

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم: الاتصال

دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات
دراسة تحليلية للحركات الاحتجاجية بالجزائر عبر الفيسبوك
صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أنموذجا
خلال الفترة 2018-2020

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال استراتيجي وأزمات

إشراف:

أ/د نصيرة صبيات

إعداد:

يحيى خديجة

العام الجامعي: 2025/2026

شكر وعرفان

أحمد الله عزّ وجل الذي فضّلنا على كثير من خلق تفضيلاً والذي أعانني ووفّقني لإنجاز هذا الأُطروحة بمَنّ وكرمه، له الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة والسلام على حبيبه المصطفى.

من منطلق "من لم يشكر الناس لم يشكر الله" أتقدّم بجزيل الشكر لأُمي الثانية «البروفيسور نصيرة صبيات» التي لم تكن مشرفة فقط، بل أمّا بنصائحها وحرصها على نجاحي، فقد آمنت بقدراتي ورفضت أن أستسلم للمرض أو اليأس فكانت سنداً ودعماً وقوة لي، لقد كافحت لما منحته لي منوقت وجهد ومعلومات قيّمة وتوجيه، فحملت على عاتقها مسؤولية كبيرة جعلت منها بحق مثال الأستاذة الغيرة على البحث العلمي الحريصة على نجاحات طلابها فكلّمة الشكر وحدها لا تكفي لرد الجميل، لذلك نقول لها جزاك الله عنا كل خير.

كما لا يفوتني أن نتقدم بالشكر إلى كل من قدّم لي الدعم والمساندة في إنجاز هذه الأُطروحة، من أساتذة وباحثين، ولكل من ساهم، من قريبٍ أو بعيد، في تذليل الصعوبات ومدّ يد العون خلال مسيرتي العلمية. كما أعبر عن امتناني العميق لكلّ من كان له أثر في مساري الأكاديمي، بكلمة مشجّعة، أو نصيحة صادقة، أو دعمٍ كريم، كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا واجتهدوا في قراءة هذه المذكرة.

إلى كلّ من ترك بصمةً في رحلتي العلمية، أقول: جزاكم الله عني خير الجزاء.

الأهداء

لم تكن الرحلة قصيرة، وما كان ينبغي لها أن تكون.. لم يكن الحلم بسيطاً ولا الطريق كان معبداً بالتسهيلات ولكنني عزمت وتوكلت على الله فما خيب توسلني له الحمد من قبل ومن بعد.

أهدي هذا النجاح إلى من وسمه الله بالهبة والوقار.. إلى من علمني العطاء بدون مقابل.. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار.. إلى سندي الدائم مد الله في عمرك لأكون أول خريجة لك ورمز نجاحاتكيا سيد الرجال والذي العزيزمتك الله بالصحة والعافية على الدوام.

إلى ملاكي الغالي قرة عيني ونبض قلبي وجنة دنياي وآخرتي.. إلى سندي في كل ظروفي وحالاتي.. إلى من دعمتني وأمدتني بالقوة لأستمر.. إلى التي صنعت مني فتاة طموحة تعشق التحديات وترفض الانكسارات.. إلى من كان دعاؤها مصاحباً لي خلال كل مسيرتي ولا زال.. لقدوتي ومعلمتي وصديقة دربي.. أمي الغالية حفظها الله ورعاها وجزاها عني خير الجزاء.

إلى الذين أشد بهم عضدي وأسند ظهري..

إخوتي (عائشة، ملاك، سميرة، محمد، أمين)

لكل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي راجية من الله أن ينفعني بما علمني ويعلمني ما لم أعلم ويجعله حجة لي لا علي يوم العرض عليه.

خريجة

خطة الدراسة

مقدمة:

الإطار المنهجي

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- أسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة وأهميتها
- فرضيات الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات الدراسة
- عينة الدراسة
- الحدود الزمنية للدراسة
- تحديد المصطلحات
- الدراسات السابقة
- التأصيل النظري للدراسة

الإطار النظري

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار.

المبحث الأول : مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وسيرورة نشأتها.

المبحث الثاني: سمات شبكات التواصل الاجتماعي، أنواعها وطبيعة جمهورها.

المبحث الثالث: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

- المبحث الأول: مفهوم الأزمات أسبابها، أنواعها، وطرق إدارتها.
- المبحث الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات.
- المبحث الثالث: نماذج لتفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات.

الفصل الثالث: دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك الشعبي في الجزائر (فيفري 2019)

- المبحث الأول: الحركات الاحتجاجية: التأصيل النظري والقانوني وتحليل التجربة الجزائرية
- المبحث الثاني: مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر وأسبابه
- المبحث الثالث: طبيعة التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك الشعبي في الجزائر.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: محاكاة الأزمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي "الحراك الشعبي الجزائري 2019 نموذجاً"

- المبحث الأول : أهمية الصفحة المدروسة كما يعكسها تحليل حجم تفاعلاتها.
- المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك.
- المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك.
- المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك.

النتائج العامة للدراسة التحليلية

توصيات الدراسة

خاتمة

ملخص الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات من خلال تحليل مضمون صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على موقع الفيسبوك، باعتبارها نموذجًا اتصاليًا رقميًا نشطًا خلال المرحلتين اللتين سبقتا ورافقتا الحراك الشعبي في الجزائر وحتى بعده (2018-2020) وذلك لفهم كيفية مساهمتها في توجيه النقاش العام دون أن تكون طرفًا مباشرًا في الأزمة.

تنبع أهمية الدراسة من حداثة موضوعها في البيئة البحثية الجزائرية، ومن محاولتها الكشف عن كيفية مساهمة الصفحات الفيسبوكية غير المؤسسية في إدارة النقاش العام خلال الأزمات، بعيدًا عن الانتماءات السياسية والإعلامية التقليدية، مما يمنحها بعدًا علميًا وتحريبيًا جديدًا في مجال دراسات الاتصال الرقمي.

انطلقت الدراسة من إشكالية محورية مفادها: كيف أسهمت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" في إدارة أزمة الحراك الشعبي الجزائري من خلال آلياتها الاتصالية الشكلية والمضمونية؟ بغية استخلاص استراتيجيتها الاتصالية في إدارة الأزمة، وتبيان كيفية توظيف الوسائط الرقمية لتأطير الأحداث والتعبير عن المواقف السياسية والاجتماعية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي لمجموعة من المنشورات المنشورة على الصفحة المدروسة خلال فترات الدراسة قبل وأثناء وبعد أزمة الحراك الشعبي.

توصلت الدراسة إلى أن الصفحة تبنت استراتيجية تواصلية استباقية في مرحلة ما قبل الحراك، اعتمدت فيها نمطًا بصريًا وتحريبيًا مكثفًا هدف إلى التوعية والإشارة إلى بؤار الأزمة دون انخراط مباشر في الصراع السياسي، لتتحول خلال مرحلة الحراك إلى منصة رقمية فاعلة في تأطير النقاش العام حول المطالب الشعبية ومتابعة تطورات الأحداث بأسلوب تحليلي وتوثيقي. كما أظهرت النتائج أن الصفحة اعتمدت أشكالًا متعددة من الوسائط (النصوص القصيرة، الصور، الفيديوهات التوثيقية)، بما يعكس وعيًا اتصاليًا بأهمية التنوع في إدارة الخطاب الرقمي زمن الأزمات.

تؤكد النتائج النهائية أن الصفحات الفيسبوكية يمكن أن تؤدي أدوارًا محورية في إدارة الأزمات السياسية، من خلال إنتاج مضامين تساهم في توجيه الرأي العام وصياغة الوعي الجمعي، دون أن تكون بالضرورة طرفًا في الأزمة نفسها، وهو ما يجعل من التجربة الجزائرية نموذجًا غنيًا للدراسة في سياق الاتصال الرقمي العربي.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الاتصال الرقمي، إدارة الأزمات، الحراك الشعبي، الفيسبوك.

Abstract

This study seeks to examine the role of social media networks in crisis management by analyzing the content of the Facebook page “Algeria wa ma adraka ma Algeria” (“Algeria — beyond what tongues can tell”) as an active digital communication model during the phases preceding, accompanying, and following the Algerian popular movement (Hirak) from 2018 to 2020. The aim is to understand how the page contributed to shaping public debate without being a direct party to the crisis.

The importance of this study lies in the novelty of its topic within the Algerian research environment and its attempt to reveal how non-governmental Facebook pages contribute to managing public discourse during crises, independently from traditional political and media affiliations. This gives the study both scientific and empirical value within the field of digital communication studies.

The research revolves around a central question: How did the Facebook page “Algeria wa ma adraka ma Algeria” contribute to managing the crisis of the Algerian Hirak through its formal and content-based communication mechanisms? The objective is to identify its communication strategy in crisis management and to clarify how digital media tools were employed to frame events and express social and political stances.

The study adopts a descriptive-analytical survey method, using quantitative and qualitative content analysis of a sample of posts published on the selected Facebook page during the specified periods—before, during, and after the Hirak movement.

Findings indicate that the page adopted a proactive communication strategy prior to the Hirak, relying on an intensive visual and editorial style aimed at raising awareness and signalling early signs of the crisis without direct political involvement. During the Hirak, it evolved into an active digital platform framing public debates around popular demands and monitoring event developments through analytical and documentary approaches. Moreover, the page utilized diverse media formats (short texts, images, documentary videos), reflecting an advanced understanding of the importance of multimedia diversity in managing digital discourse during crises.

The final results confirm that Facebook pages can play pivotal roles in political crisis management by producing content that helps shape public opinion and collective awareness—without necessarily being a party to the crisis itself. The Algerian experience thus represents a valuable model for studying digital communication in the Arab context.

Keywords: social media networks, digital communication, crisis management, Algerian Hirak, Facebook.

المقدمة:

شهد العالم العقود خلال الأخيرة من القرن الواحد والعشرين تحولات عميقة في بنية الاتصال الإنساني، بفعل التطور الهائل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والذي أفرز ما يُعرف اليوم بـ «الثورة الرقمية» التي غيرت جذرياً أنماط التواصل والتفاعل في المجتمعات الحديثة. فقد أسهم هذا التحول في إعادة تشكيل المشهد الاتصالي العالمي، من خلال انتقال عملية الاتصال من الإطار الأحادي الاتجاه إلى فضاء تفاعلي متعدد المصادر والاتجاهات، مكّن الأفراد من تجاوز حدود الزمان والمكان، وأتاح لهم إنتاج الرسائل وتبادلها على نطاق واسع خارج سلطة الوسائط التقليدية.

في هذا السياق، برزت شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها أحد أهم إفرزات هذه الثورة الرقمية، إذ أصبحت فضاءات جديدة للتعبير عن الرأي، وتبادل الأفكار، والتفاعل وبناء العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية، إلى درجة دفعت العديد من الباحثين إلى وصف المرحلة الراهنة بأنها «عصر الاتصالات والمعلومات». فهذه الشبكات، بما تتيحه من إمكانيات تقنية تفاعلية، أحدثت قطيعة مع المفهوم الكلاسيكي للاتصال الجماهيري الذي كان يقتصر على وسائط النشر والبت المركزي، لتؤسس لنموذج جديد من الاتصال الأفقي القائم على التشاركية واللامركزية والانفتاح، خالقة بذلك أشكالاً جديدة من الفعل الاتصالي خارج الأطر المؤسسية التقليدية.

وقد اكتسبت هذه الشبكات، وعلى رأسها موقع الفايسبوك، أهمية متزايدة في الحياة العامة، إذ باتت تعدّ من أهم مظاهر هذا التحول الاتصالي لما أتاحته من إمكانيات جديدة في إنتاج الرسائل ونشرها دون قيود مؤسسية. وبذلك تجاوزت وظيفتها الترفيهية الأولى لتتحول إلى أداة إستراتيجية للتأثير في الاتجاهات الاجتماعية والسياسية، ووسيلة لإنتاج الخطابات الجماعية وفاعلاً رئيسياً في تشكيل الرأي العام. وأمام هذا التطور، صارت المجتمعات المعاصرة تشهد تحولاً في ممارساتها الاتصالية، سيما في أوقات الأزمات التي تفرض ديناميكية خاصة في تداول المعلومات وصياغة المواقف، ومتابعة المستجدات، وتبادل وجهات النظر، ما يجعلها فضاءً مفتوحاً للتعبير والتمثيل الرمزي للواقع.

وتُعدّ الأزمات في هذا الإطار ظواهر معقدة تتطلب تفاعلاً فورياً واستراتيجيات مدروسة للتعامل معها، سواء من قبل المؤسسات أو الأفراد أو الفاعلين في المجال العام. ومع التحول الرقمي، أصبح التعامل مع الأزمات لا يقتصر على المؤسسات الرسمية أو الإعلام التقليدي، بل امتد إلى المجال الرقمي الذي يُسهم في تشكيل صورة الأزمة وتطوّرها عبر تدفقات متواصلة من الرسائل والتفاعلات.

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تشكّل أحد أهم فضاءات إدارة الأزمات، لما تمتلكه من سرعة في نشر المعلومة، وسهولة في التعبئة والتأثير، وقدرة على تجاوز القيود المفروضة على الإعلام التقليدي. وبذلك أصبحت هذه المنصات إحدى الوسائل البديلة لتسيير الأزمات وصياغة تصوراتها العامة من خلال التفاعل الجماهيري المباشر.

وفي السياق العربي، أظهرت التحولات السياسية والاجتماعية التي عرفت المنطقة منذ عام 2011 تنامي حضور شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط فاعلة في نقل الأحداث وتداولها، وتنوع استخداماتها بين التوثيق، والتعبير، والمناقشة، وهو ما جعلها محور اهتمام متزايد في الدراسات الإعلامية والسياسية على حد سواء.

أما في الحالة الجزائرية، فقد شهدت الجزائر منذ نهاية 2018 وبداية 2019 بروز أزمة سياسية واجتماعية تمثلت في الحراك الشعبي، الذي انطلق رفضاً للترشح لعهد رئاسية خامسة، ليتحوّل سريعاً إلى حركة احتجاجية واسعة تطالب بالإصلاح السياسي والتغيير. خلال هذه الفترة، احتلت شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، موقعاً مركزياً في المشهد الاتصالي الوطني، إذ باتت المنبر الأساسي للتعبير والتنسيق والتعبئة، في ظل تضيق واضح على وسائل الإعلام التقليدية، ما جعلها وسيلة بديلة لتداول المعلومات وتوجيه النقاش العام. حتى صار الفضاء الفيسبوكي ساحةً مركزية لتداول الأخبار والتعبير عن المواقف تجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية.

وفي هذا المناخ، تحولت تلك الصفحات إلى فضاءات تفاعلية تُتداول فيها الأحداث وتُناقش فيها القضايا العمومية بلغة قريبة من الجمهور، ما منحها حضوراً واضحاً في المشهد الاتصالي. لم يكن هذا الحضور بالضرورة فعلاً تعبويّاً أو توجيهيّاً بالمعنى المباشر، بل شكل في كثير من الأحيان منصة لتدوين المواقف والتعبير عن الانشغالات، ومساحة لإعادة صياغة الأحداث في سياق رقمي مفتوح. ومن ثمّ، فإن دراسة مضمون هذه الصفحات تتيح فهماً أعمق لآليات الخطاب الرقمي خلال مرحلة اتسمت باضطراب الاتصال وغياب الثقة في قنوات التواصل التقليدية.

وقد تميزت الصفحات الفيسبوكية الجزائرية، آنذاك، بتنوع خطابها وتعدد أسلوب تناولها للوقائع والأحداث، واختلاف مواقفها. هذا التنوع في المضامين يعكس الدور المعقد الذي لعبته هذه الصفحات في إدارة الأزمة، سواء من خلال التأطير الموضوعي للأحداث أو من خلال انتقاء المضامين وتوظيف النص والصورة والفيديو. أو من خلال توجيه النقاش العام حولها. هذا التعدد في الأنماط الاتصالية يعكس الطابع المركب للاتصال الرقمي في سياقات الأزمات، حيث تتقاطع الوظائف الإخبارية بالتعبيرية والتفاعلية داخل فضاء غير خاضع لمنطق المؤسسات الإعلامية التقليدية.

وقد أتاح هذا الواقع فرصة لدراسة طبيعة الخطاب الاتصالي الرقمي في تلك الفترة، وكيفية تمثيله للأزمة ومظاهرها، باعتبار ذلك مدخلاً لفهم الديناميات الاتصالية التي سبقت الحراك ورافقت تطوره، منطلقين في ذلك من إشكالية محدّدة مفادها ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات في الجزائر؟

وضمن هذا الإطار، تندرج دراستنا الحالية التي تهدف إلى الكشف عن الدور الاتصالي الذي أدته صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما قبل الحراك وأثناءه، وبعده وذلك عبر تحليل مضامينها الاتصالية لتحديد طبيعة الخطاب الذي أنتجته في سياق الأزمة، واستكشاف خصائصه الشكلية والمضمونية ومدى إسهامها في إدارة النقاش العام حولها، دون افتراض مسبق لمدى تأثيرها الفعلي على الجمهور أو قدرتها على التعبئة، أي دون افتراض مسبق لدور محدّد أو تأثير مباشر، التزاماً بالحدود المنهجية التي يفرضها تحليل المضمون كأداة وصفية وتفسيرية في آن واحد.

ويعود اختيار صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تحديداً مجاًلاً لهذه الدراسة إلى كونها تمثل نموذجاً بارزاً للصفحات الفيسبوكية الجزائرية التي نشطت بانتظام خلال مرحلة ما قبل الحراك الشعبي وأثناءه، وبعده، متميزة بتنوع مضامينها وتوازن خطابها الاتصالي بين الإخبار والتحليل والتوثيق. وقد سمح استمرار نشاطها عبر ثلاث فترات مختلفة مرحلة ما قبل الأزمة ومرحلة اندلاعها وما بعدها بتتبع تطور خطابها الاتصالي وكيفية تعاملها مع التحولات السياسية التي شهدتها البلاد.

ومن بين الأسباب التي دفعت إلى اختيار هذه الصفحة أيضًا شدة تفاعل الجمهور معها، سواء من خلال نسبة المتابعة المرتفعة أو عبر كثافة التعليقات وتنوع أشكال التفاعل الرمزي (الإعجابات، الرموز التعبيرية، والمشاركات)، وهو ما يعكس قدرتها على استقطاب اهتمام فئات واسعة من المتلقين، ويُضفي على تحليل مضامينها قيمة إضافية لفهم آليات إدارة الخطاب الرقمي في زمن الأزمات.

وعليه يكتسي هذا البحث أهميته من كونه يسعى إلى الإسهام في إغناء المعرفة العلمية المتعلقة بكيفية تفاعل الفضاء الافتراضي الجزائري مع الأزمات الوطنية، وإبراز طبيعة آليات إدارة الاتصال في الفضاء الرقمي خلال الأزمات، من طرف فاعلين غير مؤسستيين، من خلال تقديم قراءة تحليلية تطبيقية لنموذج فايسبوكي جزائري مهم وله نسبة متابعة عالية، قد تمثل نتائجه مرجعًا في فهم الدور الذي يمكن أن تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات ضمن السياقات العربية.

وانطلاقًا من هذا الهدف، تم بناء الدراسة على ثلاثة مستويات رئيسية:

- **الإطار المنهجي** الذي يعرض إشكالية البحث وتساؤلاته وأهدافه وفرضياته ومنهجه مع تحديد مجتمع البحث وأدواته العلمية ومجمل الدراسات المشابهة له مع شرح المصطلحات والمفاهيم وتقديم التعريفات الإجرائية لها.
- **الإطار النظري** للدراسة الذي تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول أساسية، عالج الفصل الأول منه مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ونشأتها وسماتها مع تحديد دورها في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. أما الفصل الثاني فقد تطرق لإدارة الأزمات من خلال تحديد مفاهيم الأزمة والفصل بينها وبين المفاهيم الأخرى، وأهم أنواعها والوقوف عند معنى إدارة الأزمات عبر مختلف مراحلها بهدف إيجاد أساليب فعالة لحلها وتجاوزها بأقل الأضرار. أما الفصل الثالث من الدراسة فقد تم تخصيصه للإجابة عن العنوان الرئيسي من خلال إظهار العلاقة بين المتغيرين من خلال تحليل أبعاد العلاقة بين الاتصال الرقمي والسياقات الاجتماعية والسياسية خاصة في مرحلة الأزمات.
- **الإطار التطبيقي** الذي يتضمن تحليل مضمون الصفحة المدروسة في ثلاث مراحل زمنية متعاقبة (قبل وأثناء وبعد الأزمة)، للكشف عن وظائفها الاتصالية ودورها في تسيير الأزمة عبر الفضاء الرقمي.

الإطار المنهجي للدراصة



1. إشكالية الدراسة وتساؤلات
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهداف الدراسة وأهميتها
4. فرضيات الدراسة
5. منهج الدراسة
6. أدوات الدراسة
7. عينة الدراسة
8. الحدود الزمنية للدراسة
9. تحديد المصطلحات
10. الدراسات السابقة
11. التأصيل النظري للدراسة

إشكالية الدراسة:

شهد العصر الراهن ثورة اتصالية غير مسبقة، أفرزت تدفقًا هائلًا للمعلومات غير من طبعة العلاقات الإنسانية، وجعلها محكومة بنظام تواصل جديد تحكمه التكنولوجيا الحديثة. وتعدّ شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أبرز مخرجات هذا التحول، إذ أحدثت نقلة جذرية في أنماط التخاطب والتفاعل والتعبير، وفتحت مجالات واسعة للنقاش حول قضايا متعددة، تجاوزت الحدود المحلية لتبلغ الأبعاد الإقليمية والدولية.

وقد سمحت هذه الشبكات، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، باستقطاب الأفراد على اختلاف مستوياتهم وتوجهاتهم، لطرح آرائهم ومناقشة قضايا تمس حياتهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وهو ما أسهم في توسيع دائرة النقاش العمومي، بعد أن كانت محصورة داخل النخب والمقرّبين من دوائر القرار. وبهذا، ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل مفهوم المجال العمومي، إذ أصبحت فضاءً لتكوين المواقف والاتجاهات، ورافدًا لتعزيز الممارسة الديمقراطية من خلال نشر الأفكار السياسية وتنمية الوعي الجماعي، وخلق جماعات افتراضية تشارك الاهتمامات والأفكار وتنطلق من خلفيات وأيديولوجيات مختلفة.

وفي السياق الجزائري، لم يكن المجتمع بمعزل عن هذه التحولات العالمية. فقد عرف هو الآخر انفتاحًا واسعًا على الفضاء الافتراضي، وأصبح الفاييسبوك المنصة الأكثر تأثيرًا في المشهد الاتصالي، بل والسياسي أيضًا. فقد تحول من وسيلة للتسلية وتكوين الصداقات إلى فضاء للتعبير الشعبي، ومجالًا لتبلور وعي سياسي جماعي، مكن فئات واسعة من المواطنين من مناقشة الشأن العام وإبداء المواقف تجاهه. ومع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، بلغ عدد مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر حوالي 21 مليون مستخدم¹، وهو رقم يعكس عمق الحضور الرقمي في الحياة السياسية والاجتماعية.

¹Aghilas Sadi et leilaZaimi, Facebook, twitter, youtube:sur le Web, visite 20/03/2020 a 10:30, <http://www.reporters.dz/>.

هذا الحضور الرقمي المتنامي مهّد لظهور نقاشات افتراضية واسعة حول قضايا الحكم والمواطنة والشرعية السياسية، تحوّلت تدريجيًا إلى فعل احتجاجي ميداني في 22 فيفري 2019، حين خرج ملايين الجزائريين في مسيرات سلمية رافعين مطالب سياسية تعبّر عن رفض العهدة الخامسة والمطالبة بتغيير النظام السياسي. وقد شكّل هذا الحراك الشعبي نقطة تحوّل في التاريخ السياسي الجزائري، إذ كسّر حاجز الخوف وفرض انتقال النقاش من الفضاء الافتراضي إلى الواقع الميداني، مع المحافظة على سلميته وتنظيمه الذاتي، وهو ما منحه شرعية واسعة محليًا ودوليًا.

في ضوء هذه المعطيات، برزت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفايسبوك، بوصفها فاعلاً اتصاليًا مؤثرًا في توجيه الرأي العام وصياغة الوعي الجمعي. ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة لتسلّط الضوء على دور صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على الفايسبوك، من خلال تحليل مضامينها وأساليبها الاتصالية، للكشف عن مساهمتها في إدارة النقاش العام والتعبئة الاجتماعية خلال الأزمة السياسية التي سبقت ورافقت الحراك الشعبي الجزائري.

وعليه، تنطلق الدراسة من التساؤل الجوهري الآتي:

كيف تعاملت شبكات التواصل الاجتماعي، ممثلة في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على الفايسبوك، مع أزمة الحراك الشعبي الجزائري في فيفري 2019؟

التساؤلات الفرعية:

تفرعت عن الإشكالية الرئيسة مجموعة من التساؤلات الفرعية نلخصها فيما يلي:

أولاً: الجانب الشكلي للمنشورات:

- 1- ما مدى اهتمام صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بالحراك الشعبي الجزائري من حيث عدد المنشورات؟
- 2- ما هي نسبة توظيف صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" للوسائط التكنولوجية المختلفة (النصوص، الصور، الفيديو، والبث المباشر) في تناولها لأزمة الحراك الشعبي الجزائري؟
- 3- ما طبيعة الصور والفيديوهات المستخدمة في الصفحة، وما الوظائف الاتصالية التي أدتها خلال الأزمة؟

ثانيا: الجانب المضموني للمنشورات:

- 4- ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" والمتعلقة بالحراك الشعبي الجزائري؟
- 5- ما هي أبرز أسباب الأزمة كما عرضتها الصفحة؟
- 6- ما نوع مطالب الحراك الشعبي التي ركّزت عليها منشورات الصفحة المدروسة؟
- 7- من هم الأطراف الفاعلون الرئيسيون في الحراك الذين أبرزتهم منشورات الصفحة أثناء الأزمة؟
- 8- ما هي الحلول المقترحة لإدارة أزمة الحراك الشعبي الجزائري بحسب صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"؟
- 9- ما المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة في تناولها لأحداث الحراك؟
- 10- ما هو موقف الصفحة المدروسة من الحراك الشعبي الجزائري؟ وهل طرأ تغيير على هذا الموقف بعد انتخابات 12 ديسمبر 2019؟

أسباب اختيار الموضوع:

1- الأسباب الذاتية:

تتمثل الدوافع الذاتية لاختيار هذا الموضوع في ما يلي:

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بموضوع التواصل الرقمي، باعتباره أحد أبرز مظاهر التحول في الحياة المعاصرة.
- الرغبة في دراسة هذا المجال دراسة معمقة تجمع بين البعد الاتصالي وبعد الأزمات السياسية.
- الاهتمام بالتقنيات الحديثة وشبكة الأنترنت وما تتيحه من أدوات تفاعلية أصبحت تُسهم في صياغة المواقف والاتجاهات العامة داخل المجتمع.

2 - الأسباب الموضوعية:

ترتبط هذه الأسباب بطبيعة الموضوع نفسه وبقيمته العلمية، ويمكن تلخيصها في ما يلي:

- قلة الدراسات الوطنية التي تناولت إدارة الأزمات من زاوية الاتصال عبر الشبكات الرقمية، بالنظر إلى حداثة الظاهرة محل الدراسة والمتمثلة في دور شبكات التواصل الاجتماعي، ولا سيما موقع الفايسبوك، في إدارة الأزمات السياسية.
- الحاجة الأكاديمية إلى فهم كيفية توظيف الوسائط الرقمية في التفاعل مع الأزمات السياسية، بما يسمح باقتراح استراتيجيات اتصالية أكثر فاعلية في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

1. معرفة درجة اهتمام الوسائط التكنولوجية، ممثلة في الفيسبوك، بمجريات الحراك الشعبي الجزائري من خلال دراسة حالة صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر".
2. تبيان طبيعة الموضوعات السياسية والاجتماعية التي تناولتها الصفحة في سياق الأزمة، والكشف عن كيفية توظيفها لخدمة النقاش العام.
3. تحديد نوعية المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة في بناء مضامينها المتعلقة بالحراك الشعبي.
4. الوقوف على الأسباب التي أبرزتها الصفحة لشرح الأزمة، وتحليل الكيفية التي تم بها عرضها وتداولها رقميا.
5. إبراز الأطراف الفاعلة في الحراك الشعبي كما عكستها منشورات الصفحة، وتحديد موقع كل طرف داخل الخطاب الرقمي للصفحة.
6. توضيح موقف الصفحة من الحراك الشعبي الجزائري، مع رصد أي تغير محتمل في هذا الموقف بعد انتخابات 12 ديسمبر 2019.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول ظاهرة اتصالية معاصرة ذات أبعاد سياسية واجتماعية مركبة، تتمثل في دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، وبخاصة الأزمة السياسية التي شهدتها الجزائر سنة 2019. فمن جهة أولى، تبرز أهمية الدراسة في حداثة موضوعها، لارتباطها بتحليل مضامين رقمية تُنتج داخل فضاء تكنولوجي متغير باستمرار، وتسهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام. ومن جهة ثانية، تكمن الأهمية في محاولة فهم العلاقة بين الاتصال الرقمي والأزمات السياسية، من خلال الكشف عن الكيفية التي تُدار بها النقاشات والتفاعلات عبر صفحات فايسبوكية غير تابعة لمؤسسات إعلامية رسمية، مثل صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر".

من منطلق أهداف الدراسة التي تسعى إلى التنبيه لأهمية تفعيل اليقظة التكنولوجية في إدارة الأزمات السياسية، عبر فهم الأساليب الاتصالية المستخدمة في المنصات الرقمية، باعتبارها أدوات استراتيجية في بناء المواقف وتوجيه السلوك الجماعي. وبالتالي، فهي تفتح آفاقًا بحثية جديدة حول دور الاتصال الرقمي في دعم الاستقرار الاجتماعي والسياسي من خلال الوعي بآلياته وتأثيراته، مما يعطي لهذا البحث قيمة مضافة.

فرضيات الدراسة:

انطلاقاً من الأسئلة المطروحة في هذه الدراسة، واستناداً إلى ما تم عرضه في الإطارين النظري والمفاهيمي حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، تمت صياغة الفرضيات التالية:

I. الفرضية الأولى:

كلما زاد اهتمام صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بمنشورات الحراك الشعبي الجزائري، دلّ ذلك على وعيها بطبيعة الأزمة واتجاهها نحو معالجتها اتصالياً ضمن فضاء رقمي مفتوح.

II. الفرضية الثانية:

تعكس طبيعة الموضوعات التي تناولتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أسلوباً اتصالياً يقوم على تأطير أزمة الحراك الشعبي من خلال نشر الوعي السياسي والعمل على تعبئة الجمهور الرقمي بصورة غير مباشرة.

III. الفرضية الثالثة:

أيدت الصفحة المدروسة، الحراك الشعبي الجزائري عبر أساليب اتصالية متنوعة، عكست توجهها الرفض للخطاب الرسمي وتبنيها خطاباً مجتمعياً بديلاً أكثر قرباً من نبض الشارع.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.¹ أي أن الهدف الأول من الأبحاث الوصفية هو شرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة.²

والبحوث الوصفية لا تقف عند حدود الظاهرة، وإنما تذهب إلى أبعد من ذلك فتحلل وتفسر وتقرن وتقيم بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة من حيث خصائصها، أشكالها، والعوامل المؤثرة في ذلك، وتقوم على الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة محدّدة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرّف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون،³ وضمن هذا النوع من

¹ منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2002، ص37.

² مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبويك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص95.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط1، دار وائل، عمان، 1997، ص321.

الدراسات لا يتم الاكتفاء بالوصف الدقيق للظاهرة المدروسة فحسب، بل يتطلب الأمر، جمع البيانات عنها ووصف الظروف والممارسات المختلفة المحيطة بها وتحليل هذه البيانات واستخراج الاستنتاجات، ومقارنة المعطيات، وبالتالي التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها في إطار معين، وذلك، للاستفادة منها مستقبلاً.¹

منهج الدراسة:

إن المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو **المنهج المسحي** وهو يعدّ أحد المناهج الأساسية في البحوث الإعلامية جاء في تعريفه بأنه: "استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى".²

كما يعرف على أنه "العملية المنظمة التي تهتم بدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو آراء ووجهات النظر أو قيم واتجاهات أفراد حول موضوع أو ظاهرة أو قضية معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة، وآثارها، والعلاقات التي تتصل بها".³

ويعرفه سمير محمد حسنين بأنه "جهد علمي للحصول المنظم على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، أو مجموعة الظواهر موضوع البحث خلال فترة زمنية كافية للدراسة، وهو يستند على الطرق الكمية والإحصائية في عرض النتائج".⁴

ويتميز منهج المسح بمجموعة من المميزات حيث أنه "يرتكز على وحدة محدّدة في الماضي زمانا ومكانا ويتولى وصفها وتحليلها وتفسيرها، فهو ليس مجرد حصر وجرد لما هو قائم فعلا، أو مجرد وصف للأوضاع الحالية للوحدة محل الدراسة. ولكنه يتجاوز ذلك إلى عملية التحليل والتفسير والمقارنة للوضع الحاضر ببعض المستويات، واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات التي توجه العمل وتعمل على الإصلاح لاحقا".⁵

بناءً عليه فإن هذه الدراسة طبقت منهج المسح من خلال وصف الظاهرة المتمثلة في دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة الحراك الشعبي، وذلك من خلال مسح طبيعة منشورات صفحة فايسبوكية والأطراف المعتمد عليها والأهداف الرامية إليها.

¹ فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2002، ص89.

² رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص97.

³ حسان الجيلاني، بلقاسم سلطانية، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص101.

⁴ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976، ص127.

⁵ محمد شلي، المنهجية في التحليل السياسي: المفاهيم المناهج الاقتراعات والأدوات، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997، ص133.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة ضمن المنهج المسحي على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات الكمية والنوعية، بغرض الإجابة على أكبر قدر ممكن من تساؤلات البحث ويعرّف برنارد برلسون وهو من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب لتحليل المضمون في بداية النصف الثاني من القرن العشرين بقوله: "هو أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"¹.

ويعرف روجي موكشييلي (Roger Mucchielli) تحليل المضمون كما يلي: "يتم تحليل مضمون وثيقة أو عملية اتصالية عن طريق مناهج مضمونة بالبحث عن المعلومات الموجودة في هذا المحتوى من أجل استخراج المعنى أو المعاني المعروفة فيه بصياغة وتصنيف كل ما يتضمنه محتوى الوثيقة أو العملية الاتصالية، وكل وثيقة سواء كانت منطوقة، وتصنيف كل ما يتضمنه محتوى الوثيقة أو العملية الاتصالية، وكل وثيقة سواء كانت منطوقة، مكتوبة، أو مسموعة تحتوي كميًا على معلومات حول شخصية المرسل والجماعة التي ينتمي إليها"².

ويتم تحليل المضمون عن طريق تحويل محتوى المادة الإعلامية إلى وحدات قابلة للعد والقياس، وهذه المرحلة تمثل السمات الأساسية للتحليل الكمي والتي تنطلق من:

- تصنيف المحتوى وتحديد الفئات.

- تحديد وحدات التحليل.

- تصميم استمارة تحليل المحتوى مع جمع البيانات فيها.

1- تصنيف المحتوى وتحديد الفئات.

تعتبر مرحلة من مراحل تحليل المضمون تنطلق من النص المراد تحليله فهي ترتبط بأسلوب التجزئة، أي تدوين الكل إلى تقسيمات ذات خصائص ومواصفات تجسد عملياً المفاهيم النظرية والفرضيات والتساؤلات التي يثيرها البحث.

¹ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص. 17.

² Roger Mucchielli, L'Analyse de contenu des documents et des communications, Application. Pratique. 4^e édition, Paris, 1988, p. 17.

اختيار الفئات: تتحدد الفئات في نوعين أساسيين هما:

I- فئات المحتوى: وهي التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟ وتشمل ما يلي:

- أ. فئة الموضوع: وهي المستعملة في الغالب تجيب على السؤال ماذا يعالج في العملية الاتصالية؟
- ب. اتجاه العملية الاتصالية: تتعلق بالفئات كثيرة الاستعمال في تحقيقات الرأي من حيث مؤيدة، معارضة، محايدة، متحفظة.
- ت. فئة القيم: وهي إما تبحث عن أسباب اتجاه العملية الاتصالية لماذا معارضة أو محايدة؟ وإما عن الهدف الذي تريد اتباعه، وقد استخدم بعض الباحثين في فئات القيم أحكاما مثل النجاح البطولة الصبر.
- ث. فئة الوسائل: وهي الفئة التي تشير إلى الوسائل المقترحة لبلوغ القيم، فقد تحمل الخطابات مثلا إما التهديد والقوة أو الإقناع والمفاوضة.
- ج. فئة الفاعل: تتمسك بالبحث عن الخصائص الفردية لشخصية المبحوثين كالسن والجنس المهنة المستوى الثقافي...

- ح. فئة المصدر: وهي الفئات التي تصنف المحتوى وفق مصدره كدراسة حملة انتخابية من خلال الخطابات الملصقات، المناشير، الجرائد، وتحليل الأخبار في الجريدة من خلال أركان محلية، وطنية، ودولية.
- خ. فئة الأهداف: تستخدم للإجابة على السؤال ماهي أهداف الرسالة الموجهة للجمهور؟

II- فئات الشكل: وهي التي تجيب على السؤال كيف قيل؟ وتشمل ما يلي:

تضم فئات الشكل فئة مكان النشر والقوالب الفنية التي تتخذها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام، وفئة حجم التغطية. وتفاديا للانتقادات الموجهة لمتبني التحليل الكمي على حساب الكيفي أو العكس وإزالة الخلاف فيما يتعلق بالمفاضلة بين التحليل الكمي والكيفي وأولوية أحدهما على الآخر باسم الموضوعية أو اللاموضوعية يميل الباحثون إلى الجمع بينهما، وهذا للاستفادة من مزاياهما معا.

انطلاقا من هذه التحديدات حاولت هذه الدراسة أن تكيّف وتطوّر هذه الأداة التي توظف في الأصل لدراسة المحتوى الإعلامي لجعلها قادرة على دراسة المحتوى الرقمي بكل خصوصياته من خلال محاولة تحليل المنشورات الرقمية مع مراعاة الفوارق التي تميّز طبيعة المنتج الإعلامي عن المنتج الرقمي المنشور عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

كما سعت الباحثة في مجال تقديمها لأهمية الصفحة المدروسة الى معرفة مدى اهتمام الجمهور بها فطبقت مقاييس التفاعل مع منشورات الصفحة دون التعمق في تحليلها لأنها مجال آخر قد يكون أرضية لدراسات متخصصة فيها مستقبلا لمعرفة طبيعة مضامين منشورات المتفاعلين مع منشورات الصفحة، وهو جهد حرصت الباحثة على وضعه في الأطروحة لتأكيد دور الصفحة في مجال التوعية السياسية وتعبئة الجماهير والتأثير عليهم.

وعليه تضمنت هذه الدراسة بالتحليل الفئات التالية:

أولا: فئات الشكل (كيف قيل ؟). وتتكون من الفئات التالية:

1- فئة حجم النصوص: وتقسم هذه الفئة إلى نصوص قصيرة و نصوص متوسطة (مشاهدة المزيد) و نصوص طويلة (متابعة القراءة).

2- فئة توظيف الصور: تتكون من الفئات التالية:

أ- نوع الصور من حيث صور شخصية، موضوعاتية، أرشيفية، كاريكاتورية.

ب- طبيعة الصور من حيث صور ملونة وغير ملونة.

ت- مدى اقتران الصور بالتعليق النصي أي صور مرفقة بعبارة أو فقرة من عدمها.

3- فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة: تشمل الفئات التالية:

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة وتخص كل من الصور، الفيديوهات، التسجيلات الصوتية، الروابط الإلكترونية، واستفتاء الجمهور.

ب- نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة وتشمل نوعين أساسيين فيديوهات لها تعليق وأخرى بدون تعليق.

ت- مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة. وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات فيديوهات قصيرة (أقل من دقيقة) وفيديوهات متوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق) وفيديوهات طويلة (أكثر من خمس دقائق).

ث- طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة. وتم تقسيمها إلى فيديوهات مسجلة وفيديوهات بث مباشر.

ج- أهداف الفيديوهات المنشورة. لمعرفة ما إذا كانت تهدف إلى التعبير عن الوعي الجماعي أو نقد النظام السياسي والتعبير عن التهميش أو التوثيق الإنساني للمآسي الاجتماعية أو نقد الحملة الانتخابية.

ثانيا: فئات المحتوى (ماذا قيل ؟) تتكون من الفئات التالية:

4- فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة: واشتملت على احتساب توظيفها للغة العربية، اللهجة العامية، اللغة المهجينة، اللغات الأجنبية

5- فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة: وخصت المصطلحات التالية: اضرابات، احتجاجات، مسيرات، الحراك

6- فئة الموضوع: تتكون من الفئات التالية:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة: منشورات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، تربوية، مهنية بيداغوجية، رياضية، منوعات.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة: من حيث كونها منشورات تحمل معلومات إخبارية، منشورات تحمل تعليقات عن أحداث وطنية، منشورات تنقل أحداث حية وآنية، منشورات تقدم سيرة ذاتية لشخصيات، منشورات تحمل حوارات مع أطراف معينة.

7- فئة طبيعة الحركات الاحتجاجية: تتكون من الفئات التالية:

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجات في الخطاب الرقمي: وتشمل احتجاجات اجتماعية واقتصادية احتجاجات تربوية احتجاجات صحية احتجاجات سياسية، رياضية، الصراعات اللغوية، الصراعات العرقية.

ب- طبيعة الحركات الاحتجاجية واشتملت هذه الفئة على جملة موضوعات تتعلق من حيث محتواها بما يلي: أحداث الربيع الأمازيغي مسيرات متقاعد الجيش حركة البطالين في الجنوب الجزائري إضراب الأطباء المقيمين مسيرة المعلمين المستخلفين حملة "خليها تصدي" قرارات السلطة تجاه المضربين احتجاجات طلبة المدارس العليا للأساتذة الدعوة إلى الخروج للشارع.

ت- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة. وضمت هذه الفئة الأسباب التالية: فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة، المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري، انتشار الفساد المالي والإداري والأخلاقي، تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية.

ث- أنواع المطالب الاحتجاجية كما عكستها منشورات الصفحة. وضمت المطالب التالية: تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة) إعادة الدستور (قانون المالية 2018) ترقية الأمازيغية فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة تنحية رموز الفساد (العصابة) حقوق اجتماعية، اقتصادية... الخ ولم يرد فيها مطالب.

8- فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة. واشتملت على الفئات التالية:

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة من حيث أطراف رسمية حكومية، أطراف من قطاع التربية، أطراف من قطاع الصحة، أطراف من المجتمع المدني.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة وقسمت إلى مصادر إعلامية وطنية، مصادر إعلامية دولية، من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)، مصادر رسمية، مصادر علمية أكاديمية، مصادر قانونية، ومنشورات دون ذكر مصادر منشوراتها.

9- فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة. وقسمت إلى أهداف إخبارية تثقيفية، توعوية، توجيهية، تحريضية.

10- فئة الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة. من حيث تبنيها للأسلوب الحجاجي العقلي أو الأسلوب القائم على الاستمالات العاطفية أو الأسلوب الترهيبى التخويفى.

11- فئة الاتجاه: وتتكون من الفئات الفرعية التالية: مؤيد، معارض، محايد .

12- فئة القيم: وتتكون من الفئات الفرعية التالية قيم إيجابية وقيم سلبية.

2- تحديد وحدات التحليل:

اختيرت في هذا البحث الجملة كوحدة تحليل والفكرة باعتبارها وحدة سياق والتي تمثل أهم وحدات التحليل المضمون وأكثرها إفادة لأنها توصل الباحث إلى تحليل صادق لاتجاه المضمون وتعطيه تحليلا أعمق لمحتوى المنشورات واتجاهها من الحدث، كما وقع الاختيار على وحدة الكلمة عند حساب معنى معين أو طرف بذاته تكرر ذكره في المنشور، كما تم استخدام العد كأسلوب لقياس ورود تكرارات، حيث تسجل من خلاله مرات ظهور الفئة.

3- تصميم استمارة تحليل المحتوى مع جمع البيانات فيها:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون¹ وقد عرفها كلود كريندرف بأنها: "إحدى الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل".¹

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، طاكسيج - كوم، الجزائر، 2007، ص ص 09 - 10.

كما عرفها برلسون: "تقنية بحث الوصف الموضوعي، منظم وكمي، لمضمون واضح للاتصالات، هدفه التفسير".¹

ويؤكد محمد عبد الحميد: أن استمارة التحليل توفر إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعتبر كميا عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف، ووحدات التحليل، ووحدات القياس، بالإضافة إلى البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى".²

وبالتالي إن الاعتماد عليها كأداة بحثية ستساعدنا في تحديد فئات التحليل وجمع البيانات والمعلومات وتحليلها بهدف تحليل طبيعة مضامين الحراك الشعبي في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" محل الدراسة واستخراج النتائج بموضوعية ومعرفة توجهات الصفحة من حيث الشكل أو المضمون والأهمية النسبية التي تعطيها للموضوع محل الدراسة.

وللتحقق من موضوعيتها تم عرض الاستمارات على عدد من المحكمين وعددهم 5 متخصصين في الصحافة والإعلام والإحصاء من أجل الاستفادة من ملاحظاتهم فيما يتعلق بوضوح فئات التحليل وانتمائها للمجال الذي نقيسه أو نحلله. وبعد أن أبدى المحكمون مجموعة ملاحظات تتعلق بالصياغة والتعبير تم إعادة النظر فيها حتى أصبحت مناسبة للتحليل. * (قائمة المحكمين)

¹ لمياء مرتاض نفوسي، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط 1، دار هومة، الجزائر، 2016، ص 95.

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 152.

* أ.د، كريم بلقاسي، أستاذ تعليم عالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

* أ.د صباح ساكر، أستاذة تعليم عالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

* أ.د ناجية مزيان، أستاذة تعليم عالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

* أ.د بكير قشار، أستاذ تعليم عالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة غرداية.

* أ.د، كريمة قلاعة، أستاذة محاضرة أ، في علوم الإعلام والاتصال جامعة غرداية.

* أ.د، سعاد لكحل، أستاذة محاضرة أ، في علوم الإعلام والاتصال جامعة غرداية.

قياس الثبات:

تعدّ مرحلة قياس الثبات آخر مرحلة من مراحل تحليل المضمون، ويعتبرها جل الباحثين من بين شروط هذه الأداة، وهي تستعمل للتأكد من وجود اتفاق شامل في النتائج وقد عرّف مارشال الثبات كما يلي: نفس الدرجة التي يصل عندها الباحث على نفس الدراسة، وباستخدام نفس المنهج، فإذا ما أشارت نتائج الدراسة إلى تفسيرات أو استدلالات معينة خرج بها الباحث فإن الوصول إلى نفس التفسيرات بواسطة باحث مستقل قام باختبارات الثبات على نفس المادة وبالأساليب والأدوات التي استخدمها الباحث، يعني أن هناك ثباتاً في التفسير يتخطى مرحلة ثبات النتائج التي تشير إلى اتفاق بين نتائج الاختبارات ونتائج الدراسة الأصلية. ولتحقيق مستويات معقولة من الثبات يجب اتباع الإجراءات التالية:

- 1- تعريف دقيق لكل فئة من فئات التحليل مع عناصرها تفادياً لأي لبس قد يقع فيه المرمزون
 - 2- تدريب المرمزين على استخدام أداة الترميز ونظام تصنيف وحدات المحتوى فكرة ، جملة، تصنيفاً دقيقاً لا يتكرر معه وضع فقرة تحت فئتين متعارضتين.
 - 3- إدراك الجزء في إطار الكل، أي الربط دائماً بين الأفكار التي يحللها والسياق الذي قيلت فيه.
 - 4- إجراء دراسة استكشافية يتم فيها اختيار عينة ثانوية من عالم العينة موضع الدراسة ووضع مرمزين مستقلين يقومان بتصنيفها مع اختيار المرمزين للعينات اختياراً عشوائياً حتى يستبعد عنصر الذاتية.
- يجب الإشارة إلى أن هناك عدة طرق لاختبار الثبات نذكر منها:

أ - **طريقة الاختبار وإعادة الاختبار: Retest - Test** في هذه الحالة يجري الاختبار مرتين على نفس المادة الاعلامية، وبنفس الأسلوب، ويعتبر أن الثبات قد تحقق ما لم يحدث تغيير في النتائج المتوصل إليها في الاختبارين. وهي الطريقة التي اعتمدت عليها الباحثة لسهولة تطبيقها على محتوى رقمي مقارنة ببقية الطرق التي تصلح أكثر لمحتوى مطبوع منه لمحتوى متعلق بوسائط تكنولوجية

ب - **طريقة التقييم النصفى: Split halves** وفق هذه الطريقة يقسم المحتوى إلى نصفين أو أكثر وترمز كل منهما ثم تقارن النتائج في النهاية ليشير الاتفاق أو الاختلاف بينهما إلى مستوى الثبات.

ت - **طريقة الأشكال المتكافئة أو المتعادلة: Equivalent - Forms** وتتطلب هذه الطريقة إعداد صور متكافئة مع المحتوى أو المادة التي تمت عليها عملية الترميز ويجري الاختبار على هذه الصور ثم تقارن النتائج بعد ذلك.

قياس التفاعلية:

وفي إطار هذا البحث، تم التركيز على دراسة التفاعلات الرقمية المرتبطة بصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كحالة نموذجية تعبر عن الديناميات الرمزية والسياسية التي عرفها الحراك الشعبي. وقد تم اعتماد مقارنة مزدوجة تعتمد على تحليل الشبكات من جهة، وتحليل البيانات الإحصائية والتفاعلية من جهة ثانية، باستخدام كل من برنامجي Gephi و Socialbakers، حيث يوفر برنامج Gephi إمكانية تصور البنى الشبكية للمستخدمين والوسوم والروابط، ما يسمح بالكشف عن التوقعات المركزية والفرعية، وتحديد العقد المؤثرة والمجتمعات الافتراضية النشطة. وقد مكن هذا التحليل من تتبع ديناميكيات الانتشار الرقمي، وفهم كيفية تشكّل الفضاء الاحتجاجي الرقمي عبر شبكات مترابطة تعكس الاصطفافات الأيديولوجية والمطلبية.

في المقابل، أتاح برنامج Socialbakers تحليلاً كمياً دقيقاً لنسب التفاعل، وأنواع المحتوى المنشور، وتوزيع التفاعلات عبر الزمن. من خلال هذا المحور، أمكن قياس مستوى الانخراط الرقمي في الصفحة، وتحديد المحتويات التي تحقّق أعلى نسب الوصول والمشاركة، مما يفتح المجال أمام قراءة سوسيولوجية لتفضيلات الجمهور الرقمي الجزائري.

وتكمن أهمية هذا الجمع بين الأدوات في تحقيق تكامل بين البُعد البنيوي (Gephi) والبعد التفاعلي (Socialbakers)، ما يسمح بفهم أعمق لتجليات الحراك الرقمي الجزائري، ويؤسس لقراءة سوسيوسياسية تعتمد على تحليل أنماط التفاعل، الرموز المتداولة، والتوقعات داخل الفضاء الافتراضي، مؤكدة في مجملها أهمية الصفحة المدروسة ومدى اتساع دائرة متابعي محتوياتها السياسية.

تحليل التفاعلية كآلية تدعيم منهجي (الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020)

جاء تحليل التفاعلية كخطوة مكتملة في هذه الدراسة، بهدف دعم اختيار الصفحة المدروسة وإبراز أهميتها في الفضاء الاتصالي الجزائري. فقد بينت المعطيات الرقمية أنّ صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» شهدت تزايداً مستمراً في عدد المتابعين والتفاعل الجماهيري، حيث ارتفع عدد متابعيها من حوالي 2.8 مليون في فيفري 2019 إلى أكثر من 3 ملايين متابع سنة 2020، وهو ما يعكس استمرارية حضورها الاتصالي وتنامي ثقة الجمهور في محتواها حتى بعد انتهاء مرحلة الحراك الشعبي.

انطلاقاً من هذا النمو المتواصل، تم اعتماد تحليل التفاعلية كأداة منهجية لقياس مستوى انخراط الجمهور (Audience Engagement) مع المنشورات المنشورة خلال الفترة اللاحقة للأزمة، وذلك عبر تتبع مؤشرات كمية ونوعية مثل عدد التعليقات والمشاركات والإعجابات وإعادة النشر. وقد أظهر هذا التحليل أنّ الصفحة استطاعت الحفاظ على مستوى عالٍ من التفاعل، مما يدل على قدرتها على التكيف مع تحولات السياق الاجتماعي والسياسي، واستمرارها في أداء وظيفة اتصالية مؤثرة في تشكيل الخطاب الرقمي.

