



صورة الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية
Algerian's Politicians Stereotyping in Social Media Analytical Study

رحموني لبنى *، علاق أمينة

1جامعة أم البواقي، (الجزائر) Rahmouni.Loubna@univ-oeb.dz

2جامعة أم البواقي، (الجزائر) allagamina04@gmail.co

تاريخ النشر: 2015/ 12/30

تاريخ القبول: 2015/10/13

تاريخ الاستلام: 2015/9/5

المخلص

اتجهت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على الصور التي يتم تسويقها حول الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها اهتمت بهذه الصورة التي تزامنت مع انتخابات 2014 الرئاسية، من خلال تحليل مضمون عينة من صفحات الفيسبوك ذات العلاقة وفي نفس الوقت محاولة التعرف على ردود أفعال الجمهور المستخدم من خلال تعليقاتهم على ذات الصفحات.

لقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة فيما يخص الصورة الذهنية الرقمية، ومن أهمها أن الصورة التي يتم تسويقها عن السياسيين الجزائريين هي صورة سلبية في الغالب الأعم، وأن المستخدمين الجزائريين للفيسبوك هم مستخدمين نشطين خاصة إذا تعلق الأمر بالحديث عن السياسة والسياسيين.

كلمات مفتاحية: الصورة النمطية، الطبقة السياسية الجزائرية، شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك.

Abstract:

This study examines the stereotypes of Algerians politicians on Facebook during the 2014 Algerian presidential elections campaign. Its goal is to explore the defferents ways the Algerians politicians are figuring in defferents status on Facebook as well as the interaction and participation of its online audiences. The analysis has discovered new results significant for the field of online stereotypes, the most important ones is that those stereotypes are completely negative, and that algerian facebook users are positively actives on political field especialy when the subjects are interesting on politicians

keywords; Stereotype, Algerian Politicians, Social Networks, Facebook



1. مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي مظهرا بارزا من مظاهر الإعلام البديل التي كثر الحديث عنها في الأدبيات الإعلامية المعاصرة، نظرا لتزايد عدد مستخدميها يوما بعد يوم، و تعدد مظاهر استخدامها وتأثيراتها، و تنوع مضامينها و محتوياتها، وسهولة استخدامها و الاشتراك فيها، و هو ما سمح للمشاركين فيها بالانضمام تحت مجموعات افتراضية مجلية أو دولية، لها أهداف و غايات مشتركة، تجتمع الكترونيا من أجل النقاش و تبادل الآراء و الأفكار و التجارب، و تناقلها غما عن طريق الحديث أو تبادل الملفات المسموعة أو المرئية، و تنتهي في الأخير إلى تكوين الآراء و الاتجاهات ، تعديلها أو تغييرها. ولا يقتصر مضمون صفحاتها على مجال معين من مجالات الحياة، بل يمكن القول أن النقاشات فيها مست مختلف جوانب الحياة، حتى السياسية منها و التي لم يكن الحديث عنها ممكنا في وسائل الإعلام التقليدية، و لا متاحا بالنسبة للجميع.

فقد أثبتت التجارب التي عرفتھا المنطقة العربية منذ نهاية العام 2010 و ما تلاها من أحداث أطلق عليها إعلاميا مصطلح " الربيع العربي"، أثبتت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام في المجال السياسي، خاصة بعد أن ساهم الفيس بوك و التويتر في تكوين الرأي العام في عدد من الدول العربية كنونس، ليبيا، مصر و غيرها، و هي البلدان التي عرفت حراكا و غليانا سياسيين انتقلت حماته من صفحات التواصل إلى الحياة الواقعية، و هو ما أدى إلى تفتيت و تصدع أنظمة حكم كان مجرد التفكير فيها بسوء جريمة يعاقب عليها القانون. ومنذ ذلك الحين عرف الفضاء الاتصالي عبر الانترنت من خلال الأوعية التي تمكن المواطن من التعبير عن رأيه و ممارسة حقه في الاتصال و الإعلام كشبكات التواصل الاجتماعي، ارتفاعا ملحوظا في عدد المشاركين، و اشتراكات و تعليقات تميزها صبغة غير مألوفة من الجرأة و الحرية في التعبير عن الرأي و مناقشة القضايا الحساسة كالفساد و الرشوة و التزوير و غيرها.

و المتأمل للصفحات الاجتماعية الجزائرية يجدها هي الأخرى قد اتخذت من واقع الحياة السياسية في البلاد مادة دسمة للنقاش الجاد أحيانا و المتهكم الساخر أحيانا أخرى، و لا يترك المشاركون في هذه الصفحات موضوعا أو قضية إلا و طرحوها للنقاش رغم حساسية و خطورة البعض منها، بل إنهم يواكبون الأحداث و التطورات السياسية الحاصلة في البلاد و خارجها، من خلال المجموعات الافتراضية التي ينتمون لها و التي لها توجهات تجمع جميع أفرادها، و من خلالها يتم التشارك و إشراك البقية في الرأي و القيمة و الاتجاه نحو القضايا السياسية خاصة ما تعلق منها بالطبقة السياسية التي شكلت في الآونة الأخيرة محور الحدث على الفيسبوك و غيره من شبكات التواصل، هذه المواضيع التي تجدها مكانا وسط القراء و المعلقين من شأنها أن تعطي نظرة و انطبعا محددين حول واقع الحياة السياسية في البلاد و الأطراف الفاعلة فيها، و من أجل ذلك تأتي هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيسي:

ما ملامح صورة الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية:

- ما أهم القضايا السياسية المحلية التي تظن على مساحات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟



- ما الأطراف السياسية الفاعلة في البلاد؟ وما هو التوجه العام السائد نحوها على صفحات الشبكات الاجتماعية؟
- ما مدى تفاعل الجمهور مع هذه المواضيع من خلال التعليقات المرصودة لها؟
- هل هناك توافق بين الصورة التي تحملها المواضيع للطبقة السياسية في البلاد مع الصورة التي تحملها تعليقات الجمهور؟

■ أهمية الموضوع: يمكن الوقوف على أهمية هذه الدراسة من خلال:

- أهمية دراسات الصورة في حد ذاتها حيث أن وسائل الإعلام لا سيما الجديدة منها تشكل أحد الوسائل المهمة التي يتم توظيفها على نطاق واسع عن وعي أو عن غير وعي في التعبير عن الآراء والاتجاهات والمواقف والقيم تجاه مختلف الأطراف سواء كانت هذه الأطراف عبارة عن أفراد أو جماعات أو مجتمعات بعينها، وهو ما يسهم في تسويق صور ذهنية أو نمطية قد لا تتلاءم مع حقيقة الأطراف المصورة في كثير من الأحيان.
- الحراك السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري سيما في الأشهر القليلة الماضية في ظل اقتراب الموعد مع الانتخابات الرئاسية المحددة في أبريل 2014 والظروف التي تعيشها البلاد بسبب هذه الانتخابات ما جعلها مادة دسمة للعديد من شبكات التواصل الاجتماعي التي يرسم المشتركون فيها صورا معينة للأطراف الفاعلة في العملية السياسية قد لا تتلاءم في كثير من الأحيان مع الواقع المعاش.
- أهمية الإعلام الجديد عموما وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا داخل المجتمع الجزائري الذي دخل أفرادها سيما فئة الشباب منع معترك الاستخدام والتفاعل مع مختلف الأحداث التي تعرفها الجزائر على اختلافها، حيث يجلس هؤلاء إلى حواسيبهم الشخصية يتنقلون بين مختلف الصفحات يتفاعلون بطرق متباينة مع ما تنشره هذه الصفحات، وقد يساهمون هم في حد ذاتهم في النشر والتشارك مع الآخرين في موضوعاتهم، في جو عام تطبعه درجة من الحرية لم تتح هؤلاء على نفس القدر من قبل.

