضافات، العدد 30، 2015.
173. نفيسة زريق: الأحزاب السياسية في المنطقة العربية - بحث في مقاربات الأزمة وإمكانية إصلاح الاختلالات، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 03، المجلد 10، الجزائر.
174. نور الدين دحمان: سيميائية الخطاب السياسي في الجزائر - قراءة سيميولوجية للشعار والصورة الموظفة من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية في موقع فيسبوك، مجلة جسور المعرفة، العدد 03، 2019.
175. نور الدين هميسي: الخارطة النظرية للبحث في الاتصال السياسي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 1، المجلد 11، 2017.
176. هشام زغاشو وأمير وحشي: منهجية البحث في السياسة المقارنة - دراسة نظرية في المفهوم والأهداف وأساليب التحليل، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، العدد 5، 2018.
177. هشام صويلح: أثر منهجية تحليل الخطاب في تطوير الدراسات الإعلامية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 2، المجلد 8، 2020.
178. وليد بن عبو: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية... نظرة في الاستخدامات - دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 01، 2018.
179. ياسين فغفاع: الإعلام السياسي، أي علاقة بين الإعلام والأحزاب السياسية بالجزائر، مجلة الرواق، العدد 03، جوان 2016.
180. ياسين قرناي: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة - بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 01، المجلد 08، جانفي 2014.
181. يوسف بومشعل: دور الاتصال السياسي في ترقية قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري: مجلة أفاق للعلوم، العدد 3، المجلد 5، 2020.
182. يوسف بومشعل: واقع الاتصال السياسي في الجزائر - من الأحادية السياسية إلى التعددية السياسية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 04، المجلد 10، ديسمبر 2018.
183. يوسف ولد النية: الحجاج في الخطاب السياسي قراءة في أساليب الإقناع، مجلة المعيار، العدد 45، المجلد 23، 2019.
- الملتقيات العلمية**
184. إيمان علي عون، رولا عبد الرحمن الجمل: أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد... لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أبريل 2009.
- القوانين والمراسيم**
185. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية، العدد 01، 14 جانفي 2012.
186. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 04/14 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 24 فيفري 2014، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.
187. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي رقم 23/14 المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 27 أوت 2023، الجريدة الرسمية، العدد 56، 29 أوت 2023.

188. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المرسوم التنفيذي 332/20 المتعلق بممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت والمؤرخ في 22 نوفمبر 2020، الجريدة الرسمية، العدد 70، 25 نوفمبر 2020.
189. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون عضوي رقم 12-04 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 13 يناير سنة 2012، يتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، 25 أفريل 2016، متاح على <https://bit.ly/4dhsvSD> مواقع الإنترنت
190. D W: رئيس حركة "حمس" المحسوبة على الإخوان يترشح لرئاسيات الجزائر، 25 ماي 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 16:07، متاح على الرابط <https://bit.ly/3Lz2mTV>
191. France 24: الجزائر "حركة مجتمع السلم" تطلق حملة "ألا" للتصويت على الدستور الجديد، 29.09.2020، تم التصفح يوم 02 جويلية 2024، على الساعة 11:22، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dRd97q>
192. أبو بكر خالد سعد: الخيار اللغوي والسياسة في التعليم بالجزائر، صدى، 20.06.2023، تم التصفح يوم 11 جويلية 2024، على الساعة 03:18، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dNWku1>
193. أحمد الشيخ: ثقافت هابرماس والسقوط الأخلاقي، الجزيرة، 20 نوفمبر 2023، تم التصفح يوم 6 جويلية 2024، على الساعة 23:48، متاح على الرابط <https://bit.ly/3UebWjv>
194. الإذاعة الجزائرية: بلفريطس: الانتهاء من 12 مشروع رقمنة قطاع التربية قبل جوان القادم، 26.03.2024، تم التصفح يوم 1 أوت 2024، على الساعة 10:10، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/42821>
195. الإذاعة الجزائرية: حزب جبهة القوى الاشتراكية يعلن مشاركته في رئاسيات سبتمبر القادم، 25/05/2024، تم التصفح يوم 1 جوان 2024، على الساعة 10:01، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/46140>
196. الإذاعة الجزائرية: رئيس الجمهورية- صادرات الجزائر خارج الحروفات تقارب ال 13 مليار دولار، 11.07.2023، تم التصفح يوم 27 جوان 2024، على الساعة 10:18، متاح على الرابط <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/29060>
197. إسلام زعيل: الأيديولوجيا مقابل البراغماتية في السياسة الخارجية الأمريكية، مجلة عربي، 08 ديسمبر 2021، تم التصفح يوم 11 أفريل 2024، على الساعة 11:37، متاح على الرابط <https://bit.ly/4eUXxC>
198. أماني المهدي: المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي- معايير التشكل والمعوقات، المركز الديمقراطي العربي، 20 مارس 2018، تم التصفح يوم 11 فيفري 2024، على الساعة 11:11، متاح على الرابط <https://democraticac.de/?p=53184>
199. الأناضول: برلمان الجزائر.. تمثيل النساء يتراجع والمتهم قانون الانتخاب (تقرير)، 25.06.2021، تم التصفح يوم 30 جويلية 2024، على الساعة 09:39، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dnxNw9>
200. أوشن سمية: نماذج ونظريات صنع السياسة العامة واتخاذ القرار، تم التصفح يوم 20 جوان 2021، على الساعة 21:15، متاح على الرابط <https://bit.ly/3AQTFlw>
201. نور الدين بكيس: جمهورية الفيسبوك في الجزائر، الميادين، 2023، تم التصفح يوم 18 سبتمبر 2024، على الساعة 16:31، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YcGRxX>
202. بدايات: حسين آيت أحمد- حقوق الإنسان ناقصة دون حقوقه الاقتصادية والاجتماعية، 2016، تم التصفح يوم 19 جويلية 2024، على الساعة 14:02، متاح على الرابط <https://bidayatmag.com/node/694>
203. الجزائر الجديدة: حمس تتحرك لتعديل قانون الانتخابات، 31.03.2024، تم التصفح يوم 21 جوان 2024، على الساعة 11:47، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YdaBfP>
204. الجزيرة: الزراعة في الجزائر.. تجارب لتحقيق الاكتفاء الذاتي وتحديات تقنية مناخية، 18.02.2023، تمت الزيارة يوم 16 جوان 2024، على الساعة 16:42، متاح على الرابط <https://bit.ly/4hdXmSY>

205. الجزيرة: حزب التجمع الوطني الديمقراطي الجزائري، 2016/06/15، تم التصفح يوم 3 جوان 2024، على الساعة 6:03 متاح على الرابط <https://bit.ly/4drMGOv>
206. الجزيرة: موقع إكس (تويت) .. العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، فيفري 2024، تم الاطلاع يوم 30 سبتمبر 2024، على الساعة 09.36، متاح على الرابط <https://bit.ly/3NxxaVY>
207. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الحزب السياسي، وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، مارس 2016، تم التصفح يوم 23 جويلية 2024، على الساعة 22.53، متاح على الرابط <https://bit.ly/3UgjfYd>
208. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئيس الجمهورية يشرف على افتتاح لقاء الحكومة - الولاية، 19. 01. 2023، تم التصفح يوم 19 جويلية 2024، على الساعة 00:11، متاح على الرابط <https://bit.ly/4h4rVe1>
209. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: سلطات وصلاحيات رئيس الجمهورية، 2021، تم التصفح يوم 25 جويلية 2024، على الساعة 18:16، متاح على الرابط <https://www.el-mouradia.dz/ar/president/duties>
210. دليل الجزائر الشامل: الأحزاب السياسية في الجزائر الصفحة الرئيسية، سبتمبر 2018، تم الاطلاع 22 مارس 2024، على الساعة 12.02، متاح على الرابط <https://bit.ly/47Ou0Xa>
211. سكاى نيوز عربية: الافتتاح الرسمي في الجزائر لثالث أكبر مسجد في العالم، 25. 02. 2024، تم التصفح يوم 3 جويلية 2024، على الساعة 08: 57، متاح على الرابط <https://bit.ly/3WNDP3J>
212. سمية يوسف: كل شيء عن رفع الأجور والقدرة الشرائية، جريدة الخبر، 6. 11. 2023، تم التصفح يوم 29 جويلية 2024، على الساعة 19: 31، متاح على الرابط <https://www.elkhabar.com/press/article/236184>
213. الشعب أونلاين: بداري يؤكد على ضرورة جعل الجامعة قاطرة للاقتصاد الوطني، 14. 01. 2024، تم التصفح يوم 1 أوت 2024، على الساعة 10: 36، متاح على الرابط <https://bit.ly/3Wz8vVf>
214. صحيفة الشرق الأوسط: الجزائر: تبون يشدد على مواصلة القضاء "التصدي للإجرام والفساد"، 6. 11. 2023، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 10: 27، متاح على الرابط <https://bit.ly/3WHYVjX>
215. صحيفة العرب: أحزاب جزائرية تخرج من الظل السياسي عبر حرب غزة، 26. 10. 2023، تم التصفح يوم 6 جويلية 2024، متاح على الرابط <https://bit.ly/4cV8Wjj>
216. صحيفة العرب: افتتاح جزائري على الإعلام الأجنبي لتحسين صورة النظام قبل الانتخابات، 09. 12. 2023، تم التصفح يوم 11 جويلية 2024، على الساعة 23:08، متاح على الرابط <https://bit.ly/4hdzjn8>
217. عباس ميموني: الجزائر .. 4 أحزاب موالية تؤسس ائتلافا لدعم " مرشح وطني" بالرناسيات، 24 ماي 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 14:17، متاح على الرابط <https://bit.ly/3y6kJMP>
218. عبد الكريم حدافة: خصّمت مليار دولار لتنمية أفريقيا .. ماذا تستفيد الجزائر وما أولوياتها؟، الجزيرة، 24. 02. 2023، تم التصفح يوم على الساعة 11: 11، 26 جويلية 2024، متاح على الرابط <https://bit.ly/4fdSL2t>
219. العربي الجديد: قلق سياسي من مؤشرات الاقتصاد وتآكل القدرة الشرائية في الجزائر، 20. 01. 2024، تم التصفح يوم 29 جوان 2024، على الساعة 22:00، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dmy2Ya>
220. فاطمة الزهراء مُجّد السيد: استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية- تحافت التحليل وتجاهل الواقع، مركز الجزيرة للدراسات، جانفي 2017، تم التصفح يوم 25 جويلية 2023، على الساعة 04: 21، متاح على الرابط <https://bit.ly/3YdRbFN>
221. مُجّد صبار: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، مجلة سُبل، العدد 17، جانفي 2023، تم التصفح يوم 18 جوان 2024، على الساعة 18: 24، متاح على الرابط <https://subulmagazine.com/?p=4040>
222. مُجّد هواري: جزائريون يفتشون عن أحوال التعريب في بلادهم، إنديبننت عربية، 17. 04. 2024، تمت التصفح يوم 15 جويلية 2024، على الساعة 11:06، متاح على الرابط <https://bit.ly/3SQvPMO>

223. المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري: تسريع الرقمنة الشاملة لكل القطاعات: خبراء يثمنون قرارات رئيس الجمهورية، 19. 02. 2024، تم التصفح يوم 27 جويلية 2024، على الساعة 00:12، متاح على الرابط <https://bit.ly/3ye1xga>
224. نصر الدين لعياضي: الإعلام الجزائري وسيقات الانتقال من النموذج التعبوي إلى موالاة السلطة، مركز الجزيرة للدراسات، 30 ماي 2024، تم التصفح يوم 11 سبتمبر 2024، على الساعة 12:03، متاح على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5937>
225. نصر الدين لعياضي: التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، 6 ديسمبر 2021، تم التصفح يوم 18 جويلية 2024، على الساعة 19:00، متاح على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5226>
226. وكالة الأنباء الجزائرية: الأمن الغذائي في صلب أولويات الدولة في 2023 مع دعم متعدد الأشكال للفلاحين، 1. 01. 2024، تم التصفح يوم 28 جويلية 2024، على الساعة 10:39، متاح على الرابط <https://bit.ly/4dRhDeg>
227. وكالة الأنباء الجزائرية: الانتخابات الرئاسية المقبلة: أسباب ودوافع الإعلان، 22 مارس 2024، تم التصفح يوم 1 جويلية 2024، على الساعة 12:04، متاح على الرابط <https://bit.ly/4f9SHj4>
228. وكالة الأنباء الجزائرية: البنية التحتية للاتصالات- الجزائر تسجل قفزات نوعية خلال السنوات الأخيرة، سبتمبر 2023، تم التصفح يوم 5 أوت 2024، على الساعة 19:40، متاح على الرابط <https://bit.ly/4f5kEzS>
229. وكالة الأنباء الجزائرية: المجلس الأعلى للغة العربية يحتفي باليوم العالمي للغة الأم بالجزائر العاصمة، 21. 02. 2024، تم التصفح يوم 7 جويلية 2024، على الساعة 04:11، متوفر على الرابط <https://bit.ly/48kKHda>

#### المراجع باللغة الأجنبية

230. Adriana Manago, Michel B, Graham and others, **Self-presentation and gender on MySpace**, Journal of Applied Developmental Psychology. Vol 29, No 6, 2008, p 449.
231. Alian touraine : **Communication Politique et crise de la représentativité**, Hermès la Revue, n °1, 4, 1989.
232. AMAZIGH 24: **100 millions d Amazighs dans le monde**, 2024, visite le 10.07.2024, A 18 : 22, Disponible sur le lien <https://amazigh24.com/guide/100-millions-damazighs-dans-le-monde>
233. Backlinko Team : **Facebook User et Growth Statistics**, 2024, Visited on 4.09.2024, At 21.31, Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>
234. Backlinko Team, Op Cit, Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>
235. Bardeau G: **traite de sciences politique in bertrand badie**: Les développement politique, 5<sup>ème</sup> édition, economica, paris, 1994.
236. Barry Wellman and others: **Computer Networks As Social Networks- Collaborative Work Telework and Virtual Community**, Annual Review of Sociology, vol 22, 1996.
237. Bart Cammaerts: **Critiques on the participatory potentials of Web 2.0**, Communication, culture & critique, vol 1, n° 4 ,2008.
238. Danah m. boyd, Nicole B. Ellison : **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 2008.
239. Daniel Louis: **Les partis politiques**, Armand Colin, Paris, 2000.
240. Davis Jenny : **Social Media- The International Encyclopedia of Political Communication**, Australian, 2016.
241. Délber Andrade lage, Leonardo nemer caldeira brant: **The Growing Influence of Non-Governmental Organizations: Chances and Risks**, anuário brasileiro de direito internacional, January 2008.
242. DN Algérie: **Diaspora quel est le nombre des Algeriens de France en 2024 ?**, le 9.02.2024, visite le 10.07.2024, A 22 : 22, Disponible sur le lien <https://bit.ly/4dAtePa>
243. Dominique Wolton : **La communication politique – construction d'un modèle** , Hermès ,N° 4, 1989.
244. Empfohlene Zitierung : **Political Symbolism** , In F. M. Moghaddam (Ed.), The SAGE Encyclopedia of Political Behavior, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2017.
245. Erving Goffman : **The presentation of self everyday life**, University of Edinbuegh social sciences resarch centre, 1956.
246. Gilat levy: **Amodel of political parties** ,the journal of economic theory, 2003.

247. Godefroy dang nguyen, Virginie Lethias: **impact des réseaux sociaux sur la sociabilité- Le cas de facebook-**, Dans Réseaux, N 195.
248. Jingjing Gu : **Social Media Affects the Way of communication**, BCP Education et psychology, vol 7, 2022.
249. Lynda Lee Kaid: **Political communication research**, lawrence erlbaum associates, publishers, Mahwah, New Jersey, London, 2004.
250. Mary Hawkesworth, Maurice Kogan: **Encyclopedia of government and politics** , Encyclopedia of government and politics, Volume 1, British Library Cataloguing in Publication Data, 1992.
251. Matthew Bolton, Thomas Nash: **The role of middle power-NGO- Coalitions in Global policy- the case of the cluster munitions Ban**, Global policy, volume 1, may 2010.
252. Mourad Bektache : **Officialisation de la langue amazighe en Algérie –impact sur les attitudes et représentations sociolinguistiques de quelques locuteurs algériens**, Multilinguales , 31.12.2018, visite le 13.07.2024, A 19 : 42, Disponible sur le lien <https://journals.openedition.org/multilinguales/3764> , DOI <https://doi.org/10.4000/multilinguales.3764>
253. Murtuza SHahzad and others: **Predicting Facebook sentiments towards research**, Natural Language Processing Journal, Vol 3, June 2023 DOI <https://doi.org/10.1016/j.nlp.2023.100010>
254. One- way Anova : **Statistics** , Laird, visited on 22. 07. 2024, At 06: 06, available at the link <https://bit.ly/40dqi7y>
255. Organimi : **Facebook s Organizational Structure**, 2024, Visited on 4.09.2024, At 23.33, Available at link <https://www.organimi.com/organizational-structures/facebook/>
256. Paul Haridakis, Gary Hanson: **Social Interaction and Co-Viewing With YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection**, Journal of broadcasting et electronic Media, May 2009.
257. Paul Hitlin, Lee Rainie : **Facebook Algoriyhms and personal Data**, pew Research Center, January 2019.
258. Penni Janice: **The Online Evolution of Social Media- An Extensive Exploration of a Technological Phenomenon and its Extended Use in Various Activities**, Masters thesis, University of Huddersfield, 2015.
259. Peter Dahlgren : **The internet –Public Spheres and Political communication – Dispersion and deliberation**, political communication, vol 22, 2005.
260. Philippe Breton: **l'argumentation dans la communication** , Alger Editions du Casbah, , Alger, 1998.
261. Rym Nasri: **Internet – forte progression** , **Le Soir D Algérie**, 04-03-2024, Consulte Le 25-04- 2024, a la 10 :42 .<https://www.lesoirdalgerie.com/actualites/internet-forte-progression-en-algerie-113558>
262. Seyla Benhabib.: **Situating the self: Gender, community and postmodernism in contemporary ethics**, Psychology Press, 1992.
263. Sikana Tanupabrungsun, Jeff Hemsley: **The Text and Images of the GOPDebate- What the Public is "Talking" About on Instagram**, i Conference, 2016.
264. Silva Marcos and others: **What is There in a Like? Political Content in Facebook and Instagram in The 2019 Valencian Regional Election**, Institutio Alfons Managnanim, 2020, P 87 , DOI <http://doi.org/10.28939/iam.debats-en.2020-5>
265. Simon Kemp: **Digital 2024- Algeria**, 23-02- 2024, Reviewed on 25- 03- 2024, at 17:41. <https://bit.ly/4dV5bKH>
266. Sohia hadibi, samir berkani, hamid fechit : **La stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux The digital communication strategy on social networks**, Revue internationale de la performance économique, vol 4, 2021.
267. Tahar Ouchiha: **Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie- Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook**, Communication, Vol 35, N°2 , DOI <https://doi.org/10.4000/communication.8846>
268. Wilhelm Hofmeister, Karsten Grabow : **Political Parties Functions and Organisation in Democratic Societies**, Konrad Adenauer Stiftung, Singapore, 2011.

جدول يوضح قائمة مجتمع الدراسة

اسم الحزب ورمزه	قيادة الحزب	الاسم الرسمي لصفحة الحزب الفيسبوك	عدد متابعي صفحة الحزب	رابط صفحة الحزب على الفيسبوك
التجمع الوطني الديمقراطي	مصطفى يحي	التجمع الوطني الديمقراطي - RND	184 ألف	<a href="https://www.facebook.com/rnd.algerie?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/rnd.algerie?mibextid=ZbWKwL</a>
حركة مجتمع السلم	عبد العالي حساني	حركة مجتمع السلم - حماس	136 ألف	<a href="https://www.facebook.com/HmsDz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/HmsDz?mibextid=ZbWKwL</a>
حزب العدل والبيان	نعيمة صالح	السيدة نعيمة لغليمي رئيسة حزب العدل والبيان	125 ألف	<a href="https://www.facebook.com/pepsalhi?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/pepsalhi?mibextid=ZbWKwL</a>
جبهة المستقبل	فاتح بوطيق	جبهة المستقبل Front El Moustakbal	78 ألف	<a href="https://www.facebook.com/parti.fm?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/parti.fm?mibextid=ZbWKwL</a>
جبهة التحرير الوطني FLN	عبد الكريم بن مبارك	حزب جبهة التحرير الوطني - الصفحة الرسمية	67 ألف	<a href="https://www.facebook.com/flnz.fb?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/flnz.fb?mibextid=ZbWKwL</a>
التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية	محسن بلعباس	Rassemblement pour la Culture et la Démocratie	59 ألف	<a href="https://www.facebook.com/RCDdz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/RCDdz?mibextid=ZbWKwL</a>
جيل جديد	جيلالي سفيان	جيل جديد - Jil Jadid	53 ألف	<a href="https://www.facebook.com/JilJadid.dz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/JilJadid.dz?mibextid=ZbWKwL</a>
جبهة القوى الاشتراكية	يوسف أو شيش	Front des forces socialistes	38 ألف	<a href="https://www.facebook.com/ffs.dz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/ffs.dz?mibextid=ZbWKwL</a>
حزب العمال	لويزة حنون	Parti des travailleurs Akabar Lxeddamen حزب العمال	22 ألف	<a href="https://www.facebook.com/pagofficiellept?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/pagofficiellept?mibextid=ZbWKwL</a>
جبهة العدالة والتنمية FJD	عبد الله جاب الله	جبهة العدالة والتنمية	21 ألف	<a href="https://www.facebook.com/eladala.org?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/eladala.org?mibextid=ZbWKwL</a>
جبهة النضال الوطني	عبد الله حداد	جبهة النضال الوطني - Fmn	20 ألف	<a href="https://www.facebook.com/FMN.ALGERIE.dz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/FMN.ALGERIE.dz?mibextid=ZbWKwL</a>
حركة النهضة	يزيد بن عائشة	حركة النهضة - الصفحة الرسمية	19 ألف	<a href="https://www.facebook.com/nahdadz01?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/nahdadz01?mibextid=ZbWKwL</a>
الحركة الديمقراطية الاجتماعية	فتحي غراس	Mouvement Démocratique et Social	13 ألف	<a href="https://www.facebook.com/MouvementDemocratiqueSocial?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/MouvementDemocratiqueSocial?mibextid=ZbWKwL</a>