وقد تم الاختيار الأولي استناداً إلى استطلاع ميداني عبر منصة فيسبوك وتحريات رقمية استهدفت تحديد الصفحات الأكثر نشاطاً وتأثيراً في تغطية الحراك الشعبي الجزائري، مع التركيز على الصفحات التي حازت الحصة الأكبر من التفاعل والمتابعة الجماهيرية خلال تلك المرحلة. وأظهرت النتائج أنّ صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كانت من أبرز هذه الصفحات، إذ بلغ عدد متابعيها حوالي 2.8 مليون في فيفري 2019، ما منحها موقعاً مركزياً في المشهد الاتصالي الرقمي، وجعلها خياراً علمياً مبرزاً يجمع بين الانتشار الكمي والدور النوعي في تشكيل الخطاب الجماهيري.

وبالتالي إنّ توظيف تحليل التفاعلية في هذا السياق لم يكن هدفاً بذاته، بل وسيلة لدعم وجهة الاختيار المنهجي للصفحة، وإبرازها كنموذج لصفحات التواصل التي لم يقتصر نشاطها على لحظة الحراك، بل تجاوزتها إلى مرحلة ما بعد الأزمة، محافظةً على تفاعل جمهورها وديناميكيته الاتصالية. وبهذا المعنى، يُعدّ تحليل التفاعلية مؤشراً نوعياً على استمرارية التأثير الرقمي ونجاعة الاختيار القصدي لعينة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث الأصلي في صفحات على الفيسبوك تتحدث عن الحراك الشعبي الجزائري 2019 وقد وقع اختيار الباحثة على "صفحة الجزائر وما أدراك الجزائر" كنموذج للاتصال الرقمي عبر المنصات الاجتماعية في فترة الحراك الشعبي الجزائري 2019 من أجل تحليل مضمونها.

عينة الدراسة: تعرّف العينة بأنها نموذج يشمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة لهم بحيث تحمل صفاته المشتركة.¹

¹ عامر قندلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2008، ص: 99.

وقد تمّ الاعتماد على **العينة القصديّة** وجاء في تعريفها "أنّها العينة التي يتم انتقاء مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة لدى فئة محدودة من مجتمع الدراسة الأصلي¹، حيث طبقت الدراسة على منشورات الاحتجاجات والحراك الشعبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال دراسة طبيعة مضامين صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" الموجهة لمتابعيها.

وقد تم اختيار هذه الصفحة بالذات لعدة معايير أهمها:

- كون اهتمامها الرئيسي منصب على الحراك وأهدافه جعلنا نختارها مجالاً للدراسة.
- نشاط الصفحة المستمر.

➤ نسبة المتابعين التي وصلت خلال فترة الدراسة إلى 3 مليون متابع. (أنظر أهمية الصفحة)

➤ كثرة تفاعل الجمهور مع المنشورات إذ بلغت عدد تفاعلات الجمهور خلال فترة الدراسة 3 مليون معجب.

صعوبات اختيار العينة في البيئة الرقمية خلال فترة الدراسة (2018-2020):

تعدّ عملية أخذ العينات من محتوى الإنترنت من أكثر المراحل المنهجية تعقيداً في بحوث تحليل المحتوى الرقمي، نظراً للطبيعة المتغيرة وغير المستقرة للفضاء الإلكتروني. فقد أشار كارلسون إلى أن صعوبة الحصول على عينات ممثلة من الويب تعود إلى أربع خصائص جوهرية تميّزه، وهي: التفاعلية، والفورية، وتعدّد الوسائط، والروابط التشعبية.² تجعل هذه الخصائص من المحتوى الرقمي فضاءً ديناميكياً وسائلاً، تتبدّل فيه المعطيات باستمرار نتيجة سرعة النشر والتفاعل والحذف وإعادة التوزيع، مما يصعب تطبيق أساليب المعاينة التقليدية التي تفترض ثبات مجتمع الدراسة مثل العينة الطبقية أو العشوائية البسيطة. وتتضاعف هذه الصعوبات عند دراسة محتوى منصّات التواصل الاجتماعي، لاسيما **فيسبوك**، الذي شهد خلال فترة الدراسة (2018-2020) تغييرات جوهرية في خوارزميات الوصول (**Reach Algorithms**) وتقييداً تدريجياً في عرض المنشورات والوصول إلى بيانات المستخدمين.

فقد أشارت تقارير بحثية إلى أن المنصة قامت منذ عام 2018 بتقليل الظهور العضوي للمحتوى العام، وقيدت وصول الباحثين إلى البيانات عبر واجهات البرمجة (**APIs**) لدواعٍ تتعلق بالخصوصية وحماية المعلومات.³

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد و التطبيقات، ط 2، دار وائل، الأردن، 1999، ص: 110.

² Michael Karlsson, "Charting the Liquidity of Online News: Moving towards a Method for Content Analysis of Online News," International Communication Gazette 74, no. 4 (2012): 385–402.

³ Ahmad Shabir Wani et al., "Design of iMacros-Based Data Crawler and the Behavioral Analysis of Facebook Users (2018)," accessed February 2, 2019. 4:00 p.m https://arxiv.org/abs/1802.09566?utm_source

وفي السياق الجزائري، تزامن ذلك مع فترات حجب جزئي أو بطء في الوصول إلى شبكة فيسبوك خلال أحداث الحراك الشعبي،¹ ما أثر بدوره على إمكانية التتبع اللحظي للمنشورات وتغيّر تفاعل المستخدمين معها، وهو ما أكّده ملاحظات ميدانية وتقارير إعلامية محلية خلال تلك المرحلة.²

بناءً على هذه المعطيات، تمّ في هذه الدراسة اعتماد **العينة القصدية (Purposive Sampling)**، بوصفها الأنسب لطبيعة البيئة الرقمية المدروسة خلال تلك الفترة، حيث تم اختيار المنشورات وفق معايير محدّدة تضمن صلتها الوثيقة بموضوع الحراك الشعبي وتفاعل الجمهور معه، مع مراعاة الإطار الزمني وتقلبات الوصول الرقمي التي ميزت المرحلة.

الحدود الزمنية للدراسة:

الإطار الزمني: تم اختيار الفترة الزمنية للدراسة من 20 فيفري 2018 إلى 17 فيفري 2020 على مدى عام ونصف، لما شهدته الجزائر من حركة شعبية سلمية وبالتالي البحث في طريقة تناولها لموضوع الحراك الشعبي الجزائري في الفترة المذكورة سابقا والذي حظي باهتمام كبير من قبل الصفحات عبر الفايسبوك من خلال نشر كل ما تطرقت إليه أزمة الحراك الشعبي الجزائري من منشورات وقد بلغ تعدادها **3829 منشورا**، اعتمدت هذه الدراسة تقسيماً زمنياً ثلاثياً لتحليل محتوى صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، وذلك بهدف تتبّع تطور الخطاب الرقمي عبر مراحل الأزمة السياسية والاجتماعية التي شهدتها الجزائر بين سنتي 2018 و2020. ويستند هذا التقسيم إلى منطق منهجي يقوم على تحليل تدوّر الأزمة من مرحلة الكمون إلى الانفجار ثم إعادة التموضع الرقمي، مما يسمح بفهم ديناميكيات التفاعل والتعبئة الرقمية ضمن سياقات زمنية متميزة.

المرحلة الأولى: ما قبل الأزمة (من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019): تُعد هذه المرحلة من الفترات الأساسية في الدراسة، إذ تمثل الإطار الزمني السابق لاندلاع الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019. تم خلال هذه الفترة تحليل 110 منشورات من صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، بهدف دراسة طبيعة الخطاب الرقمي السائد قبل الأزمة، واستكشاف المؤشرات الأولية للتململ الاجتماعي والسياسي كما عكستها المنشورات الرقمية.

¹ Center for Social Media and Politics (CSMAP-NYU). Academic Researchers Need Access to the Facebook Papers. 2021. accessed February 2, 2019 . 6:00 p.m https://csmapnyu.org/impact/news/academic-researchers-need-access-to-the-facebook-papers?utm_source

² Algeria Restricts Facebook and Other Social Media Amid Protests,” Reuters, February 2019. January 29, 2019, 7:00 p.m. <https://www.reuters.com/>

يرتكز الاختيار المنهجي لهذه المرحلة على كونها تمثل مرحلة الكمون والتراكم البنيوي للأزمة، ما يسمح برصد بوادر التحولات في الخطاب الافتراضي قبل انبثاق الحراك. وقد اعتمد التحليل على منهج تحليل المضمون من خلال تصنيف المنشورات وفق طبيعة الخطاب (نقدي، ساخر، تضامني...)، والموضوعات المتناولة (سياسية، اجتماعية، اقتصادية...)، واتجاه المضمون (محاييد، رافض، أو تعبير رمزي).

يتيح هذا الاختيار فهم السياق الاتصالي الذي سبق الانفجار الشعبي، ورصد كيفية تشكّل الوعي الجمعي عبر الفضاء الرقمي، دون إصدار أحكام مسبقة حول طبيعة الأزمة أو نتائجها.

المرحلة الثانية: أثناء الأزمة (من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019): تمثل هذه المرحلة الفترة المحورية في الدراسة، حيث شهدت الجزائر خلالها انطلاق الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019.

تم خلال هذه المرحلة تحليل **2462 منشورًا** من الصفحة ذاتها، بهدف دراسة كيفية تفاعل الخطاب الرقمي مع تطورات الأزمة، وتتبع آليات الحشد والتعبئة الرقمية التي رافقت الحراك الشعبي.

يعتمد الاختيار المنهجي لهذه الفترة على كونها تمثل ذروة الأزمة السياسية والاجتماعية، حيث تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى فاعل اتصالي رئيسي في نقل المطالب الشعبية وتوحيد الخطاب العام. وقد استخدم الباحث منهج تحليل المضمون لتصنيف المنشورات حسب طبيعة الخطاب (تحشدي، تعبوي، تفسيري، دفاعي)، وموضوعاتها (سياسية، تنظيمية، اجتماعية)، واتجاهها (داعم، ناقد، تفاعلي).

يُبرز هذا التحليل المنهجي كيفية إدارة الأزمة داخل الفضاء الرقمي خلال ذروتها، دون إصدار نتائج أو تقييمات مسبقة، وذلك عبر رصد ديناميكيات التواصل الجماهيري، وضبط الإطار الزمني عند 08 نوفمبر 2019 باعتباره الحدّ الفاصل بين مرحلة الحراك المفتوح وبداية التحضيرات الرسمية للانتخابات الرئاسية.

المرحلة الثالثة: بعد الأزمة (من 15 نوفمبر 2019 إلى 21 فيفري 2020): تمثل هذه المرحلة الإطار الزمني الثالث للدراسة، حيث تم خلالها تحليل **1257 منشورًا**، وتهدف إلى استكشاف تطور الخطاب الرقمي في سياق ما بعد ذروة الأزمة، أي خلال مرحلة إعادة التوضع السياسي والرقمي التي تزامنت مع الانتخابات الرئاسية والظروف الصحية الاستثنائية مطلع سنة 2020.

يرتكز الاختيار المنهجي لهذه المرحلة على كونها تمثل انتقالًا من الفعل الاحتجاجي الميداني إلى الفعل الرمزي الرقمي.

فقد تزامنت هذه المرحلة مع انطلاق الحملة الانتخابية في 16 نوفمبر 2019، ثم مع تنظيم الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر 2019، واستمرت تعبئة الشارع خلالها إلى غاية 21 فيفري 2020، في سياق سياسي اتسم بتصاعد الرفض الشعبي للمسار الانتخابي ومحاولات إعادة تشكيل المشهد السياسي بعد الأزمة .

اعتمد التحليل على منهج تحليل المضمون من خلال تصنيف المنشورات حسب اتجاه المضمون (نقدي، تعبوي، توثيقي)، والموضوعات (الانتخابات، الحراك، الجائحة، الذاكرة الاحتجاجية)، وأنماط الخطاب الرقمي المستخدم (رمزي، تعبيري، تحفيزي).

يتيح تحليل هذه المرحلة فهم كفاءات إدارة الأزمة في بعدها الرقمي بعد تراجع النشاط الميداني، وكيف تحولت الصفحات الكبرى إلى أدوات لحفظ الذاكرة الاحتجاجية ومواصلة النقاش العمومي رغم القيود الصحية والسياسية.

وتُعد هذه المرحلة من الناحية المنهجية فترة اختبار فعالية شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل بديل في إدارة الأزمات السياسية والاجتماعية، ما يجعلها حلقة أساسية ضمن المسار الزمني المعتمد في الدراسة. وبالتالي إنّ اعتماد هذا التقسيم الثلاثي للمراحل الزمنية للدراسة لم يكن اختياراً عشوائياً، بل جاء استجابةً لمتطلبات التحليل العلمي للأزمات السياسية والاجتماعية في سياقها الاتصالي الرقمي.

فقد سمح هذا التقسيم بتتبع التطور الزمني للخطاب الرقمي على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" عبر مختلف أطوار الأزمة، من مرحلة الكمون قبل انطلاق الحراك، مروراً بمرحلة الانفجار والتعبئة أثناءه، وصولاً إلى مرحلة إعادة التوضع وإدارة الذاكرة الاحتجاجية بعده.

ويمكن هذا البناء المنهجي من الجمع بين المقاربة الكمية، التي تتعلق بإحصاء المنشورات وتوزيعها الزمني والموضوعي، والمقاربة الكيفية، التي تهدف إلى تحليل مضمون الخطاب واتجاهاته وأنماط التفاعل معه.

وبذلك، يتيح هذا التقسيم فهماً أكثر عمقاً ودقةً لكيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة الجزائرية، من خلال رصد تطوّر الخطاب الرقمي ضمن منطق زمني متكامل يكشف عن ديناميكيات الاتصال والتعبئة، وإدارة الرمزية في الأزمات.

إن هذا النهج المنهجي الزمني لا يقتصر على عرض تسلسلي للأحداث، بل يشكل إطاراً تحليلياً يُبرز العلاقة بين الفضاء الرقمي والسياق السياسي والاجتماعي، مما يمنح الدراسة منظوراً ديناميكياً وتكاملياً يربط بين تطور الخطاب واتجاهات التفاعل العام في مختلف مراحل الأزمة.

مبررات اختيار الفترات الزمنية للدراسة:

يُعدّ تحديد الإطار الزمني لأي دراسة تحليلية في حقل الإعلام الرقمي خطوةً تأسيسية، إذ ترتبط دقة النتائج بمدى انسجام الفترات المختارة مع التحولات البنيوية للظاهرة قيد البحث وقد تم تحديد الفترات الزمنية للدراسة وفق مقارنة منهجية تراعي الطبيعة الديناميكية للظاهرة الاتصالية قيد البحث، إذ لا يُقاس تطور الفعل الاتصالي الرقمي بمجرد مرور الزمن، بل وفق تحولات الحدث وتبدل أنماط التفاعل المرتبطة به. لذلك، جاء التقسيم الزمني معتمدًا على التحليل الحدثي (Event-based Analysis) الذي يُعدّ أكثر ملاءمةً لدراسة الظواهر الاجتماعية الاتصالية المتغيرة.¹

انطلاقًا من هذا المنظور، تم تقسيم المدى الزمني العام إلى ثلاث مراحل أساسية تعكس أبرز التحولات في مسار الحراك الشعبي الجزائري:

- **المرحلة الأولى:** من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019، وتمثل مرحلة ما قبل الانطلاق الفعلي للحراك الشعبي، إذ شهدت تحولًا تدريجيًا في الخطاب العام عبر شبكات التواصل، تجلّى في تنامي النقاشات السياسية والاجتماعية وانتشار الدعوات للتغيير
 - **المرحلة الثانية:** من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019، وهي مرحلة الذروة الميدانية والرقمية للحراك، وتزامنت بدايتها مع الجمعة الأولى لانطلاق المظاهرات الشعبية.
 - **المرحلة الثالثة:** من 15 نوفمبر 2019 إلى 21 فيفري 2020، وتمثل مرحلة الانتقال نحو فتور الحراك ميدانيًا واستمراره رمزيًا إلى حين تعليق المسيرات بسبب تفشي فيروس كورونا.
- يُلاحظ أن بدايات هذه المراحل لم تُحدّد تواريخها على أساس انتظام زمني متساوٍ، بل جاءت منسجمة مع إيقاع الجماعات الشعبية التي شكلت البنية الزمنية الأساسية للحراك، باعتبار أن الدراسة تستند إلى عينة قصدية تتزامن مع الجمع الرمزية للحراك الشعبي التي حملت زخم الفعل الاتصالي والميداني في آن واحد.

¹ Klaus Bruhn Jensen, A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies, (London: Routledge, 2013), 245-247.

وقد أشار **Bruns** و **Burgess** إلى أن مثل هذا التوجه المنهجي القائم على ربط فترات التحليل الرقمي بالأحداث المكثفة التفاعل يُعدّ أكثر دقة في تفسير دينامية الاتصال العمومي ضمن السياقات السياسية والاجتماعية المتوترة¹.

ومن هنا، فإن بداية الدراسة من الجمعة 06 جانفي 2019 على الساعة السابعة مساءً تمثل نقطة انطلاق منهجية تتزامن مع أولى الجمععات التي مهّدت لانطلاق الحراك، ما يجعلها نقطة مرجعية لقراءة التحول الاتصالي اللاحق، ويمهّد بطبيعته للولوج إلى الجزء الموالي من الدراسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر".

تحديد مصطلحات الدراسة:

الدور: التعريف اللغوي: وتعني فعل أمر مهمة يقوم بها المرء ويقال كان له دور في هذه المسألة.² فالدور في اللغة هو مشتق من الفعل دار يدور ويعني تحريك الشيء في اتجاهات مختلفة ولكن دون أن يغير مكانه³.

التعريف الاصطلاحي: هو رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقتزن مع المواقع الاجتماعية، فهو نتاج عن عمليات التفاعل التي يبلورها الأفراد.⁴

التعريف الإجرائي: يقصد بالدور في هذه الدراسة مجموعة الوظائف والمهام التي قامت بها شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على الفيسبوك، في إدارة الأزمة المرتبطة بالحراك الشعبي الجزائري خلال الفترة (2018-2020).

ويُقصد به إجرائيًا الأسلوب الاتصالي والممارسات الإعلامية التي تجسدت في منشورات الصفحة وتحليلات المتابعين لها، والتي ساهمت في توجيه الرأي العام، ونقل المعلومات، والتعبئة، أو التهدئة في مختلف مراحل الأزمة. وقد تم قياس هذا الدور من خلال تحليل مضمون المنشورات المنشورة على الصفحة خلال ثلاث مراحل زمنية رئيسية للأزمة: مرحلة ما قبل الأزمة، ومرحلة الأزمة (أثناء الحراك)، ومرحلة ما بعد الأزمة، بهدف تحديد طبيعة المعالجة الاتصالية، واتجاه الرسائل الإعلامية، ومستوى التفاعل الجماهيري، ودورها في إدارة الأزمة عبر المنصات الرقمية.

¹ Axel Bruns and Jean Burgess, **Twitter and Society**, (New York: Peter Lang, 2015), 29-32.

² رضا هاشم حمدي، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط: 1، دار الرابية، الأردن، 2001، ص 494.

³ عبد الحميد الهاشمي، المرشد في علم النفس الاجتماعي، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 174.

⁴ معين خليل العمر، علم الاجتماع المعاصر، ط 1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 362.

شبكات التواصل الاجتماعي: تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهويات، فضلاً عن أنها شبكة من التفاعلات الاجتماعية والعلاقات الشخصية التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور، وما إلى ذلك.¹

فبفضل مواقع التواصل الاجتماعي يستطيع المستخدمون للإنترنت تبادل الصور والفيديوهات والتعبير عن المدونات الشخصية وكذا المشاركة في المناقشات المباشرة² وتشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى المجال الواسع لخدمات الإنترنت والهواتف الذكية، حيث أصبحت اليوم تمثل أهم ثورة إلكترونية عرفت البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية ليكونوا بناءً إلكترونيًا تفاعليًا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم التي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومة الجديدة، الاتصال، الانتماء، الترفيه... الخ وربما من أشهر الشبكات الاجتماعية وأكثرها إقبالاً هي شبكة **face book** و **twitter** حتى وصل استخدامها للأغراض السياسية كوسيلة تسهم في تفعيل الحراك السياسي والاجتماعي لدول العالم.³

التعريف الإجرائي: يقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة، تلك المنصات الرقمية التي تتيح للمستخدمين التفاعل وتبادل المعلومات وبناء علاقات اجتماعية افتراضية، ويؤكز البحث تحديداً على موقع فايسبوك باعتباره المنصة الأكثر استخداماً في الجزائر خلال فترة الحراك الشعبي (2018-2020). وقد تم تحديد الصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نموذجاً للتحليل التطبيقي، كونها تمثل فضاءً تفاعلياً نشطاً ساهم في نشر الأخبار، وتحليل المواقف السياسية، والتعبئة الجماهيرية، وتنسيق المواقف الشعبية حول إدارة الأزمة السياسية والاجتماعية التي عاشتها الجزائر خلال تلك المرحلة.

¹ خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغير في العالم العربي، ط 1، دار مدارك، بيروت، 2011، ص 35.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 183.

³ نحلة حفيظي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية -دراسة تحليلية مسحية لاستخدامات وتأثيرات الإنترنت في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية-، 2008، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2012، ص 50.

ويتمثل الدور الإجرائي لهذه الشبكة في الدراسة في رصد وتحليل أنماط الخطاب والتفاعل الافتراضي عبر المنشورات والتعليقات التي أسهمت في توجيه الرأي العام وصناعة الوعي الجمعي بالأحداث المتعلقة بالأزمة.

إدارة الأزمات: تتكون عبارة إدارة الأزمات من مصطلحين هما «الإدارة»، و«الأزمة» ويخضع كل منهما التعريفات عدة نذكر منها:

1- مفهوم الإدارة لغة: يستند اصطلاح الإدارة ADMINISTRATION إلى معناها اللغوي، فالإدارة في الإنجليزية مصدر الفعل أدار. ADMINISTER هذا التعبير الأخير مشتق من الكلمة اللاتينية ذات المقطعين هما AD MINISTRAR وتعني خدمة الغير أو تقديم العون للآخرين.

على هذا النحو تعني الإدارة (الخدمة) ومن يعمل بالإدارة يقوم بخدمة الآخرين أو يصل عن طريق الإدارة إلى أداء الخدمة. وعرفها الباحث لونارد وايت WHITE, D LEONARD بأنها فن توجيه و تنسيق ورقابة عدد معين من الأفراد بقصد انجاز بعض الأغراض أو الأهداف¹.

اصطلاحاً: تعرّف الإدارة على أنها استخدام جهد مشترك لتحقيق هدف موحد، فالإدارة تتضمن التعاون والشارك الجماعي في إنجاز العمل من أجل تحقيق الهدف ويتم ذلك تحت إشراف المدير أو المسؤول أو من له سلطة على الجماعة.²

التعريف الإجرائي: يقصد بالإدارة في هذه الدراسة العمليات التنظيمية والتخطيطية التي تمارسها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" عبر موقع فايسبوك بهدف توجيه التفاعل الجماهيري وضبط تدفق المعلومات أثناء الأزمات المرتبطة بالحراك الشعبي الجزائري (2018-2020).

ويتمثل المفهوم إجرائيًا في الأساليب التي تعتمد عليها الصفحة في اختيار المحتوى، وتوقيت النشر، وصياغة الرسائل الاتصالية، وتوجيه النقاشات العامة، والتحكم في المخرجات الاتصالية بما يعكس شكلًا من أشكال الإدارة الرقمية للأحداث والتفاعلات.

وُثقّاس الإدارة هنا من خلال درجة التنظيم في نشر المحتوى، وآليات التنسيق بين المنشورات والتعليقات، وطبيعة الخطاب المستخدم في معالجة المواقف الحرجة، باعتبارها ممارسات اتصالية تمثل نغماً جديداً من الإدارة الإعلامية للأزمات في الفضاء الافتراضي.

¹ إبراهيم عبد العزيز شيجا، أصول الإدارة العامة، ط 2، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 26

² إبراهيم العديلي، فن الإدارة الحديثة، ط 1، دار زهران، عمان، الأردن، 2018، ص 12.

2- مفهوم الأزمة لغة: ورد في قاموس مختار الصحاح إن الأزمة تعني الشدة والقحط وتأزم الأمر إذا اشتد وصعب على أهله، وفي القواميس العربية المتخصصة في مجالات وعلوم السياسة والاقتصاد والاجتماع تعرف الأزمة: بأنها نقطة تحول وحالة متوترة للانتقال¹

- تعني الشدة، والقحط، وهي تشير إلى حالة طارئة وموقف استثنائي مغاير، ومخالف لمجريات الأمور الاعتيادية، ولم تكن كلمة أزمة شائعة الاستخدام في الأدبيات العربية القديمة، وقد التفت إليها الباحثون العرب بصورة بارزة لتكون ترجمة مباشرة للكلمة الانجليزي (crisis)، والتي تعني وفق القاموس هيريتج: (heritage) حالة خطيرة وحاسمة أو نقطة تحول، أو وضع غير مستقرة في الشؤون السياسية، أو الاقتصادية، أو العالمية والتي يوشك أني حدث فيها تغيير حاسم².

ولذا فان الأزمة في معاجم اللغة الانجليزية هي نقطة تحول في المرض أو في تطور الحياة، أو في التاريخ، وهي نقطة تحول تتصف بالصعوبة، والقلق من المستقبل، وتتطلب اتخاذ القرار المناسب خلال مدة زمنية محددة، أما في معاجم اللغة الفرنسية فالأزمة معان عدة، أهمها: النزاع، التوتر، النوبة، الفقر، الفاقة.

الأزمة اصطلاحاً: وتعرف الأزمة من الناحية الإدارية بأنها "تعبّر عن موقف أو حالة يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية (دولة، مؤسسة، مشروع... الخ)، تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معها متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية".³

أما من وجهة نظر إعلامية فيعرفها حسن عماد مكاي على أنها "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقائبيين والتشريعيين، والأزمة عبارة عن حادث خطير يؤثر على سبيل المثال في أمن الناس والبيئة ويؤدي إلى تهديد سمعة المنظمة كلما اتسع انتشاره".⁴

¹ فادي حسن عقيلان، إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية وغير طبيعية، ط 1، دار المعتر، عمان، 2015، ص 12.

² أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري: لسان العرب، ج 1، دار صادر، لبنان، 2014، ص 100.

³ عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 84.

⁴ حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط 1. عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص 49.

التعريف الإجرائي: يقصد بالأزمة في هذه الدراسة، مجموعة الأحداث والتفاعلات السياسية والاجتماعية التي شهدتها الجزائر خلال فترة الحراك الشعبي (2018-2020)، والتي اتسمت بحالة من التوتر والاحتقان بين الشعب والسلطة، وظهور مطالب جماهيرية بإحداث التغيير السياسي والإصلاح الاجتماعي. وثُقّاس الأزمة في إطار هذه الدراسة من خلال المضامين المنشورة والتفاعلات التي ظهرت على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على موقع فايسبوك، بما في ذلك المنشورات، والتعليقات، وردود الأفعال الجماهيرية التي تعكس إدراك المستخدمين لطبيعة الأزمة، وأساليب التعامل معها، واتجاهات الرأي العام نحوها.

وبالتالي، تُستخدم الأزمة هنا كمفهوم إجرائي يُعبّر عن المرحلة الحرجة التي مرّت بها البلاد، كما تم تمثيلها رقمياً في الفضاء الافتراضي، وأدارتها الصفحة موضوع الدراسة من خلال محتواها التفاعلي والخطابي.

3- إدارة الأزمات: هي مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى التعامل مع الأحداث غير المتوقعة التي قد تؤثر سلباً على الأفراد أو المؤسسات، وذلك من خلال التخطيط المسبق، والتنفيذ الفعّال، والتقييم المستمر¹. وهي تساهم في إزالة الكثير من عوامل المخاطرة وعدم التأكد التي تواجه المنظمات في الأزمات مما يمكن تلك المنظمات من السيطرة ولتحكّم في مصيرها ومستقبلها، كما أنّها العملية التي تستطيع بواسطتها أن تتعامل وتتصرف مع كوارث سببها واحد أو أكثر من البشر أو الهياكل التنظيمية في المؤسسة أو المؤسسات الأخرى أو الاقتصاد أو التكنولوجيا مما يترتب عليه خلل في إدارة البشر².

التعريف الإجرائي: يقصد بإدارة الأزمات في هذه الدراسة الجهود الاتصالية والتفاعلية التي تبذلها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على موقع فايسبوك أثناء الحراك الشعبي الجزائري (2018-2020)، من خلال طريقة تناولها للأحداث والأزمات المجتمعية والسياسية، وكيفية توجيه الخطاب الإعلامي وتنظيم التفاعل الجماهيري بما يسهم في احتواء التوترات أو تأجيجها.

وثُقّاس إدارة الأزمات هنا من خلال تحليل مضمون المنشورات، وأساليب الإقناع والتأطير المستخدمة، ونوعية التفاعل الجماهيري (إعجابات، تعليقات، مشاركات)، بالإضافة إلى مدى قدرة الصفحة على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأزمة، وتوفير فضاء للنقاش العام أو التعبير عن المواقف.

¹ محمد سرور الحريري، إدارة الأزمات، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 45.

² عبد السلام أبو قحف، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط 1، مكتبة دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 352.

وبذلك، يُستخدم المفهوم إجرائيًا للدلالة على الآليات الاتصالية الرقمية التي تُوظف عبر شبكات التواصل الاجتماعي للتعامل مع الأزمات في فضاء افتراضي مفتوح، بما يعكس أنماط السلوك الاتصالي الجديدة في إدارة الأزمات المجتمعية والسياسية.

4- صفحات الفاييس بوك: "facebook pages" ابتدعت هذه الفكرة الفيسبوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين وتقوم الفيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹.

التعريف الإجرائي: يقصد بصفحات الفاييسبوك في هذه الدراسة الوحدات الاتصالية الرقمية التي تُدار من قبل أفراد أو مجموعات، وتُستخدم كمنصات للتفاعل والنقاش ونشر المعلومات والتعبير عن المواقف تجاه القضايا الوطنية والاجتماعية والسياسية.

ويُقصد بها إجرائيًا، الصفحات العامة النشطة التي تلعب دورًا في تشكيل وتوجيه الرأي العام خلال الأزمات، من خلال نشر المنشورات، والصور، والفيديوهات، والتفاعل مع تعليقات المتابعين، وتوظيف آليات الإعجاب والمشاركة والتعليق.

وفي إطار هذه الدراسة، تُمثل صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نموذجًا لصفحات الفاييسبوك التي ساهمت في إدارة وتوجيه التفاعل الجماهيري خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري (2018-2020)، حيث تُقاس وظيفتها من خلال مستوى التفاعل، ونوعية المحتوى المنشور، ودورها في توجيه الخطاب الجماعي نحو قضايا الأزمة أو تخفيف حدتها.

5- الحركات الاحتجاجية: قبل التطرق إلى تعريف مفهوم الحركات الاحتجاجية، يلزم علينا تفكيك المفهوم للوصول إلى المعنى الكلي له.

لغة: هو قول أو فعل يعبر عن عدم الموافقة أو الاعتراض على أمر ما.²

¹ وسام راضي، مهند التميمي، الاعلام الجديد تحولات اصالية ورؤى معاصرة، ط 2، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2018، ص 196.

² Oxford english dictionary.oxfordenlish dictionary online.oxforduniversty press. Oxford-uk.2015.p 245.

اصطلاحاً: تعرف الحركة وفق الموسوعة السياسية "هي التيار العام الذي يدفع طبقة من الطبقات أو فئة اجتماعية معينة إلى تنظيم صفوفها بهدف القيام بعمل موحد لتحسين حالتها الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية أو تحسينها جميعاً¹.

وتعرف كذلك: "جماعات من الناس تنضم إلى بعضها بحثاً عن تغيير سياسي أو اقتصادي أو ثقافي، وعلى الخصوص تغيير اجتماعي"².

التعريف الإجرائي: يقصد بالحركات الاحتجاجية في هذه الدراسة مجموعة الأفعال الجماعية المنظمة أو العفوية التي يعبر من خلالها المواطنون عن رفضهم أو اعتراضهم على أوضاع سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية معينة، باستخدام وسائل سلمية كالاعتصام أو المسيرات أو التظاهر أو التعبير عبر المنصات الرقمية.

ويُقصد بها إجرائياً، مجمل الأنشطة والمحتويات الاتصالية المنشورة على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على موقع الفيسبوك خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري (2018-2020)، والتي تعكس التفاعل الجماهيري، وتعبّر عن مواقف احتجاجية تجاه قضايا وطنية، وتدعو إلى التغيير أو الإصلاح أو محاسبة المسؤولين.

كما تُقاس هذه الحركات في سياق الدراسة من خلال طبيعة الخطاب الاحتجاجي المنشور، ومستوى التفاعل الجماهيري معه (تعليقات، إعجابات، مشاركات)، ودور الصفحة في التعبئة الرقمية وتنظيم الرأي العام خلال الأزمات السياسية والاجتماعية.

6- مفهوم الحراك الشعبي: تيار شعبي مؤثر كونه قادراً في مراحل عديدة على فرض أجندة التطورات والمواقف والسياسات في البلد، وهو ليس تياراً هزلياً بدليل قدرته على الاستمرار وضبط حركته صعوداً وهبوطاً في المشهد الوطن، ومع كل هذا فإن الحراك الشعبي يواجه بشكل دائم حالة من الإنكار من قبل أطراف متعددة من الحكومة.³

التعريف الإجرائي: يقصد بالحراك الشعبي في هذه الدراسة ذلك الحراك الجماهيري السلمي الذي شهدته الجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى 2020، والذي عبّر فيه المواطنون عن مطالبهم السياسية والاجتماعية عبر مختلف الوسائل، لاسيما من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها الفيسبوك.

¹ عبد الوهاب الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة، ج 2، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 1985، ص222.

² طوني بنيت وآخرون، مفاتيح اصطلاحية جديدة، معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة، سعيد الغالي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، 2010، ص287.

³ مهند عبد الرزاق رأفت، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت"، رسالة ماجستير، "جامعة البصرة الأردنية كلية الآداب والعلوم قسم الصحافة والإعلام، الأردن، 2013، ص100.

ويُقصد به إجرائيًا، جميع أشكال التعبير الرقمي والنقاشات والمضامين المنشورة على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على الفاييسوك، التي تناولت موضوعات مرتبطة بالحراك، مثل الدعوات للمسيرات، أو التعبير عن المواقف، أو تداول الشعارات والمطالب، أو مناقشة الأحداث الجارية ذات الصلة بالأزمة السياسية. كما يتم قياس الحراك الشعبي في هذه الدراسة من خلال طبيعة المنشورات، ونوعية الخطاب السائد فيها، ومستوى التفاعل الجماهيري معها (إعجابات، مشاركات، تعليقات)، ومدى توظيف الصفحة كوسيلة للتعبئة الرقمية وتوجيه الرأي العام خلال مرحلة الحراك.

الدراسات السابقة:

تُعَدّ الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث من العناصر الأساسية في أي عمل علمي، إذ تمثل الركيزة المعرفية التي يُبنى عليها البحث الجديد. فهي تمكّن الباحث من الإلمام بما أُنجِز في المجال نفسه، سواء من الناحية النظرية أو المنهجية، وتكشف له عن الاتجاهات البحثية السائدة والأساليب المعتمدة والنتائج المتوصل إليها، بما يساعده على تحديد موقع بحثه ضمن هذا الحقل المعرفي، واختيار الزاوية الجديدة التي يمكن أن يُثري من خلالها الموضوع أو يبيّن انطلاقاً منها فرضياته الخاصة.

تعتبر الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع البحث المراد إنجازه ذات أهمية قصوى في البحوث لكونها النقطة الأساسية التي يعتمد عليها في بناء البحث، فهي تشكّل له حقلاً معرفياً سواء من الناحية النظرية أو المنهجية وتوضح له الأساليب المعتمدة وصولاً إلى النتائج المتوصل إليها والتي يمكنه على ضوئها تناول زوايا جديدة لاثراء الموضوع أو في بناء الفرضيات، وفي هذا السياق، تم الاطلاع على مجموعة من الدراسات التي تناولت الموضوع من زوايا متعددة.

1. دراسة جمال سند السويدي (2014):¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن التأثيرات المستقبلية لوسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية تحول العلاقات التقليدية من الروابط القبلية إلى شبكات افتراضية على الفيسبوك تقوم على ما أطلق عليه "العصبية الافتراضية"، باعتبارها عنصراً أساسياً لإعادة تشكيل البنية الاجتماعية والعلاقات السياسية والاقتصادية. وذلك من خلال تحليل شبكات العلاقات الافتراضية ودراسة طبيعة التأثيرات المتبادلة بين الأفراد والمنصات الرقمية، واستشراف التحولات المستقبلية في المجتمعات بعد انتشار هذه الوسائل.

بلور الباحث مشكلة دراسته في تساؤل رئيسي مفاده: ما هي التأثيرات المستقبلية لوسائل التواصل الاجتماعي وكيف يتم التحول من القبيلة إلى الفيسبوك الذي يقوم على العصبية الافتراضية؟ اعتمد الباحث في الدراسة على عينة طبقية عشوائية من طلبة الجامعات، تمثل فئات عمرية متعددة ومتخصصين في علوم اجتماعية وإنسانية، بهدف دراسة سلوكياتهم وتفاعلاتهم مع وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لاستخلاص أنماط التأثيرات الاجتماعية والسياسية.

أما المنهج المتبع، فقد كان المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى وصف الظاهرة ودراسة العلاقات المتبادلة بين العناصر وتحليل البيانات لتفسير التأثيرات المستقبلية لوسائل التواصل الاجتماعي على الشبكات الاجتماعية والسياسية.

بالنسبة لـ أدوات الدراسة، اعتمد الباحث على الاستبانة والاستبيانات، بالإضافة إلى تحليل شبكات العلاقات الافتراضية على منصات الفيسبوك لدراسة طبيعة التفاعلات بين المستخدمين، واستشراف كيفية تكوين "قبائل نوع جديد" ترتبط بالعالم الرقمي.

ولتوضيح محاور الدراسة، تناول الباحث ما يلي:

- المحور الأول خصص للجانب المفاهيمي والتحليلي للدراسة، حيث تم استعراض الدراسات السابقة حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.

¹ السويدي، جمال سند. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ط 3، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

- المحور الثاني تناول مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، وخصائصها، ووظائفها، وكيفية تطورها.
- المحور الثالث تطرق إلى مفهوم "العصبية الافتراضية" وأبعادها الاجتماعية والسياسية، مع مقارنة بالعصبية القبلية التقليدية.
- المحور الرابع تناول طبيعة التحولات في العلاقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- المحور الخامس ركز على التفاعلات بين الفرد والدولة، وكيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي إعادة تشكيل هذه العلاقة بما يتماشى مع العصر الرقمي.
- المحور السادس عرض الشبكات الافتراضية وأنماط تفاعل المستخدمين فيها، مع تحليل كيفية تكوين "قبائل نوع جديد" على الفضاء الرقمي.
- المحور السابع تناول تفسير النتائج المستخلصة من التحليل، مع إبراز مظاهر التحول من ثنائية العصبية القبلية إلى ثلاثية العصبية الافتراضية المشتركة، قوة الوسيلة، والشعور بوحدة الأهداف والمصالح.
- أشار الباحث إلى أهمية الدراسة في إبراز الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل العلاقات الاجتماعية والسياسية وإعادة صياغة البنية التقليدية للمجتمع، من خلال بناء شبكات افتراضية جديدة تسمح بتبادل الأفكار والمعلومات، وتكوين اتجاهات وسلوكيات جديدة لدى الأفراد.
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- تحول التنظيم الاجتماعي إلى شبكات افتراضية تسمح بتبادل الأفكار والمعلومات بين الأفراد في المجالات المختلفة.
- ظهور مفهوم "العصبية الافتراضية" كقوة محركة للعلاقات الاجتماعية داخل وسائل التواصل الاجتماعي، بما يعكس الدور الذي كانت تلعبه العصبية القبلية سابقاً.
- تكوين "قبائل نوع جديد" في الفضاء الرقمي ترتبط بالعالم الافتراضي، مع تعزيز الشعور بوحدة الأهداف والمصالح بين أفراد كل مجموعة.
- إعادة صياغة العلاقة بين الفرد والدولة والثقافة المجتمعية بما يواكب تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والتحولات الرقمية.

2. دراسة أشرف عصام فريد صالح (2016):¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، باعتباره عنصراً أساسياً لفهم مدى تأثير هذه الوسائل في رفع الوعي السياسي وتنمية الثقافة السياسية لدى الطلاب، وذلك من خلال تحليل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة واستكشاف أنماط تفاعلهم ومصادر معرفتهم السياسية.

بلور الباحث مشكلة دراسته في تساؤل رئيسي مفاده: إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي الأردني بالقضايا السياسية المختلفة؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، اعتمد الباحث على منهج وصفي، يستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظاهرة من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها بالعوامل المؤثرة، مع التركيز على استخدام أدوات قياس محددة لجمع البيانات، حيث اختار الباحث العينة القصدية العشوائية الطبقية، واعتمد على الاستبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات.

أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها كانت Facebook بنسبة 100%، كما أظهرت النتائج أن الوسيلة الأبرز التي يستخدمها الشباب الجامعي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هي الهاتف الذكي بنسبة 97%، بالإضافة إلى أن الشباب الجامعي يستخدمون بياناتهم الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 99%، مما يعكس مدى التفاعل الواقعي والمباشر للشباب مع هذه المنصات. وأشار الباحث إلى أهمية الدراسة في إبراز الدور الحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي، وإظهار مدى اعتمادهم على هذه الوسائل كأداة أساسية للحصول على المعلومات والمشاركة في الحياة السياسية، وهو ما يساهم في تشكيل وعي سياسي أكثر فعالية واتساعاً.

¹ صالح، أشرف عصام فريد. دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. دراسة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.

3. دراسة رأفت مهند عبد الرزاق (2013):¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في العراق، وبالأخص في سياق الحراك الشعبي، باعتباره عنصراً أساسياً لفهم تأثير الإعلام الجديد على السلوكيات والاتجاهات السياسية للشباب، وذلك من خلال دراسة ميدانية على طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت وتحليل كيفية تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة مثل Facebook و YouTube و Twitter.

بلور الباحث مشكلة دراسته في تساؤل رئيسي مفاده: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقي في الموصل والانبار وتكريت، وكيفية تأثير هذه المواقع على طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم، وعلى سلوكياتهم السياسية وفكرهم السياسي، خاصة فيما يتعلق بالحراك الشعبي في العراق؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على عينة عشوائية تمثل جميع المراحل العمرية والتخصصات العلمية والأدبية والكلية المختلفة، حيث وزع 430 مفردة من الطلبة على عينة الدراسة وتمكن من استرداد 400 مفردة، أي بنسبة 93%، ممثلين جزءاً من الجمهور الداخلي لجامعات الموصل والانبار وتكريت، وبالتالي جزءاً من المجتمع العراقي الكلي.

فيما يخص منهج الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للطلبة، واعتمد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، لما توفره من قدر جيد من الموضوعية العلمية.

أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام الجديد المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي يحظى بأهمية بالغة على المستوى العالمي، نظراً لما يؤديه من دور في حشد الرأي العام بسرعة فائقة، ما يجعله متفوقاً على الإعلام التقليدي، ويعود ذلك إلى تحرره من الرقابة السلطوية والضغط السياسية للأنظمة الحاكمة.

¹ عبد الرزاق، رأفت مهند. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق. دراسة ماجستير، جامعة البتراء الأردنية، الأردن، 2013.

وأشار الباحث إلى أهمية الدراسة من خلال إبراز الدور الحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وإسهامها في الحراك الشعبي، كما تم توضيح العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية من حيث اعتماد كل منهما على المنهج الوصفي، واستهداف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات والسلوكيات السياسية للشباب.

4. دراسة حاتم سليم العلوانة (2012):¹

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، باعتباره عنصراً أساسياً لفهم مدى تأثير هذه الوسائل في مشاركة النقيبين في الفعاليات المدنية والسياسية، وذلك من خلال دراسة ميدانية على النقيبين في مدينة إربد وتحليل أنماط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

بلور الباحث مشكلة دراسته في تساؤل رئيسي مفاده: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في الحراك الجماهيري؟ وسعى للإجابة عن مجموعة من التساؤلات الفرعية شملت أسباب استخدام النقيبين لمواقع التواصل الاجتماعي، المواقع التي يستخدمونها، أشكال تواصلهم مع الآخرين، مدى مشاركتهم في الحراك الجماهيري، الأساليب التي يستخدمونها، الدوافع وراء مشاركتهم، والدور الذي لعبته هذه الوسائل خلال الحراك الجماهيري، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين والمشاركة في الحراك الجماهيري.

اعتمد الباحث على المنهج المسحي، الذي يهتم بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطار وصفي وتحليلي، حيث وزع الاستبيان على عينة من النقابات المهنية في إربد شملت سبع نقابات (الأطباء، أطباء الأسنان، الصيادلة، المهندسون، المهندسون الزراعيون، المحامون، الأطباء البيطريون)، وتم اختيار 300 مفردة موزعة بالتساوي بين النقابات وفق أسلوب العينة الطبقية والتوزيع الأمثل.

¹ حاتم سليم العلوانة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في المشاركة في الحراك الجماهيري: دراسة ميدانية على النقيبين في إربد، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012.

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 7.74% من النقايبين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما بلغت نسبة الذين لا يستخدمونها 3.25%، مع ملاحظة أن 25% من غير المستخدمين برروا ذلك خوفاً من دعاوى تحريض ونشر الفتنة، كما أن دوافع استخدام المواقع كانت متقاربة، تصدرها الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بنسبة 3.24%، يليه الاتصال بالأصدقاء والمجتمع بنسبة 1.20% وتركز استخدام النقايبين على ثلاثة مواقع رئيسية هي Facebook: بنسبة 6.50%، Twitter بنسبة 1.27%، YouTube بنسبة 3.22%، وأظهرت الدراسة أن نسبة المشاركة الدائمة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت 9.19%، بينما كانت المشاركة أحياناً 5.19%، وعدم المشاركة 4.43%، مع ملاحظة أن مشاركة الذكور الدائمة تفوق مشاركة الإناث 1.84% (للذكور مقابل 9.15% للإناث) (والمشاركة أحياناً بلغت 7.76% للذكور مقابل 3.26% للإناث). (كما أظهر التحليل أن الدافع الأكثر تأثيراً كان أن مواقع التواصل تقدم معلومات عن الحراك لا تقدمها وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 3.19%)، يليه سهولة الحصول على المعلومات والتفاعل معها بنسبة 3.14%.

وأكدت نتائج الدراسة أن النقايبين يرون إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوسائل التقليدية لتكوين الآراء تجاه الحراك الجماهيري، وأنها تسمح بحشد الجماهير ودعم موقف معين، كما أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للمبحوثين (العمر، الدخل، الجنس، جهة العمل، الانتماء الحزبي) والمشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5. دراسة عبد الكريم الديبسي وزهير ياسين الطاهات (2013):¹

حاول الباحثان من خلال هذه الدراسة الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، باعتبارها عنصراً أساسياً لفهم مدى تأثير هذه الوسائل في تعزيز الديمقراطية أو زعزعة الأمن والاستقرار، وذلك من خلال دراسة واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و YouTube بين فئات الشباب الجامعي، وتحليل كيفية تأثيرها على تكوين الاتجاهات والآراء لدى الطلبة في الجامعات الرسمية والخاصة في الأردن.

¹ عبد الكريم الديبسي، وزهير ياسين الطاهات. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية". دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية. المجلد 40، العدد 1، (2013).

بلور الباحثان مشكلة دراستهما في تساؤل رئيسي مفاده: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟ وسعت الدراسة للإجابة عن عدة تساؤلات فرعية شملت مدى مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام، مزاياها التي تجعلها منافساً لوسائل الإعلام التقليدية، الحرية المتاحة للطلبة في استخدامها كأدوات للتعبير عن الرأي، وأبرز الإيجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام الطلبة لهذه الشبكات. اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي من خلال مسح الرأي العام في الجامعات الأردنية، بهدف التعرف إلى الآراء والأفكار لدى الطلبة وجمع المعلومات عن موضوع الدراسة وتحليلها للوصول إلى تعميمات، وهو منهج ملائم لطبيعة المشكلة، ويصور الظروف والاتجاهات الراهنة، كما أنه من أكثر المناهج استخداماً في البحوث الإعلامية. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة طبقية عشوائية من طلبة الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة، لضمان تمثيل مختلف الفئات الجامعية وتعزيز صدق النتائج.

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة عالية من الطلبة (97%) يستخدمون الإنترنت، واحتل موقع Facebook المرتبة الأولى بنسبة 83%، يليه Twitter بالمرتبة الثانية و YouTube بالمرتبة الثالثة، ما يؤكد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات وارتفاع نسبة المشتركين فيها، كما أظهرت النتائج أن غالبية الطلبة يتمتعون بحرية استخدام هذه الشبكات.

كما بينت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً أساسياً للحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية، وتعد وسيلة إعلام اجتماعي جديدة تسهم في تشكيل الرأي العام الأردني، وتتمتع بثقة المشتركين، حيث يركز الطلبة على متابعة الأخبار الوطنية أولاً، تليها الأخبار الدولية ثم الإقليمية.

وأشارت النتائج إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي له إيجابيات وسلبيات؛ من أبرز السلبيات هدر الوقت والجهد، وتشويه الحقائق، وترويج الشائعات، وقد ساهمت هذه الشبكات في تشكيل آراء واتجاهات الطلبة من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام، بما يعكس دورها في تحفيز التعبير عن مظاهر الرأي العام، وكان التأثير متبايناً بين إيجابي مثل تعزيز الروح الوطنية والانتماء، وسليبي مثل التحريض على التظاهر وربط الأحداث الداخلية بما يحدث في الدول المجاورة.

مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة في هذه الدراسة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يمكن تحديد مجالات الاستفادة في الجوانب الآتية:

1. **الجانب النظري:** أسهمت الدراسات في بناء الإطار المفاهيمي الخاص بشبكات التواصل الاجتماعي بوصفها فضاءً تواصلياً جديداً يُعيد تشكيل العلاقات الاجتماعية والسياسية، خصوصاً في ضوء مفاهيم مثل "العصبية الافتراضية"¹ و"الوعي السياسي الرقمي"².
 2. **الجانب المنهجي:** ساعدت في اختيار المنهج الوصفي التحليلي كأنسب منهج لدراسة الظاهرة قيد البحث، بالنظر إلى استخدامه المتكرر في الدراسات السابقة وتحقيقه لأهداف مماثلة.
 3. **الجانب الميداني:** وفّرت تصوراً حول كيفية تحديد مجتمع الدراسة والعينة والأدوات الملائمة للتحليل، بالاعتماد على استمارة تحليل المضمون والملاحظة الرقمية كأداتين رئيسيتين لرصد المحتوى المنشور في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، وتحليل الخطابات الرقمية ذات الصلة بإدارة الأزمة.
 4. **الجانب التحليلي:** أظهرت أهمية التركيز على دور الفضاء الرقمي في تشكيل الرأي العام والتعبئة الجماهيرية خلال الأزمات السياسية، ما يعزز مشروعية دراسة حالة الحراك الشعبي الجزائري كنموذج تطبيقي.
 5. **الجانب المقارن:** مكّنت من مقارنة دور شبكات التواصل في السياقات العربية المختلفة، واستنتاج الخصوصيات الجزائرية في إدارة الأزمات عبر الوسائط الرقمية.
- وبناءً على ذلك، تمثل هذه الدراسة امتداداً علمياً للدراسات السابقة، إذ تسعى إلى سدّ فجوة معرفية تتعلق بخصوصية التجربة الجزائرية في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات السياسية والاجتماعية، من خلال تحليل بنية الخطاب الرقمي للحراك الشعبي الجزائري وديناميكياته الاتصالية.

¹ يُقصد بـ"العصبية الافتراضية" شكل من أشكال التضامن والهوية الجماعية التي تنشأ داخل الفضاء الرقمي حول قضايا أو حركات مشتركة، وتشبه في طبيعتها العصبية التقليدية لكنها تُمارَس عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

² يُقصد بـ"الوعي السياسي الرقمي" إدراك الأفراد للقضايا السياسية والاجتماعية من خلال التفاعل داخل الفضاءات الرقمية، بما يتيح تكوين مواقف وممارسات سياسية عبر الإنترنت.

التأسيس النظري للدراسة:

فرضت الوسائط الجديدة تطورات هائلة في الممارسة الاتصالية، مما جعل المفكرين والمتخصصين ينتقلون إلى مرحلة جديدة من التنظير وتأسيس أطر ومقاربات نظرية مستحدثة تفسر طبيعة وتأثيرات الميديا الجديدة وعليه تستعرض الدراسة نظرية تقترب من قراءة الظاهرة الواسطية على غرار **نظرية تقارب الوسائط (media convergence theory)** ونظرية ثراء وسائل الإعلام، ونعتمد في دراستنا على هذا المزيج لفهم وتفسير وتحليل موضوع الدراسة المتمثل في الوسائط المتعددة والتفاعلية في صفحة الفيسبوك "الجزائر وما أدراك ما الجزائر".

