دور الميمات السياسية في تشكيل الرأي العام خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2024:

دراسة تحليلية لمحتوى الميمات وتفاعل الناخبين

The Role of Political Memes in Shaping Public Opinion During the 2024 Algerian Presidential Elections: An Analytical Study of Meme Content and Voter Engagement"

ط.د عبد النور بوبكر

جامعة الزيتونة – ليبيا –

boubakerabdelnour@gmail.com

أ.د لبنى رحموني

مخبر دراسات الإعلام والوسائط الرقمية، جامعة أم البواقي - الجزائر -

Rahmouni.loubna@univ-oeb.dz

تاريخ الاستلام 2025/04/24 تاريخ القبول 2025/05/31

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الميمات السياسية كأداة للتأثير على الرأي العام خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024، ومدى قدرتها على إعادة تشكيل تصورات الناخبين وتوجيه سلوكهم الانتخابي، وقد اعتمدت على تحليل محتوى 150 ميما سياسيا متداولا على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى استبيان إلكتروني شمل 150 مشاركا من فئات عمرية مختلفة .كشفت النتائج أن ٪42.6 من الميمات السياسية سخرت من الوعود الانتخابية، بينما ركزت ٪27.8منها على التشكيك في نزاهة الانتخابات، مما عزز الميل إلى المقاطعة السياسية، كما أظهرت الدراسة أن ٪67من المشاركين يتعرضون للميمات السياسية يوميا، وأن ٪41تأثروا بها في اتخاذ قرار المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي.

يشير التحليل إلى أن الميمات في الفضاء الرقمي هي ليست مجرد وسيلة ترفيهية، بل أصبحت أداة خطاب سياسي رقمي قوي قادر على إعادة تشكيل المجال العام، من خلال السخرية، والرمزية،

والمفارقة السياسية، كما أصبح تأثيرها على المشهد الانتخابي الرقمي مماثلا أو ربما أقوى من الإعلام التقليدي ذاته.

الكلمات المفتاحية:

الميمات السياسية، الحملات الانتخابية الرقمية، الرأي العام، التأثير السياسي، السخرية السياسية، الانتخابات الجزائرية 2024، الإعلام الرقمي.

Abstract:

This study aims to analyze the role of political memes as a tool for influencing public opinion during the 2024 Algerian presidential elections and their ability to reshape voters' perceptions and guide their electoral behavior. The research relies on content analysis of 150 political memes circulated on social media, along with an electronic survey of 150 participants from different age groups.

Findings reveal that 42.6% of political memes ridiculed electoral promises, while 27.8% questioned the integrity of the elections, fostering a tendency toward political disengagement. The study also found that 67% of participants were exposed to political memes daily, and 41% stated that memes influenced their decision to boycott or vote as a protest.

The analysis indicates that memes are no longer just a form of entertainment but have evolved into a powerful tool of digital political discourse capable of reshaping the public sphere. Through satire, symbolism, and political irony, and the impact of memes on the digital electoral landscape has become comparable to, if not stronger than, traditional media.

Key words*: Political memes, digital election campaigns, public opinion, political influence, political satire, Algerian elections 2024, digital media.*

* المؤلف المراسل

مقدّمة:

إن المتتبّع بعين ناقدة لخصوصية البيئة الاتصالية السياسية في الجزائر خلال السنوات الأخيرة، يلاحظ حدوث مجموعة من التحولات والتغيّرات على مستوى الرسائل والأداء التواصلي، وذلك بفعل تصاعد دور الفضاء الرقمي في صناعة الرأي العام، لا سيما خلال المواسم الانتخابية، إذ لم يعد الخطاب السياسي محصورا في القنوات التقليدية أو المؤسسات الرسمية، بل باتت الوسائط الرقمية، وعلى رأسها منصات التواصل الاجتماعي، مسرحا مركزيا لصياغة الرسائل السياسية وتوجيهها، حيث برزت الميمات السياسية كإحدى أبرز أدوات التعبير السياسي البديل، وربما أكثرها تأثيرا وانتشارا.

تتميز هذه الميمات بكونها وسيلة خطابية هجينة تجمع بين البساطة والعمق، السخرية والنقد، الرمزية والتوجيه المباشر، فهي قادرة على تقديم رسائل سياسية مركزة في قالب فكاهي أو تهكمي يسهل تداوله واستيعابه، لكنها في الوقت نفسه تحمل طابعا قيميا وأيديولوجيا شديد التأثير على إدراك المتلقين، وقد تحولت هذه الميمات إلى سلاح سياسي ذكي يُستخدم للتقليل من شأن الخصوم، والتلاعب بصورة المرشحين، وبناء سرديات جماهيرية بديلة حول القضايا الانتخابية.

غير أن إشكالية الميمات السياسية لا تقف عند حدود توظيفها التقني أو الإبداعي، بل تتعلق أساسا بمدى قدرتها على إعادة تشكيل الخريطة الإدراكية للناخبين، والتأثير في توجهاتهم الخاصة بالتصويت، بما يتجاوز حدود الترفيه العابر أو النقد الساخر، فمن خلال تكثيف الرسائل السياسية المشحونة بالرموز والسخرية من الآخر، تساهم الميمات في تكريس أنماط جديدة من الاستقطاب السياسي، وتفتيت المجال العام، وإضعاف مساحات النقاش العقلاني لصالح خطاب شعبوي بسيط قائم على الضحك والاستهزاء.

وبالرغم من الأهمية المتزايدة لهذا النمط الاتصالي، تظل الدراسات الأكاديمية الجادة حول تأثير الميمات السياسية في السياق الجزائري محدودة، سواء من حيث تحليل بنيتها الخطابية والبلاغية أو استكشاف علاقتها بتوجيه قرارات التصويت، ومن هنا تبرز أهمية هذه الدراسة في محاولة سد هذه الفجوة، وتقديم تحليل نقدي للوظائف الاتصالية والسياسية للميمات خلال الحملات الانتخابية الجزائرية، والكشف عن أثرها في إعادة رسم ملامح المشهد الانتخابي وصناعة الرأي العام.