		الحركة الديمقراطية الاجتماعية		
<a href="https://www.facebook.com/PST-DZ?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/PST-DZ?mibextid=ZbWKwL</a>	11 ألف	Parti Socialiste des Travailleurs –PST- حزب العمال الاشتراكي	محمود رشيدى	حزب العمال الاشتراكي
<a href="https://www.facebook.com/elkarama.p?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/elkarama.p?mibextid=ZbWKwL</a>	9,4 ألف	حزب الكرامة الجزائري	مُجَّد بن حمو	حزب الكرامة
<a href="https://www.facebook.com/binaa.alger.est?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/binaa.alger.est?mibextid=ZbWKwL</a>	8 ألف	حركة البناء الوطني – الجزائر شرق	عبد القادر بن قرينة	حركة البناء الوطني
<a href="https://www.facebook.com/pund.algeria?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/pund.algeria?mibextid=ZbWKwL</a>	7 ألف	حزب الوحدة الوطنية والتنمية- الصفحة الرسمية	مُجَّد ضيف	حزب الوحدة الوطنية والتنمية
<a href="https://www.facebook.com/MP-Algerie?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/MP-Algerie?mibextid=ZbWKwL</a>	7 ألف	Mouvement populaire Algérien MPA	بربارة الشيخ	الحركة الشعبية الجزائرية
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100067493004223&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100067493004223&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	4,8 ألف	جبهة الحكم الراشد	عيسى بلهادي	جبهة الحكم الراشد
<a href="https://www.facebook.com/elisah.algeria?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/elisah.algeria?mibextid=ZbWKwL</a>	4,1 ألف	حركة الإصلاح الوطني – ح.إ.و- الجزائر	فيصل بوسدرارية	حركة الإصلاح الوطني
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069442246427&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069442246427&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	2,5 ألف	الجبهة الوطنية الجزائرية	موسى تواتي	الجبهة الوطنية الجزائرية FNA
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069359433025&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069359433025&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	2 ألف	الصفحة الرسمية حركة الإنفتاح	عمر بوعشة	حركة الانفتاح
<a href="https://www.facebook.com/pvnparti?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/pvnparti?mibextid=ZbWKwL</a>	1,7 ألف	حزب النصر الوطني Parti de la Victoires Nationale الصفحة الرسمية	محفوظ عدول	حزب النصر الوطني
<a href="https://www.facebook.com/u.c.p.m.sila?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/u.c.p.m.sila?mibextid=ZbWKwL</a>	1,1 ألف	الاتحاد من أجل التغيير والرقي – Union Pour Le Changement et la progrès	زوييدة عسول	الاتحاد من أجل التغيير والرقي
<a href="https://www.facebook.com/TAJ-Constantine?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/TAJ-Constantine?mibextid=ZbWKwL</a>	1,1 ألف	تجمع أمل الجزائر – تاج قسنطينة	فاطمة الزهراء زرواطي	تجمع أمل الجزائر (تاج)
<a href="https://www.facebook.com/halimibaghdadavocat?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/halimibaghdadavocat?mibextid=ZbWKwL</a>	798 متابع	الحزب الجزائري من أجل الحرية والديمقراطية	بغدادى حليمي	الحزب الجزائري من أجل الحرية والديمقراطية
<a href="https://www.facebook.com/algerieufds?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/algerieufds?mibextid=ZbWKwL</a>	796 متابع	حزب إتحاد القوى الديمقراطية والاجتماعية	مُجَّد باشوش	اتحاد القوى الديمقراطية
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100068635492150&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100068635492150&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	746 متابع	حزب الحرية والعدالة Parti de la Liberte et de la justice	مُحَمَّد أو سعيد	حزب الحرية والعدالة

		الصفحة الرسمية		
<a href="https://www.facebook.com/PARTIE.ELWASSIT?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/PARTIE.ELWASSIT?mibextid=ZbWKwL</a>	664 متابع	الصفحة الرسمية لحزب الوسيط السياسي	أحمد لعروسي روبيات	الوسيط السياسي MP
<a href="https://www.facebook.com/PRD1dz?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/PRD1dz?mibextid=ZbWKwL</a>	649 متابع	حزب التجديد والتنمية - المكتب الوطني	أسير طيبي	حزب التجديد والتنمية
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100068931197270&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100068931197270&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	593 متابع	جبهة الجزائر الجديدة	أحمد بن عبد السلام	جبهة الجزائر الجديدة
<a href="https://www.facebook.com/mouvemne?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/mouvemne?mibextid=ZbWKwL</a>	565 متابع	الحركة الوطنية للأمل	محمد هادف	الحركة الوطنية للأمل
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100064919851259&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100064919851259&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	400 متابع	جبهة المواطنين الأحرار Front des citoyens libre	نجمة وجدي	جبهة المواطنين الأحرار
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069246968011&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069246968011&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	379 متابع	حزب الشباب الديمقراطي	سليم خلفة	حزب الشباب الديمقراطي
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069380132281&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069380132281&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	286 متابع	حزب التجديد الجزائري - الصفحة الرسمية	كمال بن سالم	حزب التجديد الجزائري
<a href="https://www.facebook.com/THSETIF?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/THSETIF?mibextid=ZbWKwL</a>	271 متابع	حزب طلائع الحريات	رضا بن ونان	طلائع الحريات
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069423796703&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069423796703&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	268 متابع	حزب الخط الأصيل - Pva	عبد الرحمان سلام	حزب الخط الأصيل
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100064845831086&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100064845831086&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	253 متابع	Party Fadle . الجبهة الجزائرية للتنمية والحرية والعدالة	الطيب ينون	الجبهة الجزائرية للتنمية والحرية والعدالة
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100076134316856&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100076134316856&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	231 متابع	حزب الحركة الوطنية للعمال الجزائريين	سالم حديدي	الحركة الوطنية للعمال الجزائريين
<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100066624646265&amp;mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/profile.php?id=100066624646265&amp;mibextid=ZbWKwL</a>	205 متابع	الحزب الوطني الجزائري	يوسف حميدي	الحزب الوطني الجزائري
/	/	/	محفوظ غرابة	الاتحاد الوطني للتنمية
/	/	/	الحواري حميدي	الاتحاد للتجمع الوطني
/	/	/	مراد الربيعي يحي	البديل للتغيير
/	/	/	عبد القادر مرياح	التجمع الوطني الجمهوري
/	/	/	بلقاسم ساحلي	التحالف الوطني الجمهوري ANR
/	/	/	رابح براهمي	الجبهة الديمقراطية الحرة
/	/	/	أحمد قوارية	جبهة الشباب الديمقراطي للمواطنة

/	/	/	مبروك الساسي	الجبهة الوطنية الديمقراطية
/	/	/	عبد الحميد جلجلي	الجبهة الوطنية للأصالة
/	/	/	مُجد زروقي	الجبهة الوطنية للحريات
/	/	/	خالد بونجمة	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية
/	/	/	عبد الرحمان عكيف	الحركة الوطنية من أجل الطبيعة والنمو
/	/	/	عبد العزيز غرمول	حركة الوطنيين الأحرار
/	/	/	شلبية محجوبي	حركة شبيبة الديمقراطية
/	/	/	علي زغدود	حزب التجمع الجزائري
/	/	/	علي عمارة	الحزب الجزائري الأخضر للتنمية
/	/	/	إدريس خيضر	الحزب الجمهوري التقدمي
/	/	/	حمانة بوشرمة	حزب الشباب
/	/	/	الطاهر بن بعبيش	حزب الفجر الجديد
/	/	/	بدر الدين بلباز	حزب النور الجزائري
/	/	/	طارق يجياوي	الحزب الوطني الحر
/	/	/	مُجد الشرف طالب	الحزب الوطني للتضامن والتنمية
/	/	/	علي بوخزنة	حزب الوفاق الوطني
/	/	/	علي فوزي ربايعين	حزب عهد 54 Ahd 54
/	/	/	حسين قواسمية	منبر جزائر الغد

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة

كلية أصول الدين

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

تخصص علوم الإعلام والاتصال



استمارة تحليل المحتوى

تُقَدَّم هذه الاستمارة في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه ل م د، تخصص علوم الإعلام والاتصال، بعنوان:

## الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر

إشراف:

أ.د/ مُحَمَّد البشير بن طبة

إعداد الطالبة:

حسنى هلالة

السنة الجامعية 2024 /2023

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يسرنا أن نضع بين أيديكم استمارة تحليل المحتوى المعدة في إطار الدراسة التحليلية الخاصة بموضوع بحثنا المعنون ب: الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية مقارنة لعينة من صفحات الأحزاب السياسية في الجزائر، ولهذا نأمل من سيادتكم تحكيم هذه الاستمارة وتعريفاتها الإجرائية، بغية مساعدتنا في معرفة مدى قدرتها من الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

خالص عبارات التقدير والاحترام

البيانات الخاصة بعينة التحليل:

اسم شبكة التواصل الاجتماعي عينة الدراسة: شبكة الفاييسبوك  
نوع الصفحات عينة الدراسة: صفحات رسمية  
عدد صفحات الأحزاب السياسية عينة الدراسة : 04  
الأسماء الرسمية للصفحات:

- ✓ حزب جبهة التحرير الوطني - الصفحة الرسمية
- ✓ حركة مجتمع السلم - حماس
- ✓ Front des forces socialistes جبهة القوى الاشتراكية
- ✓ التجمع الوطني الديمقراطي - RND

أولاً: فئات المضمون: وهي الفئات التي تحاول التعرف على محتوى الخطاب السياسي الذي توجهه الأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة- للجمهور عبر شبكة فيسبوك، والاعتماد على هذه الفئات يساهم بشكل مباشر في إبراز موضوعات الخطاب الخاصة بكل حزب والتي تحرك النقاش العام داخل فضاء الفيسبوك من خلال المنشورات والتعليقات وتتمثل فئات المضمون في هذه الدراسة فيما يلي:

**1: فئة الموضوعات:** تذهب هذه الفئة إلى دراسة الأفكار الخاصة بالموضوع الذي نشره حول الحزب السياسي المدروس وذلك من خلال تقسيم ومنهجية موضوعات الفئة، وتعتبر من أهم الفئات في تحليل المحتوى في موضوع هذه الدراسة، وتدور عموماً حول تحليل الخطاب السياسي الحزبي الجزائري -عينة الدراسة-، ويشار أنه تم بناء هذه الفئة بالاستئناس بالقانون العضوي (04-12) الذي ينظم شروط وكيفية تأسيس وسير الحزب السياسي، وكذا دستور 2020 وتم تقسيمها إلى :

**1 1: الموضوعات السياسية:** وهي الفئة التي نقوم من خلالها بمحصر الشق السياسي لكل حزب من الأحزاب السياسية المعنية بالدراسة وتتمثل في الموضوعات الوطنية والدولية

1 1 1: الوطنية:

- تعديل الدستور
- الانفتاح السياسي

- الحوار الوطني
- الانفتاح الإعلامي
- تغيير النظام السياسي
- الحوكمة (الحكم الراشد)
- تأطير العمل السياسي
- الفصل بين السلطات
- الديمقراطية التشاركية
- المواطنة
- التنمية المحلية
- الاستحقاقات الانتخابية

### 1 1 2: الدولية

- القضية الفلسطينية
- السياسة الخارجية
- العلاقات الجزائرية المغربية
- العلاقات الجزائرية العربية
- العلاقات الجزائرية الأوروبية
- العلاقات الجزائرية الإفريقية
- الحروب والنزاعات الدولية
- الأمن الإقليمي والدولي
- التعاون الدولي والتنمية
- التحالفات والمنظمات الدولية
- التسوية السياسية وحل النزاعات الإقليمية والدولية

1 2: الموضوعات الاقتصادية: وهي الفئة التي تكشف مجمل الموضوعات الاقتصادية لكل حزب هو عينة الدراسة والتي تبرز الاهتمام الاقتصادي لكل حزب وتتمثل الفئات الفرعية في:

- ملف العمل والتشغيل
- دعم المشاريع المصغرة والابتكار
- رقمنة القطاع الاقتصادي
- محاربة المضاربة والاحتكار
- الزراعة
- الصناعة
- التجارة
- السياحة
- ترشيد النفقات

- الموارد الطاقوية
- الاستيراد والتصدير
- الدعم الفلاحي
- التمويل البنكي
- قانون المالية
- سوق المحروقات
- الطاقات المتجددة

**1 3:** الموضوعات الاجتماعية: وهي الفئة التي تحدد القضايا الاجتماعية التي تحظى باهتمام الأحزاب السياسية عينة الدراسة وتمت تقيمتها إلى:

- الفئات الهشة
- قضايا المرأة
- قضايا الطفل
- قضايا الشباب
- الأجور والقدرة الشرائية
- العدالة الاجتماعية
- الآفات الاجتماعية
- الدعم الاجتماعي
- السكن والبنية التحتية الحضرية
- الرعاية الصحية والصحة العامة

**1 4:** الموضوعات الثقافية: وهي الفئة التي تحدد لنا مجمل الموضوعات التي تندرج تحت الثقافة، فالخطاب السياسي الثقافي ليس اعتباريا بل يخدم توجهات محددة ومسطرة من قبل الأحزاب السياسية عينة الدراسة وتتمثل في:

- الإرث الثوري
- الموروث الثقافي
- الأمازيغية
- القطاع الفني
- الهوية الوطنية
- المواضيع الترفيحية
- الوحدة الأفريقية
- الوحدة المغاربية
- الوحدة العربية

**1 5:** الموضوعات الأمنية:

- السيادة الوطنية

- مكافحة الإرهاب والجريمة
- مكافحة الفساد
- الأمن المحلي
- الجيش الوطني
- الأمن السيبراني
- المهجرة غير الشرعية
- خطاب الكراهية والتحريض
- الأمن الغذائي
- الأمن الطاقوي
- الأمن الفكري

#### 1 6: الموضوعات الدينية:

- المرجعية الدينية
- المؤسسات الدينية
- الشعائر الدينية

#### 1 7: موضوعات التربية والتعليم:

- مرتبة الجامعات
- الانفتاح العلمي
- رقمنة قطاع التربية والتعليم
- إصلاح المنظومة التربوية

#### 1 8: موضوعات النشاطات الداخلية للحزب: يقصد بهذه الفئة طبيعة النشاطات التي يعرضها الحزب عبر صفحته على شبكة

فيسبوك وتتمثل فئاتها الفرعية في:

- خرجات ميدانية
- نشاطات الأمين العام
- نشاطات برلمانية
- عرض مواعيد إعلامية للحزب
- العلاقات العامة الداخلية للحزب
- مناقشة قرارات
- استطلاعات الرأي العام

#### 2: اتجاهات الموضوعات: تتطرق هذه الفئة إلى تحديد الاتجاهات الثلاث -المؤيد، المعارض، المحايد- بالنسبة للموضوعات التي

طرحتها الأحزاب السياسية في خطابها (السياسية الدولية، الوطنية، الثقافية،...)

#### 3: الشخصيات الفاعلة: تهتم هذه الفئة بتحديد صاحب الفعل، وكل من كان له دور في المادة المطروحة للنقاش في المنشورات وفقا

للأهداف المسطرة وقسمت إلى:

- جهاز الحكومة الجزائري

- رؤساء الأحزاب
- مناضلو الأحزاب
- شخصيات وطنية غير حزبية
- شخصيات تاريخية
- شخصيات دينية
- شخصيات رياضية
- شخصيات فنية
- شخصيات إعلامية
- شخصيات علمية
- جمعيات ومنظمات المجتمع المدني

4: فئة أساليب الإقناع: تعمل هذه الفئة على اختبار نظرية الفضاء العام الهابرماسي التقليدية في الفضاء الرقمي فيسبوك، ونشير إلى أن معظم الفئات الفرعية تمثل إسقاطا نظريا لنظرية الفعل التواصلي وتتمثل في:

1 4: فئة أسلوب الخطاب في المنشورات: تُمكن هذه الفئة من الكشف عن طبيعة الخطاب المنشور ( منشورات عينة الدراسة) من خلال معرفة الطابع الذي يميزه سواء عقلائي أو عاطفي، وتساعدنا هذه الفئة في التعرف على واحدة من أهم مرتكزات العقلانية التواصلية

1 1 4: أسلوب الإقناع العقلاني: ونقصد به التفكير المنطقي والعقلانية في الخطاب السياسي وطرح وتحليل الأفكار للنقاش بواقعية تهدف إلى مخاطبة عقول الجماهير، وقسمت إلى:

- التكرار
- إبراز المصالح المشتركة
- إنجازات
- مراجع
- مناظرة (مقابلة الآراء)
- إحصاءات
- تقارير رسمية

2 1 4: أسلوب الإقناع العاطفي: وهو ضد العقلاني ونقصد به استعمال الأسلوب الوجداني العاطفي في نشر الخطاب السياسي، واستمالة الجماهير من خلال مخاطبتها بأيدولوجيتها الفكرية ومرجعياتها الدينية والتاريخية.. وتم تقسيمها إلى فئات جزئية وفق الآتي:

- الرموز والشعارات
- المواساة
- النصح والإرشاد
- السخرية والاستنكار
- الترهيب والتخويف

- المبالغة في التهويل
- إعطاء الرأي على أنه حقيقة
- الإشاعات
- إظهار التعاطف
- الغضب
- الإلهام من خلال مشاركة قصص
- الامتنان
- إثارة الحماس

3.1.4. فئة مرجعية الإقناع في المنشورات: تركز هذه الفئة على تحليل المنشورات التي سنكتشف من خلالها مدى فاعلية الفعل التواصل في الفضاء العام وهي تشير إلى الهيكل أو الترتيب الذي يتم إتباعه من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة في نقل رسالة أو حجج تهدف لإقناع الجماهير وتم تقسيمها إلى:

- دينية عامة
- مذهبية
- عرقية
- وطنية
- جهوية
- إنسانية عالمية

2 4 . فئة أسلوب الخطاب في التعليقات: تهتم هذه الفئة مقابل الفئة السابقة " فئة طبيعة الخطاب في المنشورات " بتحليل تعليقات الجمهور في إطار النقاش العام عبر فضاء الفيسبوك وقسمت إلى:

- انتقادية
- تهكمية
- تهجمية
- استفزازية
- دعم ومواساة
- الإيجابية والموافقة
- التعبير عن الامتنان
- إضافة قيمة
- التشجيع على المزيد
- الإلهام والتحفيز
- الاحترام والتقدير

1 2 4 . فئة مرجعية الإقناع في التعليقات: تركز هذه الفئة على تحليل التعليقات التي سنكتشف من خلالها مدى فاعلية الفعل التواصل في الفضاء العام وتم تقسيمها إلى:

- دينية عامة
- مذهبية

- عرقية
- وطنية
- جهوية
- إنسانية عالمية

5: المصادر: أي أصل الخطاب السياسي المنشور، وهي ما يستقي منه القائم بالاتصال في صفحات الأحزاب السياسية خطابه وصنفت إلى:

- تصريحات مسؤولين
- وسائل الإعلام الجماهيرية الوطنية
- وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية
- شبكات التواصل الاجتماعي
- قوانين ومراسيم
- البحوث والدراسات الأكاديمية
- التقارير والبيانات الحكومية
- مصادر ذاتية للحزب

6: الجمهور المستهدف: تدرس هذه الفئة الأفراد المتعرضين المعنيين بخطاب الأحزاب السياسية الجزائرية عينة الدراسة والتي تسعى لتحديدها من خلال تمييزها بسماتها أو أسمائها أو طبيعتها أو حضورها وبالتالي إمكانية تحصيل الغاية من هذا الخطاب وصنفت هذه الفئة إلى:

- الهيئة الناخبة
- أنصار الحزب
- قادة الرأي والمؤثرون
- المعارضون
- الشباب
- النساء
- المهاجرون (الجالية الجزائرية)
- الجمعيات والمجتمع المدني

7: الأهداف: وهي الغايات التي وضعتها الأحزاب السياسية وتعبّر بصورة عامة عن أجندتها السياسية والتي تسعى لتحقيقها من خلال الموضوعات المثارة في خطابها السياسي وهي من أهم الفئات في دراسات تحليل المحتوى، وصنفت إلى:

- تعزيز قيم المشاركة السياسية
- تشكيل الإرادة السياسية
- تسويق صورة الحزب السياسي
- تأكيد الشعور بالهوية الوطنية
- المساعدة في صنع القرارات الوطنية
- المساعدة في صنع القرارات الإقليمية والدولية

- استقطاب المتطوعين والناشطين
- التعريف بالمشروع السياسي للحزب
- ترقية الحقوق السياسية للمرأة
- ترقية حقوق الإنسان
- تعزيز الحوار الحزبي الوطني
- زيادة المرئية والوصول عبر شبكات التواصل الاجتماعي
- بناء شبكة علاقات

### ثانيا: فئات الشكل:

وهي الفئات التي تهتم برصد الأنماط أو الأشكال التي ظهرت بها المادة الإعلامية في صفحات الأحزاب السياسية عينة الدراسة على فيسبوك وهي الفئات التي تجاوب عن السؤال كيف قيل؟

**1: أنواع المنشورات:** يقصد بها القوالب الفنية والميزات التي يتيحها الفيسبوك وتساهم في صياغة وتحرير ونشر الخطاب السياسي للأحزاب السياسية الجزائرية -عينة الدراسة-.

- نص مكتوب
- صور فوتوغرافية
- صور ونص مكتوب
- فيديو سمعي بصري
- فيديو ونص مكتوب
- بث مباشر
- مقطع ريلز

**2: أشكال التفاعل:** تدرس هذه الفئة كيفية تعامل الفرد المتعرض أو الجمهور مع الخطاب السياسي للأحزاب الجزائرية -عينة الدراسة- وهذا ما يساهم في معرفة مواقف الجمهور وفاعلية المنشور، وكذا معرفة رد فعل الأحزاب من هذا التفاعل، وصنفت إلى فئات فرعية بحسب ما تتيح شبكة فيسبوك في التفاعل وهي:

**1 2: شكل التفاعل باستخدام الملصقات التعبيرية**

- أعجبنى
- أحببته
- متضامن
- أضحكني
- أدهشني
- أحزنني
- أغضبني

**2 2: شكل التفاعل من خلال التعليق**

- التعليق بنص

- التعليق بصورة
- التعليق بملصق
- نكز شخص ( طاق )

3.2 شكل تفاعل الحزب مع تعليقات الجمهور: تهدف هذه الفئة إلى معرفة كيفية تعامل الأحزاب السياسية عينة الدراسة مع المتفاعلين مع خطابها السياسي على شبكة فيسبوك وقسمت فئاتها الفرعية إلى:

- الرد على التعليقات
- التعبير عن الشكر والامتنان للتعليقات البناءة
- إضافة رابط توضيحي
- عدم الرد

2 5: شكل التفاعل من خلال مشاركة المنشور

- ( 0 تفاعل )
- ( 1 - 100 )
- ( أزيد من 100 )

3: فئة اللغة الموظفة: ويقصد بها الشكل اللغوي الذي كتبت به منشورات الأحزاب السياسية عينة الدراسة في صيغة من شأنها تقريب الرؤى للجمهور وفق ما يتعلق بمويتهم وتم تقسيمها إلى فئات جزئية:

3 1: اللغة الموظفة في المنشورات:

- العربية
- العامية ( الجزائرية )
- الفرنسية
- المزج بين العربية والفرنسية
- الإنجليزية
- المزج بين العربية والإنجليزية
- الأمازيغية
- المزج بين العربية والأمازيغية

3 2: اللغة الموظفة في التعليقات:

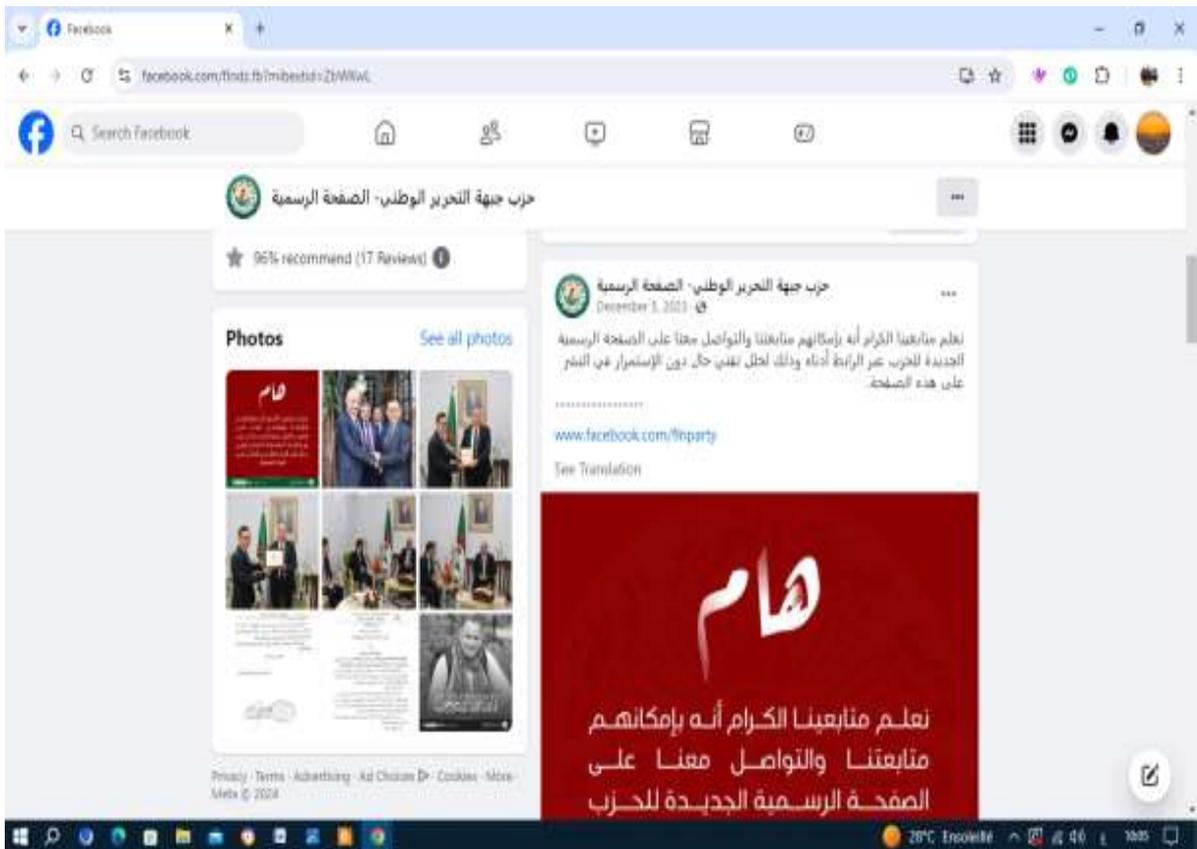
- العربية
- العامية ( الجزائرية )
- الفرنسية
- المزج بين العربية والفرنسية
- الإنجليزية
- المزج بين العربية والإنجليزية
- الأمازيغية
- المزج بين العربية والأمازيغية

3 3: فئة الحرف الموظف في التعليقات:

- حرف عربي
- حرف لاتيني
- حرف أمازيغي

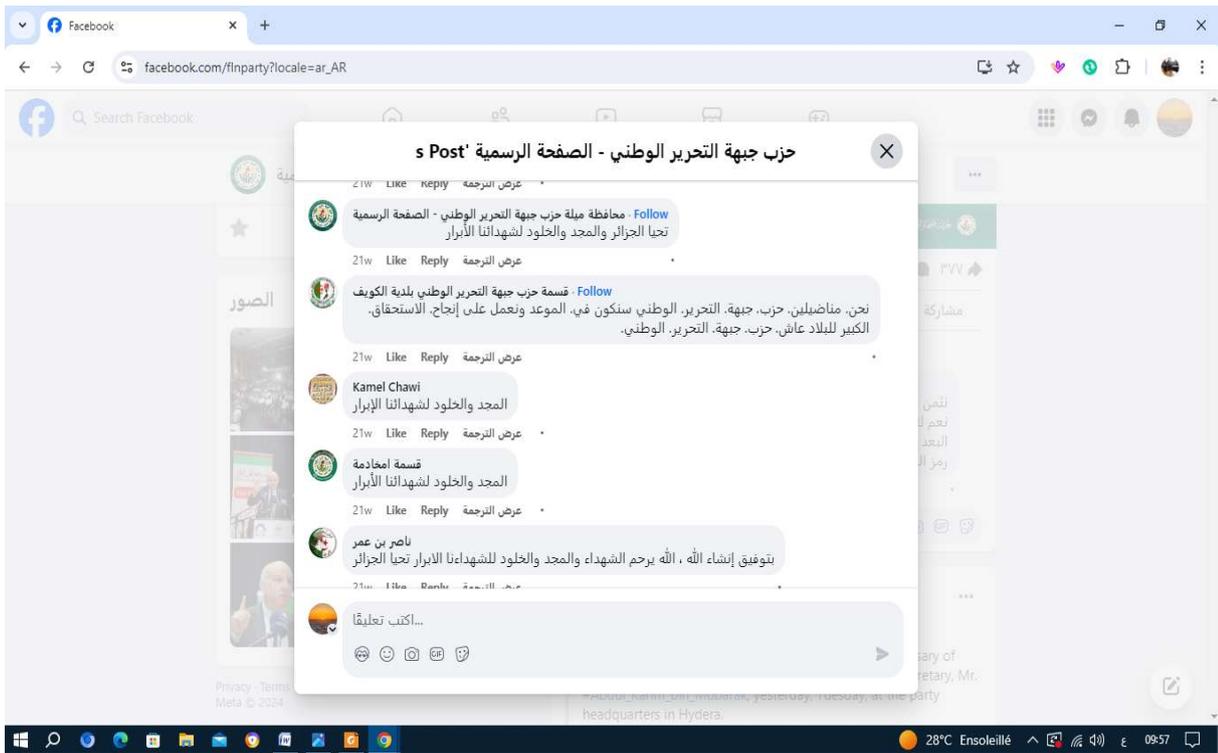
3 4: فئة التهذيب في التعليقات:

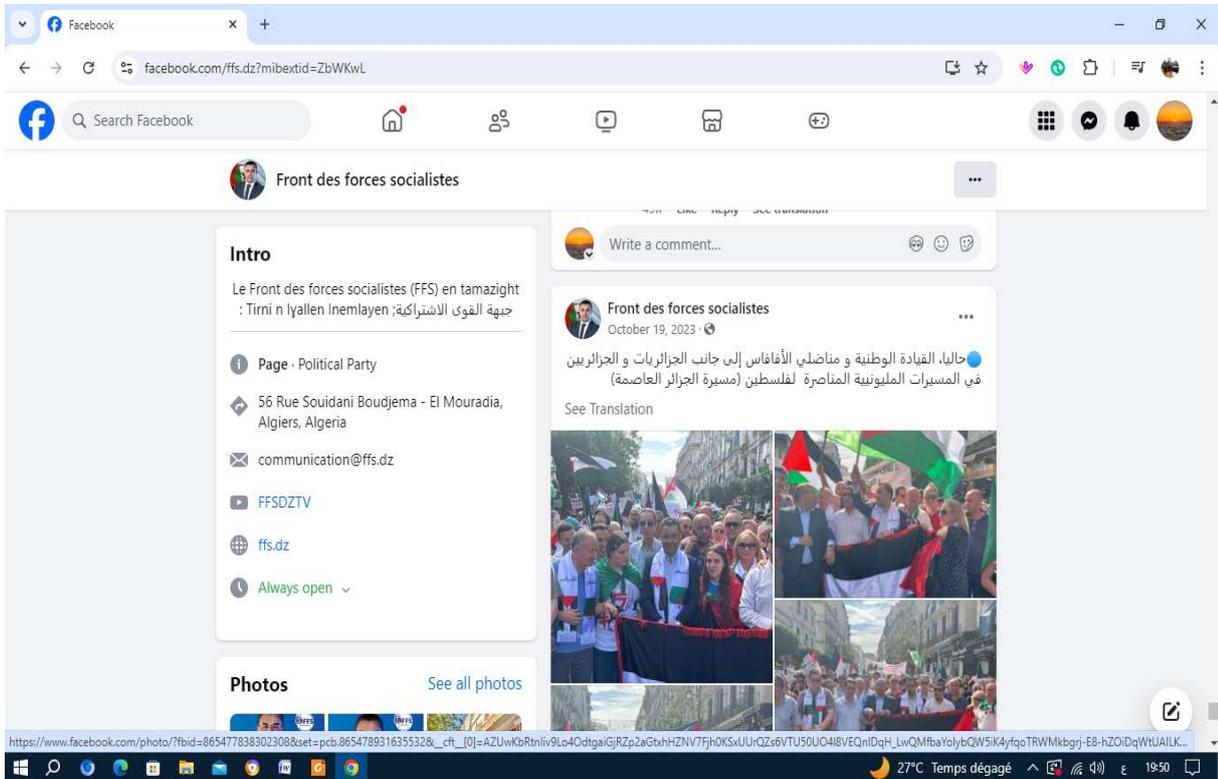
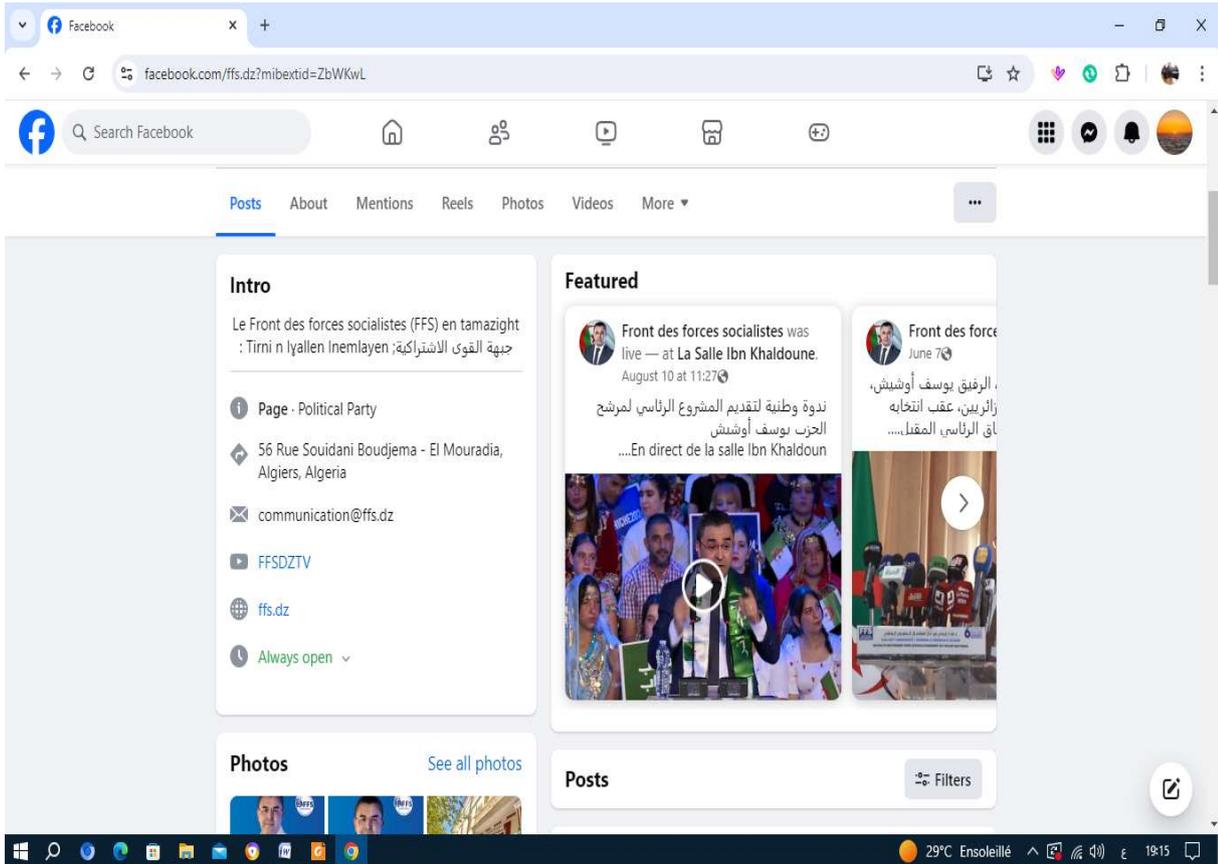
- لغة مهذبة
- لغة غير مهذبة