أولاً : نظرية التلاقي media convergence theory:

1- التعريف بالنظرية: قدم كل من الباحثين الثلاثة هنري جنكينز، جون بافليكو فريديرك كيتلر مساهمات كبيرة في نظرية تقارب الوسائط **media convergence theory**، ويعود الفضل إلى جنكينز في صياغة مصطلح "ثقافة التقارب" الذي يشير إلى الطريقة التي تتجمع بها أشكال الوسائط المختلفة وتطمس الخطوط الفاصلة بينها. وفي الوقت نفسه، طور مفهوم "سرد القصص عبر ترانسميديا" وهي وسيلة لرواية القصص عبر منصات متعددة من أجل إشراك الجماهير بشكل أعمق.

المقصود بالتلاقي هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات النصوص الفيديوهات الصور وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات داخل الشبكات الاجتماعية المختلفة. وتعتبر النظرية واحدة من بين أهم الأطر النظرية المستحدثة الرامية إلى تقديم فهم كامل للشبكات الاجتماعية. ويتشكل محتوى النظرية من مجموعة من الافتراضات التي تقول بأن التكنولوجيات الحديثة للإعلام تؤثر بشكل عميق على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل ومختلف أوجه الحياة.¹

وتقوم النظرية على: مفاهيم رئيسية ثلاثة قدمها "هنري جنكينز" هي، التقارب أو الدمج **convergence**، والذكاء الجماعي **collective intelligence**، وثقافة المشاركة **participatory culture**. والمقصود بالتلاقي: هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات النصوص الفيديوهات الصور وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات داخل الشبكات الاجتماعية المختلفة.² وهو ما قامت به تماماً الصفحة المدروسة من خلال انتقاءها لمحتويات ما تنشره لمستخدميها.

¹ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 55.

² Henry Jenkins, **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**, 2nd ed. (New York: New York University Press, 2006), pp 10–11.

أما الذكاء الاجتماعي حسب هذه النظرية يقصد به قوة المستخدمين للشبكات الاجتماعية على توجيه بعضهم البعض والاتفاق على آراء معينة¹، ويتعلق بهذا المفهوم قدرة هذه الشبكات على تطبيق مفهوم التعبئة والحشد الذي لوحظ بشكل هادف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.² وهذا ما سعت الدراسة الحالية لمعرفته للوقوف على دورها في تعبئة الجماهير المتصفح لمضامينها.

فكرة التقارب: يقصد بها تشارك وتفاعل منتجي الإعلام والمستهلكين فيما بينهم في إطار مجموعة جديدة مما أسماه جينكينز القواعد التي لا يفهمها أي منا تماماً، وبذلك يصرح بأن مصطلح "الثقافة التشاركية" متناقض مع المفاهيم القديمة لمشاهدة وسائل الإعلام السلبية.³ وباعتبارها أكثر من مجرد عملية تكنولوجية، تتضمن ثقافة المشاركة أبعاداً اجتماعية وسياسية بحكم حدوث عمليات تشاركية واسعة تمثل لقواعد منتظمة يحكمها التبادل الواعي والانتقائي للمواضيع من قبل الجماهير على الشبكات الاجتماعية التي تتحوّل وفقاً لكل هذا إلى منتج خاضع للاستهلاك بمقدوره مواجهة الإعلام التقليدي القائم على مركزية الانتقاء حسب جينكينز.⁴

2-فروض النظرية:

يفترض جينكينز أن إنتاج تقنيات وأشكال ثقافية متنوعة في الشبكات الاجتماعية يشير إلى تلاشي دور المؤسسات التقليدية. ويعزّز ذلك كون الثقافة التشاركية عبر وسائطها المتعددة على تحفيز الأفراد للاعتقاد بتفرد مساهماتهم، مما ينمي حس الاتصال الاجتماعي فيما بينهم.⁵ ونفهم من ذلك، أن الاستخدام المتزايد للتكنولوجيات المتنوعة مثل تلك المستخدمة في إنشاء الوسائط الرقمية ومشاركتها، هو نتيجة لعملية تغيير ثقافي في التكامل الرقمي، يتم تقييم وتفضيل السرعة والفورية على الجودة والاستمرارية. وفي هذه البيئة الرقمية، يتم تبادل المعرفة دون اعتبار لأصولها.

¹Pierre Lévy, Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace (Cambridge, MA: Perseus Books, 1997), pp 13–15.

²Manuel Castells, Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age, 2nd ed. (Cambridge: Polity Press, 2015), P 20.

³Works and days, Jenkins on collective intelligence and convergence culture, connected on (15/11/2019) URL: <http://newlearningonline.com/literacies/chapter-1/jenkins-on-collective-intelligence-and-convergence-culture>.

⁴ Henry Jenkins, Mizuko Ito, danah boyd, Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics, 1st ed. (Cambridge, UK: Polity Press, 2015), pp 22–23.

⁵عبد القادر فهم شيباني، المعرفة التشاركية ومفهوم الذكاء الجماعي، دراسة حول التفاعل الرقمي في شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة منيرفا،

المجلد (04) – العدد (01)، ديسمبر 2017، ص 41.

نستنتج أن ما ذهب إليه جينكيز يعني أن الإعلام الكلاسيكي مدعو إلى الأخذ بالبديهية التي تؤمن بوجود الخضوع لهذا الواقع الجديد والعمل بالتنسيق مع الأفراد عبر تحويل المطلب الاستهلاكي والخدمي إلى صيرورة جماعية توكل مهمة إدارتها إلى الدور الذي يؤديه الذكاء الجماعي والأکید أن مواقع الأخبار الواسائطية والتفاعلية بامتياز، والتطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي هي بمثابة مثال ملموس عن أنموذج التقارب المبدع بوصفها معالم افتراضية يتفاعل فيها الأفراد وفق منطق حر ومعتقد يصوغون من خلالها علاقاتهم البينية ويحددون صيورتهم في التوقع واتخاذ القرارات. إن كل هذا ناتج عن وجودنا أمام ثورة ثقافية قائمة على إرادة الأفراد في المشاركة الفاعلة في إنتاج محتويات عبر منصات إعلامية متعددة، وهذا السياق يضمه كون صنع التقارب الإنساني يرتبط بضرورة الأخذ بالبعدين الاجتماعي والثقافي، فهو لا يكتفي بقوة العالم التقني لوحده.

3- أوجه تطبيق النظرية في الدراسة الحالية:

نعمد في دراستنا على تطبيق نظرية التلاقي والتقارب أو الدمج في تحليل صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" محل الدراسة من باب بيان أهمية تطبيق فكرة التقارب في صفحات الفيسبوك وليس لبيان مقدار تحقق فروض النظرية من عدمه. ففي عالم يشهد تطورا مستمرا لوسائل الإعلام، لابد من وجود إطار نظري يسهم في فهم كل ذلك وبرأي الباحثة تقوم نظرية تقارب الوسائط بذلك بالضبط، من خلال توفير طريقة لتحليل كيفية تجميع أشكال الوسائط المختلفة معًا. وعلى وجه الخصوص، يمكن تطبيق هذه النظرية على صفحات الفيسبوك من أجل فهم أفضل لكيفية عملها وما هو الدور الذي تلعبه في مشاهدنا المتغير باستمرار.

ونقصد بالتقارب هنا عملية تجميع الأخبار والمضامين الإعلامية من مصادر متعددة داخل منصة واحدة، سواء من خلال فضاء رقمي عام أو ضمن قسم مخصص يجمع محتوى متنوعًا لتسهيل وصول المستخدمين إليه. وفي سياق شبكات التواصل الاجتماعي، يظهر هذا التقارب بوضوح في الصفحات الإخبارية على الفيسبوك على غرار صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر التي تعتمد على جمع الأخبار من مصادر مختلفة ثم إعادة إنتاجها باستخدام تقنيات دمج الوسائط المتعددة مثل الصور، الفيديوهات، والبث المباشر، بما يمنح المحتوى شكلًا أكثر تكاملًا وجاذبية بالنسبة للجمهور.

وتتمثل أهمية التقارب بالنسبة للمستخدمين في كونه يمنحهم رؤية أكثر تكاملاً للأحداث، إذ يتيح الاطلاع على القصة الواحدة من وجهات نظر مختلفة داخل فضاء موحد، ما يسهل عملية التحليل ويعزز قدرة المتلقي على التمييز بين المعلومات. أمّا على مستوى المنصات الإعلامية، فإنّ التقارب يشكّل فرصة استراتيجية لتوسيع دائرة الجمهور ولتعزيز حضورها الرقمي من خلال التعاون أو الإحالة إلى مصادر أخرى عبر الروابط المتشعبة وآليات التفاعل التي تميز الوسائط الاجتماعية. ويظهر هذا التقارب بوضوح عندما تُدمج الأنماط المتعددة للمحتوى النص والصورة والصوت والفيديو ضمن منشور واحد أو سلسلة منشورات مترابطة، مما يمنح الخبر قيمة تفسيرية أعلى. وفي سياق الأزمات، كما هو الحال خلال الحراك الشعبي الجزائري، تبرز فعالية هذا النموذج بصفة خاصة، إذ يسمح للمستخدمين بالحصول على المعلومة بالشكل الأنسب لهم وفي الوقت المناسب، بينما يمكن صفحات فيسبوك الإخبارية ومنها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من رفع مستوى تأثيرها من خلال إنتاج محتوى متعدد الوسائط قادر على مواكبة سرعة التطورات الميدانية. وبهذا يصبح التقارب آلية مركزية في تعزيز تدفق المعلومات، وتوسيع المشاركة الرقمية، ودعم إدارة الأزمة عبر خلق فضاء تواصلية تتقاطع فيه مصادر متعددة داخل منصة واحدة.

ثانيا : نظرية ثراء وسائط الإعلام Media Richness Theory:

1- نشأة النظرية وتعريفها:

وضع كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft وروبرت لينجيل Robert H. Lengel نظرية ثراء وسائط الإعلام عام 1984، ثم طورها الاثنان مع تعريفنو عام 1987 اعتمادا على نظرية معالجة المعلومات، وقد استخدمت النظرية في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات¹. وتعتبر نظرية ثراء الوسائط من أهم النظريات المفسرة للعلاقة بين نوع وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، وفهم كيفية اختيار وسائل الاتصال وتحديد أكثرها ملاءمة للموقف الاتصالي². إن "الفكرة الأساسية من النظرية هي أن الناس كثيراً ما يتواصلون لأداء مهامهم مع وسائط الإعلام التي يرون أنها الأكثر فاعلية لإنجاز المهام وبشكل أكثر تحديداً (وفي لغة نظرية ثراء الوسائط)، يميل الناس إلى اختيار وسائط أكثر ثراءً للتعامل مع مهام اتصال أكثر غموضاً لأداء المهام³.

¹(Daft, R. Lengel, R.H. Information richness a new approach to managerial behavior and organizational design. Research in organizational behavior (Homewood, IL JAI Press) 6, 1984, PP:191-23

²سلطان محمد ناصر القاسمي، مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في

سلطنة عمان رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 16.

³Tom Kelleher, Public relations roles and Media Choice, Journal of Public Relations Research, Vol. 13 No.4, 2001, p305.

وتعتبر نظرية ثراء الوسائط من أهم النظريات المفسرة للعلاقة بين نوع وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، وفهم كيفية اختيار وسائل الاتصال وتحديد أكثرها ملاءمة للموقف الاتصالي¹. إن "الفكرة الأساسية من النظرية هي أن الناس كثيراً ما يتواصلون لأداء مهامهم مع وسائط الإعلام التي يرون أنها الأكثر فاعلية لإنجاز المهام وبشكل أكثر تحديداً (وفي لغة نظرية ثراء الوسائط)، يميل الناس إلى اختيار وسائط أكثر ثراءً للتعامل مع مهام اتصال أكثر غموضاً لأداء المهام².

ويعرف **درافت ولينجل وتريفنو** ثراء المعلومات بأنه قدرة المعلومات على تغيير الفهم خلال فترة زمنية محدّدة، وتعتبر معاملات الاتصال التي باستطاعتها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة، أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم في الوقت المناسب معاملات غنية³.

وتستخدم نظرية ثراء وسائط الإعلام في الدراسات التي تبحث في معايير الاختيار بين وسائل الإعلام التكنولوجية على أساس ثرائها المعلوماتي، وأساس هذه النظرية المركزة بشكل كبير على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين المرسل والمستقبل هو أن القدر الذي تستخدم به الوسيلة يحدد فعالية الاتصال. فالرسالة التي تضمن رجع الصدى هي الأكثر ثراءً، وثراء المعلومة هي العملية التي تخفض المعلومات فيها درجة الغموض وتُوجّد معانٍ مشتركة باستخدام وسيلة اتصال معينة⁴، وقد درست النظرية على نطاق واسع منذ عرضها، وطرح كتابها الأصليون مقالات عديدة حولها وحول وصف ثراء وسائل الإعلام والقدرة على الاختيار المناسب لوسائل الإعلام كمهارة تطبيقية. واختبر علماء آخرون النظرية بغرض تطويرها حتى وصل الأمر أخيراً إلى تكيفها لاستيعاب الوسائط الجديدة مثل، الفيديو المتطور، وعقد المؤتمرات عبر الإنترنت وغيرها.

¹سلطان محمد ناصر القاسمي، مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 16.

²Tom Kelleher, Public relations roles and Media Choice, Journal of Public Relations Research, Vol. 13 No.4, 2001, p305.

³Daft, RL., &Lengel., R.H, Organizational information requirements, media richness and struch, No. 4 design, Management Science, May 1986, p558.44

⁴محمد مصطفى، رفعت مرجع سبق ذكره، ص ص 53-54.

2-مصطلحات النظرية:

أ. **الثراء Richness**: توصف وسائط الإعلام حسب **دافت ولينجل وتريفينو** بالعالية أو المنخفضة في "الثراء" المعلوماتي استناداً إلى قدرتها على تيسير المعنى وتنتج هذه القدرة عن تمكن الوسيط من نقل المعلومات بسرعة، التركيز الشخصي، الإشارات المتعددة الاتصال وتنوع اللغة ودأب المنظرون والباحثون التجريبيون على وضع التواصل وجهاً لوجه معياراً أعلى للثراء على سبيل المثال، دافت ولينجل، 1984، ديفت وآخرون، 1987، دامبرا ورايس، 1994 وتريفينو ولينجل، وبودنشتاين وجيرلوف، وموير في عام 1990، تريفينو لنجل، دافت (1987). وينخفض الاتصال الهاتفي باستمرار إلى ما دون التفاعل المباشر في القدرة على نقل المعلومات الثرية، أما وسائط الإعلام الأقل ثراء من المحادثات وجهاً لوجه والمحادثات الهاتفية تشمل كلا من البريد الصوتي والبريد الإلكتروني والبريد المكتوب مثل الرسائل والمذكرات والخطابات والمذكرات غير المعنونة والنشرات والكمبيوتر الرقمي. ففي حين يسمح الاتصال وجهاً لوجه للمتصلين بتبادل ردود الفعل الفورية وتغيير لهجات أصواتهم، واستخدام لغة الجسم والمساعدات البصرية، والتواصل خصيصاً لأفراد معينين فإن وسائل الإعلام الأخرى محدودة في واحد على الأقل، إن لم يكن كل القدرات ووفقاً للمبادئ الأساسية لنظرية ثراء الوسائط، فإن الاتصال الشفوي هو عموماً أغنى من الاتصال المكتوب.¹

ب **الغموض Equivocality**: يقول "توم كيليهير" في كتابه "أدوار العلاقات العامة واختيار وسائط الإعلام" أنه "بينما استخدم منظرون مفهوم الثراء لوصف قنوات الاتصال من حيث ثراء المعلومات التي يمكنهم نقلها، فقد استخدموا مفهوم الغموض لوصف الطبيعة النوعية للحالات التي تتطلب الاتصال.² ويحدث الالتباس أو الغموض في المعلومات عندما يكون هناك أسئلة متعددة تحتاج إلى إجابة أو احتمال وجود تناقضات في تفسير المعلومات أو الإطار الذي يجب أن تفسر فيه الأسئلة وقد يؤدي الالتباس والغموض في الرسالة إلى ضرورة التفاوض والنقاش بين الأعضاء المتصلين لتقريب الآراء بشأن تفسير واحد.

3-فروض النظرية:

تفترض نظرية ثراء الوسائط فرضين أساسيين هما³:

الفرض الأول: أن وسائط الإعلام التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

¹ Tom Kelleher, Public relations roles and Media Choice, Journal of Public Relations Research, Vol. 13 No.4,2001, pp: 305-306.

²Ibid, p 306.

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 358.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسائط الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، وهي: سرعة رد الفعل (رجع الصدى) قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجيا حديثة مثل: الوسائط المتعددة - التركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية.

4-نقد النظرية:

بنى ماركوس نقده على الضغوط الاجتماعية التي يمكنها التأثير على استخدام وسائل الإعلام بقوة أكبر بكثير من معيار الثراء، وبطرق لا تتوافق مع المبادئ الأساسية لنظرية ثراء الوسائط، ويشير أيضا إلى أنه ليس من الضروري افتراض تعارض المشاعر تجاه استخدام وسائط أكثر ثراءً في موقف ما مقارنة مع استخدام وسائط أصغر حجماً¹ فبإمكان الوسائط الأقل ثراءً إزالة الغموض وتعزيز الفهم في بعض الأحيان، لأن مسألة اختيار الوسائط تبقى أمراً معقداً² وعليه فنوع الوسيط المستخدم لن يكون له التأثير القوي دائما على دقة ووضوح الرسالة³.

وعليه فنوع الوسيط المستخدم لن يكون له التأثير القوي دائما على دقة ووضوح الرسالة⁴.

وتفسيرا للنقاط التي شملها النقد الذي وجه لنظرية ثراء وسائط الإعلام يمكن الخروج بهذه الاختصارات:⁵

- بإمكان الظروف الاجتماعية التأثير على استخدام وسائل الإعلام أكثر من معيار الثراء.
- قد يرجع سبب الغموض إلى السمات الشخصية مثل عدم اهتمام المتلقي أو عدم تركيزه أو قلة ذكائه، وبالتالي فقلة ثراء الوسيلة ليس السبب الرئيس دائما.
- بإمكان وسائل الاتصال الأقل ثراءً إزالة الغموض وتعزيز الفهم في بعض الأحيان.
- قد يتسبب تعدد الوسائل وتشعبها الذي يعتبر ثراء الوسيط الإعلامي في بعض الأحيان في زيادة الغموض وإعاقة الفهم.

¹ Markus, M.L. "Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice". Organization Science. 5 (4)1994,pp 502-527.

²Rice, Ronald E, Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-Site Exploration of Media, Organization Science. 3 (4), November 1992, 475-500.

³Dennis, Alan R.; Joseph Valacich; Cheri Speier; Michael G. Morris, Beyond Media Richness: An System. Empirical Test of Media Synchronicity Theory, 31st Annual Hawaii International Conference on Sciences, 1998, 48-57

⁴Dennis, Alan R.; Joseph Valacich; Cheri Speier; Michael G. Morris, Beyond Media Richness: An System. Empirical Test of Media Synchronicity Theory, 31st Annual Hawaii International Conference on Sciences, 1998, 48-57

⁵Heather L. Adams, B.S., M.S., Air Force Media Use and Conformance with Media Richness Theory: Implications for E-mail Use and Policy, Thesis. Presented to the Faculty of the Graduate School of Logistics and Acquisition Management of the Air Force Institute of Technology, 1996, p 2.

5-أوجه تطبيق النظرية في الدراسة:

في ضوء نظرية ثراء الوسائط، التي تفترض أن الوسائط تختلف في قدرتها على نقل المعلومات بفعالية تبعاً لعوامل مثل الفورية، التغذية الراجعة، تنوع الرموز، والشخصية، تبرز شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط شديدة الثراء نظراً لإمكانياتها التفاعلية العالية وقدرتها على دمج النصوص، الصور، الفيديوهات، والرموز التعبيرية. وفي هذا السياق، تبين من خلال تحليلنا لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أن هذه الوسائط الغنية قد لعبت دوراً حاسماً في إدارة أزمة الحراك الشعبي، من خلال تسهيل التعبئة، نشر المعلومات، والتفاعل اللحظي مع الأحداث. كما أظهرت بيانات التفاعل، المستخلصة عبر أدوات Gephi و Socialbakers، أن المحتويات التي جمعت بين أكثر من نوع وسائط (نصوص + صور + شعارات شعبية) حظيت بأعلى معدلات التفاعل، مما يدعم فرضية النظرية بأن الوسائط الأكثر ثراءً تؤدي إلى تواصل أكثر فاعلية، خاصة في سياقات الأزمة واللايقين السياسي. بالتالي، فإن هذا التكامل بين النظرية والتحليل التطبيقي يوضح كيف تحوّلت الصفحة محل الدراسة إلى وسيط مركزي لتوجيه الرأي العام، وإعادة تشكيل الوعي الجماعي ضمن بيئة تواصلية مفتوحة ومتعددة الرموز.

ولإشارة، سيتم الاستعانة بنظرية ثراء الوسائط في الدراسة التحليلية وفي تفسير نتائجها من باب توضيح أهمية استخدام صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" للوسائط التكنولوجية لتحسين أدائها وتشكيل الوعي الجماعي بخصوص الحراك وليس من باب اختبار فروض وأفكار النظرية.

الفصل الأول:

شبكات التواصل الاجتماعي:

المفهوم، النشأة ، السمات والأدوار



المبحث الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وسيرورة نشأتها.

المبحث الثاني: سمات شبكات التواصل الاجتماعي، أنواعها وطبيعة جمهورها.

المبحث الثالث: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام.

تمهيد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أكبر مزود للمعلومات في الوقت الحاضر، حيث أنها تضم عددا كبيرا من شبكات المعلومات في إيجاد شكل جديد من الإعلام حيث تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد والإعلام البديل الذي يشمل الشبكات الاجتماعية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة ولعل من أبرز هذه التطورات والتغيرات في شبكة الانترنت ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي والتي أحدثت تطورا كبيرا ليس فقط في تاريخ الإعلام وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي وجاءت لتشكيل عالما افتراضيا يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبقة وعليه فإن قوة وسائل الاتصال الجديدة لا يقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضا ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشمل النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو وهذه الخصائص وغيرها التي دفعت الجميع إلى القفز على تلك الوسائل الجديدة التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة على المستويات السياسية والتجارية والاجتماعية والتقنية والثقافية حيث برزت شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر والمدونات واليوتيوب وغيرها واستخدام هذه الوسائط في شتى المجالات والقضايا كالحراك الشعبي الجزائري الذي سيكون صلب موضوعنا، إضافة إلى الانتشار الكبير للهواتف الذكية من الآي فون وبلاك بيري وكذلك الأجهزة اللوحية مثل الآي باد وجالكسي تاب والتي كانت لها تأثيرات كبيرة لا يمكن تجاهلها.

وعليه يسعى هذا الفصل لتقديم مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وسيرورة نشأتها وأهم سماتها وطبيعتها جمهورها ودورها في تشكيل الرأي العام بالنظر إلى قوة استخدامها سياسيا.

المبحث الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وسيروية نشأتها:

إن الحديث عن وسائل الاتصال الجديدة يقودنا بداية إلى مفهوم الويب . 2.0 هذا الأخير مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات والتطبيقات التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية (الانترنت) ،و التي تعتبر من أهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي فتحت فرصا جديدة إلى حد كبير أمام الأفراد للتفاعل وتبادل الآراء ومناقشة مختلف المواضيع الاجتماعية من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية ، ما فتح مجالا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان فقد شهدت شبكة الانترنت نموا ملحوظا في أوائل عقد التسعينيات وتطورت شبكة الويب العالمية وأعطت دفعة جديدة لجميع وسائل الإعلام بأشكالها كافة حيث جعلت خصائص التفاعلية ولا محدودية المساحة التي أتاحتها الانترنت من هذه الشبكة وسيلة مثلى للنشر الإلكتروني، فمثلا عن الكلفة المنخفضة وسهولة التنقل عبر الحدود الجغرافية وإمكانية توظيف عناصر الوسائط المتعددة في الوسيلة الجديدة كعناصر جاذبة للناشرين وقد تصاعدت أهمية الانترنت على الصعيد الدولي من تنوع استخداماتها وزيادة قاعدة المستخدمين لها بنسبة كبيرة ولا تنحصر أهمية الانترنت في مجال تبادل المعلومات وتداولها فهي اليوم تؤدي أدوارا سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية غاية في الأهمية.¹ كما ساهمت الانترنت في خلق فضاءات اتصالية افتراضية جديدة لم تكن موجودة من قبل كالبريد الإلكتروني **e-mail** ومنتديات النقاش والمدونات الإلكترونية، الدردشة الإلكترونية، التعليقات الإلكترونية على الأخبار والمقالات... الخ وإنجاز العديد من الصفقات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات والإعلان عن المشروعات وإنشاء متاجر افتراضية فيما يسمى بعمليات التجارة الإلكترونية وكذلك تستخدم في الإعلام والصحافة مثلها في ذلك مثل الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات وأصبح يطلق عليها الإعلام الجديد أو الصحافة الإلكترونية² هذا الفضاء الجديد للاتصال الإلكتروني الذي خلقته الانترنت لتبادل النقاشات واللقاءات بين الأفراد أطلق عليه يورجن هابر ماس **J.Habermas** اسم الفضاء العمومي **espace publique**، أنه فضاء مفتوح للجميع، يعيش فيه الأفراد مع بعضهم البعض حياة رمزية بعيدا عن الحياة الواقعية، لا يشعرون بأي حواجز أو إكراهات فيزيقية، يتواصلون فيها بينهم بكل حرية.³

¹ نصر الدين غراف. "الويب 2.0، استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها". مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 8، العدد 2، 2011، ص ص 108-121.

² غسان يوسف المقدادي، خالد، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013 ص 24.

³ يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، الطبعة العربية، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، 2013، ص 19.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

وهذا ما يمهّد لبروز هذا النوع من الإعلام الجديد فقد تحدث عنها الدكتور محمد الأمين موسى أحمد في ورقة بحث عن توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي حيث تعتبر شبكة الويب أكبر فضاء لتقديم الوسائل التواصلية عبر الوسائط المتعددة إذ تعتبر هذه الأخيرة سمة من سمات الويب وإحدى نقاط قوتها، خاصة بعد أن حدثت تطورات كبيرة في الربط الشبكي بزيادة سعة الكابلات التي سبّرت نقل الملفات المتضمنة للصورة والصوت والفيديو.¹

ويعتبر الفيسبوك من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات والتسجيل بالموقع مجاني وسهل وبإمكان أي شخص استخدامه، كما يعتبر هذا الموقع أداة اتصالية ضخمة تستخدم في تنفيذ الحملات الإعلانية والترويج للمنتجات التجارية بل وتستخدم هذه الشبكة في المجالات السياسية كالانتخابات وحشد الرأي العام والإضرابات.... إلخ،² حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي سيف ذو حدين فمن وجهة نظر البعض أنها تشعر الشباب بالقلق والاضطراب والإرهاق والإحساس بالعزلة عن المحيط الاجتماعي كما أنها تسبب في انخفاض المستوى الدراسي والتحصيلي للطالب وإذا أخذنا الوجهة الإيجابية للبعض نجد أن الفيسبوك يوسع العلاقات الاجتماعية والتعرف على ثقافات شعوب أخرى وكذا يزيد من المعارف والقضايا المطروحة في المجتمع.³ وسنركز في هذا المبحث على مجموعة من التعريفات الأولية والإجرائية لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ونتعرض لسيرورة نشأتها وأهم سماتها وطبيعة جمهورها ودورها في تشكيل الرأي العام بالنظر إلى قوة استخدامها سياسيا.

تعتبر الشبكات الاجتماعية هي أحدث أدوات الاتصال الجديدة وأكثرها استخداما وتأثيرا، لذا على الفرد استخدامها واستغلالها بطريقة احترافية وذكية ومبنية على أسباب دخول الناس إليها وبناء الثقة مع المجتمع لإيصال الرسالة الإعلامية أو الإعلانية أي كانت بطرق حديثة تتناسب مع هذه الأداة وذلك عبر بناء وتبني خطط إستراتيجية تتماشى مع أهداف كل من يود استخدامها كالحكومات والقطاع الحكومي والشركات الخاصة وحتى الأفراد فلكل هناك خطط إستراتيجية بسيطة في أساسياتها ويسهل تبنيها ولكنها عميقة في أثرها وتحتاج إلى خبرات فنية تقنية لإدارتها وتقديم القوالب لهذه الرسالة وخبرات إعلامية وفنية لصياغة محتوياتها وخبرات في مجال

¹ Costello, Vic. Multimedia Foundations: Core Concepts for Digital Design. 1st ed., Focal Press, 2012, pp 7-15.

² بلقاسم زغدود، وحيدة سعدي، الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة آفاق العلوم، العدد 8، جوان، الجزائر، 2017، ص 351.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 69.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

الشبكات الاجتماعية لوضع الخطط وإدارة تنفيذها وتحليل أثرها حتى تؤدي إلى نتائج متوقعة وتحقيق الأهداف المرجوة منها.¹

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي، وقد نظر إليها الباحثون على أنها "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات)."²

وجاء في تعريفها "هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء له، أو قضية أو فئة معينة في النظام العالمي لنقل المعلومات. وتتيح هذه المواقع لأعضائها تقديم أنفسهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم وكذلك الجماعات التي لديها اهتمام مشترك تتفق فيما بينهم في الميول والآراء والاتجاهات."³

وعرف "أندرياس كابلان" و"مايكل هانلين" وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبني على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الإلكتروني (نصوص، صور، فيديوهات... الخ)، بينما التواصل الاجتماعي هو تضافر الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض عبر شبكة الانترنت، ويتضمن على المستوى الفردي عدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الدائرة الاجتماعية التي تشمل العائلة والأصدقاء، ويتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتى المجتمعات الأخرى."⁴

كما عرفها "بويد وآيلسون"، على أنها خدمات توجد على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية، عامة أو شبه عامة خلال نظام محدود، يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا.⁵

¹ عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، ط: 1، الدار العالمية، مصر الحرم، 2011، ص 11.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط: 1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010، ص 6.

³ منال محمد عباس، القيم الاجتماعية في عالم متغير، ط: 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016، ص 48.

⁴ Ambady N.and (Others) : On Judging and Being Judged Accurately in Zero Acquaintance Situations, Journal of Personality and Social Psychology,(Washington, DC :American Psychology Association,1995),p.69.

⁵ Boyd.d.ellison.social networksites mdéfinitions .history and schoarship. Journal of computer mediated communication ,Washington, USA.2007.p.2.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

وليس بعيدا عن هذا المعنى جاء في تعريفها أيضا "مجموعة من الشبكات العالمية الضخمة التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور، وهي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال، تختلف طبيعة تواصل من موقع لآخر.¹

وعرف "أندرياس كابلان" و"مايكل هانلين" وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبني على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الإلكتروني (نصوص، صور، فيديوهات... الخ)، بينما التواصل الاجتماعي هو تضافر الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض عبر شبكة الانترنت، و يتضمن على المستوى الفردي عدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الدائرة الاجتماعية التي تشمل العائلة والأصدقاء، ويتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتى المجتمعات الأخرى.²

كما يمكن تعريفها على أنها عبارة عن مواقع وتطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: فيسبوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الإنترنت العالمية **web**، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية **profile**، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، ومن ثم الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء.³

وتشير أيضا الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.⁴

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريفها بأنها، مساحات افتراضية في شبكة الانترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية، واستعمال الأدوات المتنوعة للتفاعل، والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها.

¹ جمال عبد العزيز الشهران، الوسائل التعليمية ومستجدات التعليم، ط 2، مطابع الحميضي، الرياض، 2003، ص 431.

² Ambady, Nalini.and (Others). "On Judging and Being Judged Accurately in Zero-Acquaintance Situations." Journal of Personality and Social Psychology, vol. 69, no. 3, Sept. 1995, (Washington, DC :American Psychological Association,p.69.

³ مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأميركية الناعمة، ط 1، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، الجزائر، 2016، ص 25.

⁴ ريم آل عيدان، محمد بن محسن سحاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي، ط 1، مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، السعودية، 2014، ص 23.

المطلب الثاني: سيرورة نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطور خدماتها الاتصالية:

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجرد أدوات رقمية للتسلية أو تبادل المعلومات، بل غدت فضاءات تفاعلية معقدة أسهمت في إعادة تشكيل أنماط التواصل الإنساني والبنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. وقد مرّت هذه الشبكات بسيرورة تطوّر طويلة بدأت بمحاولات بسيطة لإنشاء منصّات تتيح للأفراد التواصل عبر الإنترنت، لتتحوّل تدريجيّاً إلى منظومات متكاملة تجمع بين الاتصال، والإعلام، والمحتوى التفاعلي، والخدمات التجارية.

ومن هنا، يهدف هذا المطلب إلى تتبّع مسار نشأة شبكات التواصل الاجتماعي منذ بداياتها الأولى، والوقوف على أهم مراحل تطوّرهما، مع إبراز الخدمات التي تقدّمها في مختلف المجالات، بما في ذلك التواصل الشخصي، وتبادل المعرفة، والتسويق، وصناعة الرأي العام.

أولاً: المراحل التاريخية لنشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

أما بخصوص نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية فإن الدراسات المتخصصة تؤكد أن بداياتها الأولى كانت في أواخر التسعينيات مثل (classmantes) عام 1995م للربط زملاء الدراسة وموقع (sixdegrees.com) عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية مجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت (friendster) التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003.¹

وبعد موقع (friendster) أول شبكة اجتماعية تحقق خصائص وسمات الويب 2.0، وقد أنشئ في 2002 على يد جوناثان أبرام (abrams johnathan) وقد حقق الموقع نمواً كبيراً في بداية نشأته حتى كان ينمو بمعدل 15% أسبوعياً، إلا أن نجم الموقع بدأ يخفق بعد ظهور العملاقين (myspace) في يناير 2004 و (facebook) في فبراير 2004.² لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007.

¹ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, 1st ed, CA: O'Reilly Media, Sebastopol, 2009), p p 62–63.

² ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص376.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك" والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حتى قام فيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا أكثر من 2.9 مليار مستخدم على مستوى العالم في أكتوبر 2023.¹ ثم تطورت فكرة المواقع الإلكترونية وعممت التواصل بين الأشخاص وأضافت مفهوما آخر هو أسلوب المدونات أو النشر الإلكتروني عن طريق الأفراد والمؤسسات، والذي مازال الكثير من المتعاملين معه يتحسبون لبعض المعوقات فيه من مثل المصدقية والصحة لما تنشره تلك المدونات من معلومات ومواد .

وقد أدى التطور في الحاجة إلى تفعيل دور الإنترنت في عملية التواصل إلى ظهور ما يعرف بشبكات أو مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعرف بأنها عبارة عن مواقع تواصلية على شبكة الإنترنت مثل **face book** و **tweeter** وغيرها تتيح للناس من مختلف أنحاء العالم الاتصال ببعضهم البعض بمختلف أنواع وأشكال التواصل المكتوب والمسموع والمرئي والتشارك والتفاعل في مختلف المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية، وقد أدى الدور الفاعل الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص التأثير على الرأي العام العالمي في كثير من القضايا إلى ازدياد الثقة من قبل الجمهور العالمي لهذه المواقع ، ومما يزيد من استخدام الناس لهذه المواقع.²

ويتم الارتباط بين الأشخاص في مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق إنشاء روابط داخل تلك المواقع تتيح لهم فرص التواصل دون إمكانية حجب هذا التواصل من أي جهة نسبة للافتراضية المحتملة في مسميات هذه الروابط. ولقد أضافت بيئة الويب 2.0 خصائص جديدة مميزة للشبكات الاجتماعية جعلتها أكثر تفاعلية وخلقت وسائل جديدة للتفاعل الاجتماعي بين الأعضاء ، فلم يعد الموقع الاجتماعي مجرد ملف بيانات المستخدم فقط، بل أمكنه الانضمام لشبكات عديدة داخل المجتمع الواحد، هذه الشبكة قد تكون لجهة العمل أو الجامعة التي تعلم فيها .. الخ، وأصبح بالإمكان مشاركة الأصدقاء في الصور والفيديو والأحداث والمناسبات الخاصة.³

¹ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة العربية، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015، ص 200-201.

² عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2013، ص 175.

³ ياسر خضير البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 375.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

وقد اعتبر البعض الشبكات الاجتماعية بصفة عامة نافذة للمشاركة السياسية، خاصة في ظل اهتزاز ثقة المواطنين في مختلف الأنظمة الإعلامية التي تخضع لضغوط سياسية واجتماعية متعددة. ويعد الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشارًا واستخدامًا في الحياة السياسية، حيث يمكن من خلاله إعادة نشر ما تم نشره بالفعل في وسائل الإعلام أو ملاحظاتهم **personal blogs** التقليدية، وإتاحة الفرصة للساسة لكتابة مدونات شخصية تناقش الموضوعات السياسية وتساعد الناخبين أيضا على الحصول على المعلومات بشأن الانتخابات وإلى زيادة فاعلية المشاركة السياسية بتفعيل دور الجمهور المستهدف.¹ ومع تزايد عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وتنوع استخداماتهم لها خلال السنوات الماضية لتشمل الاستخدام السياسي، انقسم الباحثون بين مؤيد ومعارض للأدوار السياسية التي يمكن أن تحققها شبكات التواصل الاجتماعي، بدءًا من خلق فرص للتفاعل السياسي، وصولاً إلى تحقيق التمكين المطلوب للديمقراطية المنشودة.²

كما توظف مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي (متعدد الوسائط). ويستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي للردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.³ كما يتم توظيفها كفضاءات تواصلية عبر أمكنة افتراضية للحديث عن انشغالاتهم وآرائهم ومواقفهم من الأحداث الجارية حولهم ومنها المساهمة في تشكيل الرأي العام حولها. وبالتالي فقد أتاح اكتشاف الإنترنت فكرة عمل المواقع الإلكترونية، وهي أن يكون للمؤسسات والهيئات العامة والخاصة روابط على شبكة الإنترنت تتيح لها التواصل مع الجمهور وبصفة عامة والجمهور المستهدف بشكل خاص، ووجدت ظاهرة التواصل عبر المواقع الإلكترونية إقبالا كبيرا من الناس لكونها توفر عليهم كثير من الجهد والوقت والتكاليف التي يبذلونها بهدف قضاء مصالحهم مع كثير من المؤسسات والهيئات خاصة التي توفر لهم الحاجيات الضرورية.⁴

¹ (Elsebahy, N, (2013), The impact of Social Media outlets on the presidential elections: a case study on Egypt's 2012 presidential elections, unpublished master thesis, The American University in Cairo, p. 2.

² Wyngarden, K. (2012), New participation, new perspectives? Young adults' political engagement using facebook, unpublished master thesis, Colorado State University, p.116.

³ فيصل محمد عبد الغفار ، شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، السعودية، ص10.

⁴ ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص211-212.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

ثانيًا: تطور خدمات شبكات التواصل الاجتماعي ووظائفها الاتصالية:

مع تطوّر شبكات التواصل الاجتماعي وتوسّع انتشارها عالميًا، لم تعد هذه المنصّات تقتصر على تيسير التواصل بين الأفراد فحسب، بل أصبحت منظومات رقمية متعددة الوظائف تقدّم خدماتٍ متنوعة تَمَسُّ مختلف مجالات الحياة الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والإعلامية.

فقد تطوّرت طبيعتها الاتصالية لتشمل مشاركة المحتوى، وتبادل المعرفة، وبناء المجتمعات الافتراضية، وصناعة الرأي العام، مما جعلها فاعلاً أساسياً في منظومة الاتصال المعاصر، وتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية فهي تشمل ما يلي:

1. **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.

2. **الأصدقاء والعلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع ، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي . وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.¹

3. **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

4. **ألبومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضاً.²

5. **المجموعات:** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم **events** ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.³

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 212.

² مريم نزيان نومان، "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2012، ص 46.

³ مهدي حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 90.

6.الصفحات:ابتدع هذه الفكرة موقعfacebook وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال،حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها، ويقوم موقع الفيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.¹

¹ فيصل محمد عبد الغفار ،مرجع سبق ذكره، ص11.

المبحث الثاني: سمات مواقع التواصل الاجتماعي، أنواعها وطبيعة جمهورها:

بعد تتبّع مسار نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطوّر خدماتها، تبرز الحاجة إلى الوقوف عند أهم السمات التي تميّز هذه المواقع في بنيتها ووظائفها الاتصالية، باعتبارها فضاءات رقمية ذات خصائص تقنية واجتماعية متفردة.

فقد أدّى التنوّع الكبير في أشكالها ومضامينها إلى ظهور أنواع مختلفة من المنصّات، تتفاوت في أهدافها وآليات عملها، وفي طبيعة الجماهير التي تستقطبها.

ومن هنا، يسعى هذا المبحث إلى تحليل السمات الجوهرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مع تصنيف أنواعها وفق معايير الاستخدام والمحتوى، ثم التطرّق إلى خصائص جمهورها الذي يُعدّ الفاعل الرئيسي في بناء ديناميات التفاعل داخل الفضاء الرقمي.

المطلب الأول: السمات والخصائص المميّزة لشبكات التواصل الاجتماعي:

تتميّز مواقع التواصل الاجتماعي بجملة من الخصائص التقنية والتفاعلية التي جعلت منها فضاءات رقمية فريدة في طبيعتها ووظيفتها داخل المنظومة الاتصالية المعاصرة.

فهذه المواقع لا تقوم فقط على نقل المعلومات، بل تتيح إمكانات واسعة للتفاعل والمشاركة وإنتاج المحتوى، مما منح المستخدم مكانة فاعلة في العملية الاتصالية.

أولاً: سمات مواقع التواصل الاجتماعي:

وتبرز أهمية التعرّف على سمات هذه المواقع في كونها الأساس الذي يُفسّر قدرتها على التأثير في السلوك الفردي والجماعي، وعلى إعادة تشكيل أنماط التواصل والتعبير في المجتمع الرقمي الحديث.

وانطلاقاً من التعريفات السابقة الذكر لخص الباحثون سمات شبكات التواصل الاجتماعي في العناصر التالية:¹

- المشاركة «participation»: تشجع مواقع التواصل الاجتماعية المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنّها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور. وبالتالي فهي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديو فيما بينهم .

¹ خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة شبكات الإجتماعية ، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 26-27.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

■ **الانفتاح "openness":** معظم المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، والإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

■ **المحادثة "conversatin":** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، هو مرسل وكاتب ومشارك، لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين والقراء. بحيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، و يطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلا من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية. ومنه أن وسائل الاتصال الاجتماعية تؤمن وتمكّن قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الإنترنت عالميا، من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى وتأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين والجمهور حيث تهدف إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على مواقع واحدة ، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية، فيصبح الأشخاص هنا من خلال هذه الوسائط أعضاء فاعلين من خلال تبادل الأدوار أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث ، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستهلاك فقط عن طريق التلقي.¹

■ **التجمع:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات ومصالح مشتركة مثل التخصص العلمي وتشجيع فريق رياضي حركة رياضية... الخ.²

■ **العالمية (globalization):** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية ، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم ، حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية ، فيستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة.

■ **اللاتزامنية (asynchronization):** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة.

¹ مصعب حسين الدين قتلوني، ثورات فيس بوك، ط 1 ،شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014، ص 97.

² حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر ، عمان ، 2015، ص ص84-85.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

- قابلية التحويل (convertibility): وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يملكها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة و بالعكس.¹
- صناعة الرأي العام: تجري صناعة الرأي العام وفق مقاسات الهدف الأساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المهيمنة، كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة متماسكة.²
- التغذية الإخبارية: "NewsFeed" التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.³
- إضافة صديق ADD FRIEND: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة، الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- إنشاء مجموعة GROUPS: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية.. الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.⁴
- خاصية Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي ألي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
- خاصية Pokes أو نكزة "غمزة" تتيح إرسال نكزة افتراضية إثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- خاصية Photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.
- خاصية Statu أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.⁵

¹ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + الثاني 2010، ص 446-448

مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 21-24.

³ دهمي زينب، مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك". مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 260.

⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس، عمان - الأردن، 2013، ص 35-36.

⁵ حسنين شفيق، سيكولوجية العالم الجديد، ط 1، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 185.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

- خاصية Notes أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة الملاحظات والصور التي يمكن تلخيصها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.
 - خاصية Gifts أو إرسال الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية.¹
 - خاصية الفيديو : " Vidéo " وتوفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية².
- ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

إلى جانب السمات العامة التي تميز مواقع التواصل الاجتماعي، تتمتع هذه المنصات بمجموعة من الخصائص التي تحدّد طبيعتها الوظيفية وديناميكيّتها التفاعلية.

فهذه الخصائص تعبّر عن الكيفية التي تعمل بها المواقع وتستجيب من خلالها لحاجات المستخدمين، سواء من حيث البنية التقنية، أو طبيعة التفاعل، أو أشكال إنتاج وتداول المحتوى.

ويُعدّ فهم هذه الخصائص أمراً أساسياً لفهم الدور الذي تؤديه هذه الوسائط في تشكيل العلاقات الاجتماعية، وصناعة الاتصال الرقمي، وبناء فضاءات جديدة للتعبير والتأثير.

وتضاف لهذه السمات مجموعة من الخصائص الأخرى لعل من أهمها مايلي:

1- التمكن من مشاركة المصادر والموارد العلمية³.

2- يمكن أن تتم الاتصالات عن طريق الحاسوب، بما في ذلك أجهزة الحواسيب المحمولة والآيفون، ولاب توب فضلاً عن الاتصال عبر الهواتف الذكية⁴.

¹المرجع نفسه، ص 186.

²صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط 1، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 214.

³سامح زينهم عبد الجواد، وسائل التواصل الاجتماعي والجيل الثاني للمكتبات (النظريات والتطبيقات)، ط 1، دار الكتاب الحديث، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 231.

⁴عامر ابراهيم القندلجي، الاعلام والمعلومات و الانترنت ، ط 1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 339-340.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

هذه الخصائص والسمات التكنولوجية لأدوات الاتصال تركت تأثيرها بالطبع على مجتمعات ونظم المعلومات من خلال التطوير السريع والحاسم في أساليب الحزن واسترجاع المعلومة، من خلالها نشأت أنظمة تعليم جديدة كبرامج.

المطلب الثاني: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة جمهورها:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تنوعاً كبيراً في أشكالها ووظائفها، ما أفرز أنماطاً مختلفة من المنصات الرقمية التي تخدم أغراضاً متعددة، تتراوح بين التواصل الشخصي، وتبادل المحتوى، والتعبير عن الذات، وبناء العلاقات المهنية والمعرفية.

ويقابل هذا التنوع في الشبكات تنوع آخر في طبيعة الجمهور الذي يستخدمها، من حيث الفئات العمرية، والدوافع، وأنماط التفاعل، ومستويات الوعي الرقمي.

ومن هنا، تتجلى أهمية هذا المطلب في تحليل أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وفق معايير الاستخدام والمضمون، إلى جانب دراسة طبيعة جمهورها الذي يشكل العنصر المحوري في فهم دينامية هذه المنصات وتأثيرها في المجتمع الرقمي الحديث.

أولاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

مع التطور السريع الذي شهدته تكنولوجيا الاتصال، تعددت شبكات التواصل الاجتماعي واختلفت وظائفها وأهدافها تبعاً لطبيعة المحتوى الذي تقدمه والجمهور الذي تتوجه إليه

. فقد أفرز هذا التنوع أنماطاً متعددة من الشبكات، بعضها يركز على التواصل الشخصي وتبادل الرسائل، وأخرى على مشاركة الصور والفيديوهات، في حين تخصصت فئة أخرى في الجوانب المهنية أو المعرفية.

ومن ثمّ، يمكن تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي إلى أنواع متعددة وفق معايير متنوعة، كطبيعة الاستخدام، ونوعية الجمهور، ومضمون التفاعل، مما يعكس اتساع فضاء هذه الشبكات وتنوع أدوارها في الحياة الرقمية المعاصرة، وتتمثل أبرز مواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي:

✓ وسائل الاتصال الرقمية الاجتماعية: تحتل مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثر التعامل من خلالها بين الناس، حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم البعض ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وتلقي الأخبار الصادرة في وسائل الإعلام والمواضيع الجديدة المنتشرة في المجتمع، وهي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى شبكة الانترنت تتيح التفاعل بين الناس، و تسمح بنقل البيانات الالكترونية و

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

تبادلها بسهولة عبر الفضاء الافتراضي وفي هذا السياق نذكر أهم مواقع الشبكات الاجتماعية المتمثلة في ثلاث منظومات تواصلية داخل شبكة الإنترنت:

– **الشبكات الاجتماعية:** تعتبر هذه المواقع وسيلة لتبادل المعلومات بين الأفراد وتسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "ماي سبيس" و"فيسبوك".¹

– **شبكات الفيديو:** نذكر من بينها اليوتيوب "youtube" ودايلي موشن "dailymotion" وبيكاسا "picasa" و"انستغرام" "instagram" وفليكر وتساعد هذه المواقع على تبادل الوثائق صوتاً وصورة. وهناك مواقع "crowdsourcing" يؤسسها الجمهور على غرار ويكيبيديا "wikipedia" وأقورفوكس "agorafox"، وتخضع المضامين المقترحة من قبل الجمهور للمراقبة وأحياناً تحذف حين تتعارض مع الواقع.

✓ **الشبكات الإخبارية والمدونات:** نذكر من بينها تويتر "twitter" وفرنيد "friendfeed" وهي مواقع تتناول الأخبار بطريقة مقتضبة² وبحكم أن هذه الدراسة تجعل من صفحات الفيسبوك مجالاً لها وجب تعريف هذه الشبكة بنوع من التفصيل.

الفيسبوك: يعتبر الفيسبوك من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات والتسجيل بالموقع مجاني وسهل وبإمكان أي شخص استخدامه كما يعتبر هذا الموقع كأداة ضخمة تستخدم في تنفيذ الحملات الإعلامية والترويج للمنتجات التجارية، وبل تستخدم هذه الشبكة في المجالات السياسية كالانتخابات وحشد الرأي العام للإضرابات والاعتصامات... الخ فقد بات سيف ذو حدين من جهة أنها تشعر الشباب والاضطراب والقلق والإحساس بالعزلة عن المحيط الاجتماعي وانخفاض المستوى الدراسي والتحصيلي للطالب كما لا يمكننا أن ننسى الوجهة الإيجابية للفيسبوك فهو يوسع العلاقات الاجتماعية والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى وكذلك يزيد من المعارف والقضايا المطروحة في المجتمع³ وعلى الرغم من أن موقع **face book** ذو واجهة بسيطة تداعب فضول الزوار إلا أنه أصبح اليوم من أكثر المواقع زيارة في العالم فهذا الموقع

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 25.

² برو محمد، ومعوش عبد الحميد. "الاتصال والتواصل الأسري قديماً وحديثاً"، أوراق الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 9-10 أفريل 2013، ص 58.

³ José.van Dijck, The culture of connectivity: A critical history of social media (1st ed.), Oxford University Press Press, Oxford and New York, 2013, P45.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

تمكن من تخطي باقي الشبكات خلال فترة قصيرة من حيث الشعبية وعدد المستخدمين والأرباح والضجة الإعلامية وليس ذلك فحسب، بل تحول فيس بوك إلى نمط سلوكي لمستخدمي الانترنت¹.

نشأة فيسبوك:

ترجع نشأة الموقع إلى "مارك زوكربيرغ" **Zurckerberg Mark** حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) في موقع واحد ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر الأخبار ولكن هدفه الأساسي كان موقع يجمع شمل أصدقائه و يساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض، وأطلق زوكر بيرج موقعه "فيس بوك" في عام 2004 وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.²

ومنذ عام 2005 وأعداد مستخدمي الموقع في ازدياد حتى وصلت حالياً أكثر من 2.9 مليار مستخدم على مستوى العالم وهذا ما جاء في إحصائيات أكتوبر 2023. وذكرت دراسة أجريت في عدد من الجامعات الأمريكية أن 85% من الطلاب المبحوثين يستخدمون هذا الموقع³ وبالتالي الفيسبوك يظهر كونه كأحد وسائل الإعلام الجديد في أربعة عوامل منها ثراء المحتوى من حيث السرعة والشفافية والخصوصية فضلاً عن التفاعلية غير المحدودة وهذا ما يساهم في زيادة أعداد المتعاملين وبالتالي قوة تأثيره على الرأي العام والذي بدا واضحاً في تحريك الشباب لحركات احتجاج واسعة في عدة دول عربية.⁴

3- **فيسبوك ماسنجر**: تم فصل فيسبوك ماسنجر عن منصة فيسبوك الرئيسية ليصبح تطبيقاً مستقلاً عام 2015 فأصبح من الممكن إنشاء حساب ماسنجر دون الحاجة إلى ربطه بحساب فيسبوك رئيسي أولاً، ولن يلزمك سوى إدخال رقم هاتفك. ويتوجب على مستخدمي فيسبوك الحاليين تحميل تطبيق الماسنجر المستقل في حال كانت

¹ محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 360.