■ أهداف الدراسة: تتجلى أهداف هذه الدراسة في:

- الكشف عن ملامح الصورة التي تسوقها شبكات التواصل الاجتماعي عن الطبقة السياسية على اختلاف أطرافها وذلك من خلال:
- التعرف على أهم المواضيع السياسية التي يطغى الحديث عنها عبر هذه الشبكات.
- التعرف على الأطراف السياسية الفاعلة في المشهد السياسي في الجزائر كما يتحدث عنها المشتركون في هذه المجموعات.
- التعرف على وجهة نظر القوائم بالاتصال (مواطنون عاديون) في هذه الحالة نحو هذه الأطراف و الأدوار التي تؤديها في الجانب السياسي.
- التعرف على حجم تفاعل الجمهور والقراء مع الموضوع من خلال التعليقات التي رصدت حول المواضيع التي قمنا بتحليلها أيضا من أجل:



- التعرف على حجم تفاعل قراء هذه الصفحات مع المواضيع المطروحة وطبيعة الصورة التي يحملونها عن الشخصيات المتحدث عنها من خلال تعليقاتهم.

- الكشف عن توجهات المعلقين نحو هذه الشخصيات.

- الكشف عن مدى اهتمام المعلقين بالمواضيع المطروحة من خلال مدى كثافة التعليقات المرصودة حول المواضيع المعالجة

2. نظرية الدراسة:

استندنا في انجازنا لهذه الدراسة الى نظرية ترتيب الأولويات: **Agenda Setting Theory** وذلك بحثا منا عن طبيعة الأجندة الموجودة عبر صفحات التواصل الاجتماعي ومن يقف خلفها وهل تتشابه مع النظرية المعروفة بتطبيقها في وسائل الإعلام التقليدية أم لا .

ترجع أصول هذه النظرية إلى **ليمان** من خلال كتابه الرأي العام سنة (1922)، والذي يرى أن وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، وتقدم في كثير من الأحيان بيانات زائفة في عقول الجماهير، تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على وسائل الإعلام بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، بحيث تصبح هذه الموضوعات أهم بكثير مما لا تطرحه وسائل الإعلام من موضوعات أخرى، حيث يرجع الفضل إلى ماكومبس وشاو في إجراء أول اختبار إمبريقي لنظرية ترتيب الأولويات (مكاوي، السيد، 2001، 290)، وتعني هذه النظرية والتي يسميها البعض أحيانا نظرية "وضع الأجندة" أن وسائل الإعلام بعرضها وتركيزها على بعض القضايا والموضوعات إنما بذلك تحدد وترتب أولويات اهتمام الجماهير ورؤيته وتقييمه لهذه القضايا، وبما أن وسائل الإعلام في هذا الإطار تعتمد على الصور الذهنية، فإن بمقدور هذه الوسائل لا أن ترسخ صورة معينة فحسب في ذهن المتلقي، بل إن تأثيرها يتعدى ذلك إلى إكساب صورة ما أهمية وألوية عن غيرها والعكس. وتؤكد الدراسات أن وسائل الإعلام الجماهيرية تجعل الشخص يتجاهل المعلومات التي لا يتفق معها، ويختار منها المعلومات التي تعزز وجهات النظر المترسبة.

ويرى جون فيفيان أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرها على جمهورها بناءً على انتقائية وتركيز هذه الوسائل على قضايا معينة، وإهمال الأخرى مما يترتب عليه إدراك الجمهور لتلك القضايا باعتبارها قضايا هامة. وأن هذه التأثيرات تحدث على عدة مستويات هي :

- مستوى خلق الوعي والإدراك بأهمية القضايا.
- ترسيخ القضايا من خلال المعالجة الإعلامية التي تستهدف زيادة درجة ثقة الجمهور في معالجة وسائل الإعلام للقضايا؛ ومن ثم وضعها بقائمة أولوياته.

- التغطية المستمرة والمكثفة لترسيخ الاتجاه والسلوك تجاه أهمية هذه القضايا عن طريق إشعار الجمهور بالأهمية الدائمة لها.
- ووفقاً لذلك يتكيف إدراك الجمهور الذي يتعرض لأجندة وسيلة إعلام معينة في اتجاه يتفق مع حجم اهتمامها بالقضية التي تثيرها، لأن زيادة تركيز الوسيلة على قضية ما يؤدي إلى زيادة تركيز الجمهور وإدراكه لتلك القضية، ووضعها في أولوياته، ويتميز تأثير وضع الأجندة بتركيز الاهتمام العام حول أحداث معينة، وتحديد الأهمية التي يعطيها لجمهورها، وخاصة أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام يرتبط بدرجة كبيرة بطريقة تناول هذه القضايا، ومن ثم تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر

على الجمهور (<http://faculty.ksu.edu.sa/alkarn>)



كما تشير النظرية الى أن هناك مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تلعب دورا هاما ومؤثرا في تحديد أولويات القضايا والموضوعات منها: حاجة الفرد الى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة ومعدل المناقشات الشخصية ومستوى التعرض لوسائل الإعلام ووضع الفرد بالنسبة لاتخاذ القرار الانتخابي إضافة إلى بعض المتغيرات الأخرى ذات التأثير الكبير على قدرة وسائل الاعلام في ترتيب الأولويات مثل: طبيعة القضية ومستوى النظام السياسي والسياق الزمني للدراسة ومستوى تغطية وسائل الاعلام والصحافة في مقابل التلفزيون، هذا إلى جانب المتغيرات الديموغرافية كعوامل قد تؤثر في العلاقة بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور (سعود، 2006، 120-121)

3. الدراسات السابقة: في إطار انجاز الدراسة وقفنا عند بعض الدراسات السابقة التي ساعدتنا في فهم طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي، فهم طبيعة الطبقة السياسية في الجزائر و الوقوف على استمارات تحليل محتوى المادة الاعلامية فكانت الدراسات التالية:

دراسة بن عيسي الشيخ (الشيخ، 2007): صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006:

حاولت هذه الدراسة التعرف على الطريقة التي رسمت بها الصحافة الجزائرية للمكتوبة ملامح السلطة السياسية في الجزائر بطرفيها الحكومة والمعارضة و ذلك من خلال تحليل مضمون 15 عددا من صحيفة الخبر اليومي موزعة على أربعة سنوات 2002-2005 وقد توصل الباحث فيها إلى عدد من النتائج أهمها: أن صحيفة الخبر قد رسمت صورة سلبية للسلطة السياسية في البلاد مقابل صورة إيجابية للمعارضة.