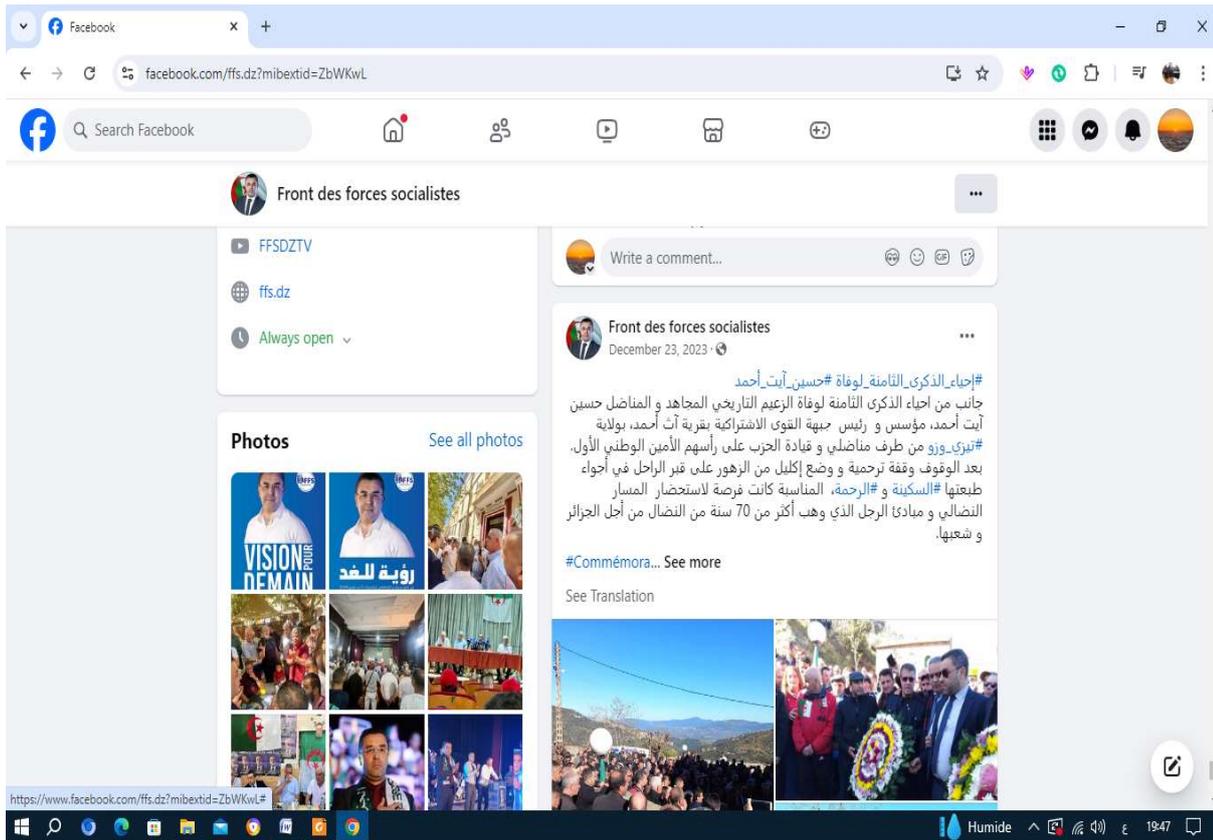


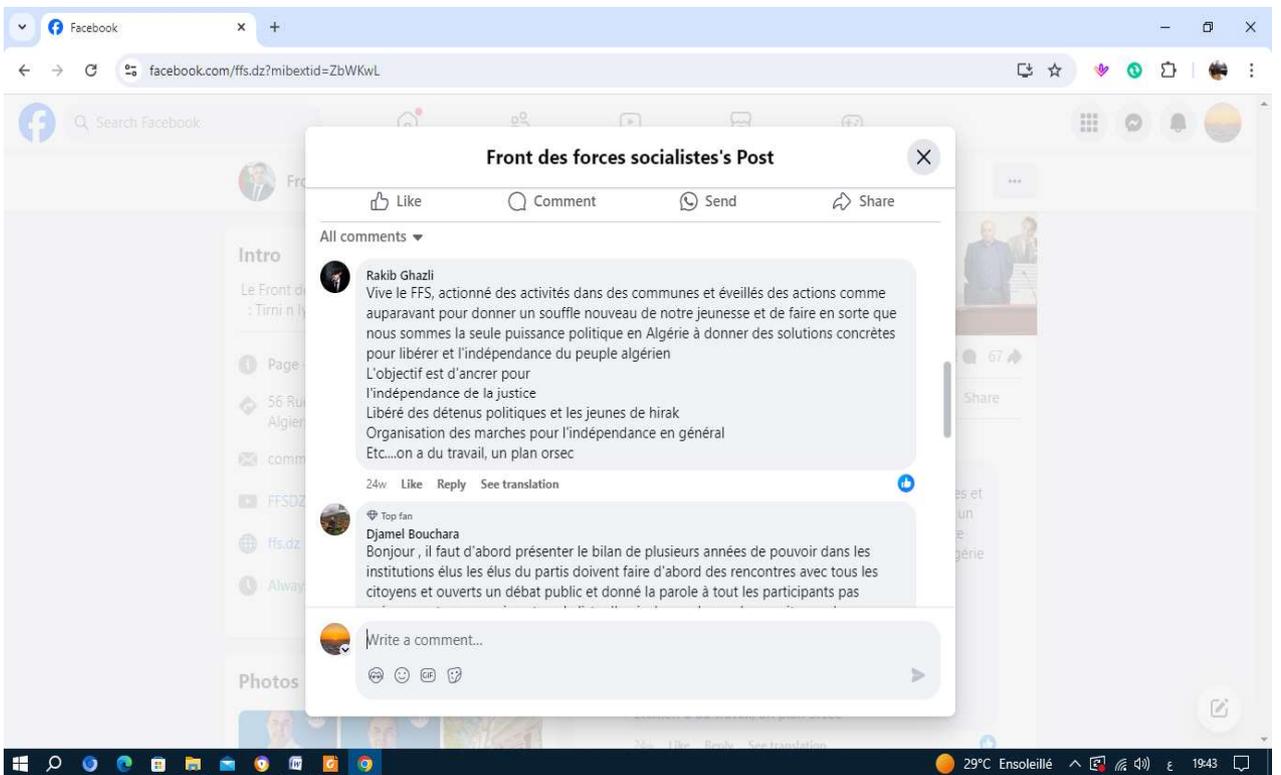
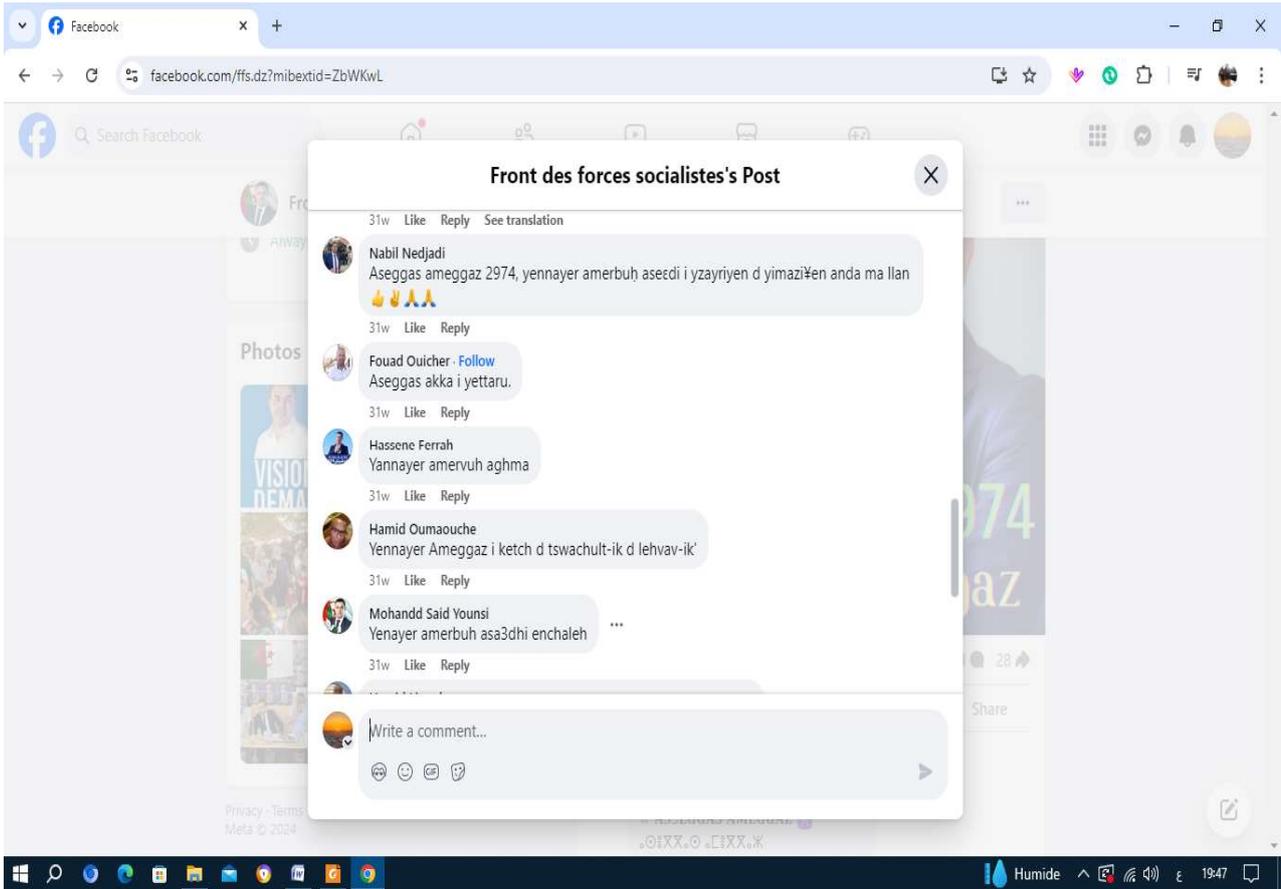
Facebook browser window showing the official page of the **حزب جبهة التحرير الوطني - الصفحة الرسمية** (National Liberation Front - Official Page). The page includes an **Intro** section, contact information (023 48 04 49, pfln.dz), and a 96% recommendation rate. A post from October 19, 2023, features a photo of a public gathering and text mentioning **شارك اليوم الأخ الأمين العام الأستاذ أبو الفضل يعجبي في** and **#المسيرة الشعبية العاشدة بالجزائر العاصمة من أجل نصرة #فلسطين**. The browser's taskbar shows the date 10-48 and temperature 29°C.

Facebook browser window showing the same official page. A post from November 13, 2023, features a photo of a man speaking at a podium and text mentioning **اللجنة المركزية تركي بالإجماع الأخ عبد الكريم بن مبارك أميناً عاماً للحزب**. The browser's taskbar shows the date 10-35 and temperature 28°C.









Facebook browser window showing the profile of the **التجمع الوطني الديمقراطي-RND**. The profile picture is a circular logo with a green and white design. The name is in Arabic. It shows 184 K followers and 85 following. The page is categorized as a Political Party. The location is listed as 10, Cité Ahcène MAHIOUZ (ex :Asphodèles), Ben 'Aknoûn, Algeria. The 'Featured' section shows two posts: one from July 16 and another from March 9, 2024.

Facebook browser window showing the 'Likes' section of the **التجمع الوطني الديمقراطي-RND** profile. The 'All Likes' section displays several entities that have liked the page, including:

- Logo of the **الجمعية الجزائرية للتحرير والديمقراطية** (Al-Jam'iyah al-Jazairiya li-tahrik wa-l-dimocratiya).
- Moubachir Silicon Valley**.
- Journal el wassat** (Journal of the Middle).
- النهار TV الإعلاني محمد شيخي - Mohamed Chikhi**.
- النهار NEWS 7/24**.
- الجزيرة الوسطى** (The Middle Island).
- الخبيرية** (The Khbiria).
- الغرب الأوسط** (The West of the Middle).

Facebook browser interface showing the RND (Rassemblement National Démocratique) page. The page header includes the RND logo and name in Arabic: "التجمع الوطني الديمقراطي-RND". A post from December 20, 2023, features a photo of two men shaking hands in front of a Algerian flag. The caption reads: "رئاسة الجمهورية الجزائرية... رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون، يستقبل الأمين العام لحزب التجمع الوطني الديمقراطي، السيد مصطفى باحي يطلب من هذا الأخير...". The browser's taskbar at the bottom shows the date as 19:09 and the temperature as 27°C.

Facebook browser interface showing the RND page with contact information and a video post. The contact section lists: "contact@md.dz", "md.algerie23", and a TikTok link. A video post from "Dzair Tube tv" features a man speaking at a podium with the text: "دزاير توب أول قناة إلكترونية في الجزائر... إن التاريخ سيكتب أن رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، هو الرئيس العربي الوحيد الذي لم يئأس من دعم القضية الفلسطينية في زمن الخذلان". The browser's taskbar at the bottom shows the date as 18:54.

Page - Political Party  
10, Cité Ahcène MAHIOUZ (ex :Asphodèles), Ben 'Aknoûn, Algeria  
contact@rnd.dz  
rnd.algerie23  
https://www.tiktok.com/@user3219881797567  
rnd.dz  
Always open

RND-التجمع الوطني الديمقراطي  
March 23

#تغطية  
#قناة\_رؤية\_vision

الأمين العام للتجمع الوطني الديمقراطي السيد #مصطفى\_ياحي: "منزاحون لحصيلة رئيس الجمهورية بسا قدمه سن جهود في خدمة الجزائريين وإتقاد البلاد من العصاة"  
#التجمع\_الوطني\_الديمقراطي

#rnd  
See Translation  
Download this video

Click to expand

28°C Ensoleillé 17:02

RND's Post-التجمع الوطني الديمقراطي

faites pitié

22w Like Reply See translation

Nouredine Djebari  
هذا الحزب يدكر الجزائريين بالفساد وسرقة الاموال العامة والكذب والتفاني والسمة السبىة التي اصيغت للجزائريين في الداخل وفي الخارج... وان اعاده هذا الحزب وينفس الاسم السابق هو ضحك عن الضقون وتشجيع ومن جديد هذا الحزب على نهب الاموال الدولة بوزراء جدد ورييس جديد لداكثر..