² Levy, Steven. **Facebook: The Inside Story**. First edition, Blue Rider Press, New York, 2020, p. 30.60.

³ عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل، عمان، 2011، ص: 182.

⁴ David, Kirkpatrick, **The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World**. 1st Simon & Schuster hardcover ed., Simon & Schuster, New York, 2010, pp. 30–60.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

لديهم رغبة بمواصلة الإرسال والاستقبال عبر الفيسبوك نفسه؛ حيث أنه لا يدعم الإرسال والاستقبال من تلقاء ذاته كما كان الحال سابقاً. ونتيجةً لهذا الفصل، مع الأخذ بالاعتبار آلية التسجيل المبسطة، تجاوزت قاعدة المستخدمين ما عدده **800** مليون مستخدم نشط شهرياً. ويأتي تطبيق فيسبوك ماسنجر في المرتبة الثانية ضمن قائمة أضخم تطبيقات المحادثة في العالم، بعد واتساب مباشرةً. وبخلافه، فإنّ هذا التطبيق يكتسح أسواق دول العالم المتطوّرة، ولاسيّما الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأوروبا الغربية وأستراليا¹.

4- اليوتيوب you tube: هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية من خلال نشر الفيديوهات وتبادلها مع المستخدمين الآخرين، واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع، وكذا إنشاء قنوات تحتوي على بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يضعونها، وقد تأسس هذا الموقع في فيفري 2005 في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشاد هيرلي" والتاواني "تشين" والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة **pay pal** المتخصصة في التجارة الإلكترونية².

واليوتوب هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو ومشاهدتها بشكل مجاني ومشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل ومشاركتها والتعليق عليها، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيسبوك، ويعتبر اليوتوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة³.

¹ منتصر مرعي، سام دبلي وأخرون، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة " جمع الأخبار والتحقق منها على شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، ط 1، دار الكتب القطرية، معهد الجزيرة للإعلام، قطر، 2017، ص 139.

² عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 194.

³ وديع العززي، الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط 1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2015، ص 60.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

كما أنه أصبح بإمكان المشاهدين متابعة العديد من القنوات التلفزيونية عبر شبكة الإنترنت حيث غدت العديد من القنوات التلفزيونية بث برامجها عبر موقع شبكة اليوتيوب ففتحت منصات لبث ما يرسل لها المشاهدون من لقطات متلفزة¹ بل وأصبح في بعض الحالات منصة لبث مقاطع من برامج تلفزيونية فأعطى للقنوات التلفزيونية امتدادا للوصول إلى جمهور آخر ومنح لهذه البرامج حياة ثانية و نقلها إلى فضاءات اجتماعية وثقافية مختلفة عن تلك التي كانت موجهة لها.²

كما أن الوعي بأهمية منصات الشبكات الاجتماعية الافتراضية في إنتاج المادة السمعية البصرية وبثها دفع القنوات التلفزيونية إلى الاعتماد عليها لتوصيل مادتها إلى شريحة واسعة من الشباب على غرار قناة ال بي بي سي البريطانية لبث بعض برامجها وفتحت قنوات للتواصل والتفاعل مع جمهورها عبر موقعها الإلكتروني خاصة من خلال الصفحة الإلكترونية التي حملت عنوان هل لديك ماتقوله؟³ have hourSay.

موقع التويتر: هو ثاني الشبكات الاجتماعية، ويعتبر الموقع العاشر عالميا على تصنيف alexa نوفمبر 2013 موقع انترنت يصنف على أنه شبكة اجتماعية، ومن المعروف بين مستخدمي تويتر تواتر استخدام علامة الشباك ≠ من اجل اختصار مصطلح أو استدعاء الأخبار السابقة حول نفس الموضوع . وتستخدم بكثرة في تغطيات الصحفيين للمؤتمرات.⁴ ويعتمد على التدوين المصغر، وقد أخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة للإجابة على سؤال بسيط وهو (ماذا يحدث؟) ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.⁵ وظهر موقع التواصل الاجتماعي تويتر « twitter » في أوائل عام 2006 كمشروع بحثي أجرته شركة obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، وبعد ذلك أطلقت الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في عام 2007

¹ نصر الدين العياضي، الاتصال والإعلام والثقافة عتبات التأويل، كتاب الرافد، العدد 86، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، يناير 2015، ص 15-16.

² نصر الدين العياضي، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، ورقة البحث، جامعة الشارقة، ص 40 .

³ نصر الدين العياضي، الاتصال والإعلام والثقافة عتبات التأويل، مرجع سبق ذكره، ص 40.

⁴ وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والحمل بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2014، ص 52-53.

⁵ Jeffrey bellin, facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impression university of pennsylvania law review, vol 160, p 331.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2008 قامت شركة **obvious** بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم **twitter**، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتباراً من 2009¹. وبعد أن لاقى نجاحاً محدوداً في البداية بدأ بالتطور والنمو فأصبح يتيح لمستخدميه إرسال رسائل عبر الهاتف النقال، ورسائل فورية أو رسائل على

الموقع. وقد أصبح للرسائل القصيرة في موقع تويتر قدرة على تجاوز الحدود الجغرافية،² وبات أمام مستخدميه فرصة ضخمة للوصول إلى جمهور متنوع ومنتشر في دول عدة.

وفي عام 2011 أتاح تويتر إمكانية مشاركة الصور مباشرة من خلال خدماتها بدلاً من الاعتماد على خدمات خارجية، وما يميز تويتر أنه يتسم بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومة والأخبار العاجلة أولاً بأول وفور وقوعها بتصميم بسيط ومختصر ويستخدم الموقع لأغراض عديدة كالحديث عن الحياة الخاصة، والجوانب الشخصية للمستخدم، والتواصل مع الآخرين، والمتابعة المستمرة للأخبار والأحداث المختلفة، ونشر الروابط. واليوم يعتبر تويتر مصدراً للتصريحات معتمداً للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أم ممثلين أم صحفيين أم وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء ويتوقع مستقبلاً مصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة تواصل مع الشعب².

لا يسمح بالثرثرة والحديث المسهب، بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة وبالتالي فموقع تويتر يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة وتركيز كبير ويمكن عن طريقه معرفة ومتابعة ما يكتبه السياسيون والاقتصاديون الذين لهم حضور على الموقع أو متابعة أخبار الناس وتقديم العون كالتبرع بالدم للمرضى³.

5 المنتديات: يعود نشأة المنتديات إلى عام 1995 وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي تعمل على الموقع الإعلامي أي مواقع أخرى، ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت مثل المواقع المتخصصة وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً، سواء كان ذلك مع أو ضد الأفكار والآراء المطروحة، دون

¹ خالد غسان ويوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص38.

² بدوي محمد، تويتر، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الرياض، 2011، ص ص 40-43.

³ على خليل شقرة، الإعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص76.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.¹

6 المدونات الالكترونية : هي تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، و هي في أبسط صورها عبارة عن صفحة "ويب" على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة، و يكون لكل تدوينة منها عنوان دائم ومسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة للمدونة، كما يتضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.² وبالتالي حضور المدونات (blogs) في الفضاء الالكتروني أصبحت تتيح مساحات التعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بمختلف الشؤون العامة، ليتأكد عبر متابعة أدوارها أن عددا منها يتجاوز نطاق كونه تعبيرا ذاتيا عن رؤى ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وإدارة نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية ذلك أن ما يمنح للمدونات أهميتها كوسيلة إعلامية جديدة هو تيسرها لكل الوظائف الإعلامية المتعارف عليها فضلا عن تطوير سبل تأديتها وزيادة التفاعلية وتواجد صفة الفورية في عملها وتعدد مراكز الاتصال والمشاركة في مناقشة الشأن العام و بصورة غير مسبقة.³

البريد الالكتروني: (Electronique mail وتختصر إلى E-mail): فحسب "الدكتور علي بن عبد الله عسيري" البريد الإلكتروني أو ما يعرف اختصارا بال(E-mail) من أكثر وسائل الإنترنت استخداما على مستوى العالم وتتطلب هذه الخدمة عنوانا بريديا يكون عبارة عن اسم المستخدم، يتلوه علامة @ ثم اسم الموقع الذي يوجد فيه مقر البريد الالكتروني وهذه الخدمة توفر للمستخدم إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في شكل نصوص (texte)، أو صور سواء كانت ثابتة أو متحركة أو رسائل صوتية.⁴

¹ Howard, Rheingold. **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.** Revised edition. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2000. Paperback, p 480.

² غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص 24.

³ هشام عطية عبد المقصود، دراسات لخطاب المدونات العربية التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الانترنت، ط 1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 3.

⁴ علي بن عبد الله عسيري، الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، ط 1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - مركز الدراسات والبحوث، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 10.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

من المهم التفريق بين بريد الانترنت الإلكتروني **Internet E-mail** وبين البريد الإلكتروني الداخلي **Internet E-mail** فبريد الانترنت الإلكتروني قد ينتقل ويخزن في صورة غير مشفرة على شبكات وأجهزة أخرى خارج نطاق تحطم كلا من المرسل والمستقبل. وخلال هذه الفترة (فترة الانتقال) من الممكن لمحتويات البريد أن تقرأ ويعبث بها من خلال جهة خارجية **third party**، هذا إذا كان البريد على قدر من الأهمية. أنظمة البريد الإلكتروني الداخلي لا تغادر فيها البيانات شبكات الشركة أو المؤسسة، وهي أكثر أماناً.¹ وبالتالي فإن البريد الإلكتروني كما قال الدكتور زياد القاضي وعلي فاروق وآخرون أنه البريد الإلكتروني هو خدمة تمكّن أي مستخدم على الانترنت أن يرسل ويستقبل الرسائل من وإلى أي مكان ومستخدم آخر.²

7 موقع الإنستغرام: هو وسيلة سريعة ومجانية لمشاركة حياتك مع الأصدقاء والعائلة من خلال الصور أو الفيديوها وقد ازداد شعبية هذا البرنامج مع الشباب، تقوم أولاً بالتسجيل في هذا البرنامج ثم تلتقط صورة أو فيديو أو تستخدم فلتر لتحويل مظهر أي منهما ومن ثم تصنيفها إلى إنستغرام حتى يمكن مشاركتها على الفيسبوك تويتر وأكثر من ذلك، كما إن لدى هذا التطبيق ميزة تسمى انستغرام "دايركت" تتيح للمستخدمين إرسال الصور ومقاطع الفيديو مباشرة إلى صديق معين أو مجموعة من الأصدقاء بدلاً من أن تكون معروضة للجميع. أشارت بعض الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي تويتر عالمياً يبلغ نحو 300 مليون، يضم العالم العربي 42 مليوناً منهم.³

سكايب skype: نشأت هذه الشبكة عام 2003 وترتيبها رقم 13 ضمن الشبكات الاجتماعية وهي في المرتبة 307 على مستوى 500 موقع كما سبق الذكر وهي عبارة عن برمجيات خاصة بالاتصالات الدولية المجانية والمدفوعة الأجل وتتميز بالاتصال والتواصل الاجتماعي الفعال بالصوت والصورة، ويمكنك تحميل هذا البرنامج الذي يتيح لك التواصل مع الآخرين في دقائق معدودة ويسمح للشركات تسيير عملها بسهولة وبشكل فعال، ويتواصل عن طريق هذا البرنامج حوالي 20 مليون مستخدم على مستوى دول العالم حيث يشبه برامج المحادثات ولكنها أكثر تطوراً وأكثر ثباتاً به عدد كبير من اللغات منها اللغة العربية عنوانها الرسمي هو <http://www.skype.com>. وموقع الشبكة لا يحوي أي مجموعات ولكن به قطاع خاص بالأعمال والشركات

¹ فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبر بوك، ط 1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 183.

² زياد القاضي، وعلي فاروق وآخرون، مقدمة إلى الانترنت، ط 1، دار الصفاء، عمان، 2000، ص 6.

³ José van Dijck, **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. 1st edition, Oxford University Press, 2013, Oxford, United Kingdom. pp. 45-67.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

تستخدم خاصية المرئي والمسموع.¹ وهو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي "نيكولاس زينشتروم" والدنماركي "يانوس فريس" مع مجموعة من مطوري البرمجيات، ويمكن هذا البرنامج مستخدميهم من الاتصال صوتياً "هاتفياً" عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال .

الواتساب Whatsapp: يفرض تطبيق واتساب حضوره القوي في العالم أجمع والأسواق الناشئة على وجه التحديد، بما في ذلك الهند والبرازيل ونيجيريا وماليزيا والمكسيك وأنحاء أخرى من العالم، ويتضح ذلك جلياً من خلال قاعدة مستخدمي الضخمة والتي تتجاوز مليار مستخدم نشط. ولعلّ أحد الأسباب التي منحت التطبيق هذا الإقبال الواسع من الناس هو أنّه أصبح بديلاً مجانياً لإرسال الرسائل النصية القصيرة، والتي قد تكون مكلفة نسبياً في الأسواق الناشئة بالتحديد. ناهيك عن إتاحتها لإمكانية إرسال الرسائل الصوتية والصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى ميزة إجراء الاتصالات عبر شبكة الإنترنت.

ولعل من السليبات الموجهة لوسائل التواصل الاجتماعي النظرة إلى أن الشبكات الاجتماعية تؤدي إلى النرجسية كونها تعزز القيم الفردية والشعور الفاض بقوة الذات، أو ما يسمى بالنرجسية والأنا والغرور، فشبكات التواصل الاجتماعي هي جنة الأنا.

فقد كشفت دراسة أمريكية عن الجانب المظلم لتعلق لأوقات طويلة بالشبكات الاجتماعية ، وعلى رأسها موقع "فيسبوك" الأكثر شهرة في هذا المجال، حيث توصل بعض الباحثين إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يكون سبباً للنرجسية. وحسب الدراسة التي نشرتها صحيفة الجارديان البريطانية فإن "الاضطراب الاجتماعي" هو أبرز ملامح النرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص المكثف من مستخدمي فيسبوك، إضافة إلى قائمة أخرى من الأعراض تشمل الغرور والشعور بالتفوق، واضطراب الشخصية.²

فاير Viber: هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعدد المنصات (اندرويد، ios، بلاك بيري، ويندوز فون..)، يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل " نصية ، صور ، فيديو ، صوت

¹ المنصور، أحمد. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصالات الدولية: دراسة حالة تويتر وسكايب". مجلة الإعلام الرقمي والاتصال الجماهيري، العدد 12، 2018، ص ص 123-145.

² مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأميركية الناعمة، ط1، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، لبنان، 2016، ص 51.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

" بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج ، وهو من تطوير شركة فاير ميديا يعمل على شبكات الجيل الثالث و الشبكات اللاسلكية wifi على حد سواء يتوفر على 10 لغات من بينها اللغة العربية .¹

هناك عدد آخر من شبكات التواصل الاجتماعي التي يمكن لنا أن نستعرضها ، مثل ماي سبيس ، وليكتدن: ماي سبيس myspace : هو عبارة عن موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الانترنت والواب يقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مثل : المدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع من الفيديو، خدمات المجموعات البريدية،ملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم نيوز كوربوريشن في مدينة نيويورك.

ويرى البعض أن موقع ماي سبيس هذا سادس أكثر مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية الانجليزية شعبية في العالم .وكذلك سادس أكثر مواقع الواب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية .²

يسمى عصرنا عصر الرقمية أو عصر الاتصال الرقمي فالرقمية هي إحدى سمات حضارة اليوم وذلك بسبب شيوع وانتشار الأجهزة الرقمية وسهولة تداولها و إتاحتها للجميع ،فقد فتحت الثورة الرقمية الباب على مصراعيه وحققت من خلاله ديمقراطية المعرفة في الاتصال المفتوح وذلك بحرية التعرض والتداول للمعرفة .

ليكندن: هو موقع اجتماعي مختص بالعمل والتجارة يضم عددا من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات، ويتشاركون مجموعة اهتمامات، كانت بدايته في سنة 2002 وهو موقع اجتماعي مهني حيث أصبح اليوم من بين أهم المواقع الاجتماعية المهنية ، ففي الوقت الذي تركز فيه المواقع الاجتماعية مثل الفايسبوك وماي سبيس على العلاقات الشخصية والاجتماعية، هذا الموقع يسمح للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العلمي، وكذا تعزيز خدماتهم ومهارتهم المهنية .³

وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصا موقع الفايسبوك والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفرط نقده وانحياره فان هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجحة في الانتفاضات الجماهيرية وهو السبب الذي جعل العديد من الباحثين يدرسون هذه الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية

عامر ابراهيم القندلجي، الاعلام والمعلومات والانترنت ، الطبعة العربية، دار البازوري، عمان ،2013، ص 369.¹

² عامر ابراهيم القندلجي، مرجع سبق ذكره، ص 369.

³ علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد، ط 1، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 ، ص 67.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

والثقافية والسياسية وانعدامها ودورها في مجال موضوعات الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.¹

وحسب تقرير لـ TNS عن مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي فإن من أهم فوائد شبكات التواصل الاجتماعي ذكر ما يلي:²

التواصل: تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بتبسيط الاتصال بالعالم وتقليص المسافات، تقرب الناس من بعضهم البعض فهي تحسن الروابط بين الناس.

المعرفة: حيث تفتح وسائل التواصل الاجتماعي الآفاق وتمكّن الناس من البحث والتعلّم في المواضيع التي تستهويهم كما تعتبر الأدوات التكنولوجية العصرية وسائل تفاعلية للحصول على آخر المستجدات في العالم.

الترفيه: ينظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مصدر من مصادر الترفيه التي تساعد على كسر الروتين والرتابة، فهي تمكن المستخدمين من مشاهدة البرامج الترفيهية والأحداث الأخرى حيث تعد بمثابة مصدر للترفيه. **أداة للتعبير:** تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي منصة للعديد من الشباب العرب للتعبير عن وجهة نظرهم وإبداعاتهم، حيث تعتبر درعا واقيا وأداة للتعبير والإبداع.

الفرص المهنية: على الصعيد المهني، فإنها تتيح للأشخاص العثور على جهات إتصال وفرص مهنية عبر علاقات العمل، حيث تفتح فرصا لأي شخص لديه فكرة للبدء بأعمال تجارية خاصة به، مثل إنشاء تجارة عبر الإنترنت أو تمكين المرأة للبدء بأعمال تجارية من المنزل.

التحديات التي تواجه مصداقية شبكة الإنترنت: بالرغم من الانتشار الواسع للوسائط الجديدة عبر شبكة الإنترنت من خلال العمل على توفير المعلومة في الوقت المناسب والاعتماد عليها باعتبار أن توفر المعلومات يجعلها تتميز بكثير من المصداقية إلا هناك تحديات تقف عند ذلك تذهب إلى بعد آخر يمكن أن نختصره في غياب الإطار القانوني المنظم للشبكة:³

حيث يذهب الكثير إلا أن التطور في التكنولوجيا وخاصة مع ظهور شبكة الانترنت زرعت فينا الخوف أكثر من الإعجاب الذي يمكن نكته لمولود جديد في جيل الرقمنة، وقد كان الخوف يتمثل فيما ذكرنا سابقا لا توجد

¹ ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط 1، دار البداية، بغداد، العراق، 2014، ص 378.

² اللجنة المنظمة لقمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الأول، دبي، الإمارات. 2015، ص 54.

شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 114³

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

حدود ولا قيادة قانونية للإنترنت، وبعبارة أخرى ليس له شخصية قانونية معنوية أو بناء إداري يمثل في مواجهة المستخدمين له وفي مواجهة الغير، حتى رأى البعض في الإنترنت غاية لا يحكمها قانون. فإذا ذهبنا إلى ممارسة الإعلام في الوسائل التقليدية نجده محكم بقوانين وتشريعات على خلاف البيئة الإلكترونية التي لا تزال تفتقر إلى مثل هذه القوانين وتحتاج إلى تقنين، خاصة وأن هذه البيئة تطرح معايير أخلاقية جديدة كما أن ظهور فريق جديد من الإعلاميين الذين يمارسون العمل الإعلامي في البيئة الجديدة سواء كمحترفين أو كهواة، وسواء كانوا تابعين لمؤسسات إعلامية عريقة، أو يعملون لحسابهم الخاص أوجد خليطاً من الإعلاميين المتنوعي الولاءات والثقافات والخبرات والمتباينين في درجة التزامهم بالقيم والأعراف الأخلاقية المهنية.¹ وبالتالي ومع صعوبة التوصل إلى قوانين محدّدة ، يمكن التوصل إلى معايير أخلاقية عالمية.

ثانياً: طبيعة جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه التفاعلية:

أما بخصوص طبيعة جمهور شبكات التواصل الاجتماعي فإن وجوده مرتبط أساساً بوجود بيئة افتراضية ولدت مجتمعاً افتراضياً أو ما يطلق عليه مجتمع الإنترنت أو المجتمع القائم على الشبكات وهو مجتمع افتراضي يستخدم أفراداً وسائل وتقنيات الاتصالات الحديثة للتواصل فيما بينهم. وقد عرّفه قاموس الإعلام والاتصال **Dictionary of media and communication** على أنه "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الإنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام".²

تتعدد وتنوع وسائل الاتصال بدءاً من البريد الإلكتروني والمحادثة، إلى المجتمعات الافتراضية التي تنشأ في الواقع الافتراضي. وقد تأثرت هذه المجتمعات بالتطور السريع في وسائل الاتصال، خاصة تلك التي تعتمد على الإنترنت كمنصة أساسية لعملها. وبالتالي، تعتمد الجماعات الافتراضية على شبكة من الاتصالات الشخصية التي تتم عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، بين أفراد يشاركون اهتمامات وممارسات مشتركة، دون التقييد بجغرافيا المكان.

وبذلك، يُعتبر مجتمع الإنترنت، أو المجتمع القائم على الشبكات، مجتمعاً افتراضياً يستخدم أفراداً تقنيات الاتصال الحديثة للتواصل فيما بينهم، حيث تنوع الوسائل المستخدمة بين البريد الإلكتروني، المحادثات، والمجتمعات القائمة

شيرين محمد كدواني ، مرجع سبق ذكره، ص 114.

²Marcel danesi, **dictionary of media and communication**, United States of America : Library ofCongress Cataloging-in-Publication Data,2009,p300.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

في الواقع الافتراضي. وقد أدى التطور المضطرب في وسائل الاتصال إلى تعزيز هذه المجتمعات، لا سيما تلك التي تعتمد على الإنترنت كمنصة رئيسية لنشاطها.¹

وهذا ما يقودنا إلى تصنيف الجماعات الافتراضية على أنها شكلا من أشكال الحياة الاجتماعية الجديدة، التي يراها البعض في واقع الأمر نقلا دقيقا للجماعات المادية من الواقع إلى شبكة الانترنت.²

إن الحديث عن مجتمع الإنترنت يعني وجود جمهور يستفيد منها بداية من الإشارة إلى مصطلح مجتمع المعلومات، الذي يعرف انتشارا واسعا عند الكثير من الباحثين، فقد شهد العالم عبر تاريخه الطويل عدة تطورات في تكنولوجيا المعلومات وذلك بظهور الإنترنت، التي من شأنها هي الأخرى تصنيف أجيال من المجتمع فيما يلي:³ الجيل الأول من مجتمع المعلومات: هو الذي يستعمل كثيرا تقنيات المعلومات والاتصال في مختلف الأنشطة البشرية و الذي يعتمد على نسبة عالية من التشابك ضمن بنية تحتية متطورة .

الجيل الثاني من مجتمع المعلومات: فهو يتعدى مستوى التقاني ليهدف إلى تشييد مجتمع مبدع من خلال التفاعل الشبكي وهذا الجيل يهدف إلى المزج بين العوامل التقنية والعوامل البشرية والفكرية سواء على مستوى فردي أو جماعي .

وعليه فإن مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي يتاح فيه لكل فرد حرية إنشاء المعلومات والمعرفة والنفذ إليها والاستفادة منها وتقاسمها ونشرها لتمكين الأفراد والمجتمعات والشعوب من تحسين نوعية الحياة وتحقيق ذواتهم الكاملة، وهي مجتمعات تؤسس على مبادئ العدالة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وعلى المشاركة الكاملة للشعوب.⁴

أما علماء الإعلام والاتصال فهم ينظرون إليه على أنه يعبر عن تجمعات سكانية عالمية عايشوا العصر الرقمي من خلال استخدام أولي لتكنولوجيا الاتصال و المعلومات، والذي هو الآخر يطلق عليه تسمية المواطن الرقمي. إن هذه المرحلة في تاريخ وسائل الإعلام وفي التاريخ الطبيعي لجمهور وسائل الإعلام، يمكن أن تسمى "ثورة" تكنولوجيايات الاتصال الحديثة" بفضل الانفجار الإلكتروني وهي مازالت مستمرة ولم تتضح حدود تأثيراتها بعد، حيث أن آثارها لم تظهر بوضوح كاف، على مفهوم الجمهور.

¹ أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، الإصدار التاسع والثلاثون، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، جدة، ص 29.

² Atherton, Amber. The Rise of Virtual Communities: In Conversation with Virtual World Pioneers. 1st ed., Apress, Berkeley, CA, USA, 2023, pp 15-28.

ياس خضير البياتي ، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط:1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ص 374.

⁴ Khan, Feroz. Information Society in Global Age. 1st ed, APH Publishing Corporation, . New Delhi, India 2002. p p 13-14.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

لقد قسم ياس خضير البياتي الجماهير المستخدمة للإنترنت إلى فئتين أساسيتين ، الأولى **جمهور عام** يبحث عن المعلومات أو يرغب في الاتصال بآخرين أو يرغب في التسلية.

جمهور متخصص: يستخدمها لتحقيق أهداف معينة مثل الشراء أو البحث العلمي، كما تستخدمها المنظمات الربحية و غير الربحية و المنظمات الحكومية بهدف نشر معلومات عن أنشطتها وأدائها للأعمال.¹

¹ ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، مرجع سبق ذكره ، ص 235.

المبحث الثالث: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام:

أضحت شبكات التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي فضاءاتٍ محورية للتعبير والتأثير، تجاوزت دورها التقليدي كوسائل للتسلية أو التواصل الشخصي، لتتحول إلى أدواتٍ فعّالة في نشر المعلومات وصناعة الاتجاهات والرؤى الجماعية.

فقد أتاح الانتشار الواسع لهذه الشبكات إمكانات جديدة في ميادين متعددة، مثل التعليم، والإعلام، والتسويق، والعمل السياسي، والعمل الإنساني، مما جعلها عنصراً أساسياً في الحياة العامة للفرد والمجتمع.

وتبرز أهمية هذا المبحث في تحليل مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي واستجلاء دورها في تشكيل الرأي العام، من خلال فهم آليات التأثير والتفاعل التي تمكّنها من توجيه المواقف والاتجاهات داخل الفضاء الرقمي المعاصر.

المطلب الأول: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي من أبرز الوسائل التي أعادت تشكيل بيئة الاتصال الجماهيري، ليس فقط من حيث سرعة نقل المعلومات وتداولها، بل أيضاً من حيث قدرتها على التأثير في مواقف الأفراد واتجاهاتهم. فهذه المنصات لم تعد تقتصر على نشر الأخبار والمضامين الإعلامية، بل تحوّلت إلى فضاء تفاعلي يسهم في تعزيز الوعي الجماهيري وتشكيل الرأي العام حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية.

ومن هذا المنطلق، يُعنى هذا المطلب بدراسة الأدوار الاتصالية والإعلامية التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل مساهمتها في نشر المعلومات، وتنمية الوعي الجماعي، وتوجيه الرأي العام في ظل التحولات الاتصالية التي يشهدها المجتمع المعاصر.

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم أداة متعددة الاستخدامات، تتجاوز كونها مجرد وسيلة للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، لتغدو فضاءً حيويًا تُستثمر فيه إمكانات الاتصال والتفاعل لخدمة مجالات متنوعة.

فبفضل ما توفره من سرعة في نقل المعلومات، وسهولة في الوصول إلى الجمهور الواسع، أضحت هذه الشبكات تُوظّف في مجالات سياسية، واقتصادية، وتعليمية، وإعلامية، وثقافية، مما جعلها أداة مؤثرة في إدارة العلاقات العامة، والتسويق، والتعبئة الاجتماعية، والتوعية بالقضايا المختلفة.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

ومن هذا المنطلق، يسعى هذا الجزء إلى إبراز أهم مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي، واستعراض الأدوار التي تؤديها في مختلف القطاعات الحيوية داخل المجتمع المعاصر، وولّد الإقبال المفرط على شبكات التواصل الاجتماعي عدة ظواهر منها:

اعتماد المؤسسات الرسمية في بث رسائلها على وسائل التواصل الاجتماعي، ضمانا للوصول إلى أكبر شريحة مجتمعية، وحذت حذوها مؤسسات الإعلام.

انتشار ما سمي بالصحفي المواطن، نظرا لتوفر آلات التصوير في كثير من الهواتف المحمولة، لتحوّل كل من بيده جهاز إلى صحفي ميداني ينقل مشاهداته ويوزعها بعيدا عن مقص الرقيب، وأسهمت كثير من تلك الفيديوهات على تعرية الواقع وإظهاره كما هو لا كما تريده الشاشات الإعلامية أن يكون.

كما طفت على السطح ظاهرة إنشاء حسابات وهمية وبأسماء مستعارة على **facebook** و **tweeter** لممارسة التضليل الإعلامي والتشهير ونسخ الشائعات. فقد بات **facebook** عالما لا حدود للتعبير ووجد المغردون على فضاء للبوح بما يصعب قوله عبر القنوات الرسمية .

ونظرا لانتقال المجتمعات المعاصرة إلى العالم الافتراضي أصبح مجال بحث العديد منهم مما يفسّر الإقبال المتزايد على متابعة حسابات بعض الشخصيات القيادية كالوزراء ومسؤولي المؤسسات الرسمية والمنظمات الأهلية والنشطاء، لمعرفة مواقفهم والتحاوّر معهم بشأن ما يحدث عالميا ، ومحاولة التأثير في قراراتهم وخصوصا أوقات الأزمات.¹ لقد صارت بموجب ذلك منصات التواصل الاجتماعي تستخدم في عدة مجالات لعل أهمها من الزاوية الإيجابية تنشيط المهارات لد المستخدمين مع تعميق مفهوم المشاركة والتواصل لديهم وقبول الآخر.

كما باتت منصات التواصل الاجتماعي توظف في مجال التعليم والتعلّم وتبادل المعلومات واكتساب اللغات إلى جانب استغلالها في البحث عن وظيفة أو حتى في تحقيق جانب من الترفيه والتسلية،² كما توظف شبكات التواصل الاجتماعي في العمل السياسي.³

¹ وجدان فهد، المغردون الجدد، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية، ص 31.

² فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 151.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبال ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 67-69.

المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لنشر المعلومات وبناء الوعي وتوجيه الرأي العام:

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجرد أدوات ترفيهية أو منصات للتفاعل الشخصي، بل أصبحت اليوم أحد أهم الفضاءات الحاسمة في إنتاج المعرفة وتداولها، وصياغة الوعي الجمعي، وتوجيه اتجاهات الرأي العام. فهي تُمارس أدوارًا مركبة تتقاطع فيها الوظائف الإخبارية والتثقيفية والتأطيرية، إذ باتت تمثل بنية اتصالية بديلة تنافس الإعلام التقليدي في سرعة نقل المعلومة، وفي القدرة على التأثير في إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي والسياسي.

إن ما يميز هذه الشبكات ليس فقط وفرة المعلومات التي تتيحها، بل دينامية التفاعل الاجتماعي الذي يصاحب عملية النشر، بما يجعل المتلقي فاعلاً مشاركاً في إنتاج المعنى وصياغة الخطاب العام. وبهذا المعنى، تحولت المنصات الرقمية إلى فضاءات لتداول الرموز والخطابات، حيث يُعاد تعريف الحدود بين الصحفي والمواطن، وبين الخبر والرأي، وبين التواصل والإقناع.

كما أن طبيعة الخوارزميات وآليات التخصيص الرقمي تسهم في إعادة تشكيل بيئة الوعي عبر انتقاء المعلومات وتوجيه الانتباه، ما يجعل من شبكات التواصل الاجتماعي أدوات فعّالة في صناعة الرأي العام وإعادة إنتاجه، سواء بشكل مقصود من الفاعلين السياسيين والإعلاميين، أو بشكل عفوي ناتج عن ديناميات التداول الشعبي.

ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المطلب إلى تحليل الدور الذي تضطلع به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات، وبناء الوعي الجماهيري، وتوجيه اتجاهات الرأي العام، من خلال دراسة آليات التأثير الاتصالي والرمزي التي تحكم تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي، واستجلاء كفاءات تشكّل المواقف الجماعية ضمن بيئة إعلامية مفتوحة ومتعددة الأصوات¹.

¹ Zaller, John R., **The Nature and Origins of Mass Opinion**, 1st edition, Cambridge UK: Cambridge University Press, 1992, p. 276.

أولاً: التفاعل بين شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل تشكيل الرأي العام: نحو فهم آليات التأثير في البيئة الرقمية:

يشكّل التفاعل بين شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل تشكيل الرأي العام أحد أبرز مظاهر التحول في البيئة الاتصالية المعاصرة، حيث أفرزت المنصات الرقمية فضاءً جديداً تتقاطع فيه الديناميات التقنية مع العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في تشكيل المواقف والاتجاهات الجماهيرية. ولم يعد الرأي العام نتاجاً أحادي البعد تحكمه الوسائل التقليدية، بل أصبح ثمرة تفاعل معقد بين البنية الرقمية ومستخدميها، تتداخل فيه خوارزميات الانتشار، والتفاعلات الشبكية، والرموز الثقافية، والتمثيلات الاجتماعية.

في هذا الإطار، يسعى هذا العنصر إلى فهم آليات التأثير المتبادلة بين شبكات التواصل الاجتماعي والعوامل المحددة لتشكيل الرأي العام، من خلال تحليل كيفية إعادة إنتاج الخطاب العام في الفضاء الرقمي، وطبيعة التفاعلات التي تعيد صياغة القنوات والسلوكيات، في ضوء التغيرات التي فرضتها الثورة الرقمية على مفاهيم التأثير والإقناع والتمثيل الرمزي.

I. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام :

لخص المختصون والأكاديميون دور شبكات التواصل الاجتماعي في العمل السياسي بأنها ساهمت في تسريع التغيير السياسي من خلال جمع الأفراد ذوي التفكير المتشابه في شبكة واحدة، مما أتاح لهم التنسيق المباشر وسرعة تحريك الأحداث، بخلاف ما كانت عليه سابقاً حيث كانت التحركات تستغرق سنوات. كما عززت هذه الشبكات الروابط الضعيفة بين خلفيات متنوعة في الحركات الاحتجاجية، ووزعت القيادة على مجموعة واسعة من القادة، ما أدى إلى قدرة أوسع على إلهام الجماهير وتنظيمها. وعلاوة على ذلك، لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في توفير الأخبار والمعلومات إلى وسائل الإعلام التقليدية خلال ثورات مثل الثورة المصرية والتونسية، حيث استخدم المحتجون حساباتهم على فيسبوك وتويتر ويوتيوب لنشر صورههم وفيديوهاتهم، مما ساهم في خلق مشاركة سياسية أوسع عبر التشارك في ملايين الملفات والمعلومات¹.

توفر شبكات التواصل الاجتماعي بخدماتها المتنوعة وأدواتها العديدة، مميزات فريدة تدعم وتشجع النشاط السياسي مما أثر على الحياة السياسية العامة وذلك من خلال²:

¹ Zeynep Tufekci, **Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest**, 1st ed. (New Haven, CT: Yale University Press, 2017), pp 85–110.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 164-170.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

✓ **زيادة الوعي السياسي:** من خلال الاطلاع على المعلومات أو أخبار كاشفة للحقائق، وبمجرد المشاركة بالحوادث والتعرف على سياسيين وحقوقيين ومناضلين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي. كل ذلك يساهم في تفتح الآفاق لأشخاص كانوا تحت تأثير التنويم المغناطيسي للسلطات الحكومية، فاستيقظوا من سباتهم العميق على أصداء الحرية، فاستوعبوا أن لهم حقوقاً وواجبات فصاروا أكثر وعياً بتلك الحقوق وانضموا للحركات السياسية المطالبة بالإصلاح والتغيير لمستقبل أفضل.

✓ **التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية:** فقد أثبتت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط به، مما عمل على تنشيط الحراك السياسي المطالب بالإصلاح في العديد من الدول المختلفة، وساهم في انخراط الملايين من الشباب الذين سئموا من الكذب والنفاق السياسي الرسمي، وانخرطوا تحت راية المجتمع الإلكتروني الواحد والمطالبة بالتغيير نحو عالم أكثر حرية وديمقراطية ومساواة وعدالة.

✓ **توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي:** من خلال خدمات تكوين المجموعات الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، كذلك توفير خطوط تواصل آمن مثل المحادثات الخاصة عبر الفيسبوك أو تطبيقات الرسائل القصيرة، وغيرها من خدمات حافظت على سرية الحراك السياسي والنشاطات المطالبة بالتغيير.

✓ **تغيير مفاهيم النضال والاحتجاج:** فلم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب، ولم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم والمطالبة بالإصلاح، وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية أو التأديبية التي ترد عبر الانترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد، فقد برهنت العرائض الإلكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحيانا عن المظاهرات الحاشدة.

إن الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات، والتي يبدو أنها لا تعرف التوقف قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس إعلامه الخاص به حتى بات المواطن المتلقي نفسه يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية وينشرها ويذيعها من على الإنترنت لمواطنين مثله مثلهم وأصبحوا يتبادلون المعلومات الإخبارية من دون الحاجة إلى صرف المبالغ الطائلة التي تصرفها الوسائل الإعلامية التقليدية. وهكذا انتشر مفهوم المواطن الصحفي في مجال الإعلام والاتصال وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي/الجمهور في العملية الإعلامية وبمساعدة وسائل وتقنيات وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة.¹

¹ رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 13.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

ظهرت في السنوات الأخيرة مفاهيم جديدة تتعلق بنوع جديد من أنواع الرأي العام هو الرأي العام الإلكتروني، وقد عرفه فتحي عامر بأنه " كل فكرة، أو اقتراح أو رأي، أو مشاركة، يُعبر عن توجه معين ويُدافع عن آيدولوجيا معينة بعينها، أو ينبع من تجربة شخصية سواء أكانت فردية أم جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل من يملك أو يستطيع استخدام الانترنت، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك المواقع التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني"¹

يُعرف الرأي العام بأنه حاصل غالبية آراء الأفراد داخل المجتمع تجاه قضية أو موضوع معين، ويتأثر بمجموعة كبيرة من العوامل المتداخلة والمتراطة، حيث يؤكد العديد من الباحثين أن هذه العوامل تتفاعل فيما بينها بشكل متكامل، فلا يمكن فصل أحدها عن الآخر².

يتأثر الإنسان داخل المجتمع ب: الأسرة، الدين، العادات والتقاليد، القيم الثقافية، المؤسسات التعليمية، النظام السياسي، وسائل الإعلام، الأصدقاء، الأحزاب، النقابات، والهيئات المختلفة. ومن خلال هذه القنوات المتعددة، تتدفق التأثيرات بشكل يومي لتشكل اتجاهات الأفراد ومواقفهم تجاه مختلف القضايا³.

II. عوامل تشكيل الرأي العام:

الرأي العام هو مجموع المواقف والاتجاهات التي يتبناها أفراد المجتمع تجاه قضية معينة أو موضوع محدد، ويُعتبر قوة مؤثرة في صنع القرار والسياسة والممارسات الاجتماعية. تكوين هذا الرأي لا يحدث بالصدفة، بل يتأثر بعدة عوامل متشابكة تعمل على توجيه الفرد والجماعة، ومن أهمها: الإعلام، التعليم، الثقافة، البيئة الاجتماعية، التجارب الشخصية، والقيادة المجتمعية. فهم هذه العوامل يساعد على إدراك كيفية تكوين الآراء وتأثيرها في المجتمع، وبالتالي يمكن التعامل معها بوعي ومسؤولية، ويمكن تصنيف عوامل تشكيل الرأي العام إلى⁴:

¹ عامر، فتحي حسين، الرأي العام الإلكتروني، ط 1، دار الجامعات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 164.

² Katz, Elihu, and Paul F. Lazarsfeld, **Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications**. 2nd ed: Transaction Publishers, New Brunswick, NJ 2006.p p 101-103.

³ Ibid.p 103.

⁴ الديبسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية: جامعة البترا

نموذجاً " .مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 40، العدد 1، 2013، جامعة البترا، عمان، الأردن، ص 70 – 72.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

■ **عوامل مجتمعية:** مثل مستوى الحرية والديمقراطية، أساليب الاتصال، وجود جماعات الضغط، والموروث الفكري والثقافي.

■ **عوامل شخصية:** كالمستوى التعليمي والثقافي، الوضع الاقتصادي، وطبيعة التنشئة الاجتماعية.

■ **عوامل خارجية أو إقليمية ودولية:** تتعلق بالتأثيرات العالمية والإعلام العابر للحدود.

III. التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام:

رغم الأدوار المهمة التي باتت تلعبها شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي وتعزيز التفاعل المجتمعي، إلا أن العديد من الدراسات ركزت على جوانبها السلبية، ومن أبرزها¹:

■ **غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي،** مما يؤدي إلى سهولة نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة.

■ **المبالغة في عرض الأحداث،** وتضخيمها دون تحقق مهني.

■ **النقاشات غير المنضبطة،** التي تفتقر إلى الاحترام المتبادل وقبول الرأي المخالف.

■ **إهدار الوقت في تصفح المحتويات الترفيهية أو غير المفيدة.**

■ **انعدام الخصوصية الرقمية،** وما ينتج عنه من أضرار نفسية واجتماعية ومادية.

■ **العزلة الاجتماعية،** خاصة لدى فئة الشباب والمراهقين، حيث ينفصلون عن أسرهم وواقعهم المجتمعي.

■ **تهديد الهوية اللغوية والثقافية،** من خلال تبني لغة جديدة وضعيفة بين فئات الشباب، ما يُضعف استخدام اللغة العربية ويشوّه الهوية الوطنية.

ثانياً: دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه الرأي العام: آليات التأثير،

صناعة الترنّد، وتحديات التضليل المعلوماتي

مع التقدم التكنولوجي وتوسع شبكات التواصل الاجتماعي، أصبح الإعلام الرقمي أحد أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه. لم يعد الجمهور مجرد متلقي سلبي للمعلومات، بل أصبح جزءاً من دائرة التفاعل والنشر والمشاركة، ما جعل المنصات الرقمية وسيلة قوية لتعزيز الوعي الجماهيري، ونشر الحملات الرقمية، وصناعة الترنّد والموضوعات الرائجة. في المقابل، ظهرت تحديات جديدة تتعلق بتضليل المعلومات والأخبار الكاذبة، والتي قد تؤثر بشكل سلبي على تكوين الرأي العام. دراسة هذا العنصر تعطي فهماً عميقاً لكيفية استخدام الإعلام

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص69.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

الرقمي في التأثير على المجتمع، مع إبراز دور المؤثرين الرقميين، واستراتيجيات الحملات الإعلامية، وآليات صناعة المواضيع الرائجة، ومخاطر التضليل المعلوماتي.

I دور شبكات التواصل في نشر المعلومات وتعزيز الوعي الجماهيري:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تحولاً جذرياً في آليات تداول المعلومات وتشكيل الوعي الجمعي، متجاوزة بذلك الأدوار التقليدية لوسائل الإعلام التقليدية. وفقاً لباريسر (2011)، تعمل الخوارزميات على تشكيل ما يُعرف بـ"فقاعات التصفية"، حيث يتم تصفية المحتوى المعروض للمستخدم بناءً على تفضيلاته السابقة، ما يُقيد تعرضه لوجهات نظر مختلفة ويقلل من التعددية المعلوماتية الضرورية لتشكيل رأي عام متوازن.¹ في السياق نفسه، يوضح صنشتاين (2017) أن منصات التواصل تخلق ما يُسمى بـ"غرف الصدى" الرقمية، وهي بيئات مغلقة تتبنى وجهات نظر متشابهة وتعمل على تعزيزها، ما يؤدي إلى استقطاب معرفي يُضعف من قدرة المستخدمين على التفاعل مع المعلومات المعارضة، ويؤثر بذلك سلباً على الحوار الديمقراطي والتفاهم المجتمعي.²

من جانب آخر، يؤكد فايدماناثان (2018) أن منصات مثل فيسبوك، رغم دورها كمصادر بديلة للمعلومات، تسهم بشكل ملحوظ في نشر المعلومات المتحيزة والمضللة، وذلك نتيجة للآليات التي تفضل المحتوى الذي يثير التفاعل، حتى وإن كان مثيراً للانقسام. وهذا ما ينعكس على استقطاب أكبر في الرأي العام ويشكل تحدياً للديمقراطية الحديثة.³

علاوة على ذلك، تشير بويد (2014) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تشكيل وعي الشباب الاجتماعي والسياسي، إذ توفر بيئات معقدة للتفاعل وبناء الهويات. إلا أن هذه البيئات الرقمية تواجه تحديات كبيرة مثل غرف الصدى التي تؤدي إلى انسجام معرفي داخلي قد يحد من الانفتاح على وجهات نظر متنوعة ويعزز الاستقطاب الاجتماعي.⁴

¹ Pariser, Eli, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. 1st ed., Penguin Press, 2011, New York, USA, pp. 9–12.

² Sunstein, Cass R. *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. 1st ed., Princeton University Press, 2017, Princeton, NJ, USA, pp. 45–50.

³ vaidhyathan, Siva. *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. 1st ed., Oxford University Press, 2018, Oxford, UK, pp. 120–125.

⁴ boyd, danah. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. 1st ed., Yale University Press, 2014, New Haven, USA, pp. 87–92.

II تأثير الحملات الرقمية على توجيه الرأي العام:

أصبحت الحملات الرقمية على شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز أدوات التأثير والتوجيه في العصر الحديث، حيث يتم توظيف الوسوم (الهاشتاغات) والمنشورات التفاعلية لاستثارة مشاعر الجمهور وتعبئته حول قضايا محددة. وتتميز هذه الحملات بقدرتها على الانتشار السريع والتأثير في سلوك المستخدمين من خلال التكرار والارتباط العاطفي بالمحتوى. يشير ناصر خالد إلى أن الحملات الرقمية لا تقتصر على الجانب الإخباري فحسب، بل تُمارس ضغوطاً رمزية ونفسية تُسهم في تغيير المواقف والسلوكيات العامة، خاصة عندما يتم تنسيقها من قبل مؤسسات أو جهات ذات أهداف محددة.¹

III مساهمة المؤثرين في توجيه الرأي العام عبر المنصات الرقمية:

أظهرت دراسة **Rashid** وآخرون (2024)، المنشورة ضمن أعمال مؤتمر **ICMLA**، أن المؤثرين الرقميين يلعبون دوراً متصاعداً في تشكيل اتجاهات الرأي العام، خاصة في ظل تنامي استخدام المنصات الرقمية كوسائل أساسية للتواصل والتأثير. وقد ركزت الدراسة على الكيفية التي يمكن من خلالها لهؤلاء المؤثرين التأثير على مستويات الاستقطاب العاطفي (**affective polarization**)، وهو مفهوم يشير إلى الميل المتزايد نحو تبني مواقف وجدانية حادة تجاه القضايا أو الأطراف السياسية والاجتماعية، بدلاً من تبني مواقف عقلانية أو معتدلة. ووفقاً لما توصلت إليه الدراسة، فإن المؤثرين لا يقتصر دورهم على بث المحتوى، بل يتعدى ذلك إلى قيادة مبادرات تواصل جماهيري تُحدث تفاعلات جماعية واسعة، وغالباً ما تكون موجهة نحو قضايا خلافية مثل التغير المناخي أو الرقابة على الأسلحة. وقد تبين أن هذه المبادرات تترك أثراً واضحاً على ديناميكيات النقاش العام، إذ تؤدي إلى تغييرات معنوية في طبيعة الخطاب السائد، سواء من حيث اللغة المستخدمة، أو درجة الانحراط العاطفي، أو اتجاهات التأييد والمعارضة.²

¹ خالد، ناصر، الحملات الرقمية وتوجيه السلوك الجماهيري، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2022، ص ص 55-60.

² Rashid, Rezaur, et al. "Quantifying Influencer Impact on Affective Polarization." Proceedings of the International Conference on Machine Learning and Applications (ICMLA), IEEE, Piscataway, NJ, USA, 18 Dec. 2024, pp. 1135-1140.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار

ومن الجوانب اللافتة التي سلطت عليها الدراسة الضوء، أن تأثير المؤثرين لا يرتبط فقط بعدد المتابعين أو مدى شهرتهم، بل بكيفية صياغة رسائلهم ومقدرتهم على بناء سرديات مقنعة تستند إلى العاطفة والتجربة الشخصية. هذه القدرة تُسهم في تعزيز شعور الأفراد بالانتماء لجماعة فكرية أو قيمية، ما يزيد من احتمالية التفاعل، ويؤثر في تموضع الأفراد داخل المشهد العام للقضية المطروحة.

وختامًا، تؤكد الدراسة أن المنصات الرقمية قد منحت المؤثرين أداة فعالة لتوجيه الرأي العام، لكنها في المقابل فرضت تحديات تتعلق بمدى موضوعية النقاش، وخطر تعزيز الانقسام والاستقطاب، مما يستدعي مزيدًا من البحث في آليات التوازن بين حرية التعبير والحد من التأثيرات السلبية للاستقطاب الرقمي.¹

IV دور المنصات في صناعة التردد والموضوعات الرائجة:

تُعد منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب من القوى المؤثرة في تشكيل الرأي العام الحديث، خاصة في المجتمعات العربية حيث تلعب هذه المنصات دورًا حيويًا في صناعة "الترند" والمواضيع الرائجة.² تتمتع هذه المنصات بقدرة عالية على تسليط الضوء على قضايا اجتماعية وسياسية وثقافية تجذب اهتمام الجمهور الواسع، مما يحفز النقاش العام ويجعل من الصعب على وسائل الإعلام التقليدية تجاهل هذه القضايا أو تجاهل تأثيرها. كما أن سرعة انتشار المحتوى عبر هذه الشبكات تزيد من حدة التفاعل والتأثير، مما يعزز دورها في دفع الخطاب العام إلى مواضيع معينة، وأحيانًا إلى قضايا مثيرة للجدل. وعليه، فإن منصات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة اتصال، بل أصبحت منابر رئيسية لصناعة الرأي العام وصياغة التوجهات المجتمعية والسياسية.³

¹ Rashid et al., op. cit, p. 1140.

² سارة يعقوب نسر الدين، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتعزيز القيم الوطنية في المجتمع الأردني: الفيسبوك نموذجا"، دار نشر بيغم أكاديمي، مجلة الإدارة التربوية: النظرية والتطبيق، المجلد 31، العدد 1، إسطنبول، تركيا، 2025، ص ص 233-239.

³ Sahar Khamis and Katherine Vaughn, "Social Media in the Arab World: Communication and Political Change," in The Routledge Companion to Media and Activism, ed. Graham Meikle (New York: Routledge, 2016), P 150.

V الآثار السلبية لتضليل المعلومات في تشكيل الرأي العام:

تشير دراسات إلى أن انتشار المعلومات المضللة على وسائل التواصل لا يؤدي فقط إلى تشويه الرأي العام، بل يُفسد على التفاهم السياسي والاجتماعي.¹

فعلى سبيل المثال، أظهرت دراسة ميدانية أجريت في العراق أن المحتوى الكاذب والموجه الذي ينتشر على المنصات الرقمية يُحدث تغييرات ملموسة في وعي الجمهور السياسي، ويؤثر على مواقف الأفراد تجاه قضايا حساسة مثل الانتخابات، والفساد، والانتماء الطائفي. هذا التأثير يتزايد في البيئات التي تعاني من ضعف في مؤسسات الإعلام التقليدي أو الرقابة على المحتوى، ما يجعل من السهل توجيه الجماهير نحو مواقف متطرفة أو خاطئة.

وعلاوة على ذلك، يؤدي التضليل الإعلامي إلى تآكل الثقة في المصادر الإعلامية كافة، بما في ذلك الموثوقة منها، ويدفع الأفراد إلى العزوف عن المشاركة السياسية، أو اتخاذ قرارات مبنية على مشاعر الغضب والخوف بدلاً من المعلومات الدقيقة والتحليل المنطقي. وهو ما يجعل التضليل الرقمي من أخطر أدوات التأثير على الرأي العام في العصر الحديث، خصوصاً في الدول النامية أو الخارجة من أزمات سياسية وأمنية.²

¹ Al-Hamza, Hassan Mohamed. "The Impact of the Use of Social Networking Sites on the Falsification of Political Awareness Among Iraqis: A Field Study." Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences vol. 15, no. 1, Wasit, Iraq: University of Wasit (2023), pp 635–653.

² Brian G. Southwell, Emily A. Thorson, and Laura Sheble, eds., Misinformation and Mass Audiences, 1st ed. (Austin, TX: University of Texas Press, 2018), P 102.