دراسة ليلي بولكعيات (بولكعيات، 2010) بعنوان: صورة السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010.

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة التعرف على صورة السلطة السياسية في الصحافة الجزائرية خلال رئاسيات 2009، مع إجراء دراسة مقارنة بين صحيفتي الشروق و الخبر، مطبقة في ذلك تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات ل 38 عدد موزعة بالتساوي بين صحيفتي الشروق و الخبر اليومي و ذلك قبل إجراء الانتخابات الرئاسية، إضافة إلى 18 عدد موزعين بالتساوي بين نفس الصحيفتين في الفترة التي تلت الانتخابات الرئاسية، كل هذه الأعداد اختيرت بأسلوب الحصر الشامل حيث أنها محدودة العدد في فترة زمنية معينة، و قد كشفت نتائج الدراسة أن هناك اختلاف و تباين بين الصحيفتين في رسم صورة السلطة السياسية خلال رئاسيات 2009.

-استندت كل من الشروق والخبر إلى أجندتين إعلاميتين مختلفتين في معالجة رئاسيات 2009 حيث ساندت الشروق السلطة في حين ساندت الخبر المعارضة.

دراسة محمد منصور بعنوان (منصور، 2012): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجا"، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.



حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن شكل ومضمون الموقع الاجتماعي لقناة العربية وموقعها الإلكتروني ثم إجراء دراسة مقارنة بينهما شكلا ومضمونا من خلال تحليل محتوى كلا الموقعين في الفترة الزمنية الممتدة من 2011-1-25 إلى 2011-2-11 لتتوصل الدراسة في الأخير إلى عدد من النتائج أهمها:

-اهتمام الصفحتين السياسيتين في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي بالأوضاع الجارية في كافة أنحاء العالم والمنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط وقد وظفتا كامل إمكانياتهما في تغطية أحداث وتطورات ربيع الثورات العربية واعتمدت في الإلكتروني على المواد التحريرية ومواد الرأي المختارة والقصص الإخبارية المطولة المعززة بالصور الكبيرة والعنوانات البارزة، بينما في الاجتماعي لم تهتم بالإبحار أكثر من اهتمامها بإيصال المعلومات والأخبار إلى قرائها.

-إن الصفحتين (آراء - والآراء) في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي، إنهما صفحتان متخصصتان تهتمان بآراء الخبراء وذوي الاختصاص والكتاب والقراء من عامة الناس، وإن الآراء المطروحة في الموقع الإلكتروني تتصف بالموضوعية والحرفية والرصانة في كل الموضوعات، بينما الآراء في الموقع الاجتماعي تفتقد إلى هذه المواصفات.

دراسة مها فالح ساق الله (ساق الله، 2013) بعنوان: دور صفحات الفيسبوك الإخبارية الفلسطينية في تغطية حرب حجارة السجيل والإشاعات المتحققة لمستخدميها "دراسة تحليلية ميدانية"، قدمت الدراسة العام 2013 وهي متاحة على شبكة الانترنت

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على الدور الذي تمارسه شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً صفحات الفيسبوك الإخبارية الفلسطينية في تغطية حرب حجارة السجيل 2012، والإشاعات المتحققة لدى مستخدميها. وهدفت إلى معرفة دور صفحات الفيسبوك الإخبارية الفلسطينية في تغطية حرب حجارة السجيل 2012، والإشاعات المتحققة لمستخدميها، بالإضافة إلى التعرف على مضامين عدد من الصفحات الاجتماعية على الفيسبوك التي تناولت هذا الموضوع، وقد اعتمدت الباحثة على عدد من المناهج هي المنهج المسحي، منهج تحليل المضمون بالإضافة إلى المنهج المقارن، أما في الجانب التحليلي وهو الذي يتشابه إلى حد ما مع ما تقوم هذه الدراسة بتحليله فقد اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل المضمون لثلاثة صفحات اجتماعية هي الأكثر نشاطاً، وقد استفدنا من الدراسة في جانب تحديد فئات الشكل و فئات المضمون في الدراسة الحالية.

(Alsaati, 2013) *A Discoursal Analysis of Politeness Strategies* دراسة نشوان الساعاتي

In Facebook Comments -

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الأساليب المهيمنة التي يستعملها العرب عبر تعليقات الفيسبوك من خلال تحليل خطابي لمضمون 133 تعليقا، توصل من خلالها إلى أن تعليقات الفيسبوك العربية - عينة الدراسة - قد احتوت مضامين سيئة.

4. مفاهيم ومصطلحات الدراسة: اعتمدت الدراسة على المفاهيم الرئيسية التالية:

■ مفهوم الصورة:

تعرف الصورة الذهنية على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكوّن عند الأفراد والجماعات نحو شخص أو نظام معين، أو شعب أو جنس ما، أو تجاه المنشآت و المنظمات المحلية والدولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له



تأثير على حياة الإنسان، و هذه الانطباعات تتكون من خلال التجارب المباشرة و غير المباشرة، حيث ترتبط بعواطف واتجاهات الأفراد، بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها هذه التجارب (مسلم، 1985، 18)، وقد ورد تعريفها في قاموس **webster** الشهير على أنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، أو هي تحليل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع، أو الشم أو التذوق (عجوة، 2003، 4)، ويرتبط مفهوم الصورة الذهنية بمفهوم آخر لصيق لكنه غير مشابه و هو الصورة النمطية، و قد استعير مفهوم الصورة النمطية من الصحافة المكتوبة كمهنة، إذ يطلق مصطلح **stereotype** على لوحة الطباعة التي تسهل عملية التنضيد، فهي عبارة عن قالب جاهز يسمح بطباعة عدد غير محدود من النسخ بطريقة آلية (Dante Rose Susan، 2011، 20) **Mechanically repeated** يمكن مقارنة الصورة النمطية من خلال هذا التعريف باستخداماتها في وسائل الإعلام من خلال:

- القوالب الجاهزة: ويشبهه الصور الجاهزة في عقول وأذهان الأشخاص حول الآخرين.
- طباعة عدد غير محدود من النسخ: ويقابله انتقال الصورة بصفة غير محدودة عبر وسائل الإعلام.
- التعريف التكنولوجي يفترض أن تكون النسخ متطابقة مع النسخة الأصلية، وهو ما لا نجده في عملية التصوير النمطي عبر وسائل الإعلام عموماً.

استناداً إلى ما سبق يمكن القول بأن الصور النمطية هي ما يرسمه الأفراد أو المجتمعات أو المؤسسات أو الآخرين على اختلافهم، و سواء تعلق الأمر بالناس أو بالثقافات أو بالجماعات المختلفة، أو بالديانات، و ذلك وفق الموروثات الثقافية التي يحملها المصور و بعض المؤثرات الأخرى كالتعليم، و التنشئة الاجتماعية و وسائل الإعلام المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الحالة)، و كذا الدور الفاعل لقادة الرأي و الفكر و الزعماء.