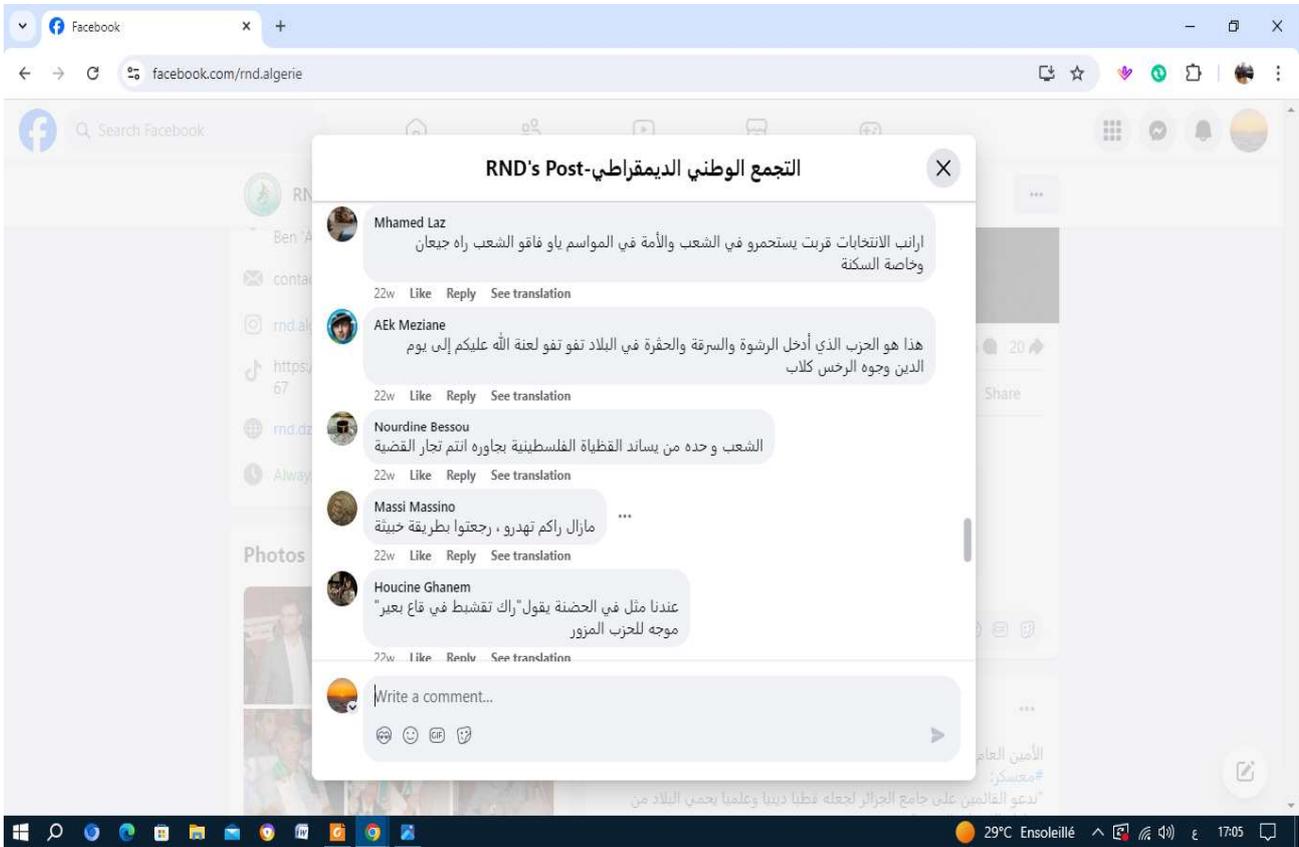
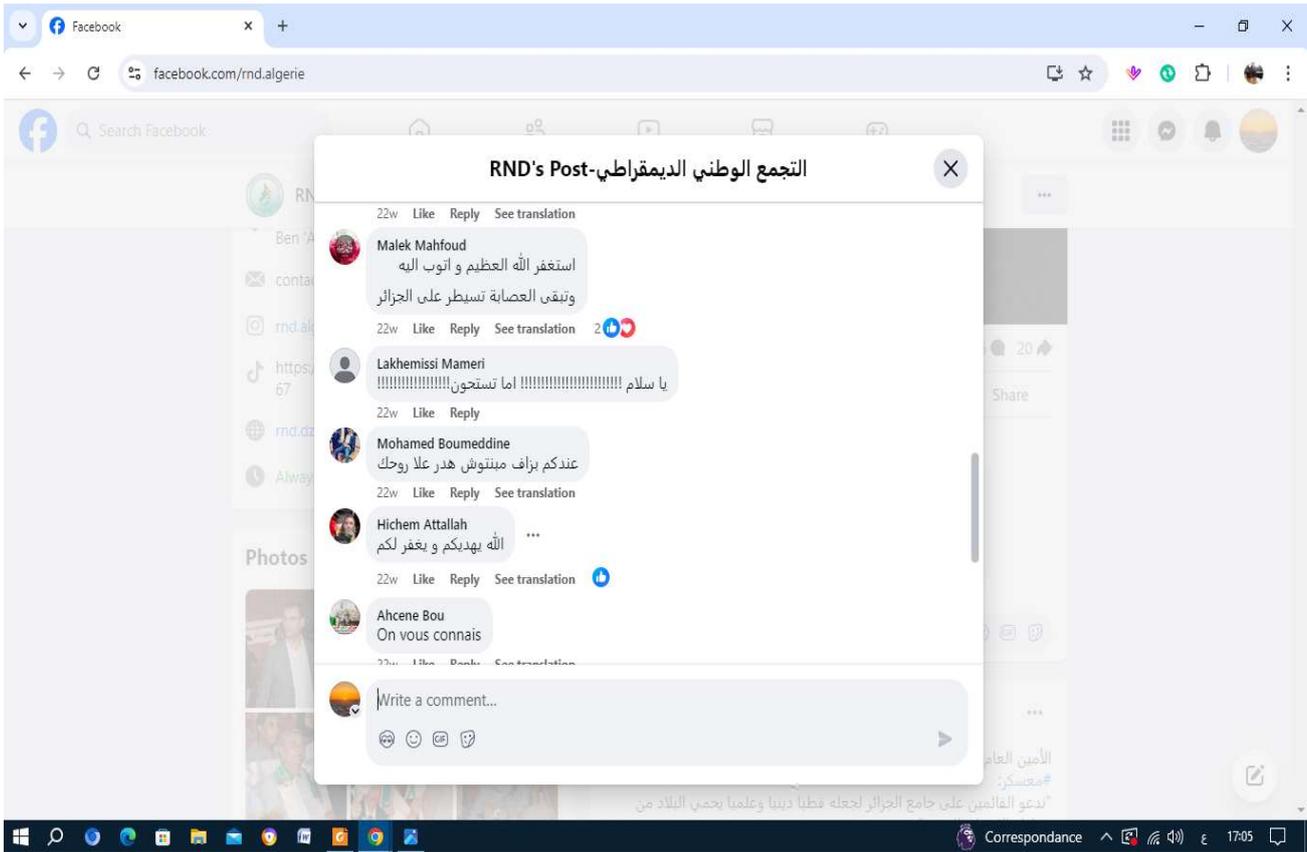
22w Like Reply See translation

اسلام زاكي  
مشي يا زوفري الشعب راه ميت بالشرب يا ولاد بختة

22w Like Reply See translation

Write a comment...

29°C Ensoleillé 17:05



الانتخابات الرئاسية المسبقة  
07 سبتمبر 2024

انتخب

حساني شريف  
عبد العلي

فرصة

حركة مجتمع السلم - حمس

132 K followers • 7 following

Learn more Following Search

Posts About Mentions Reels Photos Videos More

حركة مجتمع السلم - حمس

All Likes

24 DJAZAIR24.DZ

beur

ALGERIE

El Hayat TV - قناة الحياة

El khabar - الخبر

النهار الجديد

TSA - Tout sur l'Algérie

Télévision Algérienne - المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري

Facebook

facebook.com/HmsDz?locale=ar\_AR

Search Facebook

حركة مجتمع السلم - حمس

info@hmsalgeria.net

hmsalgeria.net

مفتوح دائما

الصور عرض كل الصور

رئيس المجموعة البرلمانية أ. أحمد صادق لرؤية Vision: بالنسبة للانتخابات الرئاسية كل الخيارات مفتوحة للحركة كحزب معارض، ويبقى قرار مجلس الشورى الوطني هو السيد."

March 15

Download this video

26°C Très clair 19:57

Facebook

facebook.com/HmsDz

Search Facebook

حركة مجتمع السلم - حمس

intro

الصفحة الرسمية لحركة مجتمع السلم - الجزائر

Page · Political Organization

Algiers, Algeria

021 27 35 02

info@hmsalgeria.net

hmsalgeria.net

Always open

Photos See all photos

Write a comment...

حركة مجتمع السلم - حمس

March 31

#حمس\_سطيف || مكتب #العلمة ينظم إفطارا رمضانيا تحت شعار: "نفحات رمضان.. لنصرة الأقصى والطوفان". نظم المكتب التنفيذي البلدي الإفطار الرمضاني السنوي والذي أطره كل من: See more ...

See Translation

27°C Très ensoleillé 19:07



**People's Democratic Republic of Algeria**  
**Ministry of Higher Education and Scientific Research**  
**Amir Abd-el-Kader University of Islamic Sciences -Constantine -**

**Faculty of THEOLOY**



**Department Of: Daawa Media And  
Communication**  
**Specialty: sciences of information  
and communication**

**Ordinal Number**

**Identification Number.....**

**Political Communication via Social Media Networks:  
A Comparative Analytical Study of a Sample of Political  
Parties' Pages in Algeria**

**Thesis submitted for academic doctoral LMD  
in Specialty: sciences of Information and Communication**

**Elaborated by the student :**  
**Housna Hallala**

**Supervised by :**  
**Pr. Mohamed el bachir Bentebba**

**The discussion jury members**

<b>Name and First Name</b>	<b>Function</b>	<b>Scientific Rang</b>	<b>Original University</b>
<b>Leila Filali</b>	<b>Moderator</b>	<b>Professor</b>	<b>Emir Abdel-Kader University Of Islamic Sciences – Constantine</b>
<b>Mohamed el bachir Bentebba</b>	<b>Supervisor and reporter</b>	<b>Professor</b>	<b>Emir Abdel-Kader University Of Islamic Sciences – Constantine</b>
<b>Aisha Kaabach</b>	<b>Discussing member</b>	<b>Professor Lecturer A</b>	<b>Emir Abdel-Kader University Of Islamic Sciences – Constantine</b>
<b>Rachid Khodir</b>	<b>Discussing member</b>	<b>Professor</b>	<b>Hamma Lakhder - University Of El oued</b>
<b>Radoune Belkhiri</b>	<b>Discussing member</b>	<b>Professor</b>	<b>Larbi Tebessi - University Of Tebessa</b>
<b>Noureddine Hachoud</b>	<b>Discussing member</b>	<b>Professor</b>	<b>Kasdi Merbah - University Of Ourgla</b>

**University year: 1445 -1446h / 2024-2025**