خاتمة الفصل:

يُعد فهم شبكات التواصل الاجتماعي من الجوانب الأساسية لفهم تحولات الاتصال المعاصر، سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي. تناول هذا الفصل في مبحثه الأول المدخل المفاهيمي، حيث تم التطرق إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي، نشأتها، وأهميتها في السياقات الاجتماعية والإعلامية الحديثة. أما في المبحث الثاني، فقد تم تسليط الضوء على العناصر الأساسية التي تُشكّل البنية الوظيفية لهذه الشبكات، مثل المستخدمين، المحتوى، التفاعل، والخوارزميات التي توجه حركة البيانات والمعلومات. وفي المبحث الثالث، تم استعراض أبرز الآليات التي تعتمد عليها هذه الشبكات في إنتاج وتوزيع المحتوى، وتعزيز التفاعل بين المستخدمين، إلى جانب الأدوار التي تلعبها في تشكيل الرأي العام والتأثير في السلوك الجماعي.

من خلال هذا التأسيس النظري، يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد أدوات للتواصل، بل تحوّلت إلى فضاءات رقمية معقدة، تملك تأثيرًا مباشرًا في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية. وسيتم في الفصول اللاحقة تعميق هذا الفهم من خلال تحليل أدوار هذه الشبكات في السياقات التطبيقية المختلفة.

الفصل الثاني:

علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات



- المبحث الأول: مفهوم الأزمات أسبابها، أنواعها، وطرق إدارتها
- المبحث الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
- المبحث الثالث : نماذج لتفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات

تمهيد :

إن مجال إدارة الأزمات هو من المجالات الإدارية الحديثة ، وقد انتشر هذا المفهوم في الآونة الأخيرة نظرا لكثرة الأزمات وطبيعتها التي تعصف وتواجه الأفراد والمنظمات والمجتمعات . ولا يزال العديد من الباحثين في هذا المجال يبحثون عن الأساليب والاستراتيجيات والسياسات والتكتيكات التي تجعل من مجال إدارة الأزمة علما قادرا على مواجهة الأزمات بأشكالها المتعددة وأنواعها المختلفة في ظل عالم سريع التطور تتسارع معه أسباب حدوث الأزمات نتيجة عوامل اقتصادية وسياسية و اجتماعية ...الخ حتى الإنسان خلال حياته العادية يمر بأزمات مادية وأمنية أو دراسية أو عاطفية، بعضها يستطيع مواجهتها وإدارتها بطريقة ايجابية بما يملكه من فكر وخبرة ومهارة وبعضها يقف معها موقفاً سلبياً مما يجعلها تتفاقم أكثر لتؤثر على حياته، وعليه فإن إدارة الأزمات ليست بالمفهوم الإداري البحت بقدر ماهو مهارة و أسلوب يجعله يدير ويواجه الأزمات ليس فقط في الحياة العادية بل هناك أزمات على مستوى الدول فبعضها يواجه أزمات سياسية داخلية أو خارجية، وبعضها يواجه أزمة في الغذاء وأزمة ديانات وعرقيات ولذلك نجد الدول المتطورة تستغل كل التكنولوجيات والأجهزة المتخصصة في عملية إدارتها للأزمات التي تواجهها.

وعليه يسعى هذا الفصل لتقديم علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات من خلال معالجة مفهوم الأزمة والمفاهيم المشابهة لها وأهم خصائصها وأنواعها ومراحل تشكيلها بالإضافة إلى أسباب حدوثها.

المبحث الأول : مفهوم الأزمات أسبابها أنواعها وطرق إدارتها.

تُعد الأزمات أحداثًا مفاجئة أو متوقعة جزئيًا تهدد استقرار المؤسسات والمجتمعات، وتتطلب إدارة دقيقة لتقليل آثارها السلبية. يهدف هذا المبحث إلى توضيح مفهوم الأزمة، وأسبابها، وأنواعها، وطرق إدارتها، بما يوفر إطارًا علميًا لفهم كيفية التعامل مع الأزمات في بيئات متغيرة، وخاصة في ظل التطورات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: الأزمات: المفهوم، التصنيف، وأسباب النشوء:

تعتبر الأزمات من الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يمكن أن تهدد استقرار المؤسسات والمجتمعات إذا لم يتم التعامل معها بالشكل المناسب. ولأن طبيعة الأزمات تتسم بالتعقيد وعدم اليقين، أصبح فهم مفهومها، وأنواعها، وأسباب نشوئها أمرًا أساسيًا للباحثين وصانعي القرار على حد سواء.

يهدف هذا المطلب إلى تقديم تحليل شامل للأزمة من منظور أكاديمي، بدءًا من تحديد مفهومها وتعريفها وفق مختلف المدارس الفكرية، مرورًا بتصنيفها وفق طبيعتها وأبعادها، وانتهاءً بالوقوف على العوامل والأسباب التي تؤدي إلى نشوئها. سيساعد هذا التناول على فهم كيفية إدارة الأزمات بشكل أكثر فعالية، وبهئية الأرضية للربط بين النظرية والتطبيق في الفصول اللاحقة من الدراسة.

أولاً: الأزمة ومفاهيمها المتقاربة:

تُعد الأزمة من الظواهر المعقدة التي تواجه المؤسسات والمجتمعات، لما لها من تأثير مباشر على استقرار النظام وإدارة الموارد. وغالبًا ما يتقاطع مفهوم الأزمة مع مفاهيم أخرى مشابهة، مثل الطوارئ، المخاطر، والاضطرابات، ما يستدعي توضيح هذه المفاهيم المتقاربة وتمييز خصائص الأزمة الفريدة.

يهدف هذا العنصر إلى تقديم دراسة تحليلية لمفهوم الأزمة، مع التعرف على المفاهيم المتقاربة معها، لفهم طبيعتها بشكل أعمق وتمكين القارئ من التمييز بين مختلف الظواهر المرتبطة بها.

قبل التطرق لمفهوم إدارة الأزمة نشير إلى مفهوم الأزمة، الذي يعتبر من المفاهيم الشائعة المستعملة في كافة المجالات سواء العملية أو اليومية.¹

¹ Patrick Lagadec, Cellules de crise: Les conditions d'une conduite efficace, 1^{re} éd., Éditions d'Organisation, Paris, 1995, p. 11.

I. الأزمة لغة:

الأزمة في اللغة: تأتي كلمة أزمة من مادة أزم، والأزمة في مختار الصحاح هي الشدة والقحط، وأزم عن الشيء أمسك عنه.¹

وفي المعجم الوجيز في مادة أزم: أزم على الشيء أزما: عضّ بالفم عضاً شديداً، يقال أزم الفرس على اللجام، وأزمة السنة، أزما أي اشتد قحطها، تأزم أصابها أزمة، والأزمة: الشدة والقحط، جمع أوازم² وأزمة الضيق والشدة، يقال أزمة مالية، سياسية، مرضية³.

ويعرف قاموس وبستر الأزمة **crisis** على أنها نقطة تحوّل للأحسن أو للأسوأ في مرض خطير أو حمى ، ضغوط أو خلل في الوظائف ، تغيير جذري في حالة الإنسان، وقت عصيب غير مستقر و أوضاع غير مستقرة .⁴ كما ورد استخدام هذا المصطلح باللغة الصينية في شكل كلمتين **wet-ji** وهي عبارة عن كلمتين: الأولى تدل على (الخطر) والأخرى تدل على (الفرصة) التي يمكن استثمارها لدرء هذا الخطر عبر تحويل الأزمة وما تنطوي عليه من مخاطر إلى فرص وإمكانيات لإطلاق القدرات الإبداعية، لاستثمار هذه الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول البناءة .ومن هنا فإن اللغة الصينية برعت في تصور إمكانية تحويل الأزمة وما تحمله من مخاطر إلى فرصة لإطلاق القدرات الإبداعية التي تستثمر الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول السديدة.⁵

II. الأزمة اصطلاحاً:

الأزمة هي لحظة حرجة وحاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها مشكلة بذلك صعوبة حادة أمام متخذ القرار⁶ سواء كانت دولة، مؤسسة، مشروع، أو أسرة، حيث تتداخل وتتشابك الأسباب والمسببات بالنتائج وتتداعى الأحداث، حتى تصل الأمور إلى حالة من التعقيد، ويعيش متخذ القرار حالة ضبابية تفقده الرؤية وكأنه

¹ محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، ط 1، المطبعة الأميرية، القاهرة، 1920، ص 15.

² مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، ط 1، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1998، ص 123 .

³ محمد نصر مهنّا، إدارة الأزمات: قراءة في المنهج، ط 1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص، 13.

⁴ Grove, Ph, et al. **Webster Third New International Dictionary**. 3rd ed, Merriam-Webster Inc. Massachusetts, USA, 1981, p. 583.

⁵ إدريس لكريني، إدارة الازمات في عالم متغير "المفهوم والمقومات والوسائل والتحديات"، ط 1، المركز العلمي للدراسات السياسية، الأردن، 2010، ص 12.

⁶ سوسن سالم الشيخ، إدارة ومعالجة الازمات في الاسلام، ط 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2003، ص 13.

في حالة عمى مؤقت في لحظة اصطدامه بالمشكلة وتصيبه حالة من الارتباك وعدم السيطرة في محاولاته الإمساك بخيوطها أو توجيهها مستقبلا، وهذا يعني أن الأزمة هي لحظة حاسمة وحرجة تواجه الكيان الإداري فتجعل من متخذ القرار في حالة عدم توازن، حيث إن قلة البيانات المتوفرة وحالة عدم التأكد واختلاط الأسباب بالنتائج، وعدم القدرة على وضع تصور سريع لما قد يحدث من احتمالات في المستقبل بسبب الأزمة أو في الأزمة ذاتها.¹

وقد تعددت التعريفات الممنوحة لهذا المفهوم بتعدد نظرة الباحثين لها فقد عرّفت الأزمة من الناحية الاجتماعية وفق ما ذكرته "موسوعة المجالس القومية المتخصصة" على أنها خلل وعدم توازن في عناصر النظام الاجتماعي، وقدمت الدراسة هذا الخلل في وجود حالات من التوتر، والقلق، والشعور بالعجز لدى الأفراد، وعدم القدرة على إقامة علاقات إنسانية واجتماعية، وظهور قيم ومعايير أخلاقية مغايرة للثقافة السائدة.²

أما من الناحية الإدارية: فهي "تعبّر عن موقف أو حالة يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية (دولة، مؤسسة، مشروع... الخ)، تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معها متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية"³. كما أنه عرفها علماء الإدارة بأنها حالة تمزق تؤثر في النظام وتهدد افتراضاته الأساسية ومعتقداته وجوهر وجوده والأزمة ضرر يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول في حياة الفرد أو الجماعة أو المنظمة أو المجتمع.⁴

من الناحية السياسية: هي حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي، وتستدعي اتخاذ قرار التحدي الذي تمثله سواء كان إداريا، أو سياسيا أو نظاميا أو اجتماعيا، أو اقتصاديا، أو ثقافيا.⁵

من الناحية الاقتصادية: فهي تعني انقطاع في مسار النمو الاقتصادي حتى انخفاض الإنتاج أو عندما يكون النمو الفعلي أقل من النمو الاحتمالي.⁶

¹ محسن أحمد الخضير، إدارة الأزمات، ط 1، مجموعة النيل العربية، مصر، 2003، ص 115.

² السيد السعيد، إدارة الأزمات والكوارث دور العلاقات العامة، ط 1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 31.

³ عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 84.

سناء الجبور، الإعلام الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 106.

⁵ عليوة السيد، إدارة الأزمات والكوارث "مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط 2، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 13.

⁶ محمد عبد الغني حسن هلال، مهارات إدارة الأزمات، ط 4، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، 2004، ص 51.

III. المفاهيم المتشابهة مع الأزمة:

في كثير من الكتابات يستخدم مفهوم الأزمة في غير معناه الحقيقي و يصبح الخلط في المفاهيم التي غالبا ما تنسب إلى مفهوم الأزمة ولذا يجب علينا إلقاء الضوء على هذه المفاهيم المختلفة:

أ. **مفهوم الكارثة Disaster**: تتحدد الكارثة بأنها "اضطراب بيئي يفوق قدرة المواجهة العادية ويؤثر على المجتمع مما يتطلب مساعدة خارجية" وقد تمثل الكارثة لحظة انفجار الأزمة، ولكنها ليست الأزمة بكل مراحلها. وبمعنى آخر، يمكن النظر إلى الأزمة في هذه الحالة باعتبارها وليدة كارثة ولكنها لا يتطابقان في باقي المراحل. وعلى سبيل المثال تمثل البراكين والزلازل نوعا من الكوارث التي تمثل لحظة ولادة لعدد كبير من الأزمات، مثل حدوث أزمة في الاتصالات وأخرى في الكهرباء. ولذلك يعد مفهوم الكارثة من أكثر المفاهيم ارتباطا بمفهوم الأزمة.¹

أما قاموس أكسفورد ، فقد عرف الكارثة **Disaster** بأنها : "حدث يسبب دمارا واسعا ومعاناة عميقة، وهو سوء حظ عظيم".²

ب. **مفهوم الصراع Conflict and Dispute**: يعبر عن تصادم إرادات قوى معينة بهدف تحطيم بعضها البعض كليا أو جزئيا والانتهاز بالسيطرة والتحكّم في إدارة الخصم.³

ج. **مفهوم المشكلة Problème** : تعبر عن الباعث الرئيسي الذي يسبب حالة ما من الحالات غير المرغوب فيها، وتحتاج عادة إلى جهد منظم للتعامل معها وحلها، وقد تؤدي إلى وجود أزمة ولكنها ليست بذاتها أزمة.

د. **مفهوم الحادث Accident** : وقد عرفه كل من السيد عليوة وحواش بأنه "شيء مفاجئ عنيف تم بشكل سريع وانقضى أثره فور إتمامه وقد نجم عنه أزمة لكنها لا تمثله فعلاً وإنما تكون فقط أحد نتائجه".⁴

وعليه فإن الأزمة بمفهومها العام تشمل عنصرين أولها عندما يظهر التأثير الكلي على المنظمة أو النظام ككل وحتى وحداته المشكلة له، أما العنصر الثاني فإنه يحدّد أن الثقة التامة في الأفكار والخطط التي توضع مسبقا لمواجهة أي تحدي ستلاشى بمجرد وقوعه، وربما يلجئون إلى أساليب دفاعية مصاحبة للاعتقادات الأولى، وبالتالي فإن الأزمة بمفهومها العام هي تهديد مباشر وواضح لبقاء المنظمة واستمرارها ولوجودها.

¹ الموسى، ناهد بنت عبد الله بن عبد الوهاب. إدارة الأزمات في مدارس التعليم العام بمدينة الرياض: تصور مقترح، رسالة دكتوراه، جامعة الملك سعود، كلية التربية، قسم إدارة تعليم عام، 2006، ص 20.

² محمد سرور الحريري، إدارة السياسية واستراتيجيات القضاء على الأزمات السياسية الدولية ، ط1، دار الحامد ، الأردن، 2012، ص 56.

³ السيد عليوة، إدارة الأزمات في المستشفيات، ط1 ، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2000، ص 12-13.

⁴ رشيد صبحي، اليازجي،. "إدارة الأزمات من وحي القرآن الكريم - دراسة موضوعية". مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإسلامية، المجلد 19، العدد 2، يونيو 2011، الصفحات 321-377، ص 324.

ثانيا : الأزمات: التصنيف، الخصائص، ومراحل التطور:

I. تصنيف الأزمات:

تتميز الأزمات بتنوع أشكالها واختلاف طبيعتها بحسب المصدر والأثر والمدة الزمنية التي تستغرقها. لذلك، يعد تصنيف الأزمات خطوة أساسية لفهم طبيعتها بشكل أدق، مما يساعد على تبني استراتيجيات إدارة مناسبة لكل نوع. يمكن تصنيف الأزمات وفق مجموعة من المعايير، منها طبيعتها (اقتصادية، سياسية، اجتماعية، بيئية)، مصدرها (داخلية أو خارجية)، أو مدة تأثيرها (طارئة أو مزمنة). هذا التصنيف لا يقتصر على الجانب النظري فحسب، بل يمثل أداة عملية لصانعي القرار والمختصين في إدارة المخاطر، حيث يساهم في تحديد أولويات التدخل وتوجيه الموارد بشكل فعال للتعامل مع الأزمة، ولتتمكن من دراسة الأزمات بشكل منهجي، نذكر فيما يلي أهم تصنيفاتها وفق المعايير المتبعة في الأدبيات الأكاديمية:

الأزمة الدولية : عرفها جلن سندر **snyder** وبول ديزينج **diesing** بأن الأزمة الدولية هي تسلسل تفاعلي بين حكومة دولتين أو أكثر في صراع شديد لا يصل إلى درجة حرب حقيقية ولكن يحوي بين طياته بدرجة كبيرة احتمالية نشوب تلك الحرب .

الأزمات الداخلية: يعرفها الدكتور صلاح الدين فوزي بأنها حالة طارئة ومفاجئة تنذر بخطر يهدد الدولة أو مؤسساتها مما يوجب ضرورة التصدي والمواجهة بقرارات رشيدة وسريعة على الرغم من ضيق الوقت وقلة المعلومات أي في ظل أزمة في الوقت و أزمة في المعلومات المتاحة .

أما الأزمة التي على المستوى الوطني : وهي الأزمة الشاملة والتي تعصف بالأمن الداخلي والخارجي وتهدد كيان الدولة بالكامل كاحتلال دولة أو التهديد باحتلالها كأزمة الكويت من قبل العراق وأزمة الشرق الأوسط في احتلال دولة فلسطين من قبل إسرائيل¹.

وبالتالي الأزمة لحظة حرجة تتعلق بمصير الكيان الإداري والسياسي للمجتمع الذي أصيب بها وتشكل صعوبة حادة، أما متخذي القرار تجعله في حالة من الحيرة والحاجة الملحة إلى البيانات والمعلومات الأساسية والضرورية لاتخاذ قرار بشأن الأزمة.²

¹ علي لهلول الرويلي، إدارة الأزمات إستراتيجية المواجهة، ط 1، جامعة نابف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الإستراتيجية، المملكة العربية السعودية، 2011، ص 8-9.

محمد أبو سمرة ، الإعلام السياسي، ط 1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص: 118.

ويرى البعض أن الأزمة حدث مفاجئ غير متوقع له نتائج سلبية، حيث يرتبط به حدوث خسائر في الموارد البشرية والأموال والموارد والثروات الخاصة بالنظام موضوع الأزمة، وهذا الحدث تتلاحق فيه الأحداث بسرعة كبيرة، ويكون هناك درجة من المجهول تشوب تطورات ما قد يحدث فيه مستقبلا، وتجعل متخذ القرار في حيرة من أي قرار يتخذه. وتتفاقم الأزمة في حالة أن تكون المعلومات الدقيقة غير متاحة للأطراف المتورطة فيها، ويزيد ضغط الوقت على المشاركين فيها. وبالرغم من أن النتائج المترتبة على الأزمة تكون في معظمها سلبية إلا أنها لا شك تنطوي على آثار إيجابية.¹

تؤكد التعريفات السابقة أن الباحثين اتفقوا في تعريفاتهم للأزمة على وجود عنصر المفاجأة والحدوث غير المتوقع وما تسببه من خلل يؤثر على المنظمة ما يهددها بالزوال والانهيار، كما أنها تأتي في حالة استثنائية طارئة تتعرض لها المنظمة، فيختل التوازن في سير العمل من جهة، واتخاذ قرارات سريعة في فترة زمنية قصيرة من جهة أخرى، بوجود قيادة إدارية واعية قادرة على المواجهة والانتصار على المواقف، والحد من الخطورة التي تحدث عنها **Patrick Lagadec** بوصفه للأزمة على أنها "حالة تضيق درجة عالية من الخطورة، على الحالة العادية للطارئ".²

II. خصائص الأزمة :

تتميز الأزمات بسمات محددة تجعلها تختلف عن الظواهر العادية أو الأحداث الروتينية، ومن هنا تبرز أهمية دراسة خصائص الأزمة لفهم طبيعتها وتأثيرها على المؤسسات والمجتمعات. تشمل هذه الخصائص عناصر مثل المفاجأة، وعدم اليقين، والشدة في التأثير، والضغط الزمني، بالإضافة إلى تأثيرها المباشر على الأطراف المعنية وبيئة العمل المحيطة بها.

دراسة خصائص الأزمة تمكن من إدراك مدى التعقيد الذي تنطوي عليه، وتساعد على تطوير استراتيجيات فعالة لإدارتها والتعامل مع انعكاساتها المختلفة.

انطلاقا من العناصر المكونة للأزمة نتحدد خصائص الأزمة فيما يلي:

1. المفاجأة: كأن تدخل مكتبك في الصباح لتجد جهاز الكمبيوتر قد توقف عن العمل، لتضيق كل الخطط والمعلومات التي قضيت في إعدادها أسابيع طويلة هنا الأزمة تنشأ وتتفجر في وقت مفاجئ غير متوقع بدقة وفي مكان مفاجئ أيضا.

¹ عماد صالح سلام، إدارة الأزمات في بورصات الأوراق المالية العربية والعالمية والتنمية المتواصلة، ط 1، حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف، أبوظبي، 2003، ص: 22.

² Patrik Lagadec, Cellule de Crise Piège de Base, éditions D'organisations, Paris, 1996, p112.

2. **عنصر التهديد:** تتضمن الأزمة تحديدا للأهداف و المصالح في الحاضر والمستقبل.
3. **عنصر الوقت:** أن الوقت متاح أمام صناع القرار يكون وقتا ضيقا ومحدودا.¹
1. **نقص المعلومات:** لا تعرف من المتسبب، ولا كيف تتصرف، كما أنها المرة الأولى التي تصادفك فيها مثل هذه الأزمة.
2. **تصاعد الأحداث:** تتوالى الأحداث لتضييق الخناق عليك، فالجهاز لا يتوقف عن العمل إلا وقت الحاجة إليه. وجدار المدرسة لا يسقط إلا والطلبة في الداخل.. الخ
3. **فقدان السيطرة:** جميع أحداث الأزمة تقع خارج نطاق قدراتك وتوقعاتك وتشذ عن الروتين العادي للمؤسسة.
4. **حالة الذعر:** حيث تصدر عن المدير العنيف، فينهى خدمة كل من له علاقة بوقوع الأزمة، أو يعم إلى التشاجر مع معاونيه، أو يقدم استقالته.
5. **غياب الحل الجذري السريع:** الأزمات لا تنتظر المدير حتى يتوصل إلى حل متأن، بل تهدد بتدمير سمعة الشركة وأصولها، في غمضة عين، وهناك لا بد من المفاضلة بين عدد محدود من الحلول المكلفة لاختيار أقلها ضررا.²
- إضافة إلى الخصائص المذكورة سلفا أضاف الباحثون بعض الخصائص لما ذكره الباحث السيد عليوة بداية من :
6. إن مواجهتها تستوجب خروجها عن الأنماط التنظيمية المألوفة وابتكار نظم أو نشاطات تمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة على التغيرات الفجائية.
7. إن مواجهة الأزمات تستوجب درجة عالية من التحكم في الطاقات والإمكانات وحسن توظيفها في إطار مناخ تنظيمي يتسم بدرجة عالية من الاتصالات الفعالة التي تؤمن التنسيق والفهم الموحد بين الأطراف ذات العلاقة.³

¹ خالد أبو فارة ، إدارة الأزمات: الأسس النظرية والتطبيقات العملية ط 1، دار الكلمة، الأردن، 2009، ص 22.

² ستيف ألبريخت، إدارة الأزمات "فن الدفاع عن النفس للشركات"، إصدار الشركة العربية للإعلام العلمي (شعاع)، المجلد 6، العدد 11، القاهرة ، 1997، ص 2.

³ السيد عليوة، إدارة الأزمات و الكوارث "مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط 2، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 14.

أما بخصوص مراحل نشوء الأزمة فإن الدراسات تشير أن مصطلح الأزمة قديم ترجع أصوله التاريخية إلى الطب الإغريقي كنقطة تحوّل: "بمعنى أنها لحظة قرار حاسمة في حياة المريض" وهي تطلق للدلالة على حدوث تغيير جوهري ومفاجئ في جسم الإنسان، ففي القرن السادس عشر شاع استخدام هذا المصطلح في المعاجم الطبية، وتم اقتباسه في القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسة، وبحلول القرن التاسع عشر تواتر استخدامها للدلالة على ظهور مشكلات خطيرة أو لحظات تحوّل فاصلة في تطوّر العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.¹

وبالتالي يرتبط مصطلح الأزمة تاريخياً بالطب لكونها لحظة تحوّل مصيرية بين الحياة والموت تحمل تغييراً جوهرياً ومفاجئاً وتستدعي قراراً حاسماً يؤثر في مجرى الأحداث، ويكون عنصر الوقت أساسياً في فاعلية القرار. لذا تسبب الأمراض التي تؤثر في القلب أزمة قلبية، في حين لا يطلق مصطلح أزمة على أمراض أشد خطورة.²

III. مراحل تطور الأزمة:

تعد دراسة مراحل تطور الأزمة من الأمور الأساسية لفهم كيفية ظهور الأزمة وتصاعد تأثيرها بمرور الوقت. فالأزمة ليست حالة ثابتة، بل هي عملية ديناميكية تمر بمراحل متعددة تؤثر على طبيعة الاستجابة والإدارة المطلوبة. بالرغم من اختلاف وجهات نظر الباحثين في تحديد هذه المراحل، إلا أنه لا يوجد اختلاف في المضمون العام، حيث تتفق الدراسات على أن الأزمة تمر بسلسلة من المراحل المتتابعة التي يمكن فهمها وتحليلها لتسهيل التعامل معها. وبالرغم من اختلاف وجهات نظر الباحثين في مراحل الأزمات إلا أنه لا يوجد اختلاف في المضمون وبهذا يرى الباحثون أن مراحل الأزمات والتي يطلق عليها دورة حياة الأزمة هي كالآتي:

وقد قسم الباحث محمد فتحي في كتابه "الخروج من المأزق: فن إدارة الأزمات" مراحل نشوء الأزمة إلى خمسة مراحل رئيسية، تمثل نموذجاً واضحاً لدراسة تطور الأزمة وإدارتها بشكل منهجي:³

1. المرحلة الأولى: مرحلة ميلاد الأزمة: و تسمى أيضاً بمرحلة الإنذار المبكر للأزمة، وهي المرحلة التي يظهر فيها إحساس غامض بوجود شيء ما يلوح في الأفق وهذا الإحساس ينذر بخطر غير محدد المعالم أو المدى الذي سيصل

¹ محمد خلف جاد الله، إدارة الأزمات، ط 1، دار أسامة، عمان 2007، ص 8.

² محمد إيثار عبد الهادي، إستراتيجية إدارة الأزمات: تأطير مفاهيمي على وفق المنظور الإسلامي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية

الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، المجلد (17)، العدد (64)، ديسمبر (2011)، ص 49.

³ محمد فتحي، الخروج من المأزق: فن إدارة الأزمات، ط 1، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، 2001، ص 336.

إليه ويتوجب على صاحب القرار أن يستوعب هذه المرحلة ويتم التعاطي والتعامل معها وإلا سوف تنقل إلى المراحل التالية.

2. المرحلة الثانية: مرحلة نمو واتساع الأزمة: وفي هذه المرحلة تبدأ الأزمة بالنمو عندما لا يتم السيطرة عليها في المرحلة الأولى حيث تستمد قوة نموها من عوامل داخلية وخارجية عندها تظهر الأزمة للعيان ولا يمكن إنكارها أو تجاهلها.

3. المرحلة الثالثة: مرحلة قمة نضج الأزمة: وهي المرحلة الخطيرة التي تصل فيها الأزمة إلى أقصى قوتها وعنفتها ويصعب السيطرة عليها ويبدأ التدمير والخسائر حتى تنحسر الأزمة وتنتهي، وبالتالي فهي تعتبر من أخطر المراحل.

4. المرحلة الرابعة: مرحلة انحسار وتقلص الأزمة: حيث تبدأ الأزمة في الانحسار والتقلص نتيجة لمواجهتها والاصطدام معها وفق خطط مدروسة تستمر في التعامل معها حتى تصل بها إلى المرحلة التالية.

5. المرحلة الخامسة: مرحلة اختفاء الأزمة: تتلاشى في هذه المرحلة وتختفي عن السطح ويختفي ذكرها إلا وجودها كسابقة تاريخية يمكن الاستفادة من دروسها. أي أنه على متخذ القرار أن يعطي أهمية لهذه المرحلة من خلال استخراج الدروس، ونقاط الضعف وجعلها كمرجع يمكن الاستفادة منه في المستقبل لمواجهة أزمات لاحقة. في حين جاء في كتاب "القيادة التربوية مدخل استراتيجي للباحثين عبد علي وحيدر نعمة غالي" تسمية المراحل السالفة الذكر، بدورة حياة الأزمة والاختلاف مع ما تم ذكره سابقا في تسمية المراحل والتقسيم دون فقدان المعنى وقد عرضها كالتالي: ¹

1. ما قبل الأزمة: والتي تنطبق على نفس مفهوم المرحلة الأولى حيث أن الأزمة قبل حدوثها تترك مؤشرات عن قرب حدوثها كالصراعات الدائمة، حدوث مشاكل بصفة مستمرة مثلا سقوط الأمطار بصفة مستمرة ممكن أن يحدث أزمة فيضان.

2. مرحلة بداية الأزمة: أي تطفو إلى السطح أي نقطة حدوث الأزمة وظهورها وهذه الأخيرة عادة ما تكون مفاجئة، كالأزمات الطبيعية.

3. مرحلة تصاعد الأزمة: التي لخصها الباحث محمد فتحي في المرحلة الثانية وهي مرحلة نمو واتساع الأزمة فيما يتم الحديث عن نسبة تصاعد الأزمة في حد ذاتها حيث أن الكثير من الأزمات يمكن أن تتراجع كالأزمات

¹ محسن عبد علي، حيدر نعمة غالي، القيادة التربوية مدخل استراتيجي، ط 2، المؤسسة الحديثة للكتاب، عمان، لبنان، 2014، ص 171.

الطبيعية مثلاً انخفاض نسبة تساقط الأمطار التي تستبعد احتمال حدوث أزمة فيضانات، كما يمكن أن تستمر وترتفع خطورتها أكثر، مثلاً انتشار الحريق إلى مساحات أوسع وأخطر.

4. **مرحلة النضوج:** التي صنفها الباحث محمد فتحي في المرحلة الثالثة في مرحلة قمة النضج على أنها الأخطر حيث يفقد متخذي القرار السيطرة عليها لأن الوقت غير كاف لاتخاذ قرارات في ظل وجود ظروف خطيرة تفشل محاولات كل الجهود لمنع الأزمة.

5. **مرحلة تراجع الأزمة:** والتي تقابلها المرحلة الرابعة لما سبق حيث اختصرها في مرحلة انحسار وتقلص الأزمة مع بداية ظهور مؤشرات تدل على نهاية الأزمة من خلال نقص حدة التأثير وتراجع الخسائر... الخ.

6. **مرحلة نهاية الأزمة:** أو ما تمّ تسميتها سابقاً بمرحلة اختفاء الأزمة: وفيها تتوقف الأحداث المشكلة للأزمة غير أن ذلك لا يعني نهاية الأزمة إنما يكون انتهاءها مع نهاية الخسائر والمخاطر.

7. **مرحلة ما بعد الأزمة:** فيما انتهى كل شيء وحن وقت إعادة البناء مع الحرص على العناية التامة للمتأثرين بالأزمة، أما من ناحية متخذي القرار فلا بد من استخلاص الدروس المفيدة من الأزمة لتجنب منع حدوث أزمات مشابهة أو التصدي لها بأقل الخسائر التي نتجت عن الأزمة السابقة.

المطلب الثاني : الأزمات: أنواعها، أسباب نشوئها، واستراتيجيات إدارتها:

تُعد دراسة الأزمات من الأمور الجوهرية لفهم التحديات التي تواجه المؤسسات والمجتمعات على حد سواء، نظراً لتأثيرها المباشر على الاستقرار وفعالية الأداء. فالأزمة ليست مجرد حدث عابر، بل هي نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، وتختلف طبيعتها حسب نوعها ومدى تأثيرها.

لذلك، أصبح من الضروري تحليل أنواع الأزمات لتحديد نطاق تأثيرها، ودراسة أسباب نشوئها لفهم العوامل التي تساهم في حدوثها وتفاقمها، إضافة إلى التعرف على استراتيجيات إدارتها التي تساعد على التخفيف من آثارها وتحويل التحديات إلى فرص.

يتناول هذا العنصر هذه المحاور الثلاثة بشكل متكامل، مما يوفر أساساً معرفياً متيناً لفهم الأزمات والتعامل معها بفعالية.

إن الحديث عن الأزمات وخصائصها ومراحل نشوئها يدفع لتناول أسباب الأزمات وأنواعها وطرق إدارتها كما حدّدها الباحثون، وقد لخصوا هذه الأسباب فيما يلي: ¹

¹ جمال حواش، التفاوض في الأزمات والمواقف الطارئة، ط 1، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 59.

أولاً : الأزمات: أنواعها وأسباب نشوئها:

تُعتبر الأزمات من الظواهر المعقدة التي تواجه المؤسسات والمجتمعات، وتؤثر على استقرارها وكفاءة عملها. لفهم طبيعة الأزمة بشكل شامل، من الضروري دراسة أنواعها لتحديد طبيعة التأثير والمستوى الذي تصل إليه، وكذلك دراسة أسباب نشوئها لفهم العوامل التي تؤدي إلى حدوثها وتفاقمها.

يشمل تصنيف الأزمات الأبعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبيئية، مع تمييز الأزمات الداخلية عن الأزمات الخارجية، أما أسباب نشوء الأزمات فتتراوح بين عوامل داخلية، مثل ضعف الإدارة والموارد، وعوامل خارجية، مثل التغيرات الاقتصادية والسياسية والظروف الطبيعية.

دراسة هذا العنصر تساعد على تكوين قاعدة معرفية متينة تمكن من التعامل مع الأزمات بوعي واستراتيجيات فعالة، سواء للوقاية أو للإدارة عند حدوثها.

I. أنواع الأزمات:

إن فهم الأزمة وطريقة التعامل معها يعتمد بصورة كبيرة على درجة المعرفة بنوع وطبيعة هذه الأزمة. وتنقسم الأزمات حسب "إيان متروف" و"جس أناجنوس" إلى عدة أنواع وكل حسب خطورة الأزمة ودرجة حدتها و هذه الأنواع مستخلصة من عمق الإدارة والتجارب العملية و المتمثلة في ما يلي:¹

الأزمات الاقتصادية: مثل نقص العمالة وانخفاض الأسواق وانخفاض البورصة وتراجع الإيرادات بطريقة مفاجئة وحادة.

الأزمات المعلوماتية: مثل فقد معلومات سرية والعبث في ملفات الكمبيوتر وتلف أو تدمير بيانات حيوية على الحاسب الآلي تخس العملاء والموردين.

أزمات المواد: مثل نقص المعدات والمواد الخام وقطع الغيار وفقد مرافق حيوية وتصميمات فنية.

أزمات الموارد البشرية: مثل فقد المديرين أو بعض الموظفين المهمين أو الارتفاع في نسبة الغياب أو حوادث الانتقام والشغب في مقر الشركة.

أزمة السمعة: مثل الفضيحة والنميمة والإشاعات والعبث بسمعة الشركة وشعاراتها.

الكوارث الطبيعية: مثل الزلازل والحرائق والفيضانات والسيول والأعاصير.²

¹ إيان متروف وجس أناجنوس، الاستعداد للبلاء قبل وقوعه "ما يجب أن يعرفه كل مدير عن إدارة الأزمات"، الشركة العربية للإعلام العلمي

(شعاع)، المجلد 9 ، العدد 203، القاهرة، 2001، ص 2.

² إيان متروف وجس أناجنوس، مرجع سبق ذكره، ص 2.

وعلى الرغم من تعدد وتنوع الأزمات، والتي تحدث فيها الكثير من العلماء والباحثين في مجال علم إدارة الأزمات، إلا أن الواقع أن تصنيف الأزمات يعتمد في الأصل على الجانب الذي ينظر منه إلى الأزمة وعليه قسّمها الدكتور أحمد ماهر كما يلي:

1. الأزمات المادية أو المعنوية:

أ- **الأزمات المادية:** وهي أزمات ذات طابع اقتصادي، ومادي، وكمي، وقابلة للقياس، ويمكن دراستها والتعامل معها ماديا وبأدوات تتناسب مع طبيعة الأزمة ومن أمثلتها: انخفاض حاد في المبيعات، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات، أزمة الغذاء، أزمة الديون، أزمة الاقتراض من البنوك، عدم توفر السيولة، أزمة العملة.

ب- **الأزمات المعنوية:** وهي أزمات ذات طابع نفسي، وشخصي، وغير ملموس، ولا يمكن الإمساك بأبعادها بسهولة، ولا يمكن رؤية أو سماع الأزمة، بل يمكن الشعور بها. ومن أمثلتها نجد: أزمة الثقة، تدهور الولاء، عدم رضا العاملين واستيائهم، يأس البعض. انخفاض الروح المعنوية.

2. الأزمات البسيطة، أو الحادة:

أ- **الأزمات البسيطة:** وهي الأزمات خفيفة التأثير، ويسهل معالجتها بشكل فوري وسريع. ومن أمثلة هذه الأزمات البسيطة نجد: الإشاعات الداخلية المحدودة، عمل تخريبي في بعض أجزاء الكيان الإداري، إضراب عمال أحد الأقسام في الشركة، وفاة مدير إدارة أو استقالته، عطل في خط إنتاج.¹

ب- **الأزمات الحادة:** وهي الأزمات التي تتسم بالشدّة والعنف وقهر الكيان الإداري للمنظمة وتقويض أركانه. ومن أمثلة هذه الأزمات الحادة نجد: حريق لكل مخازن الخامات والسلع الجاهزة، إضراب شامل لكل العاملين في الكيان الإداري، اعتصام الطيارين في شركة طيران، مظاهرات في كافة مدن الدولة، اعتداء من دولة خارجية.

3. أزمات جزئية، أو عامة:

أ- **أزمات جزئية:** وهي أزمات تطول جزءا من كيان المنظمة أو النظام، وليس كله، ويكون الخوف من أن استمرار الأزمة قد يمتد إلى باقي أجزاء النظام. ومن أمثلته نجد: حريق في أحد عتابر الإنتاج، اعتصام لبعض العاملين أو تدهور العمل في أحد الأقسام، انخفاض الروح المعنوية في إحدى الإدارات، ظهور وباء في أحد المدن الصغيرة، تسمم في إحدى المدارس.²

¹ إباد نصر، سيكولوجية إدارة الأزمات، ط 1، دار الخليج للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص ص 27-28.

عبد الله محمد الفقيه، "إدارة الأزمات"، ط 1، مركز الكتاب الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، 2011، ص 36.

ب- **أزمات عامة:** وهي أزمات تغطي كافة أجزاء الكيان "سواء كان شركة أو منظمة أو دولة، وهو يؤثر على كافة أطراف النظام و أشخاصه ، ومنتجاته.ومن أمثلته نجد : حريق يأتي على الشركة بأكملها ،تدهور حاد في إنتاجية المصنع ، إضراب عام لكافة المواطنين والعاملين في الشركة .¹

4. **أزمات وحيدة، أو متكررة:**

أ- **الأزمات الوحيدة:** وهي أزمات فجائية، غير دورية، وغير متكررة، ويصعب التنبؤ بحدوثها، وعادة ما يكون هناك أسباب خارجة عن الإدارة هي التي تؤدي إليها .ومن أمثلتها أمطار عنيفة أو جفاف يؤدي إلى خسائر، حر شديد يؤدي إلى حرائق، سيول تؤدي إلى هدم منشآت، أعاصير وصواعق.

ب- **الأزمات المتكررة:** وهي أزمات تتسم بالدورية والتكرار وتحدث في دورات اقتصادية ومواسيم يمكن التنبؤ بها. وبالدراسة والبحث يمكن تحديد متى ستقع الأزمة ودرجة حدتها، وبالتالي يمكن السيطرة عليها، ومن أمثلتها انخفاض الطلب على المشروبات في الشتاء، أزمة عدم توافر القوى العاملة في مواسم الحصاد، عدم الاحتياج للعاملين في شهور معينة دوريا، كساد عال كل 10 سنوات، أزمات الصقيع التي تهدد المزروعات.²

II. أسباب نشوء الأزمة:

هناك مجموعة من الأسباب التي تؤدي إلى الأزمة، بعضها يرجع إلى البيئة الداخلية للمنظمة والبعض الآخر يرجع إلى البيئة الخارجية، ويمكن تحديد أهم الأسباب الرئيسية وراء الأزمة فيما يلي: ³

الأخطاء البشرية: تعدّ الأخطاء البشرية من أهم أسباب نشوء الأزمات سواء في الماضي أو الحاضر أو المستقبل، وتتمثل تلك الأخطاء في عدم كفاءة العاملين، واختفاء الدافعية للعمل، وتراخي المشرفين، وإهمال الرؤساء، وإغفال المراقبة والمتابعة، وكذلك إهمال التدريب.

الإهمال: تجاهل الإنذارات والإشارات التي تسبق وقوع الأزمة إيذانا بوقوعها وسوء تقدير الموقف بالنسبة لها. كما أن عدم الاحتراس يعدّ سببا من أسبابها فقد تدرك الإدارة مؤشرات وبوادر الحدث و تحمل الأمر مما يدعو إلى

¹ غسان اللامي، قاسم داود، العيساوي، خالد عبد الله إبراهيم، إدارة الأزمات: الأسس والتطبيقات ، ط1،الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عتّان، الأردن، 2016، ص ص 30-32.

² إياد نصر، مرجع سبق ذكره ، ص ص 29-30.

³ حواش جمال ، مرجع سبق ذكره، ص 59.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

تفاقم الأزمة وتستفحل ويصعب حلها ومن أمثلة ذلك التلوث البيئي وانقطاع الكهرباء وإضراب العمال المساجين عن الطعام.

تعارض الأهداف وتعارض المصالح: عدم وضوح أهداف المؤسسة وتعارضها والرؤيا المختلفة وتعارض المصالح بين الأفراد العاملين بالمنظمة بعضهم البعض يعتبر من أهم أسباب حدوث الأزمة.

الصراع الهدام : فالنزاع السلبي وعدم التعاون يؤدي بدوره للعديد من الأزمات.

قلة الموارد المادية والبشرية: للتعامل مع الأحداث المفاجئة مما يؤدي إلى تفاقم ومضاعفة الخسائر المادية والمعنوية الناجمة عن الأزمة .

اعتبارات خارجة عن قدرات الإنسان: ولا يمكن التحكم فيها أو إضعافها أو التنبؤ بها مثل الكوارث الطبيعية التي يصعب التكهّن بها، والتحكم فيها.

سوء الفهم والإدراك: يمثل سوء الفهم أحد أهم أسباب نشوء الأزمة والتي ترجع إما للمعلومات المبتورة أو التسرع في إصدار القرارات والحكم على الأمور قبل أن تبين حقيقتها وإذا كان إدراك الأمور أيضا غير سليم أو نجم عن تداخل في الرؤية والتشويش فإنه يؤدي إلى الانفصال بين الأداء الحقيقي للكيان الإداري والقرارات التي يتخذها القائد والتي تؤدي إلى نتائج تكون بمثابة ضغط مولدا لانفجار الأزمة.¹

الإشاعات: وتعد من أبرز أسباب ومصادر الأزمات². بل إن الكثير من الأزمات عادة ما يكون مصدرها الوحيد هو إشاعة أطلقت بشكل معين، وتم توظيفها بشكل معين، وبالتالي فإن إحاطتها بمالة من المعلومات الكاذبة، وإعلانها في توقيت معين.³

اليأس: ويعد من أخطر مسببات الأزمات فائقة التدمير، حيث يعد اليأس في حد ذاته أحد " الأزمات " النفسية والسلوكية والتي تشكل خطراً داهماً على متخذ القرار.⁴

4. اتخاذ قرار مصيري غير مقنع للجميع أو للعاملين في المنظمة كارتفاع الأسعار أو خفض الرواتب.⁵

¹ عصام عبد العزيز خليل، واقع إدارة الأزمات بالمدارس الحكومية الفلسطينية من وجهة نظر المديرين في جنوب الضفة الغربية، مجلة العلوم التربوية، العدد الثاني، جزء 1، أبريل، 2016، جامعة القدس المفتوحة، ص 448.

² محسن أحمد الحضيبي، إدارة الأزمات، ط 1، مكتبة مدبولي للنشر، القاهرة، 1990، ص 53.

³ محمد الصبري، إدارة الأزمات، ط 1، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007، ص 54.

⁴ توفيق عبد الرحمان، إدارة الأزمات: التخطيط لما قد لا يحدث ، ط 1، مركزا لخبرات المهية للإدارة، القاهرة، 2002، ص 89.

⁵ أسامة إبراهيم عبد الرحمن ، إدارة الأزمات في المؤسسة التعليمية، ط 1، حقوق النشر محفوظة للمؤلف، القاهرة، 2010، ص 12.

ومنه فإن أسباب الأزمات متعددة ومختلفة ما يجعلنا نستخلص أن سوء التخطيط أو عملية التنبؤ وعدم الاستفادة من الخبرات السابقة من شأنه أن يساهم بشكل كبير في حدوث الأزمات، كما أن عدم الاهتمام بالعاملين في المنظمة باعتبارهم جزء لا يتجزأ من فن الإدارة واتخاذ القرارات وصنعها يسهم بشكل كبير في حدوث الأزمات، وبالتالي فإن التأخر في حل المشكلات الصغيرة أو البسيطة من شأنه أن يطورها حتى تتحول إلى أزمات يكون حلها معقداً أو صعباً.

ثانياً إدارة الأزمات: الأبعاد، الأهداف، الأساليب، وطرق التطبيق:

تُعد إدارة الأزمات من أهم المحاور في علم الإدارة الحديثة، إذ لم تعد الأزمة تُرى كحدث طارئ فحسب، بل كظاهرة يمكن التنبؤ بها والاستعداد لمواجهةتها وفق أسس علمية ومنهجية دقيقة. وتمثل إدارة الأزمات عملية شاملة تتضمن مراحل متكاملة تبدأ من الوقاية والاستعداد، مروراً بالتعامل المباشر مع الأزمة، وصولاً إلى التعافي واستخلاص الدروس منها.

ولفهم هذا المفهوم بشكل متكامل، من الضروري التطرق إلى أبعاده التي تحدد مجالاته الأساسية، وأهدافه التي ترسم غاياته العملية، وأساليبه التي توضح طرق التعامل مع المواقف المختلفة، بالإضافة إلى طرق تطبيقه في الواقع العملي بما يضمن تحقيق الاستجابة الفعالة وتقليل الخسائر¹.

I. طرق إدارة الأزمات وتطبيقها العملي:

إن الحديث عن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات يستدعي التوقف أولاً عند مفهوم الأزمات، أساليبها وخطواتها وكيفية إدارتها بطرق علمية.

وتتعدد وتنوع تعريفات إدارة الأزمة، كغيرها من المفاهيم المركبة في العلوم الاجتماعية والإدارية والسياسية، وإن كان المعنى العام لمجمل هذه التعريفات واحد وهو كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة، وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها.

حدّد المتخصصون في مجال الإعلام مفهوم إدارة الأزمة كالتالي:²

كما أن إدارة الأزمات علم وفن في آن، هي علم بمعنى أنها منهج له أصوله وقواعده، وهي فن يعني أن ممارستها أصبحت تعتمد على مجموعة من المهارات والقدرات فضلاً عن الابتكار والإبداع.

¹ محمد نصر مهنا، إدارة الأزمات: قراءة في المنهج، ط 1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص 25-28.

أديب خضور، الإعلام والأزمات، ط 1، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 10.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

هي التعامل مع الأزمات من أجل تجنب حدوثها من خلال التخطيط للحالات التي يمكن تجنبها ، وإجراء التحضيرات للأزمات التي يمكن التنبؤ بحدوثها في إطار نظام يطبق هذه الحالات الطارئة عند حدوثها بغرض التحكم في النتائج أو الحد من آثارها التدميرية.¹

وهي حسب الباحث إبراهيم فواز الجبازي "تعني أسلوب التحكم في مسار أي أزمة على أن تكون إدارة علمية رشيدة، تستخدم البيانات والمعلومات المناسبة لاتخاذ القرار المناسب" الذي من شأنه إنتاج استجابة لمواقف الأزمات من خلال مجموعة من الإداريين المنتقلين مسبقا والمدرين تدريباً خاصا والذين يستخدمون مهاراتهم بالإضافة إلى إجراءات خاصة من أجل تقليل الخسائر إلى الحد الأدنى وإرجاع الثقة إلى الكيان الإداري أو الجهة المصابة بالأزمة إلى ما كانت عليه قبل الأزمة و استعادة سمعتها.²

أما مفهوم إدارة الأزمة عند المتخصصين في العلوم السياسية "فهو تعني محاولة تحقيق السيطرة على الأحداث وعدم السماح لها بالخروج من اليد، فإبقاء الأحداث تحت السيطرة هو محور إدارة الأزمة، كما يمكن النظر إلى إدارة الأزمة على أنها علم وفن كل الصراعات، أو أنها تعني إمكانية التعامل مع أية حالة غير اعتيادية تهدد أهداف ونشاط محور الأزمة".³

وتعني لديهم أيضا "الاستجابة للتحديات والأوضاع والأحداث التي تعصف بالكيانات الإدارية والاجتماعية والسياسية في مرحلة من مراحل تطورها، من خلال استخدام كافة الإمكانيات المتاحة لاكتشاف الأزمات وأسبابها والسيطرة عليها قبل استفحالها وانفجارها أو مواجهتها والتعامل معها بعد انفجارها بهدف استعادة السيطرة على الأحداث والأوضاع وتقليل الخسائر وتعظيم الفوائد المادية والمعنوية وذلك من خلال تفعيل وظائف الإدارة التقليدية "التخطيط السليم والتنظيم الدقيق والتنسيق الكامل والمتابعة والتقييم والتوجيه المستمرين واتخاذ القرارات المرشدة من قبل قيادة وإدارة فعالة وفريق أو كيان إداري متجانس يعرف واجباته وأهدافه، ويتمتع بالقدرات والمهارات الإدارية والقيادية التي تمكنهم من العمل تحت ضغط عامل الزمن وتسارع الأحداث وتزايد الخسائر

¹ علي فلاح الضلاعين وآخرون، الاعلام وادارة الازمات، الطبعة العربية الاولى، دار الاعصار العلمي، عمان، 2015، ص70.

² إبراهيم فواز الجبازي، الإعلام في الأزمات ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة سانت كليمنتس العالمية فرع سوريا، 2009، ص 47.

³ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، إدارة الصراعات والأزمات الدولية: نظرة مقارنة لإدارة الصراع العربي الإسرائيلي في مراحل المختلفة، الدار

العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص29.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

والأخطار وضبابية ونقص وعدم التأكد من المعلومات وما يخبره مسار الأزمة من تطورات و أحداث لا يمكن التنبؤ بها".¹

وبالتالي فإن عملية إدارة الأزمات تتطلب وضع كافة الوسائل والإجراءات والأنشطة التي تنقذها الدولة أو الجهة أو المنظمة بصفة مستمرة في مراحل ما قبل الأزمة وأثناء وبعد وقوعها بهدف منع وقوع الأزمة كلما أمكن ومواجهتها بكفاءة وفاعلية مما يؤدي إلى تقليل الخسائر وتخفيض الآثار السلبية وإزالة الآثار النفسية.²

وعرف (السيد عليوة) علم إدارة الأزمات بأنه: العلم الذي يعنى بالأساس في كيفية التغلب على الأزمات بالأدوات العلمية والإدارية المختلفة وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها.³ ونظر إليها علماء الإدارة على أنها "تتكون من مصطلحين هامين هما الإدارة والأزمة وقد اتفق الباحثون على أن الإدارة تمثل العنصر الحركي الأساسي، والقوة الدافعة الرئيسة، في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وفي كل مظاهر النشاط الإنساني. -هي التعامل مع الأشياء للوصول إلى أفضل النتائج الممكنة بما يحقق مصالح القائم بالإدارة.

-هي تخطيط، وتنظيم، وتنشيط، ومراقبة الموارد المادية، والبشرية الثابتة في ظل القوانين واللوائح القائمة، والنظام السياسي السائد لتحقيق أهداف الدولة بإشباع حاجات المجتمع.⁴ يشير المصطلح أيضا إلى "كيفية التغلب على الأزمة باستخدام الأسلوب الإداري العلمي من أجل تفادي سلبياتها ما أمكن، وتعظيم الإيجابيات. فالأزمة هي حدث مفاجئ يهدد المصلحة القومية، ويتم مواجهته في ظروف محدّدة وبالتالي فإن أسلوب إدارة الأزمات يهدف إلى العمل على عدم حدوث الأزمات بإزالة مسبباتها وتصميم النمط التنظيمي الفعّال لمواجهة الأزمة عند حدوثها وتقليل آثارها.⁵

من خلال ما سبق يمكن التمييز بين مصطلح إدارة الأزمة وفق ما تم طرحه سابقاً ومفهوم الإدارة بالأزمات management by crisis والفني تعني نشاطا تقوم به الإدارة كردّ فعل لما تواجهه من تهديدات وضغوط متولدة عن الأزمة، و أنه لا توجد خطة واضحة المعالم تضع المستقبل في حسابنا وتعدّ العدة لمواجهة مشكلاته أو منعها

¹ سعد بن علي الشهراني، إدارة عمليات الأزمات الأمنية، ط 1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2005، ص 21.