■ مفهوم الطبقة السياسية :

تعددت مفاهيم السلطة ومكوناتها وأشكالها بحسب تعدد أيديولوجياتها الفكرية والمذهبية والسياسية، في هذه الورقة حاولنا تناول هذا المفهوم على اعتبار الطبقة السياسية في الجزائر هي مزيج مكون من مختلف الفاعلين في المشهد السياسي الجزائري سواء كانوا تابعين للنظام السياسي القائم ويتمتعون بطابع الرسمية (وهنا يمكن الحديث أساساً عن رئاسة الجمهورية والهيئات التابعة لها من الوزير الأول والوزارات...) إضافة إلى الحديث عن الأحزاب السياسية وهيئات المجتمع المدني (الداعمة منها للنظام القائم أو المعارضة له)، والمداخلة تحاول رصد صورة هذه الطبقة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

■ مواقع التواصل الاجتماعي :

هي المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين وتوفر وسيلة اتصالية مع معارف منشئ الصفحة أو غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت (المقادي، 2011، 24)

■ موقع الفاييس بوك :

يعتبر الفاييس بوك واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط، وإنما أصبح قاعدة

تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، ويعرف قاموس الإعلام والاتصال **Dictionary of Media and Communication** الفاييس بوك على أنه: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات



الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظف لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص (نومار، 2012، 24)

5. نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تسعى الى الكشف عن الظاهرة الاعلامية من خلال وسائلها وكيف يستخدم المتلقون مضامينها ويعرف د سميح حسين الدراسات الوصفية بأنها تلك الدراسات التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع ما أو موقف أو جماعة أو فرد بعينه، أو ظاهرة إعلامية مهما كان نوعها بغية الوصول إلى استنتاجات بشأنها (حسين، 1995، 123) وفي هذا الإطار تم الاعتماد على منهج المسح و هو جهد علمي منظم يهدف للحصول على المعلومات والأوصاف الخاصة بالظاهرة محل الدراسة (الحמיד، 1991، 158)، ومن خلاله قمنا بتوصيف خصائص الصورة التي تسوق عبر شبكات التواصل الاجتماعي للطبقة السياسية في الجزائر، على اختلاف الفاعلين فيها، كما اعتمدنا على منهج تحليل المضمون لعينة من الصفحات الاجتماعية الفيسبوكية، وتحليل المضمون هو منهج يستخدم لوصف المضمون الظاهر محتوي الوسيلة الإعلامية وصفا كميا موضوعيا و منظما (الوفائي، 1991، 140)، ويعتبره البعض أسلوبا يستخدم لجمع البيانات بقصد التقدير والتقييم و التفسير المنظم لمحتوى و هيكل وسائل الاتصال (مصباح، 2010، 98) وقد قمنا بتصميم استمارتين لتحليل المضمون: الأولى للتعرف على ملامح صورة الطبقة السياسية من خلال المواضيع الرئيسية التي تم عرضها على الصفحات - عينة الدراسة-، والثانية من أجل التعرف على ملامح صورة نفس الطبقة من خلال تعليقات القراء والمتابعين على نفس المواضيع المعروضة.

6. مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة شبكات التواصل الاجتماعي و صفحاتها المختلفة التي تتناول المواضيع السياسية، سواء كانت هذه الصفحات متخصصة في الشأن السياسي أم لا، ونظرا لصعوبة تحديد عدد هذه الصفحات والرقم النهائي للمشاركين فيها، قررنا الاعتماد على العينة القصدية وهي العينة التي يتم اختيار مفرداتها بطريقة عمدية لتوفر خصائص التحليل فيها وعلى هذا الأساس قمنا باختيار موقع الفيسبوك وثلاث مجموعات منه هي *one two three, viva l'algerie*، *algeria forever* بالإضافة إلى مجموعة "الشارع الجزائري".

بالنسبة للمواضيع فقد قمنا بإجراء مسح شامل لكافة المواضيع السياسية التي أشرت بها عبر هذه المجموعات لمدة 15 يوما بداية من تاريخ 1-15 فيفري 2014، فتحصلنا على 65 موضوعا سياسيا من إجمالي المواضيع المعالجة. أما فيما يخص التعليقات و نظرا لضخامة عددها قررنا الاعتماد قصديا على ما تعرضه صفحة المجموعة من خدمة "أفضل التعليقات حول الموضوع المطروح" *top comments* و التي يتم الاستناد فيها إلى عدد الذين أعجبوا بالتعليق، والذين شاركوا فيه مع أصدقائهم، بالإضافة إلى الردود التي رصدت للتعليق نفسه وليس لموضوع المعالج، وهكذا تحصلنا في الأخير على 260 تعليقا حللت مضامينها..

7. النتائج التفصيلية للدراسة:

■ النتائج التفصيلية لتحليل مضمون المواضيع التي تناولت الطبقة السياسية على صفحات التواصل الاجتماعي:



- تشير نتائج الدراسة الخاصة بأهم المواضيع المطروحة للنقاش على صفحات الفيسبوك عينة الدراسة إلى تفوق التلاسنات الكلامية اللسانية على باقي المواضيع بنسبة 38.5% تليها الانتخابات الرئاسية بما نسبته 23% من إجمالي المواضيع المناقشة، في حين جاءت التأويلات السياسية للأحداث في غرداية في المركز ما قبل الأخير بنسبة 12.3% و يمكن تفسير طغيان الحديث عن التلاسنات الكلامية السياسية بين الأطراف السياسية الفاعلة في البلاد بشدة الأزمة السياسية التي تعيشها البلاد في الأشهر القليلة الماضية في ظل عدم وضوح الرؤية للمشاركين في هذه الصفحات حول من يدير الشأن السياسي في البلاد وسط إشاعات حول مرض الرئيس و عجزه عن إدارة البلاد، يقابل هذا الوضع دخول المؤسسة العسكرية في الجزائر على خط هذه الحروب الكلامية بعد التصريحات النارية التي أطلقها بعض المسؤولون في البلاد حول الدور والضغط الذي تمارسه القيادات العسكرية الكبرى في المجال السياسي للبلاد، إضافة إلى مسألة الإضرابات و الاحتجاجات التي عرفها قطاع التربية والتي تم تأويلها سياسيا بوقوف جهات من المعارضة لها مصالحها في السلطة وراء عملية تأجيج هذه المظاهرات، أما فيما يخص الانتخابات الرئاسية فرغم احتلالها للمركز الثاني إلا أن ذلك لا يعني أنها لاقت رواجاً من قبل المشاركين في هذه الصفحات، لأن نسبتهما تظل منخفضة بكثير بالنظر لأهمية هذا الحدث في مستقبل البلاد بعد أقل من شهرين على إجرائه.