تساؤلات الدراسة:

- -ما نسبة الميمات السياسية التي سخرت من الوعود الانتخابية، وما أثر ذلك على ميل الجمهور نحو المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي؟
- إلى أي مدى ركزت الميمات السياسية على التشكيك في نزاهة الانتخابات، وكيف ساهم ذلك في تعزيز الاستقطاب السياسي؟
- ما حجم تعرض الناخبين للميمات السياسية يوميًا، وما نسبة من تأثروا بها في اتخاذ قرار المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي؟
- كيف أسهم توظيف الرموز الوطنية في الميمات السياسية في تعزيز مصداقيتها وتأثيرها على قرارات الناخبين؟

- ما العلاقة بين شدة التفاعل مع الميمات السياسية ومستوى التأثير في تكوين المواقف والقرارات الانتخابية لدى الناخبين الجزائريين؟

أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية التي تسعى إلى فهم الأبعاد الاتصالية والسياسية للميمات السياسية الجزائرية خلال الحملات الانتخابية، وذلك على النحو التالي:

- - تحديد نسبة الميمات السياسية التي سخرت من الوعود الانتخابية، وقياس أثرها على توجهات الناخبين نحو المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي.
- تحليل مدى تركيز الميمات السياسية على التشكيك في نزاهة الانتخابات، وبيان دورها في تعزيز الاستقطاب السياسي داخل المجال الرقمي الجزائري.
- قياس حجم التعرض اليومي للميمات السياسية بين الناخبين، وتقدير نسبة المتأثرين بها في اتخاذ قرارات المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي.
- تفسير كيفية توظيف الرموز الوطنية في الميمات السياسية، ودراسة أثر ذلك على مصداقية الرسائل وتأثيرها في قرارات الناخبين.
- استكشاف العلاقة بين مستوى التفاعل مع الميمات السياسية وشدة تأثيرها في تكوين المواقف والقرارات الانتخابية لدى الناخبين الجزائريين

الإطار المفاهيمي:

أدخل في ظل التحولات التي يشهدها الاتصال السياسي الرقمي، لاسيما في الأنظمة السلطوية وشبه الديمقراطية، باتت دراسة مفاهيم الخطاب السياسي عبر الفضاء الرقمي ضرورة لفهم ديناميكيات التفاعل السياسي والاجتماعي، وفي السياق الجزائري، تبرز الانتخابات الرئاسية لسنة 2024 بوصفها محطة محورية لإعادة اختبار العلاقة بين النظام السياسي والمجتمع. وعليه، يتناول هذا الإطار المفاهيمي ستة مصطلحات أساسية: الميمات السياسية، الانتخابات الجزائرية 2024، سلوك الناخب، الخطاب الرقمي، الرأي العام، السخرية السياسية، مستندا إلى أحدث الأدبيات العلمية .

الميمات السياسية(Political Memes)

تُعَدُّ الميمات السياسية إحدى أدوات التعبير السياسي الرقمي الأكثر فاعلية، إذ تجمع بين الفكاهة والسخرية والنقد السياسي في قالب بصري ولغوي مختصر يسهل تداوله، ويرى ويقنز[1] Wiggins

(2020)أن الميمات السياسية ليست مجرد وسائط ترفيهية، بل تشكّل "وحدات اتصالية تحمل أبعادًا أيديولوجية تُعيد إنتاج التصورات السياسية من خلال قوالب رمزية تفاعلية ومشتركة."

وفي السياق الجزائري، أصبحت الميمات السياسية أداة مركزية لتمرير النقد السياسي، خصوصًا في ظل القيود المفروضة على الإعلام التقليدي. إذ توظّف الميمات خلال الحملات الانتخابية للتشكيك في شرعية النظام، والسخرية من رموزه، وإبراز التناقضات بين الخطاب الرسمي والواقع.

الانتخابات الجزائرية 2024(Algerian Elections 2024)

تُعد انتخابات 2024 في الجزائر محطة هامة في تاريخ السياسي للجزائر خاصة مرحلة ما بعد حراك 2019، إذ تتخذ شكل اختبار لمدى قدرة السلطة على تجديد شرعيتها من جهة، وقدرة المجتمع على فرض التغيير من جهة أخرى. ووفق[2] (2023) Zerhouni ، فإن هذه الانتخابات تعكس "إعادة إنتاج لمنظومة الحكم ضمن صيغ إصلاحية ظاهرية، مع استمرار بنية النظام القائمة."
وقد كشفت الدراسات الحديثة أن المجال الرقمي تحول إلى الفضاء البديل للتعبير عن رفض المسار الانتخابي والتشكيك في مصداقيته، عبر حملات إلكترونية تدعو للمقاطعة وتوثق المخالفات وتفضح الخطابات الدعائية الرسمية.

سلوك الناخب(Voter Behavior)

يتأثر سلوك الناخب اليوم بجملة من العوامل المتداخلة، أبرزها التحولات الرقمية، وضعف الثقة في المؤسسات السياسية، وصعود الهويات السياسية الاحتجاجية. ويشير نوريس وأنقلهارت [3] إلى أن سلوك الناخب في العصر الرقمي "يعكس نوعا من الردة الثقافية تجاه النخب السياسية، تغذّيها بيئات التواصل الاجتماعي والخوارزميات التي تعزز الاستقطاب."
في الجزائر، لم يعد الامتناع عن التصويت يعبر عن اللامبالاة، بل أصبح استراتيجية احتجاجية بحد ذاتها، حيث يرى قطاع واسع من المواطنين أن المقاطعة تعادل رفضًا فعليًا لإضفاء الشرعية على النظام السياسي القائم.