² جمال تركيت، دور العملية الاتصالية في إدارة الأزمة واتخاذ القرار لدى الجماعات المحلية في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 04 ديسمبر 2012، ص 144.

³ عليوة، السيد، إدارة الأزمات والكوارث "مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط 3، دار الأمين، القاهرة، 2004، ص 25.

⁴ صباح العربي، مفهوم الإدارة والأزمات الاجتماعية وأنواعها، ط 1، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، ماليزيا، ص 81.

⁵ مصطفى غنيم، إدارة الأزمات، ط 1، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2006، ص 28.

قبل وقوعها، ولكن تترك الأمور والأحداث تتداعى، حتى تقع الأزمة، عندئذ فقط تتحرك الإدارة، وتقوم بسلسلة من الجهود التي غالبا ما تكون كثيفة وشاقة وإن كانت نتائجها غير فعّالة، حتى تنقضي الأزمة، فتعود الإدارة إلى السكون وعدم الحركة مرة أخرى، فلا نلمس إذن وجود الإدارة إلا وقت الأزمات، فالإدارة بالأزمات إذن هي إدارة ساكنة تنفعل مع الأزمة التي تواجه المؤسسة، وتتعامل معها بالشكل العلاجي الذي قد يصيب أو يخطئ، ومن ثم فهي إدارة وقتية تبدأ مع الأزمة وتنتهي بانتهائها وتقوم الإدارة بالأزمات على افتعال الأزمات، وإيجادها كوسيلة للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة لدى الفرد أو المنظمة، ويطلق عليها البعض الأزمة للتحكم والسيطرة على الآخرين، ويمكن أن يتم ذلك من خلال التخطيط لخلق الأزمة ثم استثمارها أو استكمال الفرص التي يمكن أن تنتج عن أزمة حقيقية لتحقيق بعض الأهداف التي كان يصعب تحقيقها في الظروف العادية.¹

II. أبعاد إدارة الأزمات:

وتتميز إدارة الأزمة بعدة أبعاد وحسب طبيعة موضوع الأزمة:

1. **البعد الزمني:** ويتضمن تحديد متى بدأت الأزمة والمدة الحالية الذي لا زالت قائمة خلاله وتوقعات استمرارها في المستقبل، لأن هذا التحديد الزمني يساعد على اقتراح السياسات والإجراءات التي تساهم في القضاء على الجذور التاريخية للأزمة وإجراءات مواجهتها حاليا ومستقبلا.
2. **البعد المكاني:** ويعني هذا العنصر تحديد مكان نشوء الأزمة والمنطقة أو المناطق التي كانت أو لازالت تعاني منها حاليا، ويساعد التعرف على البعد المكاني في تحقيق الأهداف التي من أجلها وضعت الخطوة².
3. **البعد الموضوعي:** ويقصد به تحديد أسباب الأزمة بشكل دقيق لأن ذلك يساعد على فهمها وبالتالي إيجاد الحلول لها.
4. **البعد التأثيري:** ويقصد به الجهات المرتبطة بتأثيراتها مما يساعد على تحديد الأطراف المعنية بها.
5. **البعد البشري:** ويقصد بها عدد المتضررين أو المتسببين في حدوثها.
6. **البعد المؤسسي:** ويقصد بها مصادر التهديد داخل المؤسسة نفسها.
7. **البعد البيئي:** ويقصد بها الظروف المحيطة بحدوثها والمشجعة على ظهورها.³

¹ أحمد إبراهيم أحمد، إدارة الأزمة التعليمية منظور عالمي، ط 1، دار الوفاء لدنيا، الاسكندرية، 2003، ص 35-37.

² يونس إبراهيم جعفر، أثر التخطيط الاستراتيجي في إدارة الأزمات دراسة تطبيقية: المؤسسات العامة في منطقة ضواحي القدس، مجلة جامعة

الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية) المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول، يناير 2017، ص 302.

³ عادل الرهوان. "إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية"، ط 1، دار هلا للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 99.

III. أهداف إدارة الأزمات:

- وتتلخص أهداف إدارة الأزمات كما ذكرها الدكتور حسن مكاوي (2005) في النقاط الآتية¹:
1. توفير القدرة العلمية على استقراء مصادر التهديد، والتنبؤ بالأخطاء والاستغلال الأمثل للموارد.
 2. تحديد دور الأجهزة المعنية بتنظيم وإدارة الأزمة قبل الأزمة وحين حدوثها والعمل على عدم تكرارها.
 3. توفير الإمكانيات المادية للاستعداد والمواجهة.
 4. الاستعداد لمواجهة الأزمة من خلال التنبؤ بالمشكلات، وتمكين الإدارة من السيطرة على الموقف، والمحافظة على ثقة جميع الأطراف المعنية، وتوفير نظم الاتصال الفعالة.
 5. التعامل الفوري مع الأزمة عند وقوعها، لوقف اتساع بؤرة الأزمة، وتحليل نقاط القوة والضعف في (المواجهة).

IV. أساليب إدارة الأزمات:

وفيما يلي عرض مختصر لأهم هذه الطرق والتي تم تقسيمها إلى قسمين: الأساليب التقليدية وغير التقليدية لإدارة الأزمات: ²

- I. الأساليب التقليدية لإدارة الأزمات: يعتقد كثير من الباحثين بعدم جدواها وفعاليتها في كثير من الظروف، ويرون أنها أصبحت في كثير من الحالات الأزموية عاجزة عن إحداث التأثيرات المطلوبة في قوى الأزمة، ورصدوا مجموعة من العوامل التي أصبحت تعيق وتحّد من فاعلية استخدام الأساليب التقليدية في إدارة الأزمات، منها:
- الانتشار الواسع للوعي والمعرفة في ظل الفضائيات والانترنت.
 - الانتشار الواسع للثقافة والعلوم.
 - تعدّد وتنوع الثقافات المحلية والعالمية.
 - تعاظم دور جمعيات حقوق الإنسان.
 - نظرة أفراد المنظمات واتجاهات المجتمع نحو استخدام هذه الأساليب، التي صارت تثير الاستهجان والاحتقار والسخط الشديد، وصار استخدامها أو مجرد التلويح باستخدامها هو سبب أساسي يبرر للمجتمع اتخاذ مواقف سلبية تجاه هذه المنظمة والدعوة إلى مقاطعتها و مقاطعة منتجاتها ومقاطعة كل أشكال التعامل والتعاون معها، وأهم الأساليب التقليدية المستخدمة في إدارة الأزمات ما يأتي:

¹ مكاوي، حسن ، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 72.

² محسن أحمد الحضري، إدارة الأزمات : منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، ط 2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003، ص158-169.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

- إنكار وجود الأزمة: ويطلق عليها التعتيم الإعلامي للأزمة، وتستخدم هذه الطريقة في ظل إدارة ديكتاتورية شديدة التسلط، ترفض أي اعتراف بوجود خلل في المنظمة. ومن خلال هذا التعتيم يتم السيطرة على الأزمة وتدميرها.¹ ولتحقيق النجاح المؤقت لهذا الأسلوب فإن إدارة المنظمة تستخدم أدوات متعددة أهمها:²

-التعتيم الإعلامي.

-استخدام الديكتاتورية القهرية.

-السعي إلى السيطرة الكاملة على مجريات الأمور.

-الاستمرار في عدم الاعتراف بالأزمة.

-تقديم الإدعاءات والتبريرات على أن أوضاع المنظمة في أحسن حالاتها.

-مهاجمة الأطراف التي تشير إلى وجود الأزمة واتهامها بالتخريب وعدم الولاء التنظيمي.

-استخدام أسلوب الدعاية في الترويج لمواقف إدارة المنظمة المنكرة للأزمة.

- كبت الأزمة: يهدف إلى تدميرها أيضا، عن طريق استخدام العنف الشديد لإخمادها وتدمير عناصرها الأولية بشكل عام. ويتم وفقا لهذه الطريقة التعامل مع الإفرازات التي أفرزها نظام الأزمة بعدم الاستجابة لقوى الضغط الدافعة لوجودها، بل والتحرك السريع المباشر العنيف مع الأسباب والعوامل المعروفة والتي تثار بشأنها الشكوك لإفقاد الأزمة قوة الضغط وإرجائها إلى حينها.³

- أسلوب إخماد الأزمة: وهنا يتم التقليل من شأن الأزمة ومن تأثيرها ومن نتائجها، ولكن يتعين أولا الاعتراف بالأزمة كحدث، ولكنه حدث غير هام، قليل الشأن سيتم التعامل معه بالأساليب المناسبة للقضاء عليه، حتى تستعيد المنظمة توازنها واتساقها. وهذا الأسلوب هو من الأساليب التي تستخدم العنف والقوة بصورة شديدة تجاه قوى الأزمة، وعند استخدام هذا الأسلوب فإن إدارة المنظمة لا تلتفت كثيرا إلى المشاعر والقيم الإنسانية في التعامل مع الأزمة وإدارتها، والمبرر الأساسي الذي تقدمه إدارة المنظمة هو أن وجود المنظمة وبقائها في خطر شديد، وأن هذا هو السبيل الوحيد للحفاظ على المنظمة وعلى مصالح جميع أصحاب المصالح ومنافعهم.⁴

¹ العماري عباس رشدي، إدارة الأزمات في عالم متغير، ط 1، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، 1993، ص 22.

² يوسف أحمد أبو فارة، إدارة الأزمات مدخل متكامل، ط 1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 273-274.

³ ماهر أحمد، مهارات إدارة الأزمات، ط 1، الدار الجامعية، القاهرة، 2006، ص 95.

⁴ رضا هاشم حدي، "إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات"، ط 1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 156-157.

- **تفريغ الأزمة:** بموجبها يتم إيجاد مسارات بديلة ومتعددة أمام قوة الدفع الرئيسية والفرعية المولدة لتيار الأزمة وتدفقاته، ويتم التفريغ على ثلاث مراحل هي:

مرحلة الصدام: ويطلق عليها البعض مرحلة المواجهة العنيفة الحادة مع القوى الدافعة لنشوء الأزمة، والمولدة لها، ومن خلال هذا الصدام العنيف يتحدد مدى تماسك هذه القوى، ومقدار استعداد كل منها للاستمرار في الصدام وتحمل تكلفته، ومدى تراجع بعضها أو استعداده للتراجع، ومدى ترابط وحدة الأهداف أو تعارضها.

مرحلة وضع البدائل: وفي هذه المرحلة يقوم قائد الأزمة بزرع مجموعة من الأهداف البديلة الكل اتجاه أو فرقة انبثقت عن الصدام.

مرحلة التفاوض مع أصحاب كل فرع أو بديل: وهنا يتم التفاوض مع كل فرع من فروع الأزمة ومحاولة امتصاص غضبهم واستقطاب ميولهم وإقناعهم بالشكل الملائم لكل فرع أو نوع أو طريقة من قوى الأزمة.

- **تنفيس الأزمة:** حيث يتم تهدئة الأزمة من خلال إيجاد فتحات جانبية في الأزمة للتنفيس من الضغط والتوتر الموجود داخل الأزمة ومنعها من الانفجار. ويتم ذلك واقعيًا من خلال دراسة مستفيضة ومتعمقة لقوى الضغط الخاصة بالأزمة والإحاطة بأبعاد التصارع بين الحقوق والمصالح الأطراف وعناصر الأزمة.

وفكرة هذا الأسلوب هي إيجاد قضايا فرعية وجزئية تتعلق بأسباب ودوافع الأزمة، والعمل على إثارتها مما يؤدي إلى إشعال قوى الأزمة في هذه القضايا، فيؤدي ذلك إلى استنزاف جانب من قوة الأزمة، وربما يؤدي إلى القضاء على أسباب ودوافع مهمة الأزمة، ومن هنا فإن شدة غليان بركان الأزمة تقل، وربما لا تقع هذه الأزمة مستقبلاً، وإذا وقعت فإنها تقع بصورة ضعيفة تسهل السيطرة عليها.

- **عزل الأزمة:** وتشير إلى قيام قائد الأزمة بإبعاد قوى الأزمة عن بؤرة الأزمة، حيث يتم تحديد المحركين الرئيسيين وعزلهم جغرافياً ومادياً ونفسياً عن أحداث الأزمة نفسها. وفقاً لهذه الطريقة يتم تصنيف قوى الأزمة إلى القوى الصانعة للأزمة، القوى المؤيدة للأزمة، والقوى المهتمة بالأزمة.¹

¹ محسن أحمد الخضري، مرجع سبق ذكره، ص: 169.

2. الأساليب الحديثة لإدارة الأزمات:

في ضوء الإخفاقات التي واجهت المنظمات بسبب استخدام الأساليب التقليدية في إدارة الأزمات، فقد تمخض الفكر الإداري المعاصر عن مجموعة من الأساليب غير التقليدية لإدارة الأزمات، تنسجم مع مضامين التطورات الإدارية والتكنولوجية ، وتتفق مع الآفاق الواسعة التي نجمت عن ثورة المعلومات والاتصالات ، وأهم الأساليب غير التقليدية التي يمكن أن تعتمد عليها المنظمات لإدارة أزماتها ما يأتي¹ :

■ أسلوب المشاركة الديمقراطية:

هذا الأسلوب يعتمد بكثرة في المنظمات التي تتصف إدارتها باعتماد النمط الديمقراطي في القيادة، و هذا الأسلوب من الأساليب الفاعلة و قوية التأثير في أطراف الأزمة، ويجري استخدامه بنجاح عندما تكون الأزمة ذات علاقة جوهرية بالأفراد. ومن عوامل نجاح هذا الأسلوب هو أن إدارة المنظمة قيادتها تحظى باحترام و تقدير لدى أغلب أصحاب المصالح، وهذا يجعلها قادرة على توجيه معطيات ومجريات موقف الأزمة بالاتجاه الذي يقود إلى معالجتها بصورة سليمة، كما أن لجوء إدارة المنظمة إلى استشارة أصحاب المصالح بخصوص هذه الأزمة يؤدي إلى تعزيز الثقة في هذه الإدارة و إلى الالتفاف حولها ومؤازرتها ومساعدتها في التغلب على الأزمة.

■ **احتواء الأزمة:** تعني محاصرة الأزمة أو حصرها في نطاق محدود و تحميلها عند المرحلة التي وصلت إليها، وفي الوقت ذاته امتصاص واستيعاب الضغط المولد لها، ومن ثم إفقادها قوتها التدميرية، وخير مثال هذا التطبيق على الأزمات العمالية.

■ **تشكيل لجنة لبحث الأزمة:** تستخدم هذه الطريقة عندما لا تتوفر معلومات عن القوى الحقيقية التي صنعت الأزمة أو التي لها مصلحة في إنشائها، وحيث أن إجراءات اللجنة طويلة فإن ذلك يؤدي إلى تفرع الأزمة إلى مسارات ضعيفة حتى ينسى الجميع الأزمة وأسبابها.²

■ **طريقة فرق العمل:** يتم تكوين فريق عمل متكامل مكوّن من عدد مناسب من الخبراء والمتخصصين في مختلف التخصصات التي لها علاقة بالأزمة لبحث مجالات وأبعاد وطرق التعامل معها، ووضع خطة عمل سريعة محكمة ومدروسة بدقة لهذا التعامل.

¹ عبد الله محمد الفقيه، إدارة الأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2011، ص151.

² فارس العمارات، الحسبان، عماد، النعيمي، عز الدين، إدارة الأزمة الأمنية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2022، ص160.

- **تدمير الأزمة ذاتيا:** تستخدم حينما ترى المنظمة أن هناك خطر مدمر يهدد بقاءها وهنا تلجأ المنظمة إلى التفجير الداخلي لعناصر الأزمة ومحركيها، وغالبا ما تستخدم في حالة غياب كامل من المعلومات وهنا تكمن خطورتها، أو في حالة معرفة كاملة بها وتيقن من أنه لا مفر من الصدام.¹
- وبالتالي جوهر كل أسلوب من الأساليب الحديثة هو استخدام " فريق الأزمات " لإدارة أية أزمة تواجه المنظمة أو لمساعدة وإرشاد إدارة المنظمة وتقديم المشاورات الإدارية والفنية التي تمكن هذه الإدارة من التعاطي مع هذه الأزمة وإدارتها بكفاءة وفعالية.
- وتجدر الإشارة أنه مهما تعددت طرق التعامل مع الأزمات إلا أن الطريقة المثلى للتعامل معها هي إعداد العدة لها وإخضاع التعامل معها للمنهجية العلمية والبعد عن العشوائية والعمل على تبسيط الإجراءات واستخدام الأسلوب المناسب والفعال الذي يحد من آثار الأزمة وتداعياتها.
- وتكمن أهمية تكوين إدارة للأزمات في عدة اعتبارات من أهمها ما يلي: ²
1. الأثر السلبي الكبير الذي تحدثه الأزمات على اقتصاديات الدول والأفراد ونزاد حدة الأثر سوءا إذا لم تكن هناك إدارة لمواجهة الأزمات مواجهة سريعة.
 2. يؤدي غموض الموقف الأزموي لحالة من الارتباك وعدم الاستقرار والعجز وعدم القدرة على المواجهة لفترة من الزمن، ولاشك أن وجود إدارة للأزمات يزيد من كفاءة المواجهة ، ويقلل من هذه الفترة الزمنية ويعيد الاتزان السريع، بل ويمكنها من منع حدوثها أصلا.
 3. وجود إدارة للأزمات يهيئ الجو النفسي والتعليمي لمواجهة حالات الشائعات والقلق واللامبالاة والتخريب وبعض السلوكيات المعاندة .
 4. وجود إدارة للأزمات تساهم في إعداد فريق كفاء يمكنه استخلاص وسائل غير تقليدية تزيد من كفاءتها وتحتصر الآثار السلبية في حدودها الدنيا .

¹ ربهام حميد علي، استراتيجيات جديدة لإدارة الأزمات: تدمير الأزمة ذاتيًا، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية، المجلد 07، العدد 02، 2019، ص 101- 102.

² عمر مصطفى محمد، هوار فتاح كرم، هلات سعيد محمد صالح. "استراتيجيات إدارة المواهب ودورها في تحسين إدارة الأزمات: دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في فنادق سياحية في مدينة السلیمانية". مجلة جامعة التنمية البشرية، المجلد 4، العدد 4، العراق، 2018، ص 5.

5. تساهم في انتهاج الأسلوب العلمي في المواجهة وتحديد مناطق الاستفادة من التجارب الأزمومية السابقة مما يرشد من أساليب المواجهة المستقبلية .

6. لقد أصبح للأزمة أهميتها وخطورتها على المستوى البشري من حيث الفرد والأسرة والإدارة والدولة والعالم، كما أصبح لها أهميتها وخطورتها في جميع المجالات الزراعية والصناعية والسياسية والأمنية والعسكرية. مما يدفع إلى ضرورة الاهتمام بإدارة الأزمات.

ثالثاً: إدارة الأزمات: المراحل، الاستراتيجيات، والمعوقات التنظيمية والتطبيقية:

تُعَدُّ إدارة الأزمات عملية متكاملة تتطلب فهماً دقيقاً لمراحلها واستيعاباً لاستراتيجيات التعامل معها، إلى جانب الوعي بالتحديات والمعوقات التي قد تعترض تنفيذها. فنجاح أي منظمة أو مؤسسة في تجاوز الأزمات لا يعتمد فقط على سرعة الاستجابة، بل أيضاً على مدى جاهزيتها واستراتيجيتها في إدارة الموقف بفعالية. تمر إدارة الأزمات بعدة مراحل متتابعة تبدأ من الاستعداد والوقاية، مروراً بالكشف المبكر والتعامل المباشر، وصولاً إلى مرحلة التعافي والتعلم من التجربة. كما تعتمد على استراتيجيات متنوعة تتناسب مع طبيعة الأزمة وحدتها وظروفها، بدءاً من استراتيجيات الاحتواء والسيطرة، وصولاً إلى استراتيجيات التكيف والتغيير. غير أنّ هذه العملية قد تواجه معوّقات تنظيمية وتطبيقية تحدّ من فعاليتها، كضعف الاتصال، ونقص التنسيق، أو غياب التخطيط المسبق. ومن ثمّ فإنّ فهم هذه الجوانب الثلاثة يُعدّ ضرورياً لتطوير إدارة أزمات أكثر كفاءة واستدامة.

I. مراحل إدارة الأزمات:

وقد قام بعض الباحثين بتحديد مراحل إدارة الأزمة بشكل مختلف عما سبق، فقد قسمها أحمد عز الدين إلى ثلاث مراحل • :مرحلة ما قبل الأزمة : وهي المرحلة التي تنذر بوقوع الأزمة، وهي غالباً ما تكون مرحلة تتبلور فيها مشكلة ما، وتتفاقم حتى تنتج الأزمة عنها • .مرحلة التعامل مع الأزمة : وهذه المرحلة هي المحور الرئيس لمفهوم إدارة الأزمة حيث يتولى فريق الأزمة استخدام الصلاحيات المخولة له، ويطبق الخطط الموضوعة. وهو المفهوم الأكثر قرباً لدراستنا على اعتبار أنّها تسعى لمعرفة طريقة تعامل الصفحة مع أزمة الحراك الشعبي.¹

¹ عز الدين أحمد ، "إدارة الأزمة في الحدث الإرهابي"، ط 1، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1990، ص 23.

وهناك من حدد مراحل إدارة الأزمات في عدة نقاط بالرغم من اختلاف طبيعة الأزمات وتباين الأساليب العملية اللازمة للتعامل مع كل نوع من أنواع الأزمات إلا أن ثمة قاسما مشتركا فيما بينها على المستوى النظري والمنهجي يتمثل في وجود عدد من المراحل المتتالية والمتراطة التي تمر بها تلك العملية وهي كما يلي:¹

* وضع السيناريوهات، وتجري خلال هذه المرحلة حصر الاحتمالات المختلفة للأزمة مع تحديد كيفية مواجهتها والتعامل معها.

* تحديد الأبعاد المختلفة للأزمة، وتأتي تلك المرحلة عقب وقوع الأزمة، وتجري خلالها تكييف الأزمة وتقدير حجم التهديدات والمخاطر من خلال توفير أكبر قدر من المعلومات.

* تحديد الإمكانيات اللازمة لمواجهة التهديدات الناجمة عن الأزمة طبقا لنوعية الأزمة .

* تنفيذ الخطط الموضوعة سلفا مع إدخال بعض التعديلات اللازمة المكتسبة من الاحتكاك المباشر بالأزمة.

* تقييم تجربة إدارة الأزمة بما يفيد في اتخاذ المزيد من التدابير التي يمكن أن تحول دون تفاقم الأزمات مستقبلا أو على الأقل تخفيف مخاطرها.

إن الحديث عن كيفية التعامل مع الأزمات يقودنا بالضرورة إلى البحث في كيفية إدارة الأزمات بطريقة علمية تحتوي على مجموعة من المراحل والخطوات التي سنتطرق إليها فيما يلي لنوضح خطوات التحكم في ضغط ومسار الأزمة .

1. **تقدير موقف الأزمة :** ونقصد هنا تقدير الموقف لتحليلات مضمون العلاقات، ومكونات القوة للطرفين أي صانع الأزمة و قوى قبحتها من خلال البحث في أسباب حدوث الأزمة وكيف تطورت مع مراعاة النتائج التي وصلت إليها عن طريق دراسة ردود الأفعال والآراء والمواقف المحيطة والمؤثرة بمختلف علاقاته والمنافسين .. الخ .

2. **تحليل الموقف الأزموي :** بعد تقدير موقف الأزمة الذي يستدعي فيه الدقة لأن العملية السالفة الذكر يليها عامل مهم وهو تحليل الموقف الأزموي، فالهدف من ذلك هو الاستدلال وصولا إلى اليقين من أجل توضيح عناصر الأزمة ومما تتركب ، تجبر المجموعة على تفكيك الموقف الأزموي من أجل الوصول إلى معلومات جديدة عن الموقف الأزموي وكيفية معالجته و بالتالي تكوين معلومات مسبقة .²

¹ محمود خلف جاد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.

²عباس أبو شامة، "إدارة الأزمة في المجال الأمني"، مجلة الفكر الشرطي، شرطة الشارقة، المجلد 4، العدد 3، الإمارات، 1995، ص ص، 300-301.

3. التخطيط العلمي للتدخل في الأزمة: بعدما قمنا بالمرور على مرحلتين مهمتين كبداية لتحليل الموقف الأزموي، نخطط كل ما تم التطرق إليه في شكل خريطة عامة ممكن أن يطلق عليها اسم مسرح عمليات الأزمة، كونها تحتوي على منطقة الصراع إضافة إلى الأطراف المشكلة من قبل صانعي الأزمة ومن جانب مقاومي الأزمة، مع الوقوف على جميع التغيرات التي تصاحب كل عملية ، والاحاطة بابعاد المسرح الأزموي وزوايا الرؤية المتعددة للأطراف المتعلقة بالأزمة، حيث ترسم هذه الأخيرة من خلال تحديد الأماكن الأكثر آمنا من أجل إتخاذها كمناطق ارتكاز وقواعد للانطلاق، لتكون سياج آمن سواء من ناحية القواعد الخاصة كنقطة بداية أو اعتبارها كحاجز امتصاص للصدمات في مفاجأة تدهور الموقف لتشكل لنا مناطق إنذار من شأنها أن تهدأ ضغط الأزمة، إضافة إلى تحديد أسباب الأزمة وحتى يتم الاستمرار في الخطة العلمية يجب توزيع الأدوار على قوى الأزمة خاصة أعضاء الفريق المكلف بمواجهة الأزمة مع مراعاة قدرة استيعاب كل فرد للخطة المطبقة التي ترسم هي الأخرى عاملين مهمين في نجاح سيرورتها من خلال وفرة الأدوات اللازمة للتعامل مع الأزمة والاستثمار في الوقت الذي عادة ما يعتبر ضغط مصاحب للأزمة، وبالتالي يكون رسم السيناريوهات ووضع الخطط والبرامج، وحشد القوى لمواجهة الأزمة والتصدي لها يكون في موقف صعب أثناء عدم وفرة الوقت الكافية للتخطيط، وهذا ما يجعل متخذي القرار عادة، إلى اللجوء لسيناريوهات جاهزة أعدت من قبل لمواجهة مواقف صعبة مع إجراء تعديلات لتكون جاهزة للاستخدام الفعلي.¹

4. التدخل لمعالجة الأزمة: بعدما أشرنا سابقا إلى رسم السيناريوهات المعتمدة لمواجهة الأزمة والسيناريوهات البديلة ننتقل إلى المرحلة التطبيقية والتي تكمن في المعالجة الفعلية للأزمة وهي الأخرى يمكن أن نحددها بمهام أساسية ، ثانوية ، تكميلية فالأولى تعطي لنا مهمة التدخل السريع لمواجهة الأزمة أو التقليل من أخطارها في حين الثانية تكون مصاحبة للأولى من خلال تقديم الدعم والحماية لقوى مواجهة الأزمة و أخيرا كمرحلة معالجة لما تعرض له قوى صنع الأزمة من آثار جانبية سلبية ممكن أن تحدث خللا في الوسط الذي نشأت فيه.² وتمثل إستراتيجيات مواجهة الأزمات مجموعة المناهج المختلفة التي يمكن استخدامها في التعامل مع الأزمات، ويتوقف استخدامها على القدرات الشخصية والظروف الموضوعية وعلى الإمكانيات المتاحة.

¹محسن احمد الحضيبي، إدارة التغيير، ط 1، دار الرضا للنشر والتوزيع ، دمشق، 2003، ص ص 246-243.

²عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام وإدارة الأزمات، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، 2012، ص133.

ويمكن استخدام إحدى هذه الاستراتيجيات طوال فترة المواجهة مع الأزمة وذلك حتى يتم تحقيق أهداف هذه المواجهة، ويمكن أيضا استخدام إستراتيجيات معينة في الفترة الأولى من دورة حياة الأزمة ثم يتم تغيير هذه الاستراتيجيات في بقية المراحل.

وغالبا ما يتم استبدال إستراتيجية بأخرى عندما تفشل في التعامل مع الأزمة، إلا أن اختيار الإستراتيجية المناسبة يمثل أهمية كبيرة في سرعة وكفاءة التعامل مع الأزمة ولا نستطيع أن نفاضل بين هذه الاستراتيجيات بصورة مطلقة عند التعامل مع الأزمات، أو حتى نفس الأزمة عند تكرارها، حيث أن ذلك يعتمد على الهدف المطلوب تحقيقه ومدى تناسب الإستراتيجية معه.¹

II. استراتيجيات إدارة الأزمات:

وفيما يلي نعرض لأهم إستراتيجيات المواجهة مع الأزمة.

1. إستراتيجية العنف في التعامل مع الأزمة: وتستخدم هذه الإستراتيجية مع الأزمة المجهولة التي لا يتوفر عنها معلومات كافية وكذلك تستخدم مع الأزمات المتعلقة بالمبادئ والقيم ومع الأزمات التي تنتشر بشكل سرطاني في عدة اتجاهات ومع الأزمات التي يفيد العنف في مواجهتها وذلك من خلال تخطيط مقومات الأزمة وضرب الوقود المشعل اللازمة أو وقف تغذية الأزمة بالوقود اللازم لاستمرارها كما يمكن حصار العناصر المسببة للأزمة وقطع مصادر الإمداد عنها.

2. إستراتيجية وقف النمو: تهدف هذه الإستراتيجية إلى التركيز على قبول الأمر الواقع وبذل الجهد لمنع تدهوره وفي نفس الوقت السعي إلى تقليل درجة تأثير الأزمة وعدم الوصول إلى درجة الانفجار وتستخدم هذه الإستراتيجية في حالة التعامل مع قضايا الرأي العام والإضرابات ويجب هنا الاستماع لقوى الأزمة وتقديم بعض التنازلات وتلبية بعض المطالب من أجل تهيئة الظروف للتفاوض المباشر وحل الأزمة.²

3. إستراتيجية التجزئة: تعتمد هذه الإستراتيجية على دراسة وتحليل العوامل المكونة والقوى المؤثرة وخاصة في الأزمات الكبيرة والقوية حيث يمكن تحويلها إلى أزمات صغيرة ذات ضغوط أقل مما يسهل التعامل معها ويمكن

¹ سليم بطرس جلد ، الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير ، ط 1 ، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان ، 2010، ص 92.

² عبد السلام أبو قحف، إدارة الأزمات، ط 1 ، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر و التوزيع، القاهرة، 1999 ، ص 78.

هنا خلق تعارض في المصالح بين الأجزاء الكبيرة للأزمة والصراع على قيادة الأجزاء واستمالتها وتقديم إغراءات لضرب التحالفات¹.

4. إستراتيجية إجهاض الفكر الصانع للأزمة: تسعى هذه الإستراتيجية لتحليل الأزمة بشكل دقيق من أجل ضبط الأسباب الحقيقية للأزمة ومحاولة معالجة كل سبب تستخدم عند معالجة الأزمات الخطيرة والكبيرة.²

5. إستراتيجية دفع الأزمة للأمام: تعبئة فاعلة، وحشد القوى المعادية، وزيادة الضغط الأزموي، وتوسيع نطاق المواجهة.

6. إستراتيجية تغيير المسار: تستخدم هذه الإستراتيجية في حالة الأزمات البالغة والتي لا يمكن وقف تصاعدها أو التعامل مع قوة الدفع المولدة لضغوطها، وهنا لابد من تغيير مسار الأزمة إلى مسارات بديلة، كمحاولة لتحقيق نتائج طيبة تعويضاً للخسائر التي أفرزتها الأزمة وذلك من خلال تغيير مسارها. ويركز التكتيك المستخدم فيها على خلق مسارات فرعية لازمة، أو تصدير الأزمة لخارج المجال الأزموي، أو استثمار نتائج الأزمة بشكلها الجديد لتعويض الخسائر السابقة.³

III. معوقات إدارة الأزمات:

إن المعوقات التي قد تعرقل عميلة إدارة الأزمة عن تحقيق أهدافها تصنف إلى أربعة أصناف هي⁴:

1/ **المعوقات الطبيعية الإنسانية: (Human Nature Obstacles):** وهي المعوقات التي تتعلق بالطبيعة الإنسانية للأفراد والثقافة التنظيمية السائدة بالمنظمة ومن هذه المعوقات:

الإيمان بعبارة أن هذا لا يمكن أن يحصل لنا، فعادةً ما يتجنب الأفراد التفكير في عملية التخطيط لأزمة، وتتردد هذه العبارة عادةً في المنظمات التي يكون عملها روتينياً تحيطه علاقات مستقرة وبيئة آمنة وبالتالي يجري استبعاد حدوثها.

- القصور في فهم مكان الخطر.

- بعض المفاهيم الخاطئة لدى بعض الأفراد مثل سأتعامل مع الأزمة عندما تحدث.

- التعامل مع الأزمات وتباينها بالمنهج نفسه الذي استخدم في التعامل مع أزمات سابقة.

¹ نور الهناء براهيم، إلهام بوجعدار، فراح إلياس الهنائي، إستراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، مارس 2019، ص 580.

² راسم محمد الجمال، إدارة العلاقات العامة والمدخل الإستراتيجي، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 99.

³ محمد عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 101.

⁴ عبد الكريم أحمد جميل، "إدارة الأزمات والكوارث"، ط 1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص. 56.

2/ المعوقات التنظيمية: (Organizational Obstacle) تتعلق هذه المعوقات بالجوانب التنظيمية ومنها ما يلي:¹

- عدم وجود تحديد واضح للسلطة والمسؤولية في المؤسسة.
- اختلاف الثقافات والخلفيات الاجتماعية بين الأفراد.
- صعوبات في عمليات التنسيق وممارسة السلطات واتخاذ القرارات.
- ضعف سياسات التأهيل والتدريب في مجال الأزمات.
- عدم كفاية الصلاحيات الممنوحة إلى الجهات المعنية للتعامل مع ظروف الأزمات.
- عدم التقدير الكافي لقيام العاملين بالممارسات المهمة.
- احتفاظ بعض الأشخاص بالمعلومات لأنفسهم حتى في أوقات حرجة قد تكون الحاجة ماسة للحصول عليها.
- تعرض المعلومات للتحريف والتشويه في أثناء انتقالها داخل الجهاز الإداري وخارجه.
- صعوبة تشخيص دقة المعلومات وضمان مصدر صحتها في ظروف الأزمة.

3/ معوقات الاتصال (Communication Obstacles): ومنها ما يلي:

- صعوبات في عملية نقل المعلومات وتبادلها داخل المنظمة وخارجها.
- محدودية استخدام أنظمة الاتصالات الحديثة للتصدي للأزمات.
- عدم استعداد المنظمة للتعامل مع أزمة الاتصالات، فالكثير من المنظمات لا تعرف مع من تقوم بالاتصال أو ما هي المعلومات التي يمكن نشرها عند وقوع الأزمة.²

4. معوقات المعلومات (Information Obstacles): وهي تلخص في الآتي:

- ترمد بعض الأشخاص على قبول الأفكار الجديدة من الآخرين؛ لأنهم يعتقدون أن ذلك يعني الاعتراف بعدم كفاءتهم الشخصية.
- التكتل ضد الأفكار الجديدة للاعتقاد أنها سوف تأتي بخبرات ومهارات جديدة لن يستطيعوا التعامل معها.
- الخوف من أن التغيير سوف يولد تغييراً آخر، ويمثل ذلك مستقبلاً مجهولاً عامة، وسيئاً لغير الأكفاء.
- استخدام عنصر المفاجأة في التغيير دون أن تُعرض الأفكار الجديدة على الأفراد ليناقدوها؛ وذلك لأنها تخلق جواً من التشكك.¹

¹ لباس شرفة، بوطغان، ليلي. "إدارة الأزمات - الأساليب والمعوقات"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 1، الجزائر، 2018، ص ص 45-60.

² رنيم سمير اليوسفي، تصور مقترح لإدارة الأزمات في مدارس التعليم الثانوي العام في الجمهورية العربية السورية في ضوء بعض التجارب العالمية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص: إدارة وتوجيه تربوي، كلية التربية، جامعة دمشق، 2014/2015، ص 54.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

وتضيف الباحثة إلى تلك المعوقات نقص الإمكانيات البشرية المتخصصة في مجال إدارة الأزمات وغياب خلية خاصة بها، ويظهر نقص الإمكانيات البشرية في قلة الموارد البشرية مع انعدام التكوين عدم إعطاء مكانة لعنصر إدارة الأزمات و جعله يسير بطريقة ارتجالية دون تخطيط. الأمر الذي يحول دون تقدمها أو تطورها.

¹ هلال، محمد عبد الغني حسن. مهارات إدارة الأزمات "الأزمة بين الوقاية منها والسيطرة عليها". ط 3، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر الجديدة، 1996، ص 145.

المبحث الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من الأدوات الأساسية التي تؤثر على ديناميكيات إدارة الأزمات، إذ توفر منصة فورية لتبادل المعلومات ومتابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة. وتمكن هذه الشبكات المؤسسات والجهات المعنية من رصد المواقف الجماهيرية، والتواصل مع الأطراف المختلفة، وتصحيح المعلومات المغلوطة، بما يسهم في الحد من التأثير السلبي للأزمات وتعزيز اتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة. كما تتيح دراسة هذه الشبكات فهم دورها في تشكيل الرأي العام وتأثيرها على مجريات الحراك الشعبي وتجارب المؤسسات المختلفة، مما يجعلها عنصراً حيوياً في استراتيجيات الإدارة الحديثة للأزمات.

المطلب الأول: استراتيجيات الاتصال في البيئة الرقمية الجديدة: دراسة حول مفاهيم العالم الافتراضي، توظيف التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات:

يمثل الاتصال في البيئة الرقمية الجديدة أداة استراتيجية حيوية في إدارة الأزمات، حيث يتيح توظيف التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي الوصول المباشر والسريع إلى الجمهور المستهدف، ورصد ردود الفعل في الوقت الفعلي، وتشكيل الرأي العام بشكل فعال. يركز هذا المطلب على دراسة مفاهيم العالم الافتراضي وأثرها على أساليب الاتصال الحديثة، بالإضافة إلى استعراض كيفية توظيف المنصات الرقمية في صياغة رسائل دقيقة، وتسهيل الحوار بين المؤسسات والأفراد، مما يعزز القدرة على مواجهة الأزمات وتقليل آثارها السلبية.

أولاً: البيئة الرقمية الجديدة:

لقد شهدت عقود الثمانينات والتسعينيات من القرن العشرين تركيزاً ملحوظاً على موضوع "المعرفة" وعلاقتها بثورة التكنولوجيا والاتصالات من ناحية وعلاقتها تنامي المجتمع المعلوماتي من ناحية أخرى، وقد جاء ذلك مصاحباً للوعي الكامل بالأهمية الوظيفية للمعرفة و الناتج بدوره عن تغلغل شبكة الانترنت وبفضل هذه الأخيرة تشكلت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، نتحدث عبر غرف الحوار والدرشة، بدون حدود وبدون تاريخ وهو ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي والمجتمعات المتعاملة مع بعضها البعض داخل مكان افتراضي ما يعرف بالمجتمع الافتراضي عن طريق الاتصال التفاعلي.¹

¹ Castells, Manuel. The Rise of the Network Society. 2nd ed., Wiley-Blackwell, United States, 2010, p 3-10.

لقد ارتبط ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بظهور الجيل الثاني من الويب 2.0 الذي أحدث بحق ثورة عالم الانترنت وشكل ما أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي، فأصبح الحدث هو بروز العالم الافتراضي كمساحة مكانية وزمانية أضحت كما الأرض الجديدة، حيث هرعت إليها رؤوس الأموال **cyberassets** والحركة الثقافية والعلمية المعاصرة، بل وحتى مظاهر التسلية المختلفة وكذلك الجريمة.. الخ، كل ذلك مصحوبا ببداءات عاطفية من دول ومنظمات دولية مختلفة. فهو حدث استراتيجي خطير، ولكن إستراتيجيته لا تبرز في منطق السيطرة بقدر ما تحدد مفهوم براءة التعامل معه. فالسنوات القليلة الماضية التي أشعلت لهيب الحركة باتجاه هذا العالم، حتى أصبح "موضة العصر"، جعلت بناء المجتمع معلوماتي واحد، ينعم به الإنسان بدفء وشفافية المعلومة، حيثما ووقتما يشاء، وبالتالي فإن الاستجابة لمثل هذا العالم الجديد قد تحققت بالفعل، فقد انتصر مجال الوصول إلى المجتمع المعلوماتي **information society**، وبحيث أضحت سمة التحضر المعاصرة ليست ممثلة في امتلاك قواعد الوصول إلى العالم الافتراضي، فمن الممكن اليوم أن نجد فئة كبيرة من الأفراد لا تملك بالضرورة عربات ولكنها تملك وسائل اتصال رقمية، ومثل هذا الاتجاه الجديد وإن كان له فائدة ما أو مجموعة فوائد تشعر الفرد بكونه متابعا للتطور إلا أنه اتجاه نمت معه مشاكل خلفها التفاعل مع الحدث¹.

ثانيا: مفاهيم العالم الافتراضي:

ومن المفاهيم المتعلقة بالعالم الافتراضي نجد:

الفضاء العمومي: يعرف "يورغن هابرماس" الفضاء العمومي على أنه "فضاء للوساطة يقوم فيه الأفراد الخواص بالاستخدام العمومي للعقل بغية بناء توافق سياسي"².

ويرى "هابرماس" أن "الفضاء العمومي هو" عبارة عن دائرة وسطية تكونت تاريخيا في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة وهو مجال متاح لجميع المواطنين حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن رأي عام". ويشير "برنار مياج" أن تنظيم الفضاء العمومي يتم من خلال أربعة نماذج للتواصل تعاقب تكونها تدريجيا بواسطة صحافة الرأي وبعدها الصحافة التجارية الجماهيرية ثم الإعلام السمعي البصري الجماهيري وأخيرا التلفزة الجماهيرية"، ويرى "فولتون" أن

¹ Blackwell, USA, 2014, p. 3.-1st ed. Wiley **Web 2.0 (and Beyond)**.Arora, Payal.

² لعباضي نصر الدين، "فضاء عمومي أم تخيال إعلامي؟ - مقارنة لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية"، -حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية

31، الرسالة 336، جامعة الكويت، 2011، ص 31، <http://search.mandumah.com>

الفضاء العمومي "يرمز إلى واقع الديمقراطية في نشاطها وممارستها وأنه لا يمكن تقرير وجوده كما لو أننا ننظم الانتخابات"¹.

ويرتكز الفضاء العمومي على النقاش والحجاج العقلي، فالفعل التواصلية ضمن ما يصطلح عليه هيرماس بالعالم المعيش، وينبني التفاهم في النظرية التواصلية عند هيرماس على الحجاج العقلي، الذي لا يمكن أن يستقيم على غير سلطة العقل، والذي يجب أن يكون بمنأى عن أية تأثيرات أيديولوجية، والذي يمكنه أن يركز على التراث الكوني لحقوق الإنسان كقاعدة نظرية مشتركة. هذا الضرب من الحجاج لا يمكن أن يتحقق إلا داخل فضاء عمومي تتحقق فيه شروط الديمقراطية، لذلك يرى هيرماس أن التفاهات والتوافقات المشار إليها لا يمكن أن تتم إلا في المجتمعات الديمقراطية. انطلاقاً من هذه العوامل يرى هيرماس أن الفضاء العمومي هو أداة التي من خلالها يتمكن المجتمع من حكم نفسه وفض نزاعاته من خلال المشاركة العمومية وهذه المقاربة المفاهيمية للفضاء العمومي هي العنصر الأكثر مثالية في نظرية الفيلسوف هيرماس لأن الفضاء العمومي هو أحد ركائز الديمقراطية.²

المجتمع الافتراضي : هذا المصطلح ظهر في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب (rheingold) عام 1993، ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية ودينية وسياسية، يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج واليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها وتعبير (moor and weignd) المجتمع الافتراضي هو نظام اجتماعي تكنولوجي.³ ويعتبر التفاعل الافتراضي الامتداد الحقيقي للاتصال الافتراضي الذي يرتبط بدور الانترنت الذي استقر في الممارسة اليومية لمستخدمي هذه الشبكة، فقد توسع نسيج الفضاء المعلوماتي وزاد من فروعه فتحول الويب إلى أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال وتواصل من المدونة والدرشة إلى الفايبروك.⁴

الاحتجاجات protestes: تعد حق من حقوق الإنسان ووسيلة للحصول على الحقوق المسلوبة والضغط على السلطات الحاكمة.

¹ عبد اللطيف بن صفيّة، وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد: 4، لسنة 2011، ص ص 19-9.

² Anne- Marie Gingras, **Media et démocratie le Grand malentendu**, presse de l'université de Québec, 2009, p14 .

³ Rheingold, Howard. **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. 1st ed., Addison-Wesley, 1993, p 3.

⁴ Wendy W. Moe and David A. Schweidel, **Social Media Intelligence**, 1st ed. (Cambridge: Cambridge University Press, Canada, 2019), p78 .

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

المظاهرات demonstrations: من الحريات السياسية التي تسمح للمواطن بممارسة حقه في التعبير عن رأيه في الحياة السياسية وانتقاد الحكومة ومعارضتها.

الإضرابات Strikes: حق من الحقوق الدستورية التي يتمتع بها المواطن ويعرف على أنه عبارة عن التوقف عن العمل بصورة مقصودة وجماعية وهدفه الضغط على المسؤولين، ويلجأ أيضا إلى الضغط على الحكومات لتغيير سياستها.

العصيان المدني civil dis obédience: وهي أحد الوسائل السلمية المكفولة دستوريا والمتاحة للمواطنين من أجل المطالبة بحق من الحقوق أو رفض نشاط حكومي ما وهو أحد سبل المقاومة والمعارضة والضغط على السلطات والحكومة.¹

ثالثا: توظيف التكنولوجيا في الاتصال ونشر المعلومات: استراتيجيات وأدوات مبتكرة لإدارة الرسائل الرقمية:

يمثل توظيف التكنولوجيا في الاتصال ونشر المعلومات ركيزة أساسية لتطوير استراتيجيات مبتكرة لإدارة الرسائل الرقمية بشكل فعال وسريع أثناء الأزمات.

I. توظيف التكنولوجيا في نشر المعلومات:

الصحفي المواطن: توفر صحافة المواطن بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء ووجهات النظر المتنوعة ولاسيما من جانب الشباب تجاه مختلف القضايا العامة والحساسة، وتؤمن فرصة عظيمة للتحرر من الإعلام الداخلي أو الموجه، وتؤدي دورا رقابيا حاسما في الدول التي تنعدم فيها حرية الصحافة، لكن هذه الأدوار المهمة تجعل المواطنين الصحفيين في مواجهة أخطار جمة، تكاد لا تختلف في شيء عما يواجهه زملاؤهم المحترفون، سواء في أوقات الحرب أو السلم، كتعرضهم لأعمال انتقامية في ردود فعل على ما يقومون به من أنشطة نقل الأخبار، وأحيانا تصل شدة المضايقات وأعمال التهيب التي تواجههم إلى درجة الاغتيال والتهديد بالقتل، والاعتداءات الجسدية، والاعتقالات والاحتجاز التعسفي والمراقبة والملاحقة القضائية، والواقع المزن أن المواطنين لا يتمتعون بالمزايا التي

¹ أميرة محمد سيد أحمد، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2015، صص 76-87.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

يتمتع بها الصحفيون المحترفون من شهرة ودعم وحماية المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، ما يجعلهم أكثر عرضة للاعتداءات والمضايقات والانتهاكات¹.

والملاحظ أن الكثير من السياسيين قد تولد لديهم اهتمام بتوظيف هذه الوسائل الجديدة لخدمة رسائلهم السياسية ومحاولاتهم الالتفاف حول الحصار الذي تطبقه وسائل الإعلام التقليدية على بعض السياسة الناشطين، كما يرى بعض السياسة أن هذه الوسائل هي أوعية نشر إضافية يجب توظيفها للوصول إلى الجمهور العام أو جمهور خاص على وجه التحديد في خطوات لمزيد من التواصل بين السياسيين والمواطنين².

إن المواطن الرقمي هو مواطن ديمقراطي، لكنه لا يؤمن بالديمقراطية السياسية، أي لا يريد أن ينوب عنه منتخبون محليون في تقرير ما يريد، بل يريد أن يكون شريكا حقيقيا في الحكم، لقد أصبح لديه مقعدا على طاولة الرئيس حيث يستطيع مخاطبة رئيسه بشكل مباشر دون الحاجة إلى وسيط عن طريق البريد الإلكتروني فبفضل الإعلام الجديد سوف يتراجع الإهمال السياسي ومقاطعة الانتخابات إلى مشاركة سياسية قوية نظرا لسهولة إبداء الرأي والتواصل³.

ففي ظل زيادة نفوذ تكنولوجيا المعلومات في المجتمع، بدأ الحديث عن ميلاد «الجمهوريات الإلكترونية» وأنظمة ديمقراطية جديدة، وفي خضم ذلك بدأت تتجسد ظاهرة الانتخابات الإلكترونية كإلزامية حتمية لظهور هذه الجمهوريات هذا النظام أصبح يمارس ويتطور في عدد من الدول⁴. فم منذ تحول الانترنت إلى وسيلة إعلام واتصال جماهيرية في نهاية القرن الماضي أصبح لهذا العنصر الجديد دور كبير في عملية التحول الديمقراطي من خلال بروز ما يسمى الديمقراطية الرقمية، والتي تقوم بالأساس على دمج تكنولوجيا العصر الحديث وأبرزها الانترنت والحاسبات في الحياة السياسية فيصبح للجماعات والأحزاب والشخصيات السياسية على الشبكة الدولية مواقعها وأدواتها ووسائلها للوصول إلى جمهورها والتواصل بين أعضائها وتبادل الرسائل والمعلومات وإدارة الحملات⁵.

¹ Allan, Stuart. **Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis**. 1st ed. Cambridge, UK: Polity Press, 2013, p. 45.

² Lipschultz, Jeremy Harris. **Social Media and Political Communication**. 1st ed. London & New York: Routledge, 2022, p. 35.

³ Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert, and Ramona S. McNeal. **Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation**. 1st ed. Cambridge, MA: The MIT Press, 2007, pp. 70–72.

⁴ محمد لعقاب، **المواطن الرقمي**، مرجع سابق، ص 85.

⁵ زهير كروم، **الإعلام الجديد والديمقراطية**، سلسلة أعمال الملتقيات: الاتصال السياسي في الجزائر، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010، ص 49.

"أضحى هذا العصر الحديث يمثل تحديا هائلا للنظم السلطوية وخصوصا أن ثورة الاتصالات ارتبطت بتحويلات على مستوى العالم في اتجاه الديمقراطية في إطار ما عرف بموجات التحول وبضغوط عالمية ومحلية في اتجاه السير نحو درجات أعلى من الديمقراطية وتفكيك البنية الأساسية للاستبداد والتسلط السياسي".¹

أما **صحافة المواطن** فهو مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت حديث النشأة إذا ما نظرنا إليه تاريخيا، كما انه غير مستقر على المستوى المفاهيمي، شُخص هذا المفهوم عند البعض على انه عبارة عن إعلام المواطن، البعض الآخر الإعلام التشاركي أو التفاعلي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية.²

كانت المدونة في بداية ظهورها عبارة عن صحيفة لكنها - تتميز بالذاتية والتصاقها بالخصوصية (الحياة الخاصة)، لكن مع تبلور وشيوع الوسائط المتعددة (الصورة، الفيديو، الصوت) تحول اهتمام المدونة إلى نقل الوقائع وبروز البعد الإعلامي الصحفي في مخرجاتها وهو ما أدى إلى بروز المدونات الإخبارية. إن إمكانية تحيين أية مدونة من أي جهاز كومبيوتر ومن أي بقعة في العالم ونشر أي مضمون وفر فرصة التفاعل لمستخدمي الإنترنت في حلهم وترحالهم. وقد عبر عن هذه الحالة دى روسني بقوله " كل مواطن هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقعها، فلا تستطيع أية وكالة أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، فظهور الصحفي المواطن أصبح ظاهرة غير قابلة للتجاهل، فقد أظهرت أحداث التسونامي في جنوب شرق آسيا وتفجيرات لندن وإعصار كاترينا في الولايات المتحدة حقيقة قوة وفاعلية هذه الظاهرة".³

المعلومات التي يتم استقاؤها من مصادر الجمهور: يمكن أن تساعد هذه على ضمان تدفق أفضل للمعلومات بين المواطنين والحكومة، ولاسيما في حالات الطوارئ، فمن خلال الدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن يصبح المتفرجون السليبيون مواطنين صحفيين نشطين، يقدمون المعلومات وينقلونها من مواقع الحدث مباشرة، وقد أصبحت الاستفادة من حكمة جمهور الناس تمثل بالفعل قيمة عظيمة وواضحة. وبالتالي فإن هذه التطبيقات

¹ نفس المرجع، ص 50.

² جمال الزرن، "صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد: 51، 52، 2009، معهد الصحافة وعلوم

الإخبار جامعة منوبة تونس، ص 20.