- تشير نتائج الدراسة المتعلقة بمصدر الموضوعات على الصفحات الاجتماعية عينة الدراسة إلى أن 52.3% من الموضوعات كتبت أساساً من طرف أحد مشتركى المجموعة التي أجري التحليل عليها في حين أن 32,3% منقولة من صفحات اجتماعية أخرى، بينما 15.4% فقط من المواضيع كان مصدرها المواقع الإلكترونية الأخرى على اختلافها. ويلاحظ في هذا المجال أن هناك نشاط اجتماعي ملحوظ للمشاركين الجزائريين بحيث أنهم لا يكتفون فقط بالنقل من مصادر أخرى بل يمارسون دور الصحفي و هو ما يجسده مفهوم صحافة المواطن حيث أن صفحات الفيسبوك يمكن اعتبارها بامتياز إعلاماً موازياً يمارس فيه الأشخاص العاديون أدواراً إعلامية و صحفية لم تكن متاحة لهم من قبل، و منذ أن أتاحت لهم الفرصة عبر شبكات التواصل حدثت طفرة في الاستخدامات، حيث أقبل الناس على هذه المواقع مدفوعين أولاً بالرغبة في استكشاف هذه الظاهرة الجديدة وهو ما تؤكده نظرية انتشار الأفكار المستحدثة (بدر، 2010، 327-349) التي ترى بأن الناس يقبلون على الوسائل والأفكار الإعلامية الجديدة التي لم يألفوها من قبل، (يمكن العودة أكثر إلى كتاب الميديا الجماهيرية والانترنت بين السياسة والتكنولوجيا بفهم نظرية انتشار المبتكرات لأحمد بدر الذي استأنسنا بكتابته في هذه الدراسة

وبعد أن كانت استخدامات هذا النوع من المواقع تتركز على الدردشة وقضاء وقت الفراغ، لاحظنا تحول الاهتمام وربما كان ذلك بالتوازي إلى المواضيع السياسية والاجتماعية والاقتصادية الهامة في البلاد.

- فيما يخص كثافة التعليقات حول المواضيع المحللة والتي يعبر عنها الجدول الثالث نلاحظ أن 50.7% من المواضيع تميزت بكثافة التعليقات حولها، مقابل 30.8% تعليقاتها متوسطة، في حين أن 18.5% من الموضوعات تميزت بضعف التعليق عليها، إن ارتفاع نسبي التعليقات الكثيفة و المتوسطة يدل على التفاعلية الكبيرة التي يبدونها المستخدمون الجزائريون تجاه مواضيع المجموعات التي ينتمون إليها بصفة عامة و تجاه المواضيع الجادة بصفة خاصة، وذلك راجع إلى المناخ العام الذي يميزه ارتفاع سقف هامش الحرية في التعبير عن الآراء و الأفكار والاتجاهات، و هو ما تحدث عنه المفكر الألماني يورجان هابرماس في نظرية المجال العام، والتي تركز على وجود فضاء عام وقدر من حرية الرأي والتعبير عبر شبكة المعلومات الدولية وهو ما قد يشكل رأياً عاماً لا يمكن للحكومات السيطرة عليه لتفاعله المستمر والمتزايد مع ما ينشره المدونون والناشطون على الشبكات الاجتماعية



صورة الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي

-فيما يخص أهم الشخصيات و الأطراف الفاعلة في الحدث السياسي الجزائري نلاحظ هناك تقاربا ملموسا بين نسب شخصيات رؤساء الأحزاب، رئيس الحكومة و الشخصيات العسكرية حيث قدرت ب: 25.2% ، 24.3%، و 23.5% لها على التوالي و يمكن ربط نتيجة هذا الجدول بسابقه من حيث أننا فسرنا ارتفاع نسبة التلاسنات الكلامية بدخول الجيش اللعبة السياسية بعد الاتهامات التي سبقت له من طرف الأحزاب السياسية (لاحظ ارتفاع نسبتها أيضا) بتعطيل مسار العملية الديمقراطية في البلاد، أما ارتفاع نسبة الحديث عن رئيس الكومة فيمكن إرجاعه إلى الشهرة التي اكتسبتها هذه الشخصية لعدة أسباب منها: الخرجات الميدانية المتكررة لهذا الرجل منذ توليه زمام رئاسة الحكومة، و صفته الحالية كناطق رسمي باسم الحكومة والرئاسة في ظل غياب الرجل الاول في البلاد عن التصريحات واللقاءات الصحفية و الشعبية التي عودنا عليها، إضافة إلى تهافت الشباب على تصريحات هذا الرجل و خطابه، ما جعله أيقونة فايبروية بلا منازع حيث ارتفع عدد الصفحات الاجتماعية التي تؤسس باسمه أو من أجل الحديث عنه، في حين نلاحظ أن النسبة الأضعف من هذه الشخصيات تتعلق بفعاليات المجتمع المدني من جمعيات و نقابات غير حكومية ويمكن تفسير ضعف هذه النسبة بجهل معظم الجزائريين ومنهم مستخدمي الفايبروك بدور هذه الجمعيات بل وحتى بمدى وجودها وفعاليتها في المجتمع أصلا، إضافة إلى ضعف أدائها ما يجعلها غير معروفة أصلا بالنسبة لهؤلاء.

-بالنسبة لطبيعة الصفات التي تم وصف الشخصيات وأهم هذه الصفات توصلت الدراسة إلى أنه من بين 439 تكرار للصفات بنوعها السلبية و الايجابية جاءت 85.6% منها سلبية مقابل 14.4% للإيجابية و هو ما يعكس صورة سلبية قائمة في أذهان المشتركين في هذه المجموعات عن الطبقة السياسية على اختلاف أطرافها، سلطة كانت أم معارضة أم أطراف حياد، و قد اعتبرت المواضيع التي تم تحليلها وهي تعبر عن آراء أصحابها إلى أن 90.4% من الشخصيات هي شخصيات غير مؤهلة لإدارة منصبها لأنها لا تتميز بالكفاءة وهذا يشير إلى انعدام الثقة بين المواطن والمسؤولين الذين لا يبذلون جهدا في التقرب منه والتعرف على انشغالاته ومشاكله ما جعل أغلب التعليقات حول الشخصيات تصب في خانة اللاتقنة في الأغلبية الساحقة من الشخصيات المذكورة ، كما جاء اتجاه 84.3% من الموضوعات نحو هذه الشخصيات بأنها فاسدة وهو أمر طبيعي لأن البلاد تعيش في الآونة الأخيرة على وقع فضائح الفساد التي هزت عددا من القطاعات منها قطاعات الأشغال العمومية والنقل وقطاع البترول بما يعرف بفضيحة " سوناطراك2"، و هو ما يؤكد مرة أخرى على أن رواد الفايبروك على اطلاع دائم بمختلف الأحداث الجارية في المجتمع.

فيما يخص الصفات الإيجابية فنسبتها متواضعة جدا لا يمكن أن تعطي مؤشرا واضحا على مستوى ثقة المواطن في مسؤوليه وهي في الغالب صفات رصدت لعدد قليل من الشخصيات السياسية خارج السلطة كرئيس الجمهورية والمرشحين الأحرار لرئاسيات 2014.