الخطاب الرقمي(Digital Discourse)

يُقصد بالخطاب الرقمي مجموع الأنماط التواصلية التي تتشكّل عبر الوسائط الرقمية، حيث يعاد إنتاج السلطة والمعارضة من خلال اللغة والنصوص المتعددة الوسائط والتفاعلات الجماهيرية، ويؤكد خوسرافينيك [4] أن "الخطاب الرقمي مجال سياسي بامتياز، تُمارَس فيه علاقات القوة عبر استراتيجيات رمزية تتراوح بين المقاومة والتواطؤ."

وفي التجربة الجزائرية، يلعب الخطاب الرقمي دورا رئيسيا في بلورة النقاشات السياسية حول الانتخابات، إذ بات الفضاء الرقمي يشكّل مسرحًا للصراع الرمزي حول شرعية العملية الانتخابية.

الرأي العام(Public Opinion)

بات الرأي العام في العصر الرقمي ظاهرة معقدة ومجزأة، تتأثر بخوارزميات المنصات الرقمية التي توجه المحتوى وتعيد تشكيل النقاشات العامة، وترى ماك قريقور[5] McGregor (2021) أن "تشكيل الرأي العام اليوم يتم عبر بيئة رقمية مغلقة وموجهة، تعزز فيها الخوارزميات الأطر السائدة وتعيد تدوير المواقف المتقاربة".

وفي الحالة الجزائرية، يصعب الاعتماد على أدوات القياس التقليدية للرأي العام، ليصبح تحليل الاتجاهات الرقمية عبر الوسوم وحملات التواصل الاجتماعي مؤشرًا أساسيًا لفهم المزاج الشعبي خلال الانتخابات.

السخرية السياسية(Political Satire)

تُعد السخرية السياسية من أبرز أدوات النقد الرمزي في الأنظمة المقيدة، حيث تتيح للفئات المهمشة توجيه النقد للسلطة عبر الفكاهة والمفارقة، ويشير هيافيلد[6] (2022) إلى أن "السخرية السياسية الرقمية تؤسس فضاءات موازية تُفكك الروايات الرسمية وتبني سرديات بديلة قادرة على التعبئة والاحتجاج."

وفي الجزائر، تتكثف السخرية السياسية خلال الفترات الانتخابية، حيث تتحول إلى أداة مقاومة رقمية عبر الميمات ومقاطع الفيديو الساخرة، التي تفضح الخطاب الرسمي وتبث مشاعر السخط الشعبي.

الخلفية النظرية للدراسة:

تشكل الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 نقطة فارقة في تطور الخطاب السياسي الرقمي، إذ لم تعد الحملات الانتخابية تقتصر على الأدوات التقليدية كالمهرجانات والخطابات الرسمية، بل امتدت إلى فضاءات التواصل الاجتماعي التي شهدت حضورا مكثفا للميمات السياسية، كأحد أبرز أشكال التعبير الشعبي الساخط والداعم والمتهكم على حد سواء، وهو ما يستدعي الوقوف بحثيا عند هذه الظاهرة من خلال ربطها بعدد من النظريات الإعلامية والسياسية التي توضح آليات عملها وأثرها في سلوك الناخبين وفي المجال العام الجزائري.

أولا نظرية الإطار الإعلامي: وهي النظرية التي تفسر كيفية تقديم القضايا والأحداث في وسائل الإعلام، حيث ترى هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية تمر عبر عملية تأطير تجعل بعض الجوانب أكثر بروزا من غيرها، من خلال توجيه انتباه الجمهور إلى تفاصيل محددة مع إغفال أخرى (Entman, 1993)[7]، وفي سياق الميمات السياسية الجزائرية يظهر التأطير بوضوح من خلال الصور الساخرة

والتعليقات اللاذعة التي تُبرز مرشحا بالسخرية وتُضخم أخطاءه، في حين تلمّع صورة آخر كمنقذ أو ضحية مما يؤدي إلى بناء تصورات مسبقة قد تطغى على البرامج الانتخابية.

ثانيا نظرية السخرية السياسية: التي توضح أن السخرية لم تعد مجرد أسلوب فكاهي بل أصبحت أداة نقدية سياسية ذات تأثير على الوعي الجمعي، حيث تقدم الميمات السياسية من خلال السخرية فرصة للجمهور للتعبير عن استيائه ومقاومة الخطابات السياسية الرسمية، عبر إعادة إنتاجها بأسلوب تهكمي[8]، مما يجعلها تسهم في صناعة خطاب سياسي بديل قائم على التهكم كآلية للتفاعل السياسي.

ثالثا نظرية التأثير المعرفي: التي تشرح كيف تؤثر الرسائل الإعلامية على البناء المعرفي للأفراد وتوجيه تصوراتهم، حيث يؤدي التعرض المتكرر للميمات السياسية إلى تعزيز الصور النمطية وترسيخ الأفكار السياسية المبسطة في وعي الناخبين، عبر آليات التكرار الرمزي المستمر[8].

رابعا نظرية المجال العام: التي ترى أن الفضاء العمومي يفترض أن يكون ساحة عقلانية لتبادل الآراء والأفكار، إلا أن الانتشار الواسع للميمات السياسية قد يسهم في تحويل هذا الفضاء إلى ساحة للتهكم والاستهزاء، مما يضعف من جودة الحوار الديمقراطي ويشجع على إنتاج خطابات سطحية وشعبوية (Habermas, 1989)

خامسا نظرية التأثير الاجتماعي التي تشير إلى أن المواقف والآراء السياسية للأفراد تتأثر بالبيئة الاجتماعية المحيطة بهم، وأن التداول الواسع للميمات ضمن شبكات التواصل الاجتماعي يعزز الميل إلى التوافق مع الآراء السائدة في المحيط الرقمي، مما يؤدي إلى تكريس القناعات وتعزيز الانقسام بين الجماعات السياسية المختلفة[9].

الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسة الحالية على أربعة دراسات سابقة رئيسية، تناولت بشكل مشترك دور الميمات في الخطاب السياسي، على اعتبار أنها تسهم في تشكيل الرأي العام، وتعزيز السرديات الأيديولوجية، وتعمل كأداة للنشاط الرقمي أو الدعاية السياسية. يرى **ويغينز (2020)**، من خلال تطبيقه لنظرية البِئَة، أن الميمات ليست مجرد ظواهر رقمية عشوائية، بل هي أفعال تواصلية منظمة تؤثر على المعايير السياسية والاجتماعية وتتأثر بها، ومن خلال تأطير الميمات كنوع من الخطاب، يوضح أنها تتبع أنماطا محددة، وتُستخدم في تعزيز الهوية الجماعية وترسيخ الأيديولوجيات السياسية عبر التناص. تشير نتائجه إلى أن الميمات ليست مجرد وسيلة تعبير فردية، بل هي أدوات متكررة تعيد إنتاج الخطاب السياسي، رغم أن تركيزه على البنية قد يغفل دور الأفراد في صناعة هذه الميمات.

يركز **هايفيلد (2022)** على السخرية والميمات في سياق المقاومة السياسية عبر الإنترنت، موضحا كيف أنها تساهم في دمقرطة المشاركة السياسية، حيث تتيح للأفراد انتقاد هياكل السلطة بأساليب

إبداعية ساخرة. من خلال الإثنوغرافيا الرقمية ودراسات الحالة، يبين كيف توفر الميمات أسلوبا منخفض التكلفة للمقاومة السياسية، لكنها في الوقت ذاته يمكن أن تصبح أداة لنشر المعلومات المضللة وتعزيز الاستقطاب .توفر دراسته شرحا مفصلا لكيفية تشكيل الميمات للخطاب السياسي خارج المؤسسات الرسمية، إلا أن غياب التحليل الكمي فيها يجعل من الصعب قياس التأثير المباشر للميمات على سلوك الناخبين.

تقدم **شيفمان(2020)** تحليلا للميمات بوصفها وحدات لنقل الثقافة، حيث توضح كيف تنتشر هذه الميمات وتتطور وتؤثر على السرديات العامة. وتبرز تصنيفها للميمات استنادا إلى الشكل، الوظيفة، وأنماط التكرار، والدور الذي تلعبه في تبسيط الرسائل السياسية المعقدة وجعلها أكثر قابلية للمشاركة والانتشار، كما أنها تقدم مفهوم "منطق الميم" لتفسير كيف تؤثر الثقافة الرقمية على انتشار الميمات وتحويلها إلى أدوات للتعبئة والتأثير، ومع ذلك، تبقى دراستها وصفية في جوهرها، حيث لا تقدم نماذج تنبؤية حول مدى تأثير الميمات على السلوك السياسي.

يركز **ميلنر(2020)** على الطبيعة التشاركية للميمات، موضحا كيف أنها تعيد تشكيل الخطاب السياسي من خلال تمكين المستخدمين من إعادة إنتاج المعاني وصياغتها بدلا من الاكتفاء باستهلاك المحتوى السياسي التقليدي. من خلال تحليله الإثنوغرافي للمجتمعات الرقمية مثل Redditوchan4، يبين كيف أن ثقافة الميمات السياسية يمكن أن تكون مساحة للنقد السياسي، لكنها قد تؤدي أيضا إلى التطرف وتعزيز الانقسامات الأيديولوجية، ويجادل بأن الميمات تسهم في توسيع نطاق الديمقراطية التشاركية عبر جعل النقاش السياسي أكثر انفتاحا، لكنه يعترف أيضا بخطرها في إضعاف الحوار السياسي التقليدي واستبداله بالمحتوى العاطفي والمثير للجدل.

بشكل عام، تتفق هذه الدراسات على أن الميمات ليست مجرد أدوات للترفيه، بل تمثل قوة سياسية قادرة على تعبئة الجماهير، وتعزيز الهويات الأيديولوجية، وتحدي السرديات الإعلامية التقليدية .لكنها في الوقت نفسه تطرح تساؤلات حول علاقتها بتضليل المعلومات، والاستقطاب السياسي، والتلاعب بالرأي العام .قد يكون من المفيد في الأبحاث المستقبلية دراسة كيفية اختلاف تأثير الميمات عبر الأنظمة السياسية المختلفة، لا سيما في الأنظمة الاستبدادية أو الديمقراطيات الهجينة، حيث تلعب المقاومة الرقمية دورا هاما في المشاركة السياسية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

يعتبر هذا البحث من الدراسات الوصفية التحليلية الميدانية، التي تهدف إلى وصف وتحليل ظاهرة الميمات السياسية المتداولة خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 واستكشاف تأثيرها على توجهات الناخبين وسلوكهم الانتخابي، وذلك من خلال تحليل مضمون الميمات ورصد دلالاتها ورموزها وتحليل أثرها المعرفي والنفسي على المتابعين في الفضاء الرقمي.

يعتمد هذا البحث على المنهج المسحي بهدف تحقيق تكامل بين المعطيات الكمية حيث يتم توظيف تحليل المحتوى للكشف عن الأبعاد الخطابية للميمات السياسية، في حين يستند إلى أداة الاستبيان الإلكتروني لرصد آراء الناخبين حول مستويات التفاعل مع هذه الميمات وتأثيرها على اتخاذ القرارات الانتخابية.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الميمات السياسية تعد وحدات رمزية رقمية هجينة تمزج بين الصورة والنص، ضمن قوالب ساخرة تحمل رسائل سياسية مبسطة، تهدف إلى التأثير السريع على الرأي العام ، إذ باتت هذه الأداة التعبيرية حاضرة بقوة في السياقات الانتخابية، وقد شهدت الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 توظيفا واسعا للميمات ضمن الحملات الرقمية سواء لأغراض دعائية أو هجومية أو دفاعية.