³ المرجع نفسه، ص 4.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

المبهرة ما هي إلا البداية، وكلما زادت قوة الأساليب المستخدمة للاستفادة من مثل هذا النوع من المعلومات، ازدادت فاعلية الاستجابات التي يمكن القيام بها وخصوصاً أثناء الأزمات.¹

II. ظهور وسائل الاتصال الحديثة: دراسة حالة الفايسبوك كأداة للتواصل الرقمي:

وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، والرسائل الفورية، والمدونات، هي أدوات أساسية للتواصل الفعال مع الأزمة. وبالتالي فإن مراقبة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون مفيدة في الاتصالات مع الأزمة.

تعريفه: هو موقع إلكتروني للشبكة الاجتماعية ي ساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم وأصدقاء العمل بفعالية أكثر عبر الإنترنت، ينشئ المستخدمون (Profile) لهم يتضمن غالباً صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة وتكوين مجموعات من الأصدقاء ويمكن لأي شخص الدخول إلى موقع الفيسبوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم أو التعرف إلى أشخاص جدد يستطيع بموافقتهم التعرف على ما يسمحون له من 2 معلومات تتعلق بهم وأصدقائهم.²

III. استراتيجيات التعامل مع الأزمات عبر التكنولوجيا:

من العوامل المسببة للأزمات ظهور الإشاعة وانتشارها عبر الفايسبوك ويقصد بالإشاعة لغة قال في اللسان تحت مادة: شيعت فلانا اتبعته وشايعة: تابعه وقواه، ويقال شاعك الخبر، وشاع الخبر ذاع وأشاع ذكر الشيء وإشاعة الأخبار المنتشرة ورجل مشيع أي مذياع لا يكتم سرا وشاع الصدع في الزجاج.³

اصطلاحاً: كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى شخص، دون أن يكون لها معايير أكيدة للصدق. وجاء في تعريفها أيضاً هي اصطلاح يطلق على رأي موضوعي معين كي يؤمن به من سمعه وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو الدليل وهي

¹ السير ديفيد أوماند، وجيمي بارتيلت، وكارل ميلر، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، ترجمة مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط 1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، سلسلة كتب المستقبل، العدد 125، أبوظبي، 2014، ص 11.

² طاهر حسن أبوزيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، (رسالة ماجستير، جامعة الأزهر غزة: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية)، 2012، ص 28.

³ ابن منظور، لسان العرب، ج:1، دار المعارف، القاهرة، 2007، ص 188.

النبأ الهادف الذي يكون مصدره مجهولاً وهي سريعة الانتشار، ذات طابع استفزازي أو هادئ حسب طبيعة ذلك النبأ.¹

إن الشائعات لها من الآثار الضارة وقت الأزمات سواء على مستوى المجتمع كله أو على مستوى المرفق العام بالأجهزة الإدارية بالدولة فهي تثير عواطف المواطنين وتعمل على بلبلة الأفكار فالكثير من الأفراد لديهم ميل لتصديق الشائعات دون محاولة تكليف أنفسهم الوقوف على الحقيقة بل قد لا يكتفي أحدهم بتصديق الشائعة وإنما يضيف إليها من عنده استنتاجه وتخمينه و قد تسهم بعض وسائل الإعلام في نشر الشائعات أو تحريف الأخبار، فعند وجود الغموض اتجاه المعلومة تأتي الإشاعة عن طريق الترويج لها و هذه الأخيرة تؤدي على بلبلة الرأي وتحدث عدم التوازن لذلك على المنظمات مواجهة الإشاعة بعرض الحقائق دون أحداث الضرر العام و بالتالي على المنظمات وضع تصور واضح لإبعاد الإشاعة ووضع خطة واضحة للرد عليها أثناء وجود تصريحات كاذبة وإظهار الحقيقة لإطفاء الأزمة وآثارها المختلفة.²

¹عبد العزيز بن محمد السدحان، أخي احذر الشائعة، ط1، دار القاسم، الرياض، 2000، ص141.

² Doorley, John, and Helio Fred Garcia. **Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication**. 2nd ed. London: Routledge, 2011.p 39.

المطلب الثاني: توظيف الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كأدوات في إدارة الاتصال والأزمات الرقمية:

يركز هذا المطلب على كيفية توظيف الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كأدوات فعالة لإدارة الاتصال والأزمات الرقمية، مستعرضاً دورها في نقل المعلومات بسرعة، والتحكم في الرسائل، وتعزيز التفاعل المباشر مع الجمهور أثناء الأزمات.

أولاً: توظيف الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي خلال اتصال الأزمات:

نعيش اليوم عصر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم الانتقال من السلوك الإنساني التقليدي، الذي يركز على دعائم مادية ملموسة، إلى السلوك الإنساني الإلكتروني، الذي يتأسس على ركائز معنوية، مرتبطة بعالم الإعلام الآلي والحواسيب والبرمجيات والإنترنت بمختلف أجياله المتعاقبة، إنه باختصار خطوة بشرية تم تخطيطها نحو عالم جديد وحديث، نحو العالم الافتراضي لا تستثني الأزمات من هذا التحول العميق، الذي غير أساليب التعامل مع هذه الأوضاع الاستثنائية، التي تحتاج إلى إعادة تأهيل في مختلف أبعاد إدارة الأزمات. فمثلما لدينا أزمات بشكلها التقليدي المعروف لدى الجميع، لدينا أيضاً أزمات إلكترونية، مصدرها بشري، ولكن دعائمتها إلكترونية، أي أن أصلها ومجال انتشارها إلكترونيان، يرتبطان ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت.¹ وهو ما يحتاج منا كل الدراسة والإحاطة المعرفية واتصال الأزمات بدوره يحتاج منا كل العناية البحثية، من حيث علاقته بما يتم تداوله عبر الإنترنت، فيما يخص كل المعلومات السيئة، حول المنشأة ومنتجاتها وخدماتها وعلامتها، وكيفية التعامل معها باستخدام دعائم إلكترونية، أي مواجهة ما يقال عبر الإنترنت بالإنترنت. ولا تستبعد مواقع التواصل الاجتماعي من هذه المسألة، باعتبارها طرفاً فاعلاً في الأسباب والنتائج والحلول المتعلقة باتصال الأزمات؛ حيث أن أسباب حدوث الأزمات منشؤها من مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تعد حاضنة لنوع من الأزمات ينشأ وينتشر عبر الكلمة المنقولة سابقاً، ومواقع التواصل الاجتماعي حالياً، أو ما يعرف بـ "الطين السيء" (Bad Buzz). ولتجاوز هذا النوع من الأزمات، نحتاج إلى جملة من الأدوات، ومواقع التواصل الاجتماعي تعد إحداها. وذلك في إطار عدة لإدارة اتصال هذا النوع من الأزمات المرتبط بالكلمة المنقولة عبر الواب 2.0.²

¹ Thierry Libaert .op.cit.p:67.

² السيد سالم، شيماء، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 6، العدد 56، يوليو 2016، ص. 313.

ثانيا: الإنترنت كأداة لإدارة الأزمات الرقمية:

على النقيض من الحالتين السابقتين، يعتبر الإنترنت في هذه المرة، جزء من الحل، وأداة فعالة في احتواء الأزمات، إذا ما أحسنت توظيفه المنشأة، دعما لجهودها الاتصالية ضد الأوضاع المتأزمة، فقد تستخدم هذه الوسيلة الاتصالية لممارسة اليقظة، تحسبا لأي طارئ غير مرغوب فيه.

وعلى هذا الأساس، أصبحت الإنترنت تستخدم بكثرة، كإجراء رقابي على بيئة المنشأ الداخلية والخارجية، فكل الاحتجاجات يتم رصدتها من قبل الإنترنت، لاسيما إذا كانت منظمة، تعد تهديدا بالنسبة للمنشآت، وإنذارا مبكرا ينبغي أخذه في الحسبان، لكيلا يتحول إلى أزمة حقيقية، وهذه هي الغاية من استخدام الإنترنت. هذا الأخير، قد تستعين به المنشآت أيضا لدعم اتصال أزماتها المني في الأصل على وسائل تقليدية، وهو ما حدث مع شركة الطيران الفرنسية، عند تحطم طائرتها "كونكورد" (Concorde)، في 25 جويلية 2000، حيث أجادت هذه المنشأة توظيف الإنترنت لصالحها، وبالأخص موقع "ياهو" (Yahoo)، كسند لها في هذه الفترة الحساسة، فبالإضافة إلى تخصيص مساحة على موقعها الرسمي لتغطية الحدث، قامت بإرسال بيانات صحفية على الإنترنت، الأول (17.45 سا) ساعة بعد حدوث الكارثة، أعلنت فيه عن الحادثة، إلى جانب عدد الركاب وجنسياتهم.¹ والثاني (18.20 سا) لإعلان تشكيل خلية الأزمة. والثالث (21.30 سا) عبر من خلاله الرئيس المدير العام، عن تأسفه لوقوع الحادث، والرابع (22.30 سا) للإعلان عن أهم التدابير وإجراءات استقبال عائلات الضحايا، ومعلومات تقنية أخرى بشأن الطائرة المخطمة، الأمر الذي ساعد كثيرا شركة الطيران الفرنسية على إرسال المعلومات فور جمعها وصياغتها، وضمان بذلك سرعة تقديم المستجندات للصحافة الدولية، مما ساهم كثيرا في تخفيف الضغط الإعلامي على المنشأة). ويمكن استخدام الإنترنت في شكل ما يعرف بـ "المواقع المخفية" (Dark Sites)، حيث تقوم بإنشائها المنشآت، بغرض تفعيلها وقت الحاجة إليها (أي أثناء حدوث الأزمات).²

¹ Thierry Libaert .op.cit.p 98.

² Coombs, W. Timothy, and Sherry J. Holladay, eds. The Handbook of Crisis Communication. 1st ed., Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 2012,p 379.

المبحث الثالث: نماذج لتفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات في الوطن العربي:

يلعب الإعلام الاجتماعي في وقت حدوث الكوارث أو الأزمات دوراً هاماً وبارزاً في إخبار الناس بما يحدث وفي توجيه سلوكهم للتفاعل والتعامل مع الكوارث والأزمات نفسياً واجتماعياً وعلمياً مما يخفف من آثار الكارثة أو الأزمة ويحد من تفاقمها، بل ويساعد الناس على تجنب مضاعفاتها وفي كيفية معالجتها، فكثير من الأعاصير والزلازل والكوارث الطبيعية التي حدثت في العالم مثل تسونا في جنوب شرق آسيا وزلازل في الصين واليابان لعب فيها الإعلام الاجتماعي دوراً بارزاً على المستوى المحلي وعلى المستوى الدولي للتخفيف من ويلات هذه الحوادث الطبيعية. فالإعلام الاجتماعي يلعب دوراً هاماً في معالجة الكوارث والأزمات وتوجيه الناس نحو السلوك الأفضل، والأزمات ليست سياسية فهناك أزمات مالية وأزمات مصرفية وأزمات داخل المنشآت والشركات وأزمات داخل المجتمع وأزمات الجماعة وأزمات الأفراد والأزمات الاجتماعية.

يبرز الدور الذي لعبته التقنيات التكنولوجية هنا في إعداد الثورات والانتفاضات الشعبية عن طريق التواصل حيث أنها عملت على اختصار الوقت ما يجعل التأطير لأي ثورة سهلاً مقارنة بما كانت عليه بعيداً عن ثورة تكنولوجيا المعلومات من حيث الفترة الزمنية طويلة والإمكانيات البشرية والمادية لتحقيق الاتصال عن طريق الاجتماعات وإعداد منشورات من أجل بناء ثورة، ناهيك عن المراقبة الأمنية.¹

المطلب الأول : الفضاء الرقمي كأداة للتعبئة السياسية والاجتماعية: تحليل تجارب تونس، مصر، وتركيا في الثورات العربية:

شهدت الثورات العربية في العقد الأخير من القرن الحادي والعشرين تحولاً نوعياً في وسائل التعبئة السياسية والاجتماعية، حيث أصبح الفضاء الرقمي أحد الركائز الأساسية في نقل المعلومات وتنظيم التحركات الشعبية. لعبت شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية دوراً حيوياً في تجاوز الرقابة الإعلامية التقليدية، وإتاحة فضاء افتراضي يسمح بالتواصل بين المواطنين وتعبئة الدعم الجماهيري. في هذا السياق، تقدم هذه الدراسة تحليلاً مقارناً لتجارب تونس ومصر من جهة، وتركيا من جهة أخرى، لتبيان كيفية استخدام الفضاء الرقمي كأداة للتعبئة والمشاركة السياسية والاجتماعية، مع التركيز على آليات تنظيم الاحتجاجات، دور صحافة المواطن، وأثر الفضاء الرقمي في تعزيز الشفافية والمسؤولية الحكومية.

¹ اللواء الرشيد، محمود، خبير الأمن المعلوماتي، الإنترنت والفيديو " ثورة 25 يناير نموذجاً"، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، 2012، ص 9.

أولاً : تونس ومصر: الفضاء الرقمي كأداة للتعبئة الشعبية:

أحدثت شبكة الإنترنت، ولا سيما وسائل التواصل الاجتماعي، تحولاً نوعياً في أدوات المقاومة السياسية في العالم العربي، وخصوصاً خلال موجة الاحتجاجات التي انطلقت نهاية عام 2010. فقد مكّنت هذه الوسائل قطاعات واسعة من المواطنين، وخاصة الشباب، من تجاوز الرقابة الرسمية الصارمة، والولوج إلى فضاء عام افتراضي للتعبير عن آرائهم وتنظيم تحركاتهم، وهي وظائف كانت شبه مستحيلة في ظل الأنظمة السلطوية التي احتكرت الإعلام التقليدي لعقود¹.

في تونس، شكّلت الشرارة التي أطلقها محمد البوعزيزي، والتي وثّقها الهواتف المحمولة وانتشرت عبر "فيسبوك" و"يوتيوب"، بداية مرحلة جديدة في علاقة المواطنين بالسلطة. فقد انتشرت صور قمع الشرطة وتردي الأوضاع الاجتماعية بسرعة غير مسبوقة، وأصبح الفضاء الرقمي وسيلة لتكثيف الغضب الجماعي وتوحيد المطالب. المدونات التي كانت تُتابع محلياً، تحوّلت إلى منصات مؤثرة إقليمياً، وأسهم الناشطون الرقميون في تحويل الأحداث المحلية إلى قضية رأي عام عالمي. هذا الزخم الإعلامي الرقمي كسر حالة الصمت التي فرضها النظام التونسي لعقود، وخلق دينامية اجتماعية جديدة خارج الأطر التقليدية للحركات السياسية والنقابية².

أما في مصر، فقد اخذت الثورة الرقمية شكلاً أكثر تنظيمياً وتخطيطاً مقارنة بتجارب سابقة، حيث بدأت الحملات المعارضة لنظام الرئيس السابق حسني مبارك قبل سنوات من اندلاع ثورة 25 يناير من خلال التدوين السياسي وحملات منظمة على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر. يشير الباحث جيلبير أشكار إلى أن هذه الأنشطة الإلكترونية تطورت إلى تحركات ميدانية فاعلة، كان أبرزها "يوم الغضب" الذي نظمته نشطاء صفحة "كلنا خالد سعيد"، والتي أصبحت واحدة من أكثر الصفحات تأثيراً في المشهد الرقمي العربي، حيث تجاوز عدد أعضائها 150 ألف مشترك قبل أيام قليلة من موعد الاحتجاج، مما يعكس مدى التفاعل والفعالية التنظيمية التي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعي. لم تكن هذه الصفحات مجرد أدوات إعلامية، بل تحولت إلى بنية

¹ عبد الله أحمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، العراق، 2012، ص 199-200.

² Tarek Kahlaoui, "The Powers of Social Media," in The Making of the Tunisian Revolution: Contexts, Architects, Prospects, ed. by Larbi Sadiki and Layla Saleh, Edinburgh: Edinburgh University Press, 1st ed., 2015, p 147.

الفصل الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

تعبئة شعبية تفاعلية جمعت بين التوثيق والتوجيه والتنسيق في آن واحد، مسهمة بذلك في نقل الثورة من الفضاء الرقمي إلى الشارع.¹

وقد أثبتت هذه التجارب، كما يؤكد فارس، أن الإنترنت لم يكن مجرد أداة اتصال، بل أصبح سلاحاً سياسياً بيد الأفراد العاديين، غيّر ميزان القوى بين المواطن والدولة، وساهم في إعادة تشكيل المجال العام، حيث أصبحت المواجهة مع الأنظمة تُخاض على جبهتين: الشارع والفضاء الرقمي. هذه النقلة النوعية جعلت من شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً حاسماً في تسريع وتيرة التغيير السياسي في العالم العربي، وجعلت من تونس ومصر مختبرين حقيقيين لثورات العصر الرقمي.²

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي يسمح بنقل المعلومة إلى آفاق غير مسبقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي. فقد أطلقت في الآونة الأخيرة على الانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية التي اجتاحت شمال إفريقيا ومنطقة الشرق الأوسط وما زالت متواصلة أطلقت عليها تسميات عديدة منها): ثورة الفيسبوك الربيع العربي ثورة الياسمين ثورة الفراغة الثورة الخضراء وثورة الكرامة (وغيرها وبالرغم من أحقية هذه التسميات وتوق الشعوب إلى الانعتاق والحرية فإن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دوراً ريادياً في هذه التحركات الشعبية و إن إبطائها هم أناس عاديون من جيل الشباب المحرومون من أبسط الحقوق المدنية في الحرية والعمل وإبداء الرأي والتجمهر والتظاهر هذا الجيل من الشباب اختار أن يقف بوجه الحكام ويطالبهم بحقوقه المشروعة حاملاً سلاح العلم والمعرفة والرأي الجريء فتحول هؤلاء الشباب إلى صحفيين ومراسلين وكتاب في لحظة من الزمن وقد لا يكون الغالبية العظمى منهم يعرف شيئاً قبل هذه الأحداث عن ماهية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في بث روح التحدي لديهم.³

¹ Gilbert Achcar, **The People Want: A Radical Exploration of the Arab Uprising**, 1st ed. (Berkeley: University of California Press, 2013), p p 150–152.

² Faris, David. **Dissent and Revolution in a Digital Age: Social Media, Blogging and Activism in Egypt**. 1st ed. London: I.B. Tauris, 2013, p p 31-32.

³ الراوي، بشرى جميل، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2012، ص 95.

بالطبع استخدموا هذه الشبكات كوسيلة تفاعلية بينهم ونشر وتبادل الأخبار والمعلومات الهامة وتحديد مواعيد وأماكن التحشيدات الجماهيرية التي ينوون الانطلاق منها إلى أماكن ذات تأثير رمزي على جميع المواطنين كالساحات والميادين العامة كما أوصلوا أنباء تلك التحركات الجماهيرية إلى كافة أنحاء العالم عبر شبكات التواصل الاجتماعية والهواتف النقالة والفضائيات التليفزيونية مستعملين كلمات جديدة أضيفت إلى قواميس الاتصالات والعمل الصحفي ومنها ما تختصر على كلمة واحدة كالشفرة مثل: عاجل متظاهر عاجل جدا ومؤكد (وغالبا ما تستخدم في شبكات التواصل مثل): يرجى نشره بأسرع وقت واتصال من ميدان التحرير وفي بعض الأحيان تعزز هذه العبارات بمقاطع فيديو تسجيل الحدث زمانيا ومكانيا في آن واحد ويلاحظ أن ذلك برز بشكل خاص في تحركات الجماهير الاحتجاجية في إيران.¹

ثانيا: تركيا: الفضاء الرقمي كأداة للتنسيق والمشاركة السياسية:

شهدت الثورات العربية التي انطلقت منذ نهاية عام 2010 تحوُّلاً نوعياً في أساليب التعبير السياسي والمقاومة الاجتماعية، وكان للفضاء الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي دور محوري في هذا التحوُّل. ساهم الإنترنت في تمكين قطاعات واسعة من المواطنين، خاصة الشباب، من تجاوز القيود التقليدية المفروضة على الإعلام، والوصول إلى فضاء عام افتراضي يمكن من خلاله تبادل المعلومات وتنظيم التحركات الجماعية.²

تأتي دراسة حالة تركيا لفهم هذا الدور الرقمي بشكل أكثر وضوحاً، حيث أظهرت التجربة التركية كيف يمكن للفضاء الرقمي أن يصبح أداة فعالة للتعبئة الاجتماعية والمشاركة السياسية، وفي الوقت نفسه كيف يمكن أن يواجه تحديات الرقابة والمعلومات المضللة.

لعب الفايستوك دوراً جوهرياً في الأزمة التركية إذ تؤكد الدراسات في هذا المجال أن أول موقف مارسه السلطة السياسية في البلاد ممثلة في الرئيس التركي الطيب اردوغان هو إرسال فيديوهات مصورة لطمأنة شعبه عن حاله وتأكيده إخفاق المعارضة في الوصول للسلطة.³

¹ شروق سامي فوزي، التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص202.

² سلمان، حسام، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين: ثورات الربيع العربي نموذجاً، دراسات استراتيجية، المجلد 11، العدد 21 (جوان 2015)، ص ص 27-40.

³ Haciyakupoglu, Gulizar, and Weiyu Zhang. "Social Media and Trust during the Gezi Protests in Turkey." *Journal of Computer-Mediated Communication* 20, no. 4 (1 July 2015), p p 450-466.

I. السياق السياسي والاجتماعي في تركيا:

شهدت تركيا في العقد الأول من الألفية الثانية تحولات سياسية واجتماعية كبيرة، شملت تغييرات دستورية وسياسات إصلاحية في بعض القطاعات، إلى جانب تشديد الرقابة على الإعلام التقليدي في القضايا الحساسة. هذا السياق خلق فجوة بين وسائل الإعلام الرسمية واحتياجات المواطنين في الوصول إلى المعلومات، مما دفع الشباب والناشطين إلى البحث عن فضاءات رقمية بديلة للتعبير عن آرائهم وتنظيم تحركاتهم. وقد أصبحت المنصات الرقمية مثل تويتر وفيسبوك ويوتيوب وسيلة أساسية لتبادل الأخبار الحية وتنسيق الاحتجاجات، ما جعل الفضاء الرقمي حلقة وصل بين التعبير الافتراضي والتحريك الميداني، ووسيلة للضغط على السلطات لضمان شفافية أكبر في إدارة الأزمات.

1. الوضع السياسي قبل الاحتجاجات:

شهدت تركيا في العقد الأول من الألفية الثانية تغييرات سياسية كبيرة، تراوحت بين تحولات دستورية وسياسات إصلاحية في بعض القطاعات، وبين تشديد الرقابة على الإعلام التقليدي في قضايا حساسة. هذا السياق السياسي خلق فجوة بين وسائل الإعلام الرسمية واحتياجات المواطنين في الوصول إلى المعلومات، مما دفع الشباب والناشطين للبحث عن فضاءات رقمية بديلة للتعبير عن آرائهم.¹

2. قيود الإعلام التقليدي ودور الفضاء الرقمي:

قبل احتجاجات **Gezi Park** في 2013، كان الإعلام التركي التقليدي يخضع لسيطرة مشددة من قبل الحكومة، مع حجب وتقييد للمقالات الصحفية والتغطيات النقدية. وهنا برز الفضاء الرقمي كبديل، حيث سمح للشباب بالالتفاف حول الرقابة الرسمية، باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار وتبادل الآراء بحرية نسبية.²

II. أدوات الفضاء الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي:

تمثل أدوات الفضاء الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي الركائز الأساسية في التعبئة السياسية والاجتماعية في العصر الحديث، حيث تسمح بنقل المعلومات بسرعة فائقة والوصول إلى جمهور واسع بدون وسيط تقليدي. وتشمل هذه الأدوات منصات مثل تويتر وفيسبوك ويوتيوب، بالإضافة إلى تطبيقات المراسلة الفورية والهواتف الذكية التي مكّنت المستخدمين من إنتاج محتوى إعلامي متنوع، مثل مقاطع الفيديو، الصور، والتقارير الحية من

¹ Akgül, M., & Kırıldoğ, M. Internet Censorship in Turkey. Internet Policy Review 4(2). 2015 .p7.

² Öztunç, M. Digital Activism in Turkey: Istanbul Convention as A Case of Digital Mobilization. DergiPark, 2019, .p 52.

الميدان. وقد أسهمت هذه الأدوات في تعزيز قدرة الأفراد والمجموعات على توثيق الأحداث، نشر المعلومات بدقة وشفافية، والتواصل مع المجتمع الدولي ووسائل الإعلام، ما جعل الفضاء الرقمي أداة فاعلة في إدارة الأزمات والتعبئة الشعبية.

I. استخدام الإنترنت ومنصات التواصل:

لعبت منصات مثل تويتر، فيسبوك، ويوتيوب دورًا أساسيًا في نشر الأخبار الحية وتنسيق الاحتجاجات، حيث تمكن المستخدمون من تبادل المعلومات والصور والفيديوهات بسرعة، بعيدًا عن الرقابة التقليدية. أظهرت بيانات الاحتجاجات التركية إرسال نحو مليوني تغريدة خلال 24 ساعة فقط، ما يدل على قدرة الفضاء الرقمي على تجاوز الحواجز التقليدية.¹

2. صحافة المواطن وأدوات النشر:

ساهمت صحافة المواطن بشكل كبير في توثيق الأحداث، مثل تصوير التظاهرات والاعتداءات وإرسالها عبر الإنترنت، ما خلق محتوى متنوعًا غطى جوانب عدة لم يكن الإعلام الرسمي ليغطيها. الأدوات التقنية مثل الهواتف الذكية وتطبيقات التراسل الفوري مكّنت الشباب من تنظيم التحركات الميدانية بشكل أكثر فاعلية.²

III. أثر الفضاء الرقمي على الاحتجاجات والتحريك الشعبي:

ساهم الفضاء الرقمي في تركيا في تعزيز قدرة المواطنين على التعبئة الاجتماعية، حيث أصبح الرابط بين الفضاء الافتراضي والمادي أكثر وضوحًا. فقد أصبح من الممكن توجيه الدعوات للاحتجاجات، تنسيق الجولات الميدانية، ونشر الرسائل الموحدة بين مجموعات مختلفة من المتظاهرين في مدن متعددة. كما أتاح الفضاء الرقمي للمتظاهرين التواصل مع المجتمع الدولي ووسائل الإعلام العالمية، ما زاد الضغط على الحكومة التركية لإظهار شفافية أكبر في إدارة الأزمات.³

¹ Saka, Erkan. Social Media and Politics in Turkey: A Journey through Citizen Journalism, Political Trolling, and Fake News. Lexington Books, 2019, p p 30-35.

² Saka, Erkan. Social Media and Politics in Turkey: A Journey through Citizen Journalism, Political Trolling, and Fake News. Lexington Books, 2019, p p 32-34.

³ Saka, Erkan. Social Media and Politics in Turkey: A Journey through Citizen Journalism, Political Trolling, and Fake News. Lexington Books, 2019. P p 35-37.

IV. تحديات إدارة الفضاء الرقمي: الرقابة على الإنترنت وانتشار المعلومات المضللة والشائعات:

1. **الرقابة على الإنترنت:** واجه الفضاء الرقمي التركي تحديات كبيرة، أبرزها الرقابة القانونية والتشريعية. قانون رقم 5651 منح الجهات الرسمية صلاحيات لحجب المواقع ومراقبة المحتوى، خصوصًا خلال فترات الاحتجاجات، ما يوضح أن الفضاء الرقمي لا يزال تحت سيطرة محدودة من قبل الدولة.

2. **المعلومات المضللة والشائعات:** بالرغم من قوة الفضاء الرقمي، إلا أن الانتشار السريع للمعلومات لم يكن دائمًا إيجابيًا، إذ ساهم في ظهور الشائعات والمعلومات المغلوطة التي أثرت على فعالية التحركات وتوجيهها، وأجبرت الناشطين على تبني استراتيجيات للتحقق من المصادر والتوثيق الدقيق.¹

V. الدروس المستفادة والتوصيات:

أظهرت تجربة تركيا خلال احتجاجات **Gezi** أن الفضاء الرقمي يمكن أن يكون أداة فعالة لتعزيز المشاركة السياسية والمجتمعية، إذ مكّن المواطنين من التعبير عن آرائهم والتواصل مع مجموعات مختلفة بطريقة أسرع وأكثر فاعلية. ومع ذلك، يشير الباحثان إلى أن الاستخدام الأمثل لهذه المنصات يتطلب إدارة استراتيجية للحد من مخاطر التضليل وضمان حرية التعبير، بما في ذلك تشجيع صحافة المواطن وتدريب الشباب على الاستخدام الواعي للمنصات الرقمية.²

¹ Öztürkcan, Selcen, Nihat Kasap, Müge Çevik, and Tauhid Zaman. “**An Analysis of the Gezi Park Social Movement Tweets**.” *Aslib Journal of Information Management* .69, no. 4. 2017 .p 430.

² Hacıyakupoglu, Gulizar, and Weiyu Zhang. “**Social Media and Trust during the Gezi Protests in Turkey**.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 20, no. 4. 2015. p 452.

المطلب الثاني : مبادئ مواجهة الأزمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي¹:

يركز هذا المطلب على استكشاف المبادئ الأساسية لمواجهة الأزمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على كيفية استخدام هذه المنصات الرقمية لإدارة المعلومات، وضبط الانفعالات الجماعية، والتقليل من الآثار السلبية للأزمات في الفضاء الافتراضي.

1. رصد الإشارات الضعيفة: يتمثل أساسا في مراقبة دائمة ومستمرة للمواضيع التي تستقطب عددا كبيرا من المعلومات، وبشكل غير مألوف. حيث يتم فهرستها وتنظيمها، لكي يسهل متابعتها، لمعرفة المعلومات التي أثارت عددا كبيرا من التعليقات، وعلى غير العادة وتبدو مهمة الرصد السابقة صعبة، بالنظر إلى أن هذه المعلومات ليست في الظاهر عبارة عن تهديدات مباشرة، وعلى هذا الأساس، يتم اللجوء إلى الحدس والخبرة للتوفيق في التفسير الصحيح لهذه الإشارات الضعيفة أصلا، على أنها بدايات الأزمات حقيقية وتحتاج عملية الرصد إلى متابعة دائمة ومستمرة لكل ما يقال ويكتب في الإنترنت، وهو ما يقتضي نظام يقظة على درجة كبيرة من الجودة.

2. مراقبة المواضيع الحساسة: يعتبر هذا المبدأ نتيجة حتمية للمبدأ السابق، حيث يتم ممارسة الرقابة على ما يقال ويكتب في الإنترنت، بشأن المسيرين والمنتجات على وجه التحديد. وممارسة الرقابة تتم على عدة أشكال، نذكر منها ربط المواضيع الحساسة بكلمات مفتاحية، توحى بوجود محتمل لطنين سيء، أو ممارسة الرقابة عن طريق ربطها بنسبة المشاهدة، فكلما حظيت بعض المواضيع بنسبة مشاهدة عالية، إلا ودل ذلك على طنين سيء محتمل.

3. التواجد بيقظة ثابتة وإنصات مفعّل: عادة ما ينتج الطنين السيء من الامتناع وعدم الرضى، أو أبعد من ذلك، نتيجة انتقادات بشأن منتجات وخدمات إحدى العلامات. وما على المنشآت وقائد مواقع التواصل الاجتماعي سوى التأكد من مصدر وطبيعة هذه الاحتجاجات، هل هي عابرة، أم هي ناتجة عن انشغالات جماعية ببناء، صادرة عن زبائن المنشآت؟ هل هي حالة معزولة، أم هي وضع عام يتطلب التدخل الفوري لمعالجته، اعتمادا على الحجج والبراهين المناسبة؟

4. إشراك جماعة المنشأة وخلق الالتزام: على المنشآت أن تبذل قصارى جهدها في العمل على خلق الوفاء لعلامة المنشأة، ومنتجاتها وخدماتها. وهذا الوفاء يتأتى من مدى قدرة فريق قائد مواقع التواصل الاجتماعي على

¹ Anthony Babkine et Mounira Hamdi, *Bad buzz, gérer une crise sur les médias sociaux*, Groupe Eyrolles, Paris, 2013, p p 120-137.

التأثير في سلوكيات ومواقف الزبائن المتصفحين لمواقع المنشآت، وخلق اللحمة الكافية بينهما، والكفيلة بكسب إعجاب وتقدير هؤلاء المتصفحين، بعدها، يتحقق الإلتزام، الذي هو بمثابة العقد الذي يجمع المعجبين والمنشآت، ويجعلهم في صف واحد، ضد كل تهديد صادر عن طين سيء محتمل، وبهذا، يتحقق الإشراف الحقيقي لجماعة (Communauté) المنشأة في الدفاع عنها ضد كل المخاطر، ويتجسد الإلتزام بين الطرفين.¹

5. تجنب الصراع وتفضيل حل النزاع بالتراضي: من أجل تجنب المصادمات والمشاحنات بين المنشآت والمستخدمين للواب 2.0، يبدو من الأنسب بالنسبة للطرفين أن يجنحا للحلول السلمية فيما بينهما، فمن جانب المنشآت، نجد أن اعتماد دراسة الحالات الناتجة عن امتعاض الزبائن وقلقهم وانشغالهم، هي الكفيلة بإيجاد المخرج المناسب من النزاعات القائمة. وفي حالة بقاء المشاكل قائمة بين الجانبين، يفضل اللجوء إلى الهواتف والرسائل الخاصة، بعيدا عن كل ضغط يصدر عن مواقع التواصل الاجتماعي، مما يجنب الجهتين الذهاب إلى اختيارات أكثر تعقيدا بالنسبة للطرفين (القضاء).²

6. الاعتماد على المتخصصين في الإنترنت: عدم وجود قائد الجماعات مواقع التواصل الاجتماعي ضمن أعضاء خلية الأزمة، يعد خطأ جسيما وخللا قد يؤثر كثيرا على قدرة المنشأة في احتواء الأزمات الإلكترونية. فعند اللجوء إلى مثل هذه الكفاءات، يشكل خسارة معتبرة، وإخفاقا من البداية.³

¹ Solis, Brian. Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. 1st ed. John Wiley & Sons, 2011, p. 33.

² Bernstein, Alan B., & Rakowitz, Cindy. Emergency Public Relations: Crisis Management in a 3.0 World. 1st ed., Routledge, 2012, p. 101.

³ Anthony Babkine et Mounira Hamdi, op.cit, p.133.

خاتمة الفصل:

تُعد الأزمات من الظواهر الحتمية في مختلف المجتمعات والمؤسسات، وهي تتطلب استجابات سريعة ومدرسة لتقليل آثارها السلبية. في هذا الفصل، تم التطرق في المبحث الأول إلى المفهوم العام للأزمات، مع عرض أسبابها المتعددة، وأنواعها المختلفة، والطرق التقليدية والحديثة لإدارتها. وقد مكن هذا المدخل المفاهيمي من بناء أرضية لفهم طبيعة الأزمات وكيفية التعامل معها.

أما في المبحث الثاني، فقد تم التركيز على العلاقة المتنامية بين شبكات التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات، حيث تبين أن هذه الشبكات أصبحت أداة فعالة في نشر المعلومات، وتوجيه الرأي العام، ورصد ردود الأفعال، مما يجعلها جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيات الاستجابة للأزمات في العصر الرقمي.

وفي المبحث الثالث، تم عرض نماذج تطبيقية توضح كيف يمكن تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، سواء على مستوى المؤسسات أو الحكومات أو الأفراد. وقد أظهرت هذه النماذج أن الاستخدام الفعال والمنظم لهذه الشبكات يمكن أن يساهم في التخفيف من حدة الأزمات، وتحقيق تواصل سريع وفعال مع الجمهور.

ختاماً، يمكن القول إن الجمع بين الفهم التقليدي للأزمات والاستفادة من الإمكانيات الرقمية لشبكات التواصل الاجتماعي يفتح آفاقاً جديدة في بناء منظومة متكاملة لإدارة الأزمات، قائمة على السرعة، الشفافية، والتفاعل المباشر مع الجمهور.

الفصل الثالث:

دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال

أزمة الحراك الشعبي في الجزائر

(فيفري 2019)



المبحث الأول: الحركات الاحتجاجية: التأصيل النظري والقانوني وتحليل التجربة الجزائرية.

المبحث الثاني: مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر وأسبابه.

المبحث الثالث: طبيعة التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك الشعبي في الجزائر.

تمهيد:

يعد القرن العشرين أكثر القرون بروزا و أهمها لانتشار الحركات الاجتماعية، حيث لم تخل دولة من دول العالم، إلا ونمت بها حركة اجتماعية، وقد زادت عوامل كالإعلام في ذلك الانتشار، إضافة إلى تقارب الثقافات وتوحد رؤى البشرية في المطالب، وسرعة انتقال المعلومات، ما سهل بروز حركات اجتماعية ذات اهتمام مشترك.

لقد كان انبعاث المجتمع المدني الإشارة إلى ظهور ما يسمى بالحركات الاجتماعية الجديدة وتعد عاملا حاسما في تفسير عمليات الانتقال من التسلطية إلى الديمقراطية الليبرالية ويرجع الكثير من المهتمين والمفكرين أن الأسباب التي أدت للاهتمام بموضوع المجتمع المدني هو نتيجة ظهور الحركات الاجتماعية في أوروبا الغربية، والتي بدأت تنظم وتهيكل نفسها خارج إطار الدولة مشكلة بذلك خطأ دفاعيا ضد تجاوزات الدولة غير المبررة على حقوق الفرد. ويعد الحق في الاحتجاج السلمي من أهم حقوق الإنسان التي نصت عليها جل العهود والمواثيق الدولية، وكرستها الدساتير المختلفة لكل دول العالم.

ومن هذا المنطلق قبل الحديث عن دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك الشعبي بالجزائر في فبراير 2019 نقدم تأصيلا نظريا وقانونيا لمفهوم الحركات الاحتجاجية في الجزائر على امتداد التاريخ السياسي، وصولا إلى الحراك الشعبي في فيفري 2019.

المبحث الأول: الحركات الاحتجاجية: التأصيل النظري والقانوني وتحليل التجربة الجزائرية:

تشكل الحركات الاحتجاجية أحد أشكال التعبير الجماعي عن المطالب والحقوق في المجتمعات الحديثة، وهي موضوع دراسة مستمرة في العلوم السياسية والاجتماعية والقانونية. من الناحية النظرية، تُفسّر الحركات الاحتجاجية على أنها استجابة اجتماعية للتحويلات السياسية، الاقتصادية، أو الثقافية، وقد تناولت النماذج المختلفة هذه الظاهرة من منظور التعبئة الجماعية ونظرية الفرص السياسية ونظرية الضغط الاجتماعي. أما من الجانب القانوني، فتختلف الحماية أو القيود المفروضة على الاحتجاجات بحسب النظام السياسي والقوانين الوطنية والدولية، حيث تضمن بعض التشريعات الحق في التظاهر السلمي والتعبير عن الرأي، بينما قد تفرض أخرى قيودًا على مكان، زمان، أو شكل الاحتجاج. إن الجمع بين التأصيل النظري وفهم الإطار القانوني يتيح دراسة دقيقة للحركات الاحتجاجية، بما يشمل دوافعها، أساليبها، وتأثيراتها على المجتمع والدولة.

المطلب الأول: التأصيل النظري والقانوني للحركات الاحتجاجية:

تمثل الحركات الاحتجاجية في الجزائر أحد أبرز أشكال التعبير الجماعي عن المطالب الاجتماعية والسياسية، وهي تعكس بشكل واضح تفاعل المجتمع مع التحويلات الاقتصادية والسياسية والثقافية. من منظور قانوني، ينظم الدستور والقوانين الوطنية حق التظاهر السلمي والتجمع، مع فرض بعض القيود لضمان الأمن والنظام العام، ما يشكل الإطار القانوني الذي يحدد حدود وسبل ممارسة الاحتجاج. على الجانب الآخر، تُظهر التجربة الجزائرية على الأرض الحركة الفعلية للاحتجاجات، بما في ذلك دوافعها، أساليب التعبئة، وأشكال المشاركة الشعبية، وهو ما يعكس قدرة المواطنين على التعبير عن مطالبهم بالرغم من القيود القانونية والتحديات الاجتماعية. يهدف هذا المطلب إلى تقديم تحليل شامل يجمع بين التأصيل القانوني والواقع الفعلي للحركات الاحتجاجية في الجزائر، لفهم دينامياتها وأثرها على السياسات الوطنية واستقرار المجتمع.

أولا : التأصيل النظري للحركات الاحتجاجية:

اجتهد الباحثون في التأصيل النظري للحركات الاحتجاجية ولكل أطر نظرية ومنهجية خاصة ناهيك عن اختلاف الحركات في عدة مجالات وعليه سنتطرق إلى بعض التعريفات:

إن الحركات الاحتجاجية أحد الأساليب الهامة التي تؤدي إلى حدوث التغيير الاجتماعي باعتبارها ظاهرة اجتماعية تنبثق من تفاعل مجموعة من العوامل المختلفة في الفضاء الاجتماعي تساعد الأفراد على تجسيد معتقداتهم ونظرتهم للوضع الاجتماعي. ونجد الباحث زيام عبد النور يؤكد وجهة النظر هذه حيث عرفها بأنها: "معتقداتهم ونظرتهم للوضع الاجتماعي. ونجد الباحث زيام عبد النور يؤكد وجهة النظر هذه حيث عرفها بأنها: "

جزء أكبر من عملية التحديث بالإضافة إلى أنها تعبير عن الحس الاجتماعي أكثر من كونها تعبيراً عن أزمة اجتماعية لأنها فعل رشيد من الجماعات المستبعدة لتحقيق نتائج سياسية معينة".¹

- هو وسيلة الضعفاء للتأثير مقابل السلطة الحاكمة، وهو يكمل وسائل أخرى للتأثير مثل الأحزاب سن القوانين والمرافعة القضائية أمام المحاكم". ويعتبر عبد الواحد أوامن: "الاحتجاج وسيلة غير مؤسسية لمحاولة التأثير على السلطة وهو يكمل وسائل أخرى للتأثير مثل الأحزاب وهو جزء من حرية التعبير، وتشير الحركة الاحتجاجية إلى التقاء جماعة من الناس حول محاولة إحداث التغيير الاجتماعي والسياسي كلياً أو جزئياً في نمط القيم السائدة والممارسات السياسية".²

من خلال التعريفين السابقين فإنه يتضح لنا أن الحركات الاحتجاجية بصفة عامة هي طريقة للتعبير عن الرفض والاعتراض من خلال توظيف وسائل وآليات مبتكرة للتعبير عن هذا الرفض أو الدفاع عن أفكار معينة من خلال تبني قضية وجعلها محور الدفاع وعادة ما نجدتها بكثرة في المجتمعات التي تعاني ضغطاً اجتماعياً وسياسياً كما أنها يمكن أن تسير في شكل سلمي أو غير سلمي وهذه الأخيرة يمكن أن تكون نتيجة لما تطرق إليه شحاتة صيام في تعريف خاص به: ³ وترتبط الحركات الاحتجاجية بثقافة الاحتجاج في الكثير من المجتمعات ونحاول أن نفهم ثقافة الاحتجاج بحسبها ثقافة فرعية، لها مركزاتها العقلانية، التي تفرض ذاتها ليس باعتبارها ثقافة هامشية وإنما هي ثقافة واعية، وطريقة فهم لكل ما يحدث في الواقع، إذن نحن أمام ثقافة خاصة تحاول أن تجعل من خطاب الاحتجاج فكراً وفعلاً للرد على ما أصاب المجتمع من اختلالات

وفي سياق آخر للحركات الاحتجاجية نجد "الحركات الاجتماعية" باعتبارها شكل متطور من الحراك الاحتجاجي. فالحركات الاجتماعية هي "تنظيمات شاملة مؤلفة من جماعات متنوعة المصالح، تضم حال تشكلها طبقات مهمة في المجتمع الفكري. والشيء الذي سيجتمع هذه القطاعات المختلفة من المجتمع ذات المصالح المتنوعة هو شعور عام بالضيق قوامه الإدراك المشترك لغياب الديمقراطية في وضعية سياسية بعينها"⁴

¹ عبد النور زيام، الاحتجاجات الشعبية في شمال إفريقيا وتأثيرها على عملية التحول الديمقراطي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2013-2014، ص 12.

² عبد الواحد أوامن، تاريخ الحركات الاحتجاجية بين المفهوم والنظريات، كتاب جماعي الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي، ط1، المركز الديمقراطي العربي، للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019، ص 25.

³ شحاتة صيام، ثقافة الاحتجاج من الصمت إلى العصيان، ط 1، العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 157.

⁴ تشارلز تلي، الحركات الاجتماعية 1768-2004، ترجمة ربيع وهبة، ط1، مصر، المجلس الأعلى للثقافة، 2005، ص 33.

إن الحق في الاحتجاج السلمي أو التجمع السلمي من أهم حقوق الإنسان التي نصت عليها جميع المواثيق الدولية، وكرستها الدساتير المختلفة لكل دول العالم، حيث يستمد هذا الحق أهميته من حيث أنه يشكل دعامة أساسية تستند عليه الكثير من الحقوق المدنية والسياسية ومنها الحق في حرية الرأي والتعبير بمختلف الوسائل كالتجمعات السلمية والتظاهر السلمي بهدف التعبير عن وجهة نظر معينة بشكل جماعي عن طريق رفع الشعارات في المطالب التي يهدف الأفراد إلى الوصول إليها من خلال هذه التجمعات السلمية.

ويعتبر الحق في التظاهر السلمي أحد الحقوق الأساسية في منظومة حقوق الإنسان، والمقصود به هو إبداء والتعبير عن الرأي أو عن وجهة نظر معينة بشكل جماعي، وحرية التظاهر والاحتجاج السلمي هي واحد من وسائل التعبير التي تجمع بين كل الوسائل الفردية والجماعية والشفهية والمكتوبة، وهي وسائل رغم ما يبدو عليها من انفصال عن بعضها فإنها، على الأخص، في حالة الاحتجاج تتداخل بحيث يتم الجمع بين التعبير الشفهي أو التصويري، وذلك بالإضافة إلى أن الاحتجاج يتم مصحوبا بهذه الوسائل التعبيرية في الشارع العام، في شكل وقفة أو اعتصام أو مسيرة أو تجمع خطابي، على مرأى ومسمع ممن حضره.¹

ثانيا: التأصيل القانوني للحركات الاحتجاجية:

يشكل الإطار القانوني للحركات الاحتجاجية ركيزة أساسية لفهم مدى شرعية ممارسة الحق في التظاهر والتعبير عن الرأي في أي مجتمع. من الناحية القانونية، تكفل القوانين الوطنية والدولية الحق في الاحتجاج السلمي، مع وضع ضوابط وشروط لضمان الأمن العام والنظام الاجتماعي. كما تهدف التشريعات إلى تحقيق توازن بين حرية التعبير وحقوق الآخرين، ومنع الانتهاكات التي قد تنتج عن التجمعات الاحتجاجية. يتيح التأصيل القانوني للحركات الاحتجاجية دراسة الأسس القانونية التي تنظم الممارسة الاحتجاجية، بما يشمل شروطها، نطاقها، والعقوبات المرتبطة بالانتهاكات، وهو ما يساهم في فهم ديناميات هذه الحركات داخل المجتمع والسياسات الوطنية.² ولقد خصصت الإعلانات والاتفاقيات الدولية العالمية الخاصة بحقوق الإنسان مساحة تبرز فيها ضرورة الحق في الاحتجاجات والتجمعات السلمية وأكدت على وجوب حمايته وكان من أبرزها:³

¹ الحافظ النوبني، "الحق في التجمع والتظاهر السلمي بين النصال القانوني والممارسة الفعلية"، مجلة جيل حقوق الإنسان، المجلد 5، العدد 31، الجزائر، جوان 2018، ص 67.

² David Mead, The New Law of Peaceful Protest: Rights and Regulation in the Human Rights Act Era, 1st ed., Hart Publishing, Oxford-Portland, 2010, p. 45.

³ مصطفى أحمد أبو الخير، الحماية القانونية للمظاهرات حسب القانون الدولي، <http://www.alnoor.se>، ص 1.

-الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في 10 ديسمبر 1948: من خلال المواد التالية :

المادة 18 : والتي تنص على: " لكل شخص حق في حرية الفكر والوجدان والدين "

المادة 19 : التي تنص على: " لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود".
كما نص ذات الإعلان على حق كل مواطن في الاشتراك في أي الجمعيات وحقه في التحدث ومناقشة الأمور العامة التي تهم مجتمعه، وذلك في:

المادة 20 : التي نصت على لكل شخص حق في حرية الاشتراك في الاجتماعات والجمعيات السلمية، لا يجوز إرغام أحد على الانتماء إلى جمعية ما.

المادة 21 : نصت على : " لكل شخص حق المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلده، إما مباشرة وإما بواسطة ممثلين يختارون في حرية".

وعليه فإنه تجدر الإشارة إلى أن الإعلان المذكور سابقا تم اعتماده على مستوى مشترك حيث ينبغي أن تستهدفه كافة الشعوب والأمم، على الحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأساسية التي ينبغي أن يتمتع بها جميع البشر.¹

كما كرّس هذا الحق العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية: من خلال المواد التالية :

المادة 49: وقد نصت: " على حماية حرية الفكر والوجدان والدين"، وعلى أن يكون الحق في التجمع السلمي معترفا به كما نصت عليه.

المادة 21: "لا يجوز منعه أو الحد منه إلا في الحالات المتعلقة بالأمن القومي أو السلامة العامة أو الصحة العامة أو حماية حقوق وحريات الآخرين في البلاد".²

- الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري: وفي ضوء الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصرية تضمنت المادة 05-9: الحق في حرية الاجتماع السلمي وتكوين الجمعيات السلمية أو الانتماء إليها".

¹ رحال سهام، حدود الحق في حرية التعبير في القانون الدولي لحقوق الإنسان، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 2010-2011)، ص 29.

² عادل عامر: قانون تنظيم حق التظاهر بين الرضا والقبول ، <https://pulpit.alwatanvoice.com> ، 2019/01/20:48:20.

– الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان:

ومن جهة أخرى نجد أن حق الاحتجاج السلمي تضمنته المواثيق الدولية الإقليمية، وفي هذا الجانب اعترف بهذا الحق كل من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان في المادة 11-1: "لكل إنسان الحق في حرية الاجتماعات السلمية، وحرية تكوين الجمعيات مع الآخرين، بما في ذلك حق الاشتراك في الاتحادات التجارية لحماية مصالحه.¹

– الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان:

التي نصت في المادة 6 و15 لكل شخص حق الاجتماع والتجمع ولا يجوز فرض قيود على ممارسة هذا الحق إلا تلك المفروضة طبقاً للقانون والتي تشكل تدابير ضرورية، في مجتمع ديمقراطي، لمصلحة الأمن القومي أو السلامة العامة أو النظام العام، أو حماية الصحة العامة أو الأخلاق العامة أو حقوق الآخرين أو حرياتهم.

والميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب: أشار في المادة 10 و11 على التوالي: "يحق لكل إنسان أن يكون وبحرية جمعيات مع آخرين شريطة أن يلتزم بالأحكام التي حددها القانون. يحق لكل إنسان أن يجتمع بحرية مع آخرين ولا يحد ممارسة هذا الحق إلا شرط واحد ألا وهو القيود الضرورية التي تحددها القوانين واللوائح خاصة ما تعلق منها بمصلحة الأمن القومي وسلامة وصحة وأخلاق الآخرين أو حقوق الأشخاص وحرياتهم.²

– الميثاق العربي لحقوق الإنسان :

دون أن ننسى الميثاق العربي لحقوق الإنسان الذي تعرض بدوره لهذا الحق في المادة 24-6: "حرية الاجتماع وحرية التجمع بصورة سلمية ولا يجوز أن يفرض من القيود على ممارسته أي من هاتين الحريتين".³ وبالتالي فإن هذا التأكيد والأهمية التي منحتها المواثيق الدولية في منح أحقية الاعتصام والتظاهر السلمي وغيرها من أشكال الاحتجاج، لكنها لم تفرض لك على باقي الدول أعطت لهم الحرية في تنظيمها وفق ضرورات الأمن والسلم العام، وهذه الأخيرة كانت من أسباب انتهاك حرية التجمع أو الاحتجاج ببعض الدول.

¹ الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري اعتمدت وعرضت للتوقيع والتصديق والانضمام بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة (2106 ألف -20) المؤرخ في 21 كانون الأول/ديسمبر 1965.

² الميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، أُجيز من قبل مجلس رؤساء الدول والحكومات الأفريقية في دورته العادية الثامنة عشرة، نيروبي (كينيا)، يونيو 1981.

³ المادة 24 (الفقرة 6)، الميثاق العربي لحقوق الإنسان، أُقر في ماي 2004.