-بينت النتائج أيضا أن هناك تقاربا ملموسا في طبيعة الصفات (إيجابية/ سلبية)، التي وسمت بها الشخصيات المذكورة، حيث ارتفعت بشكل ملحوظ نسب الصفات السلبية مقابل انخفاض ملموس لنسب الصفات الإيجابية و ذلك لدى جميع الشخصيات باستثناء شخصية رئيس الجمهورية التي ظهر حولها تقارب بين الإيجابي و السلبي بنسبة 57.4% لصالح الصفات السلبية، هذا التقارب في الصفات يمكن إرجاعه إلى الثقة و الاحترام الذي يحظى بهما رئيس الجمهورية من طرف عدد غير يسير من أبناء البلد، فهو على الرغم من وجود بعض المشاكل الاجتماعية و الاقتصادية في فترة حكمه قد تمكن من إخراج البلاد من



دائرة العنف السياسي التي عاشتها لسنوات، و قد جاءت شخصيات رؤساء الأحزاب و رئيس الحكومة في المرتبتين الأولى والثانية من حيث عدد الصفات السلبية بنسب: 93.9%، و 92.9% لهما على التوالي، و هو ما يعطي مؤشرا واضحا على انعدام الثقة بين المواطن و ممثليه من الحكومة والأحزاب.

استنادا إلى ما سبق يمكن القول بأنه لا توجد علاقة بين متغيري طبيعة الصفات ونوع الشخصيات الفاعلة، حيث أن كل الشخصيات كانت سلبية في نظر أصحاب المواضيع المطروحة للنقاش، وهو ما يتعارض مع النتيجة التي توصل إليها الباحث بن عيسى الشيخ في دراسته "صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية" حيث وجد أن هناك اختلافا في الصورة المسوقة عبر صحيفة الخبر لأطراف العملية السياسية في البلاد إذ كانت سلبية بالنسبة للسلطة، و إيجابية بالنسبة للمعارضة.

ب- النتائج التفصيلية لتحليل مضمون التعليقات التي تناولت الطبقة السياسية على صفحات التواصل الاجتماعي:

-توضح لنا بيانات الجدول الثامن المتعلقة بمدى ارتباط التعليقات بالمواضيع المطروحة أن هناك ارتباطا ملحوظا بين المواضيع و التعليقات حيث جاءت المرتبطة بنسبة 86.9% و هي نسبة تشير إلى أن المعلقين لا يعلقون من أجل التعليق فقط بل إنهم يتفاعلون و يختارون ما يهمهم و يشاركون فيه بالرأي و التحليل و هذا دليل على زيادة النشاط السياسي للأفراد داخل المجتمع بفضل الإنترنت. حيث ساعتههم هذه الوسيلة على تأسيس مؤسسات سياسية افتراضية لها طابعها الخاص والذي يميزها عن الآخرين.

-نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 تفوق التعليقات الجادة بنسبة 62,3 % على حساب التعليقات الساخرة بنسبة 37,7 % ، وهذا يمكن تفسيره إلى أن المستخدمين الجزائريين لهذه الصفحات يولون عناية كبيرة بالمواضيع السياسية التي يتم التطرق إليها من خلال منحها مساحة من اهتمامهم وتعليقاتهم التي تصب أساسا في مناقشة جوهر الموضوع المطروح خصوصا في ظل الاستفادة من ميزات هذه الشبكات وتجاوزها لسلطة الرقابة التقليدية والتعظيم على المعلومات، ويدعم هذا الطرح مقولة أحد الباحثين عندما أشار إلى أن موقع الفاييس بوك دشّن مرحلة الانتقال للإعلام الجديد والهجرة من المنتديات والحريات المحجبة. ويرى أنّ الفاييس بوك "كان يغلب عليه الجانب الاجتماعي التعارفي وبناء الصداقات قبل أن يتحول إلى ساحة جدل ثقافي وديني ثم سياسي لاحقا.

ولعل انتشار ما يعرف بثورات الربيع العربي واشتعال شرارتها في مناطق عربية مختلفة واستغلال العديد لمواقع التواصل الاجتماعي لتبادل الرسائل والتوجيهات (ما حدث في مصر نموذجا) دفع بالمستخدمين الجزائريين أيضا إلى فتح نقاشات حقيقية وجادة تجاه مختلف المواضيع السياسية التي تعنيهم

ومنه أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية بحيث أتاحت الفرصة للجميع شباب ،سياسيين، وباحثين لنقل أفكارهم و مناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها. وحتى الحكومات والمنظمات غير الحكومية أصبحت تستعمل هذه الشبكات من أجل إيصال أفكارها وتحقيق أهدافها المختلفة.

-توضح النتائج أن الأغلبية من تعليقات الجمهور جاءت غير مهذبة بنسبة 73.5% وهو ما يتوافق مع دراسة نشوان الساعاتي الذي أجرى تحليلا خطايا لمضمون تعليقات عدد من صفات الفاييس بوك و التي توصل من خلالها إلى وجود مضمون سيء في تعليقات العرب على الفاييس بوك والسبب في ذلك يعود إلى الكبت الذي كان يعانيه الأفراد في مجتمعات لا تتيح حرية



صورة الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الرأي و التعبير ما خلق تراكمات من الحقد و القنوط لديهم، و بمجرد أن وجدوا متنفسا راحو يتفنون في إخراج مكبوتاتهم تجاه الأوضاع السياسية - كما هو الحال هنا- بكل الطرق حتى غير المهذبة منها.

- كما سجلت الدراسة أن اتجاه التعليقات نحو الشخصيات يتجه بشكل كبير إلى الاتجاه السلبي إذ وصل إلى نسبة 69,6 %، في حين لم يتجاوز الاتجاه الايجابي نسبة 17,3 % وثالثا الإتجاه الحيادي بنسبة 13,1 %، وتحليلا لهذه النتائج نجد أن هناك توجه عام سلبي نحو الشخصيات لمستخدمي الصفحات التي تم تحليلها ومرد ذلك إلى ضعف الثقة التي تجمع خاصة المواطن العادي بالطبقة السياسية في الجزائر، إذ أصبح المستخدم يجد في فضاءات صفحات الفيسبوك السياسية منها خصوصا مكانا افتراضيا للتنفيس ضد الشخصيات التي لا يتفق مع تسييرها ملفات الشأن الجزائري واقعيًا سواء تعلق الأمر بمؤسسات الدولة ومسؤوليها أو مسؤولي الأحزاب السياسية خاصة في ظل انتشار ملفات الفساد التي كانت ورائها شخصيات معروفة وذات نفوذ كبير في دواليب السلطة، إضافة إلى فشل العديد من المسؤولين في تسيير ملفات القطاعات المشرفين عليها، ناهيك عن اقتراب الموعد الانتخابي الرئاسي و بروز العديد من الشخصيات السياسية وتصدرها للمشهد السياسي بطريقة قريبة إلى التهريج أكثر منها عمل سياسي مؤسس وهادف، مما أدى بالمستخدمين لهذه الصفحات إلى تبني الاتجاهات السلبية ضد الشخصيات المحسوبة على الطبقة السياسية في الجزائر.