تضمن البحث أدوات جمع البيانات التالية: أداة تحليل المحتوى التي اعتمدت على تصنيف الميمات وفق موضوع الرسالة، ونبرة الخطاب، والفئة المستهدفة، والرموز المستعملة، والعاطفة المثارة، وقد تم اختيار عينة **قصدية** مكونة من 150 ميم سياسي، تداولها الجمهور بكثافة خلال فترة الحملة الانتخابية، تم اختيارها بطريقة قصدية من خلال البحث على شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك تحديدا، في الفترة الممتدة من 1 جوان إلى 30 سبتمبر 2024، كما تم إعداد استبيان إلكتروني تضمن عددا من الأسئلة المغلقة والمفتوحة بهدف قياس معدل التعرض للميمات السياسية ومستويات التفاعل معها، ومدى تأثيرها على التوجهات التصويتية للناخبين.

تم تصميم أدوات الدراسة بناء على إجراءات منهجية دقيقة، حيث تم تحديد العينة القصدية للاستبيان أيضا ب: 150 مشاركا من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر (الفيسبوك)، ممن أظهروا تفاعلا ملحوظا مع الخطاب الانتخابي الرقمي وقد خضع الاستبيان لاختبار أولي شمل عينة صغيرة للتحقق من وضوح صياغة الأسئلة ودقتها.

تحققت الدراسة من الصدق الظاهري لأدوات جمع البيانات من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات الإعلام السياسي وتحليل الخطاب الرقمي، كما تم التحقق من ثبات أداة تحليل المحتوى عبر قياس معامل الاتفاق بين المحللين باستخدام مؤشر **كابا** الذي بلغ 0,85 في حين بلغ معامل ألفا **كرونباخ** لتقييم ثبات الاستبيان 0,89 وهو ما يعكس مستويات ثبات مرتفعة تضمن موثوقية النتائج

شمل مجتمع الدراسة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر خلال فترة الانتخابات الرئاسية لعام 2024، وتم اختيار عينة قصدية في شقيها التحليلي والميداني لضمان استهداف الفئات الأكثر تفاعلا مع الميمات السياسية والمشاركة في تداولها أو التفاعل معها.

راعت الدراسة الضوابط الأخلاقية عبر توفير معلومات واضحة للمشاركين حول أهداف البحث وضمان سرية البيانات وعدم استخدامها إلا في الأغراض العلمية، مع منح المشاركين حق الانسحاب في أي وقت دون أي التزامات.

النتائج العامة للدراسة:

- نتائج الدراسة التحليلية:

كشفت نتائج تحليل مضمون الميمات في عينة الدراسة والتي تم تداولها خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 عن مجموعة من الأنماط الخطابية والدلالات التي تعكس حالة احتقان سياسي ولا يقين جماعي تجاه جدوى العملية الانتخابية:

بداية، برز موضوع **الوعود الانتخابية الفارغة** بنسبة 41.3 بالمئة، وهو ما يعكس سمة مركزية في المزاج الشعبي الجزائري، المتعلق بتكرار الخطابات الانتخابية التي تفتقر إلى المصداقية في سياق يواجه فيه المواطنون خيبات متتالية من التجارب السياسية السابقة، ترتكز هذه الميمات على تفكيك الوعود التي تقدمها الشخصيات السياسية، من خلال السخرية من عدم تحققها المتكرر، وربطها بسياق تاريخي طويل من الوعود غير المنجزة، ففي إحدى الميمات الأكثر انتشارا عرضت صورة لمرشح يقول" :**سنقضي على البطالة"!**، وبجانبه صورة لأحد الأسواق المزدحمة بالباعة المتجولين، مع تعليق" :**بدأ التنفيذ! الجميع أصبح بائعا متجولا."!**، فهذا الميم لم يكتف بالسخرية، بل رسّخ في وعي الناخبين تصورا بأن الوعود الاقتصادية مجرد دعاية انتخابية بلا أساس واقعي، مما عزز الميل إلى المقاطعة أو التصويت الاحتجاجي.

يتماشى هذا الاتجاه مع ما ذكره [9] Highfield (2022)الذي اعتبر أن الميمات الرقمية باتت أدوات نقدية فعالة لتفكيك السرديات السياسية الكبرى وتحويلها إلى رموز ساخرة تفقد الخطاب الرسمي قيمته الرمزية وهو ما ظهر بوضوح في الانتخابات الجزائرية، حيث بدت الميمات وسيلة لتجديد النقد الشعبي بعيداً عن الأشكال التقليدية.

وفي ما يخص الفئة المستهدفة، أظهرت النتائج أن **مرشحي السلطة** شكلوا المحور الأساسي للسخرية والهجوم بنسبة 38.7 بالمئة، وهو ما يعكس انعدام الثقة في رموز النظام، الذين غالبا ما يُنظر إليهم باعتبارهم امتدادا لذات النخبة التي احتكرت الحكم لعقود في الجزائر، ينسجم هذا مع التصورات المتجذرة في الوعي الجمعي الجزائري عن "استمرارية السلطة" حتى وإن تغيرت الأسماء والوجوه.

يؤكد شيفمان [10] (2020)أن الميمات السياسية تعمل كوسائل مقاومة رقمية للخطابات السلطوية، وهو ما تحقق في السياق الجزائري، من خلال استهداف المرشحين القريبين من السلطة بالسخرية الشديدة، في محاولة لتحجيم شرعيتهم أمام جمهور يشعر بالخذلان.

أما من حيث الأساليب البلاغية، فقد سادت **السخرية اللاذعة** بنسبة 43.3 بالمئة، ما يؤكد على وجود تحول واضح في الخطاب الشعبي الجزائري، من النقد الجاد إلى السخرية الحادة، باعتبارها ملاذا رمزيا للتنفيس عن الإحباط الجماعي، وفي ظل انسداد الأفق السياسي وعجز التغيير المؤسساتي، باتت الميمات تتبنى خطابا تهكميا مباشرا يفضح التناقضات السياسية، ويعيد إنتاجها بصورة هجينة تجمع بين الفكاهة والغضب، كما يشير ويقنز [11] إلى أن هذا الشكل من السخرية الرقمية يسمح بإعادة توجيه الغضب الشعبي نحو رموز النظام بأسلوب رمزي سهل التداول وعابر للرقابة.