- كما سجلت الدراسة تفوق اللغة العامية بنسبة 37,7 % على باقي لغة التعليقات المستخدمة في الصفحات التي تم تحليلها، وتأتي اللغة الأجنبية متقاربة مع اللغة العربية الفصحى (22,7 % إلى 20,8 %) ومرد ذلك إلى أن مستخدمي هذه الصفحات هي فئات اجتماعية مختلفة في مستوياتها التعليمية والثقافية (أتاحت صفحات الفيس بوك وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لمختلف طبقات المجتمع للتعبير عن آرائهم) ناهيك على أن هذه المواقع سمحت لمستخدميها بخلق فضاء لغوي جديد تغطي عليه لغة الاختصارات وبعض الاتفاقات فمثلا تحولت اللغة إلى رموز وأرقام مثل الحاء: 7، الهمزة: 2، العين: 3.

.....

المستخدم لهذه الصفحات يجد راحة في التعليق والتحرر من قيود اللغة وقواعدها (سواء كانت عربية فصحي أو أجنبية) ويلجأ إلى العامية التي يستخدمها في حياته الواقعية وينقلها أيضا إلى الفضاء الافتراضي خصوصا في ظل دخول العشرات من المعلقين بشخصيات وأسماء مستعارة.

بخصوص اللغة العربية و فق مضامين تقرير *spoton* احتلت اللغة العربية المركز الأول على قائمة اللغات الأكثر استخداما على الموقع فيس بوك الاجتماعي بنسبة 39% وذلك وفقا لآخر الدراسات التي أجريت في البلدان الجزائر، والبحرين، مصر، العراق، الأردن، الكويت، لبنان، ليبيا، المغرب، عمان، فلسطين، قطر، المملكة العربية السعودية، تونس، الإمارات العربية المتحدة واليمن، وتجدر الإشارة إلى أن هناك 15.6 مليون مستخدم يستعملون الواجهة العربية من المواقع .

كما يمكن الإشارة أيضا إلى وجود النسبة الأقل للغات المختلطة ولكن بشكل عام يلاحظ على طبيعة اللغات المستخدمة في صفحات التحليل أنها مختلفة ومتنوعة وهذه أحد الخصائص الأساسية للإعلام الجديد الذي كسر قيود الاعلام التقليدي ومؤسساته الرسمية والتي كانت تخاطب الجمهور بلغة فصحي قد لا تلقى اهتمام الجميع في حين شبكات التواصل الاجتماعي منحت فضاء واسعا للمستخدمين للتعبير باللغة التي تناسبهم

8. النتائج العامة في ضوء التساؤلات والأهداف : توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:



بالنسبة لأهم القضايا السياسية المحلية التي تغطي على مساحات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي توصلت الدراسة إلى: تفوق التلاسنات الكلامية اللسانية على باقي المواضيع بنسبة 38.5% تليها الانتخابات الرئاسية بما نسبته 23% من إجمالي المواضيع المناقشة، في حين جاءت التأويلات السياسية للأحداث في غرداية في المركز ما قبل الأخير بنسبة 12.3% بالنسبة للأطراف السياسية الفاعلة في البلاد، والتوجه العام السائد نحوها على صفحات الشبكات الاجتماعية توصلت الدراسة الى : وجود تقارب ملموس بين نسب شخصيات رؤساء الأحزاب، رئيس الحكومة و الشخصيات العسكرية حيث قدرت ب: 25.2% ، 24.3% ، و 23.5% لها على التوالي، في حين وجدنا أن النسبة الأضعف من هذه الشخصيات تتعلق بفعاليات المجتمع المدني من جمعيات و نقابات غير حكومية ولقد وصلت الدراسة الى أن الاتجاه العام السائد نحو الشخصيات جاء سلبيًا بنسبة 85.6% ،مقابل 14.4% للإيجابية و هو ما يعكس صورة سلبية قائمة في أذهان المشتركين في هذه المجموعات عن الطبقة السياسية على اختلاف أطرافها، سلطة كانت أم معارضة أم أطراف حياد

بالنسبة لمدى تفاعل الجمهور مع هذه المواضيع من خلال التعليقات المرصودة لها توصلت الدراسة الى : كثافة التعليقات حول المواضيع المحللة اين وجدنا أن 50.7% من المواضيع تميزت بكثافة التعليقات حولها، مقابل 30.8% تعليقاتها متوسطة، في حين أن 18.5% من الموضوعات تميزت بضعف التعليق عليها، إن ارتفاع نسبي التعليقات الكثيفة و المتوسطة يدل على التفاعلية الكبيرة التي يبديها المستخدمون الجزائريون تجاه مواضيع المجموعات التي ينتمون إليها بصفة عامة و تجاه المواضيع الجادة بصفة خاصة

بالنسبة لمدى التوافق بين الصورة التي تحملها المواضيع للطبقة السياسية في البلاد مع الصورة التي تحملها تعليقات الجمهور توصلت الدراسة الى : وجود توافق بين الصورتين وذلك من خلال توجه السليبي الذي طغى على اتجاه التعليقات نحو الشخصيات ويتجه بشكل كبير الى الاتجاه السلبي اذ وصل الى نسبة 69,6 كما جاءت صورة الصفات الشخصيات سلبية وصلت الى 85.6% مقابل 14.4% للإيجابية و هو ما يعكس صورة سلبية قائمة في أذهان المشتركين في هذه المجموعات عن الطبقة السياسية على اختلاف أطرافها، سلطة كانت أم معارضة أم أطراف حياد

بالنسبة للمصدر الذي استندت اليه التعليقات توصلت الدراسة الى : أن 52.3% من الموضوعات كتبت أساسا من طرف أحد مشتركى المجموعة التي أجري التحليل عليها في حين أن 32,3% منقول من صفحات اجتماعية أخرى، بينما 15.4% فقط من المواضيع كان مصدرها المواقع الإلكترونية الأخرى على اختلافها

بالنسبة لطبيعة العلاقة بين الصفات والشخصيات الفاعلة توصلت الدراسة الى : انه لا توجد علاقة بين متغيري طبيعة الصفات و نوع الشخصيات الفاعلة، حيث أن كل الشخصيات كانت سلبية في نظر أصحاب المواضيع المطروحة للنقاش،

بالنسبة لارتباط التعليقات بالمواضيع المطروحة توصلت الدراسة الى : أن هناك ارتباطا ملحوظا بين المواضيع و التعليقات حيث جاءت المرتبطة بنسبة 86.9% وهي نسبة تشير إلى أن المعلقين لا يعلقون من أجل التعليق فقط بل إنهم يتفاعلون ويختارون ما يهمهم و يشاركون فيه بالرأي والتحليل وهذا دليل على زيادة النشاط السياسي للأفراد داخل المجتمع بفضل الإنترنت بالنسبة لطبيعة التعليقات توصلت الدراسة إلى :تفوق التعليقات الجادة بنسبة 62,3% على حساب التعليقات

الساخرة بنسبة 37,7% ، كما أن الأغلبية من تعليقات الجمهور جاءت غير مهذبة بنسبة 73.5%.



بالنسبة لطبيعة اللغة توصلت الدراسة الى :تفوق اللغة العامية بنسبة 37,7% على باقي لغة التعليقات المستخدمة في الصفحات التي تم تحليلها ،وتأتي اللغة الأجنبية متقاربة مع اللغة العربية الفصحى (22,7% الى 20,8%)

9. النتائج العامة في ضوء النظرية:

من خلال النتائج التي توصلت اليها الدراسة وبالعودة الى نظرية ترتيب الأولويات نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي وعبر الصفحات التي تم تحليلها اشتركت مع وسائل الاعلام التقليدية كما افترضت النظرية في عدم قدرتها على تقديم جميع المواضيع والقضايا حيث اختار القارئون على هذه الصفحات مواضيع معينة للنقاش وجعلها تحتل قدرا كبيرا من الاهمية لدى مستخدمي هذه الصفحات فلقد وجدنا أن المستخدمين يلتفون حول القضايا التي تهمهم والتي تعرضت للنشر بكثافة عبر الصفحات وتعليقاتهم عليها في حد ذاته يدل على وجود أجندة خفية تجمع بين المشتركين حتى لو لم يجمعهم توجه واحد كما هو معروف في الاجندة التقليدية ،وبمحاولة تطبيق نظرية الأجندة على الدراسة أمكننا ملاحظة التنوع في المنشورات والتعليقات عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعية والتي تمثلت في وجود اهتمام ومتابعة ومناقشة للقضايا والأحداث المتعلقة بالطبقة السياسية وتفاعلها مع الشارع الجزائري وأيضا لاحظنا وجود توجهات مختلفة سواء كانت مؤيدة أو معارضة، فعندما انتقلت هذه المواضيع والقضايا من الواقع الى الشبكات والصفحات الاجتماعية تولّد هناك إدراك من قبل الشرائح الجزائرية المتنوعة والمشاركة في النقاشات والتعليقات للموضوعات والقضايا ذاتها التي كان ربما يصعب الحديث عنها واقعا وتحولت الى قضايا تحظى بالاهتمام لديهم، هذا الإدراك الذي تولّد أدى إلى بروز تلك الموضوعات في قائمة اهتماماتهم وتفاعلهم الملحوظ مع ما ينشر على صفحات “الفيس بوك وغيرها من مواقع التواصل وذلك بكتابة التعليقات والمشاركة في النقاشات التي تعبّر عن اتجاهاتهم نحو هذه القضايا المنشورة.

10. خاتمة:

في ختام هذه الدراسة التي حاولت البحث في صورة الطبقة السياسية في الجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي اين تم اجراء دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك ،وبعد جملة النتائج التي توصلنا اليها يبقى البحث في هذا المجال يحتاج الى دراسات وأبحاث ميدانية أخرى ،خاصة وأن شبكات التواصل الاجتماعي ومن ورائها الاعلام الجديد مازالت تعرف تطورات وتشهد تحديّات وتغييرات كل مرة على تقنياتها وتعدد وتنوع مستخدميها فمن خلال دراستنا توصلنا الى العديد من النتائج كان من أهمها توجه المستخدمين الجزائريين إلى تفعيل صفحات الفيس بوك بنقاشاتهم وتعليقاتهم حول مواضيع مختلفة ولعل الموضوع الذي بحثنا فيه والمتمثل في صورة الطبقة السياسية كشف عن مدى انفتاح هذه التعليقات نظرا للفضاء الافتراضي الذي استغله المستخدمين والذي منح لهم الفرصة من أجل التعليق والمناقشة وتحول هذه الصفحات الى اعلام بديل يتنافس فيه المستخدمون في ظل بقاء الاعلام التقليدي مغلقا على نفسه ومتبعا لأجندة معروفة اما بموافقتها وتأييدها للخطاب السلطوي القائم وفي بعض الحالات وجود بعض الانتقادات على مستوى بعض المؤسسات الاعلامية التقليدية ولكن تبقى هي الأخرى تعمل وفق أجندتها مواقع التواصل الاجتماعي هي الأخرى يبدو أنها تقدم للمستخدمين صفحات وفضاءات لطرح أفكارهم وتصوراتهم التي قد تكون موافقة للوضع القائم أو معارضة له وهذا مما يعني بداية تشكل أجندة حتى لو لم تتضح معالمها بعد ولكنها بينت عن انضمام المستخدمين واتفاقهم على طبيعة المواضيع المنشورة

■ توصيات:



- توصي الدراسة بمحاولة اجراء دراسات مستقبلية معمقة تبحث في طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي كمؤسسات اعلامية بديلة للإعلام التقليدي، والوقوف على دورها في التغييرات التي أحدثتها على مستوى المتلقي
- توصي الدراسة بمحاولة اجراء دراسات مستقبلية حول طبيعة التعليقات التي يوجهها مستخدمو الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة
- توصي الدراسة بالاهتمام أكثر ببحوث تحليل المحتوى لان هناك توجه كبير لبحوث الجمهور على حساب بحوث الوسيلة
- في الأخير توصي هذه الدراسة بإجراء دراسات مستقبلية تتناول مواقع تواصل اجتماعية أخرى لان الملاحظ هو توجه اغلبيه كبرى من دراسات تحليل المحتوى نحو موقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك

5. قائمة المراجع:

1. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001)
2. سعد آل سعود، **الاتصال والإعلام السياسي**، (المملكة العربية السعودية: دار الكتاب الحديث، 2006)
3. **Nashwan M. Al-Sa'ati , A Discoursal Analysis of Politeness Strategies In Facebook Comments, Alhudba College, Future Studies Center, buhuth mostakbalia, vol42, 2013**
4. سامي مسلم، صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، أطروحة دكتوراه منشورة، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1985).
5. علي عوجة، **العلاقات العامة و الصورة الذهنية**، (القاهرة: عالم الكتب، 2003)
6. **Dante Rose Susan, lester Paul Martin, Images That Injure(Pictorial Stereotype in Media Preager(, Santa Barabara, California, 2011)**
7. خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية، (الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2011)
8. مريم ناريمان نومار ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييسوك في الجزائر ، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2011، 2012
9. سمير محمد حسين، **بحوث الاعلام**. ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 1995).
10. محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. ط1، (القاهرة: عالم الكتب)
11. محمد الوفاي، **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية و الإعلامية**، (القاهرة: المكتبة الأنجلومصرية، 1991)
12. عامر مصباح، **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ط2، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)
13. أحمد بدر، **الميديا الجماهيرية والانترنت . بين السياسة والتكنولوجيا**. (القاهرة: الدار المصرية السعودية، 2010)