كما كشفت النتائج أن **الرموز الوطنية** كانت الأكثر توظيفا بنسبة 49.3 بالمئة، حيث لجأ منتجو الميمات إلى استخدام الأعلام الوطنية والنشيد والرموز الثوري، لإضفاء طابع شرعي ووطني على السخرية السياسية، مما يجعلها أكثر قبولا بين الجمهور ويمنحها بعدا عاطفيا يضاعف من قوة تأثيرها، ففي صورة من الصور التي تم تحليلها يظهر أحد شهداء الثورة الجزائرية، مع تعليق" **:قاتلوا من أجل الاستقلال... والنتيجة؟ حفلات انتخابية ووعود فارغة."!**، هذا الميم **يربط السخط السياسي بمرجعية وطنية مقدسة**، مما يجعله أكثر تأثيرًا في وجدان الناخبين، ويضفي على السخرية بعدًا أخلاقيا، وهو توجه يعكس سعي منتجي الميمات إلى شرعنة النقد السياسي، من خلال تغليفه بغطاء وطني يمنحه مشروعية اجتماعية، إذ ترتبط هذه الرموز في المخيال الجماعي الجزائري بتاريخ التحرير والاستقلال، مما يجعل استدعاءها في سياق نقد السلطة أمرا ذا دلالة قوية، في هذا السياق يلاحظ ميلنر[12] أن توظيف الرموز الوطنية في الميمات يهدف إلى رفع سقف التأثير العاطفي وإضفاء طابع جماهيري على الخطاب المعارض، وهو ما تحقق فعليا خلال الانتخابات الجزائرية من خلال تحويل الرمز الوطني من أداة تعبئة سياسية إلى وسيلة لنزع الشرعية عن الخطاب الرسمي.

أما على مستوى العاطفة، فقد سادت مشاعر **الاستهزاء والغضب** بنسبة 39.3 بالمئة، وهو ما يعكس شحنة غضب شعبي مكبوت ضد الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ويشير إلى أن الميمات لم تكن مجرد أدوات للتسلية بل تحولت إلى منصات رمزية للتعبير عن الإحباط الجمعي والرفض السياسي.

في هذا السياق يؤكد هيفيلد[1]أن تصاعد العواطف السلبية في الميمات يعد مؤشرا على تآكل الثقة في الفضاء السياسي، وهو ما ينطبق على الحالة الجزائرية حيث وجدت شرائح واسعة من الشباب والناشطين في الميمات السياسية وسيلة آمنة ومباشرة للتعبير عن السخط دون تحمل تبعات المواجهة الميدانية.

)[1](Highfield, Op-cit.

تقود هذه النتائج إلى استنتاج أساسي مفاده أن الميمات السياسية في الجزائر باتت أداة احتجاج رقمي فعالة، تتجاوز وظيفة الترفيه، لتصبح أداة مقاومة رقمية قادرة على إعادة تشكيل الخطاب السياسي الوطني، حيث أسهمت بشكل واضح في إفراغ الانتخابات الرئاسية من مضمونها الجاد وأدخلتها في دوائر التهكم الشعبي، ما ينذر بأن تتحول الميمات إلى مكون رئيسي في المشهد الاتصالي والسياسي الرقمي الجزائري في الاستحقاقات القادمة.

- نتائج الدراسة الميدانية:

كشفت الدراسة الميدانية حول أثر الميمات السياسية في توجيه سلوك الناخبين خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 عن مجموعة من النتائج التي تعكس تحولات بارزة في طبيعة الممارسة السياسية الرقمية بالجزائر. وقد أظهرت المؤشرات الكمية أن الميمات تجاوزت دورها كوسيلة ترفيهية لتصبح أداة ذات تأثير ملموس على تكوين الرأي العام والقرار الانتخابي:

- أظهرت النتائج أن 58 بالمئة من المبحوثين أكدوا تعرضهم المرتفع جداً والمرتفع للميمات السياسية بشكل يومي، مما يعكس تغلغل هذه الظاهرة في الحياة الرقمية للجزائريين خلال الحملة الانتخابية. يمكن تفسير ذلك بتحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى المصدر الأساسي للنقاشات السياسية في ظل فقدان الثقة في الإعلام التقليدي الرسمي. كما أن تصاعد الاهتمام بالميمات السياسية في الجزائر يأتي في سياق بيئة سياسية مشحونة تعاني من نقص الشفافية، مما يدفع الجمهور إلى البحث عن مصادر بديلة تعبر عن آرائهم الساخرة والمتمردة.

إن هذا الحضور الكثيف للميمات يعزز فكرة أن المواطن الجزائري لم يعد يتابع الانتخابات عبر القنوات الرسمية بل من خلال عدسة التهكم الرقمي، مما يكرس انتقال الخطاب السياسي إلى المجال الرمزي الساخر بوصفه مساحة للتنفيس والمقاومة في آن واحد.

- تشير النتائج إلى أن نصف المبحوثين تقريبا يتفاعلون بمستويات مرتفعة جدا ومرتفعة مع الميمات السياسية، وهو مؤشر على حيوية المشاركة الرقمية ونشاط الجمهور في إعادة إنتاج الخطاب السياسي الساخر وليس الاكتفاء بتلقيه، هذا التفاعل المكثف يعكس عملية تدوير اجتماعي للرسائل الساخرة، حيث يشارك المستخدمون في إعادة نشرها أو التعليق عليها أو تعديلها، مما يضخم من تأثيرها داخل الفضاء العمومي الرقمي.

ويمكن قراءة هذا المعطى باعتباره دليلا على أن الميمات باتت جزءا من ثقافة التعبئة السياسية غير التقليدية في الجزائر، إذ تعوض غياب النقاش الجاد عبر إنتاج محتوى ساخر يعيد تشكيل الإدراك السياسي الجمعي، ويوحد المواقف النقدية تجاه الفاعلين السياسيين.

- كشف أكثر من 54 بالمئة من العينة عن تأثر قوي جداً وقوي للميمات في تشكيل مواقفهم السياسية خلال الانتخابات، وهو ما يدل على التحول الملموس في أدوار الميمات من كونها وسيلة ترفيهية إلى

فاعل أساسي في صناعة الرأي العام السياسي.

في السياق الجزائري، يبرز هذا التأثير بالنظر إلى محدودية البدائل الإعلامية الحرة، حيث يجد المواطنون في الميمات مساحة آمنة للتفاعل مع القضايا السياسية وتقييم الشخصيات الانتخابية من خلال السخرية والرمزية.

إن قدرة الميمات على تكوين الرأي العام لا تقتصر على نشر المعلومات، بل تمتد إلى صياغة مواقف نقدية وإعادة ترتيب الأولويات السياسية في ذهن الناخب، مستفيدة من بساطة خطابها وسرعة انتشاره.

- بيّنت الدراسة أن 46 بالمئة من المبحوثين أقروا بتأثير قوي جدا وقوي للميمات على قراراتهم الانتخابية، مما يكشف عن تحول الميمات من مجرد أدوات تعبير رمزي إلى أدوات ضغط حقيقي قادرة على التأثير المباشر في خيارات التصويت.

وفي حالة الجزائر، تزداد خطورة هذا الأثر في ظل بيئة انتخابية يغيب عنها التنافس الحقيقي، إذ تصبح الميمات قناة لتوجيه الرأي العام ليس فقط عبر النقد وإنما من خلال توجيه السلوك الانتخابي ذاته، وهكذا نجد أن الميمات في السياق الجزائري المعاصر قد انتقلت إلى ما يمكن تسميته "التأطير الانتخابي الرقمي"، حيث تلعب دورا مشابها للحملات الانتخابية التقليدية ولكن بوسائل هجينة تعتمد على السخرية والرمزية.

- أظهرت النتائج أن حوالي 40 بالمئة من المبحوثين يعتبرون أن الميمات تتمتع بمصداقية عالية أو عالية جدا، وهو ما يعكس إدراكا نسبيا لجدية الرسائل الكامنة خلف السخرية، رغم الطابع الهزلي الظاهري لهذه الوسائط، في المقابل، فإن نسبة 46 بالمئة ممن يرونها ضعيفة المصداقية أو منعدمة تكشف عن وعي جماعي بأن الميمات ليست مصدرا للمعلومة الدقيقة، لكنها تظل رغم ذلك قادرة على التأثير، ويفسر هذا التعارض بكون الميمات تمارس تأثيرها العاطفي والمعرفي حتى مع الاعتراف الضمني بأنها لا تقدم خطابا موضوعيا أو متوازنا، وهو ما يؤكد على خصوصيتها كأدوات خطابية هجينة تمزج بين الترفيه والإقناع السياسي في آن واحد.

مناقشة النتائج:

تكشف مقارنة نتائج الدراسة التحليلية لمحتوى الميمات السياسية مع نتائج الدراسة الميدانية حول تفاعل الناخبين مع هذه الميمات عن تكامل واضح بين البنية الخطابية للميمات وسلوك الجمهور الانتخابي، وهو ما يعزز فرضية الدراسة بأن الميمات في الجزائر لم تعد مجرد أدوات تعبير رمزي، بل أصبحت فاعلا سياسيا رقميا مؤثرا يعيد تشكيل الممارسة الديمقراطية.

أولا: من إنتاج السخرية إلى تشكيل الرأي

أظهرت الدراسة التحليلية أن موضوع "الوعود الانتخابية الفارغة" احتل الصدارة بنسبة 41.3٪، مع اعتماد مكثف على أسلوب السخرية اللاذعة (43.3٪). وهو ما انعكس في نتائج الدراسة الميدانية، حيث أقر 54٪ من المشاركين بأن الميمات أثرت بقوة على تكوين مواقفهم السياسية، وهذا التقاطع يكشف أن الميمات لم تكتف بنقد الخطاب الانتخابي بل ساهمت في إعادة تشكيل قناعات الناخبين تجاه البرامج والشخصيات السياسية، وهو ما يتفق مع شيفمان بأن الميمات تتحول من مجرد رسائل ساخرة إلى أدوات لصناعة الرأي العام، خصوصا في الأنظمة التي تعاني ضعف الثقة السياسية مثل الحالة الجزائرية.

ثانيا: من رمزية النقد إلى التأثير الانتخابي

أظهرت الدراسة التحليلية حضورا طاغيا للرموز الوطنية بنسبة 49.3٪ في الميمات، وهو ما منحها شرعية رمزية قوية وجعلها أكثر قبولا بين الجمهور، وقد انعكس هذا الحضور الرمزي عمليا في نتائج الدراسة الميدانية، إذ أشار 46٪ من المشاركين إلى أن الميمات أثرت بشكل قوي في قراراتهم الانتخابية، وهنا يبرز دور الرمز الوطني في تعزيز مصداقية الميمات السياسية، إذ لم تعد مجرد نكتة رقمية بل خطابا يحمل مشروعية وطنية تجعله قادرا على التأثير في السلوك الانتخابي.

ثالثا: من الاستهزاء الرقمي إلى فقدان الثقة

سجلت الدراسة التحليلية سيطرة واضحة للعواطف السلبية، خاصة الاستهزاء والغضب بنسبة 39.3٪، وهي مشاعر تكررت في نتائج الدراسة الميدانية من خلال مستويات التفاعل المرتفعة مع الميمات الساخرة بنسبة 50٪ والتعرض اليومي الكبير لها بنسبة 58٪، وهذا يؤشر إلى أن الناخب الجزائري وجد في الميمات أداة تعويضية للتعبير عن الغضب واليأس السياسيين في ظل غياب قنوات التعبير التقليدية، وهو ما يعزز مقاربة هيفيلد التي ترى أن الميمات السياسية تزدهر في بيئات الأزمات الديمقراطية وتتحول إلى منصات للتهكم الجماعي.

رابعا: المفارقة بين ضعف المصداقية وشدة التأثير

رغم أن 40٪ فقط من المشاركين اعتبروا الميمات ذات مصداقية عالية، إلا أن مستويات التأثير السياسي كانت مرتفعة جدا في تكوين الرأي والاختيار الانتخابي، وهذا التناقض يبرز خصوصية الميمات كخطاب سياسي هجين يجمع بين الترفيه والضغط الرمزي الفعال، إذ يؤكد ذلك ما ذهب إليه ويقنز بأن التأثير السياسي للميمات لا يعتمد على صدقيتها المعلوماتية بقدر ما يعتمد على طرافتها الرمزية وقدرتها على إعادة تشكيل الواقع عبر السخرية.

يتضح من خلال العلاقة بين الدراستين التحليلية والميدانية أن الميمات السياسية في الجزائر خلال انتخابات 2024 عملت في مسارين متوازيين:

- **في المسار الأول (التحليل البنيوي)**، وظفت الميمات أدوات بلاغية قوية وسخرية رمزية مع استدعاء مكثف للرموز الوطنية والتاريخية لتفكيك الخطاب الانتخابي.
- **في المسار الثاني (التأثير السلوكي)**، تمكنت هذه الميمات من التأثير في مواقف الناخبين وقراراتهم الانتخابية رغم إدراكهم الجزئي لطابعها الساخر وضعف مصداقيتها.

وهذا يثبت أن الميمات السياسية لم تكن مجرد تعبير عن السخط الشعبي، بل تحولت إلى آلية فعلية لإعادة هندسة الخطاب السياسي والتأثير المباشر في العملية الانتخابية الجزائرية.

خاتمة:

توصلت هذه الدراسة إلى أن الميمات السياسية قد تجاوزت في الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024 حدود الترفيه الرقمي العابر، لتتحول إلى أداة مركزية في إنتاج خطاب سياسي بديل قائم على السخرية والرمزية والاحتجاج الجماعي، فقد كشفت الدراسة التحليلية للميمات عن خطاب سياسي هجومي يرتكز على تفكيك الوعود الانتخابية الفارغة والسخرية من الشخصيات السياسية والبرامج الانتخابية من خلال أدوات بلاغية قوامها التهكم والاستهزاء، مع توظيف مكثف للرموز الوطنية لتأطير الرسائل الساخرة بمنطق وطني يضمن لها القبول الجماهيري والانتشار الواسع.

أما الدراسة الميدانية، فقد أظهرت أن جمهور الناخبين الجزائريين لا يكتفي باستهلاك هذه الميمات، بل يشارك بفاعلية في تداولها وإعادة إنتاجها، مما منحها تأثيرا قويا على مواقف الناخبين وآرائهم السياسية وحتى قراراتهم الانتخابية، وقد بدا واضحا من نتائج الدراسة أن الميمات السياسية أثرت بشكل كبير في تشكيل التصورات الشعبية حول جدية الانتخابات ومصداقية المرشحين، وساهمت في تعزيز مشاعر الغضب والسخرية كآليات تعبير سياسية بديلة عن الأشكال التقليدية للمشاركة الديمقراطية.

ورغم إدراك جزء من الجمهور الطابع الهزلي والمحدود للمصداقية الذي يميز هذه الميمات، فإنها ظلت تحتفظ بقدرتها على التأثير النفسي والمعرفي، مما يؤكد خطورتها كوسيلة دعائية غير رسمية قادرة على إعادة هندسة الفضاء العام وتوجيه الرأي العام في سياق سياسي هش يعاني أصلا من ضعف الثقة في المؤسسات الانتخابية.

إن هذه النتائج تسلط الضوء على تحولات جوهرية في المشهد السياسي الرقمي الجزائري، حيث باتت الميمات جزءا هاما من الممارسة السياسية الجماهيرية، وفاعلا معترفا به في توجيه النقاشات السياسية والتأثير على العملية الانتخابية، وهو ما يفرض على الباحثين وصناع القرار ضرورة التفكير الجاد في ضبط وتنظيم هذا الفضاء الرقمي المتحرر من الرقابة التقليدية، والبحث عن سبل لإعادة بناء الثقة السياسية عبر قنوات ديمقراطية أكثر جدية وشفافية وواقعية، بعيدا عن تحكم الخطاب

الساخر والرمزي الذي وإن كان يعبر عن مزاج جماهيري مشروع، إلا أنه قد يؤدي إلى مزيد من فقدان الإيمان بالعملية الانتخابية والديمقراطية ككل إذا بقي دون معالجات سياسية جادة.

الهوامش:

1. Highfield, T. (2022). Memeing the Resistance: Political Satire and Digital Activism. In J. Smith (Ed.), Digital Politics in the Global South (pp. 112–130).
2. Zerhouni, S. (2023). Electoral Politics in Algeria after the Hirak: Reform or Continuity? Middle East Journal, 77(2), 245–263.
3. Norris, P., & Inglehart, R. (2019). Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism.
4. KhosraviNik, M. (2017). Social Media Critical Discourse Studies (SM-CDS). In J. Flowerdew & J. E. Richardson (Eds.), The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies (pp. 582–596).
5. McGregor, S. C. (2021). Digital Media, Algorithms, and Public Opinion Formation. Journal of Communication, 71(3), 456–470. https://doi.org/10.1093/joc/jqab012
6. Highfield, T. (2022). Memeing the Resistance: Political Satire and Digital Activism. In J. Smith (Ed.), Digital Politics in the Global South (pp. 112–130). Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society (T. Burger & F. Lawrence, Trans.).
7. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
8. Wiggins, B. E. (2020). The Discursive Power of Memes in Digital Culture. Routledge.
9. Shifman, L. (2020). Memes in Digital Culture (2nd ed.). MIT Press.
10. Milner, R. The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media. MIT Press.