المطلب الثاني: الإطار القانوني والحركة الفعلية للاحتجاجات في الجزائر: دراسة تحليلية

تمثل الحركات الاحتجاجية في الجزائر أحد أبرز أشكال التعبير الجماعي عن المطالب الاجتماعية والسياسية، وهي تعكس بشكل واضح تفاعل المجتمع مع التحولات الاقتصادية والسياسية والثقافية. من منظور قانوني، ينظم الدستور والقوانين الوطنية حق التظاهر السلمي والتجمع، مع فرض بعض القيود لضمان الأمن والنظام العام، ما يشكل الإطار القانوني الذي يحدد حدود وسبل ممارسة الاحتجاج. على الجانب الآخر، تُظهر التجربة الجزائرية على الأرض الحركة الفعلية للاحتجاجات، بما في ذلك دوافعها، أساليب التعبئة، وأشكال المشاركة الشعبية، وهو ما يعكس قدرة المواطنين على التعبير عن مطالبهم بالرغم من القيود القانونية والتحديات الاجتماعية. يهدف هذا المطلب إلى تقديم تحليل شامل يجمع بين التأصيل القانوني والواقع الفعلي للحركات الاحتجاجية في الجزائر، لفهم دينامياتها وأثرها على السياسات الوطنية واستقرار المجتمع¹.

أولاً: التأصيل القانوني للحركات الاحتجاجية في الجزائر:

أصدر المشرع الجزائري عدداً من القوانين الناظمة للحق في الاجتماع والمظاهرات العمومية والتي جاءت استجابة للمبادئ الدستورية. وقد نص المؤسس الدستوري الجزائري في دستور 1963 في الفقرة الأخيرة من المادة (19) أن حرية الاجتماع مكفولة في الدستور، لكن في ظل هيمنة الدولة على الحياة السياسية، كان هذا الحق لا يمارس إلا في إطار ما يخدم التوجهات السياسية لنظام الحكم فاعلج التجمعات كان الهدف منها دعم مشاريع الحزب وسياسته وتوجهاته، فلا يتصور أن يكون اجتماعات المعارضة سياسات الحزب الحاكم وتوجهاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية².

جرى تعديل دستوري في 23 فيفري 1989 للمادتين 39 و40 حيث ضمن التعديل حرية التجمع التي تعد بمثابة حجر الأساس لحماية الحريات والحقوق الأساسية. فقد نص التعديل على "إن حق إنشاء الجمعيات مضمون. تشجع الدولة ازدهار الحركة الجمعوية. ولم يرد المشرع أي قيود على ممارسة هذا الحق وصدر بعده القانون 89/28 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية المعدل والمتمم بالقانون 91 المؤرخ في 02 ديسمبر 1991، حيث تم فسخ المجال لممارسة الحق في التظاهر.

¹ محمد حمشي، حراك 22 فيفري 2019 في الجزائر: انتفاضة واحدة ومقاربات شتى، ط 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، القاهرة، 2023، ص 23.

² بوطيط بن ناصر، "الحق في التجمع السلمي في النظام القانوني الجزائري"، مجلة السياسة والقانون، العدد 15، جوان 2016، ص 641.

كما نص التعديل الدستوري لسنة 2008 على أن التجمع السلمي حق دستوري فالمادة 41 تنص صراحة على أن حريات التعبير، وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن. كما نص الدستور الجزائري لعام 2016 من خلال المادة 49 على أن "حرية التظاهر السلمي مضمونة للمواطن في إطار القانون الذي يحدد كفاءات ممارستها المادة 49.¹

يرجع الكثير من المهتمين والمفكرين أن الأسباب التي أدت للاهتمام بموضوع المجتمع المدني هو نتيجة ظهور الحركات الاجتماعية في أوروبا الغربية، والتي بدأت تنظم وتهيكل نفسها خارج إطار الدولة مشكلة بذلك خطأ دفاعيا ضد تجاوزات الدولة غير المبررة على حقوق الفرد وحرياته التي نالها حديثا والمنظمة بواسطة الجمعيات الطوعية، حيث يفهم المجتمع المدني أنه عنصر فعال في الدفاع عن حريات الفرد ضد الدولة خاصة عند بداياته الأولى حماية الفرد من تدخلات الدولة في السوق.²

لقد ارتبطت ظاهرة المجتمع المدني في نشأتها وتطورها في المراحل اللاحقة لعصر النهضة بتاريخ نضال الشعوب ضد استبداد سلطة الدولة بالتعدي على حقوق شعوبها بحجة حماية المجتمع من الفوضى والحروب وتسببت عهود حكام الملوك المستبدين في أوروبا في حدوث ثورات شعبية طالبت بالديمقراطية واحترام حقوق الإنسان. أي أن منظمات المجتمع المدني أصبحت تنطلق من هدف أساسي هو حماية المواطنين من تعسف سلطة الدولة، فظهرت الحاجة إلى تأسيس منظمات وتجمعات للدفاع على حقوق المواطنين كالجمعيات والمنظمات غير الحكومية والنقابات والتي أخذت صورة كيانات مستقلة عن الدولة.³

في هذا الصدد يرى عزمي بشارة: "أن عودة المجتمع المدني الحالية إلى الملأ كمفهوم، وكأداة تحليلية ومعارية في الثمانينيات، في تعامل النظرية السياسية مع السياق البولندي بخاصة، والأوروبي الشرقي بعامة، وذلك لفهم وتأطير حركة "التضامن" البولندية في حينه، بوصفها تمردا للمجتمع ضد وحدانية الدولة والحزب، وتبشيرا بخيار آخر جديد في هذه الدولة، أساسه ليس في الإصلاح الحزبي ولا في الانقلاب العسكري، وإنما في التحرك الاجتماعي المدني القائم على تميز المجتمع من الدولة".⁴

¹ مؤلف جماعي، خدعة رفع حالة الطوارئ - ممارسة حريات التجمع والتظاهر في الجزائر، ترجمة الهام أيتكوراين، الشبكة الأورومتوسطية لحقوق الإنسان، كوبنهاغن، ديسمبر 2011، ص 08.

² نظر نغم محمد صالح، مجتمع مدني أم مجتمع أهلي؟، مجلة العلوم السياسية، العدد 38-39، العراق، 2009، ص 148.

³ ولحوان عبد الغاني، مرجع سابق، ص 239.

⁴ عزمي بشارة، المجتمع المدني: دراسة نقدية - ط 6، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، بيروت، 2012، ص 43-44.

ثانيا: الحركات الاحتجاجية في الجزائر: دراسة حالة:

عرف المجتمع الجزائري أشكالا متعددة من الاحتجاجات على امتداد التاريخ السياسي للجزائر، وقد ظهر ذلك جليا من خلال المقاومات الشعبية للاحتلال، فضلا عن الكفاح السياسي، وصولا إلى الثورة التحريرية الكبرى سنة 1954، ليستمر فعل الاحتجاج هذا مع تأسيس الدولة الوطنية بعد الاستقلال سنة 1962، والذي عبر عن القطيعة بين الدولة والمجتمع.¹

وشهدت الحركات الاحتجاجية بداية من مرحلة الثمانينات تطورا نسبيا بعدما أصبحت فئات اجتماعية واسعة تشعر بثقل الأزمة في أبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية بسبب فشل النخب الحاكمة في تحقيق التنمية والعدالة الاجتماعية بكل تمظهراتها بما في ذلك الحقوق المتعلقة بالهوية.²

حيث شهدت الجزائر منذ 1980 كثيرا من الحركات الاحتجاجية الشعبية، فقد عرفت عدة مدن جزائرية (وهران 1982، الجزائر العاصمة 1985، سطيف 1986) وغيرها حركات احتجاجية شكلت سلسلة من الحراك الاجتماعي الذي تحول سمة مميزة للمجتمع الجزائري.³ ومرت بعدة مراحل من التأطير والقوة، تشترك في عدة خصائص تميزها مثل دور الشباب الرئيسي فيها وتمركزها في المدن الكبرى وأحيائها الشعبية على وجه التحديد، كما هو الحال بالنسبة لضعف تنظيمها وجذريتها الكبيرة في نقد الأوضاع السائدة من خلال نظرة شمولية وحتى محتواها الأخلاقي القيمي في النقد، دون نسيان دور القاعدة الأساسي داخلها على حساب "القيادات"، كما هو حال سرعة ظهورها وخمودها مما يجعلنا أمام حالة حركة اجتماعية الشبه خام.⁴

وفي 5 أكتوبر 1988 شهدت الجزائر أقوى واعنف حركة احتجاجية في تاريخها، حيث تعددت القراءات لطبيعتها بين من صنفها في خانة الانتفاضة ومن يعتبرها مجرد مناورة من النظام السياسي⁵ القائم أو عملية تصفية حسابات بين النخب الحاكمة. إلا أن الجميع يعتبرها محطة مهمة، حيث حملت السلطة على إدخال تعديلات على آليات النظام السياسي. هذه الأحداث التي انطلقت من الجزائر العاصمة، لتتسع إلى المدن الأخرى كحركة

¹ لطفي بومغار ونوران سيد أحمد، الحركات الاحتجاجية في الجزائر: الحقائق والآفاق، في: الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي (مصر، المغرب، لبنان، البحرين، الجزائر، سورية، الأردن)، ط 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014، ص 314.

² نور الدين بكيس، مرجع سابق، ص 89.

³ عبد ناصر جابي، لماذا تأخر الربيع العربي الجزائري، ط 1، منشورات الجزائر، دار الشهاب، الجزائر، 2011، ص 220.

⁴ عبد الناصر جابي، "الأسطورة، الجيل والحركات الاجتماعية في الجزائر: أو الأب الفاشل والابن القافر"، مجلة إنسانيات، المجلد 8، العدد 25-26، الجزائر: مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية، 2004، ص 43.

⁵ نظر نور الدين بكيس، الحركات الاحتجاجية في الجزائر من المواجهة إلى الاحتواء، مرجع سابق، ص 89-90.

اجتماعية احتجاجية ذات فعل جماعي موحد، مستهدفة النظام السياسي بكل رموزه¹، وتعتبر علامة فارزة في قوة تأثير هذا النوع من الحركات الاحتجاجية، لما تبعها من نتائج سياسية كدخول البلاد مرحلة التعددية السياسية واصدار دستور جديد.

في 1999 باركت المؤسسة العسكرية عودة عبد العزيز بوتفليقة وفي سياق سيرورتها التاريخية، شهدت سنة 2001، حركة احتجاجية شعبية بمنطقة القبائل سميت بحركة "الربيع الأسود"²، بعد مقتل الشاب "ماسينيسا قرباح" يوم 18 أبريل/نيسان 2001 على يد قوات الدرك الوطني. حيث سار مئات الآلاف من المتظاهرين يوم 14 يونيو حزيران 2001، في العاصمة وتسببت المظاهرات التي لم تواجهها قوات الأمن بأمر من وزارة الداخلية في محاولة لامتصاص الغضب الشعبي، في حرق وتدمير واجهات المحلات والمؤسسات العمومية والخاصة.³ ثم جاءت أحداث منطقة وادي ميزاب (غرداية) التي استمرت فيها المواجهات بشكل متقطع خلال سنتين تقريبا 2008-2010 بين سكان من أصول إثنية ومذهبية متباينة: العرب المالكيين والأمازيغ الأباضيين. ويعد تضافر عوامل خارجية منها تدهور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، والتنافس بين تيارات وأحزاب سياسية للسيطرة على المنطقة، وصراع الأجنحة داخل مؤسسات النظام حول النفوذ، وتوظيف عناصر التباين والاختلاف العرقي والمذهبي ضمن تلك الصراعات، بالإضافة إلى التمييز الذي مارسه ممثلو النظام على المستوى المحلي بين سكان المنطقة كانت وراء تفجير الأوضاع وتفاقمها.⁴

جانفي 2011 وبالتزامن مع ما اصطلح عليه بـ "الربيع العربي"، شهدت شوارع الجزائر احتجاجات اعتراضا على ارتفاع أسعار المواد الغذائية وعلى رأسها الزيت والسكر.⁵

وهو السبب المباشر الذي بررت به السلطة حدوث أعمال الشغب، بينما يرجعها المحتجون إلى الاحتقان الاجتماعي والضغط الشديد والضبابية في تسيير شؤون المجتمع وخاصة ما تعلق بتوزيع السكنات.⁶ وتميزت الحركة الاحتجاجية بحسب تعبير الأستاذ عبد الناصر جابي، بضعف أشكالها التنظيمية، وغياب الفئات الوسطى

¹ عبد الغاني يشينة، مرجع سابق، ص 169.

² محمد دوح، مرجع سابق، ص 43.

³ العياشي عنصر، "الحركات الاحتجاجية في الجزائر (2-2)". الجزيرة نت، 14 فيفري 2019، <https://www.aljazeera.net>.

⁴ Martinez, Roxana. "The Mzab Conflict: Social and Ethnic Dimensions in Algeria." Terrorism Monitor 8, no. 21 (Washington, DC: Jamestown Foundation, 2010).p 1-2.

⁵ لطفي بومغار، نوران سيد أحمد، مرجع سابق، ص 325.

⁶ عبد الناصر جابي، لماذا تأخر الربيع العربي، مرجع سابق، ص 223.

والمعلمين عنها، وتتمثل السمة الرئيسية بغياب ملموس للقوى الحزبية في التفاعل مع هذه الاحتجاجات وتأطيرها والانخراط في سياقها،¹ والميزة الأخرى أنها جرت بقيادة الشباب كفاعل أساسي والذي يحمل خصائص سوسيو ثقافية مختلفة عن تلك التي يتميز بها الجيل الذي سبقه.²

وفي 2014 شهد الحراك الاحتجاجي تغيرا في الفضاء حيث امتد وعلى غير العادة إلى الجنوب وتحديدًا ولاية ورقلة التي احتلت المرتبة الأولى وطنيا من حيث كثافة الاحتجاج والاحتقان الاجتماعي الذي كان سببه الأساسي ملف الشغل والتنديد بالطرق المتوترة وغير العادلة المتبعة في التوظيف بالمؤسسات البترولية بحاسي مسعود وإقصاء الشباب المنطقة في الوقت الذي تلزم فيه تعليمية الوزارة الأولى مدرء الشركات البترولية المعنية بتخصيص مناصب العمل للبطالين من أبناء المنطقة ووصل الحراك إلى الجنوب الكبير "عين صالح".³

احتجاجات الجزائر 2019 هي احتجاجات شعبية عرفت بالحراك، اندلعت في 22 فيفري 2019 في عديد المدن الجزائرية للمطالبة بعدم ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لفترة رئاسية خامسة؛ وذلك بعدما رشّحته أحزاب الموالاة و حزب جبهة التحرير الوطني الحزب الحاكم في البلاد للمشاركة في السباق الانتخابي ثم أعلنت العديد من الأحزاب والنقابات دعمها لإعادة انتخاب بوتفليقة رغم حالته الصحية المتدهورة منذ أُصيب بسكتة دماغية عام 2013.

¹عربي بومدين، الحركات الاحتجاجية في الجزائر وعسر التحول، مجلة سياسات عربية، العدد 25، مارس 2017، ص 36.

²محمد دوح، مرجع سابق، ص: 45.

³ إبراهيم دكومي، عبد القادر خليفة، التنمية وعلاقتها بالحراك الاجتماعي في الصحراء الجزائرية: تحليل محتوى اللافتات والشعارات المتعلقة باحتجاجات مدينة ورقلة أمودجا. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 5، 2020، ص ص 401-402.

المبحث الثاني: مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر وأسبابه:

الحراك الشعبي في الجزائر يمثل ظاهرة اجتماعية وسياسية عميقة الجذور، تعكس تفاعل المواطنين مع الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي للبلاد. ويهدف هذا المبحث إلى تحليل مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر، وتحديد الأسباب البنيوية والمباشرة التي أدت إلى اندلاعه، مع التركيز على العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي شكلت البيئة الملائمة لظهوره.

المطلب الأول: مفهوم الحراك الشعبي وأسبابه:

يتناول هذا المطلب تحليل مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر واستعراض الأسباب الأساسية التي أدت إلى اندلاعه، مبرزاً العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المؤثرة.

أولاً: مفهوم الحراك الشعبي:

الحراك لغة : تشير الحركة في اللغة إلى حالة ضد السكون والثبات، فهي تدل من الناحية الفيزيائية على تغيير الواقع في الموقع وتنطوي على تحول في الزمان والمكان، والحركة من المصطلحات الفيزيائية العلمية التي تأخذ معنى الانتقال والتحول، فهي نقلة ضد السكون والثبات الذي يؤول إلى الجمود.¹ وجاء في معجم المعاني الحراك بأنه الحركة أي كل مظهر عام من مظاهر النشاط ضد السكون.²

I. الحراك اصطلاحاً: إنه (التيار العام الذي يدفع طبقة من الطبقات أو فئة اجتماعية معينة إلى تنظيم صفوفها،

بهدف القيام بعمل معين لتحسين حالتها الاقتصادية أو الاجتماعية، أو السياسية أو تحسينها جميعاً)³ ويعرف الحراك كذلك بأنه موجة من الاحتجاجات والمظاهرات والإضرابات التي حدثت في دولة معينة تدعو إلى المزيد من الديمقراطية والحرية والتعددية السياسية وتحقيق العدالة الاجتماعية.⁴

¹ سين بركاني، المقاربة الجينية لبراديغم الحراك والثورة عند فريدريك نيشته، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر، المجلد 10، العدد 1، كانون الثاني 2021، ص 616.

² معجم المعاني، ط 1، دار المعارف، القاهرة، 2015، ص. 324.

³ عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسية، الجزء الثاني، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979، ص 222.

⁴ هاجر بن دوحه، التغطية الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لقضية الحراك الشعبي في الجزائري (دراسة وصفية تحليلية لبرنامج البلاد

اليوم لقناة البلاد TV، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونيسيلي-البلدة 2، الجزائر، 2020، ص 19.

الحراك مصطلح يدل على نشاط وخروج على الرتبة في أي ميدان داخل المجتمع، وهو واحد من أنواع التصرف الذي يتحرك بناء على خلفيات سياسية، وذلك من خلال تحريك موارد المجتمع سواء كانت بشرية أو مادية، وله نهايات مرادها التأثير للوصول إلى تغيير سلمي.¹ ويعرف الحراك كذلك بأنه موجة من الاحتجاجات والمظاهرات والإضرابات التي حدثت في دولة معينة تدعو إلى المزيد من الديمقراطية والحرية والتعددية السياسية وتحقيق العدالة الاجتماعي.²

II. تعريف الحراك الشعبي:

يعرف الحراك الشعبي إلى التقاء جماعة من الناس حول محاولة إحداث التغيير الاجتماعي والسياسي كلياً أو جزئياً في نمط القيم السائدة والممارسات السياسية داخل المجتمع وغالباً ما تكون هذه الفئة مهمشة ولا أحد يسمعها مما يجعلها تعبر عن هذا الخطأ في شكل حركات سواء كانت سلمية أو غير سلمية في شكل إضرابات واعتصامات من أجل التعبير عن مطالبها ومطالبة الحكومة بتنفيذها.³ وأن الحراك الشعبي مظهر من مظاهر الاحتجاج المدني المعاصر يمتاز بالوعي واجتناب العنف المسلح كوسيلة للتغيير الجذري، وتتفاوت صوره من مجتمع لآخر، إلا أن طبيعة الحراك واحدة وهي المطالبة بتغيير النظام السائد وبناء دولة تستجيب لمعايير دولة الحق والمواطنة وتصوبوا لتحقيق الحرية وحقوق الإنسان، ويقصد بالحراك الشعبي على أنه يعبر عن الحراك الاحتجاجي داخل الفضاء العمومي عن أزمة النسق السياسي، بحيث لم يعد بإمكان خطاب الفاعل السياسي وأدواته التنفيذية إقناع المواطنين بالاحتكام إلى المؤسسات والأجهزة الإدارية العمومية في طرح مطالبهم والتكفل في قادمون على الاحتجاج، وأن الحراك الشعبي هو عبارة عن حالة من الغضب العام التي تعبر عنها فئات المجتمع التي تشعر بالتهميش بأن لا أحد يسمع صوتها مما يجعلها تعبر عن الغضب في شكل حركات احتجاجية سواء أكانت سلمية أو غير سلمية في شكل اعتصامات، إضرابات، مسيرات، تجمعات، تجمهر أو تظاهر، وقد يصل الأمر في بعض الأحيان إلى حد استخدام هاته الفئات للممارسات العنيفة كالحرق أو قطع الطريق من أجل التعبير عن مطالبها ومحاولة الضغط على أصحاب القرار.⁴

¹ محمد الأمين أحمد عبد، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل"، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020، ص 1.

² محمد عبده، الديمقراطية والحراك السياسي في العالم العربي، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2010، ص. 45.

³ سميرة بوهالي، أهمية المشاركة السياسية في تحقيق التنمية السياسية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2019، ص 69.

⁴ بحوص بوفنيك وعبد المجيد رمضان، "تدابير بناء السلم الاجتماعي في الجزائر بعد الحراك الشعبي لـ 22 فيفري 2019"، "دفاتر السياسة والقانون"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، المجلد 12، العدد 1، كانون الأول 2019، ص 392-393.

ثانيا : مفهوم حراك 22 فيفري 2019 ونشأته في السياق الجزائري:

يُعدّ حراك 22 فيفري 2019 من أبرز الظواهر السياسية والاجتماعية في التاريخ الحديث للجزائر، إذ شكّل نقطة تحوّل في علاقة المواطن بالدولة ومؤسساتها. انطلقت شرارته في سياق اجتماعي وسياسي اتسم بالاحتقان، نتيجة تراكمات اقتصادية، وغياب الثقة في النخب السياسية، وإعلان نية الرئيس السابق الترشح لعهدة خامسة. هذا الحدث عكس وعيًا جماعيًا متناميًا بضرورة التغيير السلمي، وتجلّى كحركة احتجاجية منظمة عفويًا في بداياتها، قادها المواطنون في مختلف المدن دون توجيه حزبي مباشر.

لقد أظهر الحراك الجزائري طبيعة جديدة للمشاركة السياسية، اتسمت بالسلمية والانفتاح على الفضاء الرقمي كوسيلة للتعبئة وتبادل المعلومات، ما جعله امتدادًا لروح الحركات الاحتجاجية في المنطقة، مع خصوصية جزائرية في الأهداف والشعارات والمسار¹.

مفهوم حراك 22 فيفري: نقصد به عدم قبول الجمهور الذي خرج رفضا لترشح بوتفليقة لعهدة خامسة، وهو غضب شعبي مس كل ولايات الوطن بطريقة عفوية وليس له أي قيادة سياسية أو حزبية، كان يرفع في البداية رفض العهدة الخامسة ثم تحول إلى حركة سياسية واجتماعية تطالب بإصلاحات جذرية على مستوى النظام السياسي الجزائري، هو حراك يعتمد على التحرك في الواقع وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فايسبوك².

II.نشأته: شهدت الجزائر يوم 22فيفري 2019 خروج الشعب الجزائري في مختلف الولايات إلى الشوارع تنديدا بترشيح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة للانتخابات الرئاسية التي كان من المزمع تنظيمها في 18أفريل وذلك نظرا للحالة الصحية التي كان عليها الرئيس والتي تمنعه من القيام بمهامه كرئيس للجمهورية خاصة وانه أكمل عهده الرابعة مقعدا ولم يلقي أي خطاب إلى شعبه لمدة 7سنوات.

III. مسميات الحراك الشعبي:

وللحراك مسميات متعددة فبالنظر إلى مختلف الحركات الشعبية الحاصلة في الفترات الأخيرة بالدول العربية طرحت عدة مسميات للحراك الشعبي أبرزها:

الربيع العربي: يعد لفظ الربيع العربي الأكثر شيوعا في التعبير عن الأوضاع العربية بعد انطلاق الحراك العربي، حيث دأبت وسائل الإعلام ومراكز الأبحاث على استعماله، ويعود استخدام مصطلح الربيع العربي في الإشارة إلى الثورات الشعبية إلى التاريخ الأوروبي حيث استخدم هذا المصطلح للتعبير عن عدة انتفاضات مثل: "ربيع

¹ بن خدة، عبد الرحمن، الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة في الدلالات والأبعاد السياسية، مجلة دراسات سياسية، العدد 12، 2020، ص ص 45-46.

² بوبكر جعوط وخالدي، سعاد. "انخراط شباب الجزائر سياسيًا من منطلق منصات التواصل الاجتماعي: تجربة واقع الحراك الشعبي 22

فيفري 2019 وما بعده". مجلة دراسات، المجلد 14، العدد 1، 2025، ص ص 204-219.

الأوطان" و"ربيع براغ" و"ربيع أوروبا الشرقية" و"أواخر الثمانينات"، ولذا كان إطلاق لفظ الربيع العربي على الأحداث العربية التي انطلقت مع مطلع 2011 مصدره غربيا، حيث كانت صحيفة "الإنديبندنت" البريطانية أول من وصف الحراك العربي بذلك.

الثورة: يستخدم المصطلح للتعبير عن تغييرات جذرية في مجالات غير سياسية كالعلم والفن والثقافة لأن الثورة تعني التغيير، كما يستخدم في علم الاجتماع السياسي للإشارة إلى التأثيرات المتبادلة للتغييرات الجذرية والمفاجئة للظروف والأوضاع الاجتماعية والسياسية، وتعرفها موسوعة علم الاجتماع بأنها) التغييرات الجذرية في البنى المؤسسية للمجتمع، تلك التغييرات التي تعمل على تبديل المجتمع ظاهريا وجوهريا من نمط سائد إلى نمط جديد يتوافق مع مبادئ وقيم وإيديولوجية وأهداف الثورة) وقد تكون الثورة عنيفة دموية، كما قد تكون سلمية، وتكون فجائية سريعة أو بطيئة تدريجية.¹

الانتفاضة: تعرف بأنها مقاومة شعبية مستمرة ومواجهة حضارية شاملة بالوسائل كافة المدنية والعسكرية، أو كلاهما ولا تأتي الانتفاضة من فراغ بل تأتي من ألم وخوف وكبت، وهي ظاهرة نضالية متميزة تعني وتتم بالتغيير الجذري الشامل الذي يخرج من المجتمع بواسطة أفراد.²

الحراك السياسي Political mobility: يشير مفهوم الحراك السياسي إلى الحالة السياسية التي تتسم بتزايد التغيير في موازين القوة ونمط توزيع السلطة، وسرعة تواصل الأفكار السياسية وانتشارها وكثافة التواصل فيما بين الأفراد، كما يعرف الحراك السياسي على أنه نشاط أو تفاعل (فردى وجماعى) داخل الدولة أو خارجها، يهدف به فاعلوه إلى جنى ثمار سياسية معينة أو بلوغ أهداف محددة، بمعنى أن الحراك السياسي هو القيام بمختلف نشاطات السياسية سواء من طرف فرد أو جماعة، سواء داخل الدولة أو خارجها، وذلك بهدف الانتقال إلى موقف وضع أو رؤية سياسية أخرى، لكن ليس بالضرورة يكون هذا الانتقال إيجابيا أو للأحسن، فقد يكون الانتقال إلى وضع أسوأ مما كان عليه، كما يقصد بالحراك السياسي على أنه تأثير مجموعة من الأفراد والجماعات في حركة النظام السياسي، بمعنى أن الحراك السياسي هو قيام مجموعة من الأفراد والتنظيمات والجماعات بالمظاهرات والاحتجاجات، للتأثير

¹ شعبان الطاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي: قضايا العنف السياسي والثورة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 46-47.

² رانية بلير دوح وفاء بن عميروش، المعالجة الصحفية للحراك الشعبي في الجزائر حراك 22 فيفري (دراسة تحليلية لعينة من جريدة الخبر نموذجاً)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019، ص 88.

على النظام السياسي، وذلك من أجل تحقيق أهداف معينة، وهذا فإن الحراك السياسي هو نشاط سياسي يقوم به فرد أو جماعة بهدف تغيير موقف أو رؤية سياسية، كما يمكن أن يهدف إلى تغيير السلطة.¹

يعرّف بأنه "حركة كبيرة من التفاعل بين مختلف القوى السياسية التي تتفاعل بعضها مع بعض على مختلف الأصعدة السياسية والفكرية والثقافية، وتسعى إلى إيجاد مكان لها في الحياة السياسية، وتعبئة مختلف طوائف الشعب للمشاركة في العملية السياسية والانتقال بالمجتمع السياسي إلى مرتبة أعلى من التفاعل وحرية الحركة وحرية صنع القرار، والمشاركة في التنظيمات والأحزاب السياسية المختلفة دون أي قيود من السلطة السياسية أو النظام الحكومي.²

وإن الحراك السياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالصراع السياسي لاسيما أن هذا الارتباط يقوم على أساس الممارسة السياسية والديمقراطية معاً، فهما بدون أي حراك سياسي أو ممارسة ديمقراطية سليمة لن يتطور المجتمع أو يتقدم في اتجاه المشاركة الشعبية في السلطة³، وأن آليات الحراك السياسي هي التعبئة والتوعية والاتصال المباشر بالناس ونشر المعلومات وتبادلها وطرح وجهات النظر جميعها وإدارة المناقشة العامة بشفافية ونزاهة وتجرد من الأهواء⁴

¹هناك قيصران، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سطيف، 2، الجزائر، المجلد 16، العدد 4، 2019، ص 36-37.

²علي الزغي، السياسات التنموية وتحديات الحراك السياسي في العالم العربي: حالة الكويت، مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، العدد 41، 2015، ص 28-29.

³Polletta, Francesca. **Freedom Is an Endless Meeting: Democracy in American Social Movements**. 1st ed. Chicago: University of Chicago Press, 2002, p 120.

⁴ مولود زايد . الطيب، علم الاجتماع السياسي، ط 1 ، منشورات جامعة السابغ من أبريل، ليبيا، 2007، ص 15.

المطلب الثاني: أسباب وخصائص الحراك الشعبي الجزائري: مقارنة تحليلية في الدوافع والسلوك الجمعي:

جاء الحراك الشعبي الجزائري كنتيجة طبيعية لتفاعل عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية متشابكة، تراكمت على مدى سنوات طويلة من الانسداد السياسي وضعف الحوكمة. وقد أفرز هذا الحراك سمات خاصة ميّزته عن غيره من الحركات الاحتجاجية في المنطقة العربية، سواء من حيث طبيعته السلمية أو آليات تنظيمه الذاتي.

إنّ فهم أسباب الحراك وخصائصه يُعدّ خطوة أساسية لفهم طبيعة التحول الذي شهده المشهد السياسي الجزائري منذ عام 2019، خاصة في ظلّ انتقاله من مجرد تعبير احتجاجي إلى فعل جماعي منظمّ يحمل رؤية سياسية واضحة للتغيير¹.

أولاً: أسباب الحراك الشعبي الجزائري:

1. الأسباب السياسية: وتتمثل الأسباب السياسية في غياب الحريات الأساسية، وهو من أهم الدوافع التي تقف وراء موجة الحركات الشعبية التي تقوم بها الشعوب في مواجهة الأنظمة الحاكمة لها، وبالنظر للتغيرات التي شهدتها الوطن العربي مؤخراً بدءاً، بتونس ومن ثم مصر وبعدها كل من ليبيا واليمن وسوريا والجزائر والسودان، نجد أن الشعوب التي قامت بالتحركات نتيجة غياب الحقوق والحريات الأساسية، والتي أدت إلى المطالبة بإسقاط النظم الحاكمة ومحكمة رموز الفساد الذين تسببوا في إفساد الحياة السياسية والاجتماعية بشكل كبير، والمطالبة بتحقيق العدالة وسيادة القانون وترسيخ الممارسات الديمقراطية في البلاد.²

ومن أسباب الحراك الشعبي السياسية هو امتناع الأنظمة العربية عن تبني إصلاحات سياسية حقيقية، وإلى عزوف المواطنين عن المشاركة في العملية السياسية مع ضعف الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني بعدما تعرضت أغلب الأنظمة العربية منذ نهاية الحرب الباردة لضغوط داخلية وخارجية متزايدة لكي تبني إصلاحات سياسية وديمقراطية تؤدي إلى إطلاق الحريات السياسية والمدنية وحرية تشكيل الأحزاب والجمعيات والاتحادات، ووضع آليات تضمن نزاهة الانتخابات وحرية الصحافة والإعلام، إلا أن هذه الأنظمة أكتفت بإدخال بعض

¹. بوعافية، سمير. الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة تحليلية في السياق والأبعاد، مجلة أبحاث سياسية، العدد 8، 2020، صص 72-73.

² محمد الأمين أحمد عبد، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي ((الاعتماد المتبادل))، ط 1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020، ص 130.

الإصلاحات الشكلية التي لم تغير من مضمون المنظومة السلطوية، وحتى الدول التي سمحت بقدر أكبر من التعددية السياسية، إلا أنها اعتمدت على مجموعة واسعة من الأدوات القانونية والأمنية والإدارية لتقييد الحريات والأعلام والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني.¹ كما أن القهر Oppression من أسباب الحراك الشعبي ويشمل القيود المفروضة على حقوق الإنسان كالمشاركة السياسية وحرية الرأي والتعبير، وغياب الديمقراطية، والعنف الممارس من قبل النظام، وفي بعض الدول قد يرتقي إلى حد إرهاب الدولة ضد مواطنيها.

وهذا ما شهدته الجزائر من انغلاق سياسي والذي يشكل طوقاً خانقاً على جميع الحريات الفردية والجماعية وفتح المجال واسعاً أمام أشكال المحسوبية والتعسف والظلم الاجتماعي الذي تفننت في ممارسة مجموعات النظام السياسي.²

I. الأسباب الاقتصادية: إن من الأسباب الاقتصادية التي تؤدي إلى الحراك الشعبي هو انعدام العدالة وانتشار الفساد وعدم توزيع الثروات بشكل صحيح، ارتفاع معدلات البطالة، خاصة لدى فئة الشباب الجامعي، وتدهور القدرة الشرائية نتيجة تراجع أسعار النفط وتقلص فرص الاستثمار الداخلي، كل ذلك أدى إلى شعور واسع بالإقصاء وفقدان الأمل في المستقبل³، فيجد المواطن نفسه أمام أنظمة تقوده للفقر وتحكمه بالقهر، وتتصدر بعض الدول العربية قوائم البلدان الأكثر فساداً في العالم والأقل شفافية على الإطلاق، ويتفشى الفساد وينتشر داخل مؤسسات الدولة، فلا يستطيع المواطن أن يقيم دعوى قضائية أو طعناً أمام الأجهزة القضائية، ولا يمكنه أن يدافع عن نفسه، لأنه يعيش في نظام يقوده إلى طريق مسدود تنعدم فيه إقامة العدالة، فضلاً عن ارتفاع معدلات البطالة بين الشباب إذ تشير الإحصائيات إلى أن نسبة الشباب الذين تقل أعمارهم عن 25 عاماً في البلدان العربية هم نسبة (40 %) من تعداد السكان، ويشهد العراق ارتفاعاً كبيراً في نسبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 25 سنة، في المقابل يجدون سوق العمل في تراجع، مع عدم قدرة تلك الدول على خلق فرص عمل تغطي احتياجات هؤلاء الشباب، وكذلك تدني مستويات المعيشة والمعاناة من المرض، وتآكل الطبقات الوسطى المتعلمة التي ازدادت فقراً، والحالة المزرية التي تعيشها شريحة واسعة من الشباب المتعلم، في الوقت الذي تتضاءل فيه فرص

¹ همسة قطان الجميلي، "الحراك السياسي في بلدان المنطقة العربية: قراءة في العوامل الداخلية والمواقف الإقليمية والدولية"، قضايا سياسية، العدد 37-38 (2014)، ص 214.

²Ghanem, Dalia, Understanding the Persistence of Competitive Authoritarianism in Algeria, 1st ed. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2022, p. 16.

³. زروال، نادية. الأسباب البنيوية للحراك الشعبي في الجزائر. مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 15، 2021، ص ص 64-65.

العمل وتزداد المعيشة غلاء، وهو ما يتسبب في ظهور الفقر (**Poverty**) فهو يتعلق بالأسباب الاقتصادية بالدرجة الأولى وقد سمّاه الغير: "الحرمان الاقتصادي"، ويتمثل في البطالة والظروف الاقتصادية الصعبة، وتدني مستوى المعيشة وانخفاض القدرة الشرائية وغلاء الأسعار وغياب العدالة التوزيعية، وما انجر عنها من ندرة في المواد الاستهلاكية الحيوية. كل هذه المظاهر مجتمعة تقود المجتمع حتماً نحو السخط والاستيلاء ثم التمرد والثورة والعصيان فيما بعد لتغيير الواقع.¹

3. الأسباب الاجتماعية: إن وضعية الأفراد داخل المجتمع تؤدي دوراً هاماً في الحراك الشعبي، فكلما كانت الأوضاع الاجتماعية حسنة والمعيشة قائمة على الرفاهية وتوفير الحاجات الاجتماعية كلما قلل ذلك من تحرك المجتمع، وكلما كانت الأوضاع مزرية كان العكس² فمعظم الاحتجاجات التي خرج الشعب يناديها كانت من دافع الواقع المعيش الصعب، إذ أن الأوضاع الاجتماعية المتدهورة للأفراد وتزايد تدهورها بصفة مستمرة، يساعد بشكل كبير في انبثاق حراك شعبي يطالب بتحسين هذه الأوضاع، من³ القضاء على البطالة والفقر والمساعدات الاجتماعية المتمثلة في حق السكن اللائق وتوفير ظروف العيش اللازمة، وأن انتشار الفقر والفساد الإداري والمادي والرشوة على نطاق واسع وارتفاع الأسعار، مقابل تدني الأجور ودخل الفرد بالإضافة إلى اتساع الفجوة بين طبقات المجتمع وسياسة فرض الضرائب والرسوم، من أبرز الأسباب التي ساهمت في تأجيج الوضع الاجتماعي ودفع المواطنين إلى الاحتجاج. يعتقد الدكتور نصر الدين العياضي أن حراك 22 فيفري 2019 هو وليد تراكمات من النضال والإحباط والغضب التي تجسدت في عدة إضرابات واحتجاجات وبالتالي أضحت هذا الاحتجاج أسلوب اتصال ومخاطبة النظام السياسي من خلال التوجه الجماهيري إلى الفضاء الافتراضي للإفصاح عن سخطهم على الوضع ونشر الصور التي تكذب الخطاب الرسمي، والوثائق التي تثبت حالات الفساد والرشاوي والسخرية من رغبة الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة في أن يستمر في السلطة بعد عشرين سنة من الحكم وهذا باستخدام النكت والأشعار والصور.. الخ ولكن ترشحه لعهدة خامسة كان الفتيل الذي أذكى غضب الجزائريين في الشارع و مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كان النقل مباشرة بالصوت والصورة للمسيرات عبر موقع الفيسبوك لأنها لعبت دور الوسيط بين مختلف فئات المجتمع الجزائري في ظل غياب دور بعض وسائل الإعلام

¹ Nader Kazem, Saving Hope: The Long Road to the Arab Spring. 1st ed. Masaa Publishing, Bahrain ,2013. pp. 9-12.

² Castells, Manuel. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. 2nd ed, Polity Press, Cambridge ,2015.p102.

³ ربيع، حامد. التحليل السياسي، ط 5، مكتبة النهضة، القاهرة، 1999، ص 13.

التقليدية في التغطية الإخبارية لأول مسيرة حيث عملت على أن يكون لها دور توجيهي من أجل الحفاظ على الطابع السلمي للحراك الذي دام عاما كاملا¹ حركة شعبية تقوم بها الشعوب ضد أنظمتها الحاكمة نتيجة لطغيانها أو نتيجة لسلبها لإرادة شعبها.² موجة الاحتجاجات والمظاهرات والاضطرابات التي عمت العديد من الدول العربية، مع غاية 2010 وبداية 2011 تدعو إلى مزيد من الديمقراطية والحرية والتعددية السياسية؛ وتحقيق العدالة الاجتماعية.³

وبالتالي برزت الأسباب الاجتماعية والثقافية كعامل مؤثر، إذ أدى انتشار التعليم والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى ارتفاع الوعي الجمعي لدى المواطنين، ما جعلهم أكثر قدرة على التنظيم والتعبئة والمطالبة بالتغيير بطرق سلمية ومنظمة.⁴

ثانيا: خصائص الحراك الشعبي الجزائري:

امتاز الحراك الجزائري بعدد من الخصائص الفريدة التي جعلته نموذجا متميزا في المنطقة العربية. فقد كان حراكا سلميا منذ انطلاقه، رافضا للعنف ومؤكدا على الطابع المدني للمطالب السياسية. هذا الطابع السلمي عزز صورته داخليا وخارجيا، وساهم في كسب تعاطف فئات واسعة من المجتمع:

1. الطابع العفوي والتنظيم الذاتي: حيث لم يكن وراءه حزب سياسي أو زعيم محدد، بل كان فعلا جماعيا انطلق من الشارع وتغلذى من روح المواطنة والمسؤولية الجماعية. كما لعب الفضاء الرقمي دورا محوريا في التعبئة، إذ استخدمت منصات مثل فيسبوك وتويتر كوسائل للتنظيم ونشر الشعارات والتنسيق بين المدن والولايات.⁵

2. مشاركة مختلف فئات المجتمع الجزائري: إن ما ميز الحراك الشعبي الجزائري، هو المشاركة النوعية، لكل فئات المجتمع الجزائري المختلفة، سواء تعلق الأمر بامرأة أو رجل أو شاب أو طفل أو مسن، وقد برز دور المرأة الجزائرية في هذا الحراك، وهو ما كسر الصورة النمطية التي اعتاد عليها الجزائري، على اعتبار أن المرأة مكانها

¹ نصر الدين لعياضي، الحراك الجزائري و"فيسبوك"، موقع العربي الجديد، تم زيارة الموقع يوم 28 ديسمبر 2019، على الساعة 9.00 صباحا، من خلال الرابط التالي: <https://www.alaraby.co.uk/opinion/2019/4/30/> الحراك الجزائري والفيسبوك.

² Jeff Goodwin. *No Other Way Out: States and Revolutionary Movements, 1945-1991*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p 47.

³ صالح عبد الرزاق فالح الخوالدة، "أثر الحراك الشعبي العربي على الإصلاح السياسي في الأردن (2011-2014)"، رسالة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، 2018، ص 15.

⁴ لخضر، عبد المالك. *الحركات الاجتماعية في الجزائر: من الاحتجاجات المحلية إلى الحراك الوطني*، ط 1، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص 91.

⁵ بن ساسي، خالد. *خصائص الحراك الشعبي الجزائري: دراسة سوسيولوجية*، مجلة دراسات المجتمع، العدد 6، 2020، ص ص 81-82.

في مساحات معروفة ومغلقة.. وهذا ما يدفع نحو تأسيس للفعل الديمقراطي في المجتمع الجزائري وحق الجميع سواء كان رجال أو امرأة في التعبير.

الطابع الوطني الجامع، إذ تجنب الخطابات الجهورية أو الإيديولوجية، وركز على وحدة الشعب ورفض التدخلات الخارجية، ما منحه قوة رمزية كبيرة وحافظ على تماسكه رغم طول مدته.¹

1- سلمية الحراك: تميز الحراك الجزائري بطابعه السلمي، الذي عبر عن نضج المجتمع الجزائري، وثقافة المواطنة العالية لدى الشعب الجزائري، من خلال دعوات المحافظة على الطابع الإنساني والسلمي للحراك الشعبي، والاستمرار في تقديم الورد لرجال الشرطة والأمن، بل حتى حمايتهم لإثبات أن الجزائريين لم يخرجوا لشوارع البلد بهدف التخريب، وإنما من أجل رفض العهدة الخامسة وتغيير النظام الذي "شاخ" حسب اعتقادهم.²

¹ رحاني، عبد القادر. الحراك الشعبي في الجزائر: مقاربة سوسيولوجية في دينامية التغيير، دار المعرفة، الجزائر، 2021، ص 118.

² بوخاري، بوفنيك. "الحراك الجزائري: ثورة سلمية ومواطنة"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 3، 2019، ص 45.

المبحث الثالث: طبيعة التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك بالجزائر.

يمثل هذا المبحث محاولة لفهم الطبيعة المتغيرة للتوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك الشعبي في الجزائر، حيث لعبت هذه الوسائط الرقمية دورًا محوريًا في نشر المعلومات، تعبئة المواطنين، وتشكيل الرأي العام. سيتناول المبحث، من خلال مطالبه، إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية وبناء الفضاء الديمقراطي في الجزائر، ودورها خلال أزمة الحراك، وكيف ساهمت في الانتقال من دوامة الصمت إلى دوامة التغيير السياسي، مع التركيز على الأساليب الرقمية التي وظفها النشطاء والمواطنون للتواصل والتنظيم في ظل رقابة إعلامية تقليدية محدودة.

المطلب الأول: إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية وبناء الفضاء الديمقراطي في الجزائر:

شهد العالم خلال العقدتين الأخيرين تحولات عميقة في أنماط الاتصال السياسي والتفاعل المجتمعي، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية وحدها قادرة على احتكار تدفق المعلومة أو توجيه الرأي العام. فقد أفرزت الثورة الرقمية فضاءً اتصاليًا جديدًا، أتاح للأفراد والجماعات هامشًا أوسع من الحرية للتعبير والمشاركة والمساءلة. وفي السياق الجزائري، برزت شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فايسبوك كأداة فعالة في إعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والشأن العام، وأسهمت في كسر حاجز الصمت وتوسيع دائرة المشاركة السياسية، لاسيما خلال المراحل المفصلية التي عرفت البلاد منذ حراك 22 فيفري 2019. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المطلب إلى تحليل الدور المتنامي لشبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم الديمقراطية، من خلال دراسة طبيعة الفضاء الإعلامي الجديد، ورصد مدى تأثير هذه الوسائل في الوعي والممارسة السياسية للمجتمع الجزائري.

أولاً: دور الإعلام في ترسيخ الديمقراطية و بروز الفضاء الاتصالي الحر:

لطالما كانت وسائل الإعلام والاتصال ركنًا أساسيًا في تشييد المجتمع الديمقراطي فلا يمكن القول على نظام أنه ديمقراطي دون وجود فضاء إعلامي يكرس حق المواطن في الإعلام الحق في التعبير وأكثر من هذا الحق في الاتصال لأن وسائل الإعلام رافد لا غنى عنه في الدولة الديمقراطية فالفضاء الإعلامي هو الذي يحتضن النقاش وهو

الوسيط بين الحاكم والمحكوم وهو الفضاء الذي تتجلى فيه مختلف فئات المجتمع وتعبّر عن ذاتها فوسائل الإعلام من خلال سلطتها الثقافية ورأس مالها الرمزي بإمكانها أن تتحول إلى مدرسة للديمقراطية ومراجعة الأفكار.¹ تبرز أهمية شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع فايسبوك في الجانب السياسي بفضل عناصر ثلاثية أساسية وهي قيمة الرؤية النقدية لموقع "الفايسبوك" في كونها تشمل كل الفئات معبرة عن تيار نقدي إما عن طريق المستخدمين أنفسهم أو عن طريق صفحات الكترونية رائجة على الموقع لها موقف سياسي من حدث أو قضية سياسية معينة وهذا راجع لقدرة موقع "الفايسبوك" على التدخل في وجهات النظر بين مختلف القوى والحركات السياسية في الواقع الحقيقي".²

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل سياسي جديد في المشهد الجزائري:

لقد ساهم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي على غرار موقع "فايسبوك" في إعطاء الحرية في إبداء الآراء خاصة فيما تعلق بالأمر بالقضايا السياسية دون أي تضيق من خلال التفاعل بين مرسل المعلومة أو المسئول عن بثها ومتلقي يتفاعل معها بالطريقة التي يراها مناسبة وفقا لخلفيته السياسية أو الثقافية فشبكات التواصل الاجتماعي وفرت المعلومات بسرعة غير مسبوقة من خلال توصل المعلومات والأخبار السياسية لتحقيق مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية، فنجد أن موقع "فايسبوك" مثلا دخل الساحة السياسية لتحقيق التفاعل والحوار السياسي وإيجاد منابر وكتل سياسية من خلال شباب تحولوا إلى ناشطين سياسيين على المواقع يقومون بتوصيل أصواتهم لأكبر عدد ممكن، ومن ثمة استغلال ذلك التأثير الكبير في بلدانهم وبذلك أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منبرا للتعبير عن الاتجاهات والمواقف بما فيها السياسية مشكلا فضاء حرا لا يوجد مثله في الواقع.³

¹ christians, Clifford G., Theodore L. Glasser, Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng, and Robert A. White. Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. 1st ed. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, United States, 2009.p 126.

² ndrews, Leighton. Facebook, the Media and Democracy: Big Tech, Small State? .1st ed. Oxford: Routledge, 2019.p 65.

³ Tufekci, Zeynep. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. 1st ed. New Haven and London: Yale University Press, 2017. P p 149-150.

كما أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي أنها ليست بمعزل عن الواقع كما كان الاعتقاد السائد عن كونها فضاء افتراضي تحكمه أطر وقوانين بعيدة عن الواقع المعاش بل إنه في كثير من الأحيان انعكاس لهذا الواقع، تشير بعض الدراسات أن هناك حقيقة مفادها أن أداء هذه الشبكات الاجتماعية لدور سياسي ما اعتمد بشكل كبير على البيئة التي ينشط فيها مستخدموها فكانت شبكات التواصل الاجتماعي أداة تغيير وتأثير في الوعي السياسي للأفراد.¹

وهذا ما يظهر دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الشعبي السلمي من خلال حشد المحتجين وتنظيم الصفوف كل يوم جمعة إضافة إلى تنظيم صفوف الطلبة كل يوم الثلاثاء للخروج في مسيرات أسبوعية وساهمت في بروز نوع من المشاركة السياسية في الشأن العام حيث لعبت الشبكات الاجتماعية دورا هاما في التصدي لخطابات السلطة التخويفية وانتشار العديد من الحملات والهاشتاقات عبر منصات الشبكات الاجتماعية.

ثالثا: شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر (إحصائيات):

يعتبر الفايسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع الكتروني تملك إزالة الحواجز المتعددة. وبالتالي هو "واحدا من أهم شبكات التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص الدخول والتواصل كما يشاء".²

أشارت الإحصائيات التي قدمها موقع **Socialbakers.com**، المختص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن عدد الجزائريين المسجلين في الفيسبوك قارب ثلاثة ملايين مشترك (2,835,000) في شهر يناير (جانفي) من عام 2011، بنسبة زيادة بلغت 85% مقارنة مع نهاية سنة 2010، واحتلت بذلك الجزائر المرتبة الرابعة عربيا بعد كل من مصر، السعودية، والمغرب.³

¹ خالد طراد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في التواصل السياسي للشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2015-2016، ص 107.

² عباس صادق مصطفى، الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، ط 1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 258.

³ "الفيسبوك في الجزائر: متنفس إعلامي في ظل الانغلاق DW"، عربية، 28 كانون الأول 2011، <https://www.dw.com/ar/> في-الجزائر-متنفس-إعلامي-في-ظل-الانغلاق. **a-15657151** تم الدخول إليه في 10 سبتمبر 2020.

وتجاوز عدد الجزائريين المسجلين في موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك شهر ديسمبر 2014، أربعة ملايين و 23 الف و 940 مشترك ما كان يمثل 11.63 من العدد الإجمالي للسكان المقدر في تلك الفترة ب 37 مليون نسمة و 90 بالمائة من الجزائريين المربوطين بالانترنت، ووفقا لنفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيف 10 عالميا مع نهاية سنة 2014.

"فضلا عن عدد الصفحات التي يقوم بفتحها أعضاء مشتركون عبر الفاييسبوك والمقدرة بما يقارب مليار صفحة ويب يوميا وهو عدد هائل يدعو للفرح والحيرة في الوقت نفسه مما يستدعي التأطير والمرافقة من طرف الوزارة الوصية والحكومة بشكل عام من أجل التسريع في العمل بمشروع الحكومة الالكترونية التي ستمكننا من تفادي الكثير من العقبات.¹

وتبين من إحصائيات ذات الموقع وفي أبريل 2015 أن استخدام موقع الفاييسبوك ارتفع ما يعادل 11 بالمائة من مجموع سكان الجزائر، كما تمثل نسبة 71.93 بالمائة من مجموع السكان الذين يملكون خط تشبيك في الانترنت، هذه الإحصائيات وضعت الجزائر في المرتبة 45 عالميا حسب التصنيف المقدم من طرف إدارة "سوشال باكرز" تحتل المرتبة الثالثة بعد اليونان وجمهورية التشيك وقبل الإمارات العربية المتحدة صربيا، تونس، وحتى نهاية أبريل سنة 2015.²

وبتطور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع عدد مستخدميها في الجزائر فقد أعلنت شركة فايسبوك عن إحصائياتها في الجزائر والتي تشمل الفئات الأكثر استعمالا من طرف الجزائريين بالإضافة الى العدد النشط شهريا حول هذه الشبكة مع أكثر الصفحات التي يزورها الجزائريون وأبانت الإحصائيات لسنة 2017 كما أوردها موقع "سوشال باكرز" المتخصص أن عدد المستخدمين النشطين شهريا حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و 20 مليون مستخدم نشط شهريا، شكلت نسبة الرجال منهم 65 بالمائة والنساء 35 بالمائة وأكثرهم من الفئات الشبابة التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 24 سنة حيث تشكل هذه النسبة 53 بالمائة من العنصر النسوي و 27 بالمائة من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية وهي ما بين 25 و 34 سنة فتشكل 23 بالمائة من

1 عامر إبراهيم قندجيلي، الإعلام والمعلومات والانترنت ، ط 1، دار اليازوري، الأردن، 2011، ص335.

2 socialbakers. "Social Media Usage Statistics 2017/2018." *Socialbakers*, www.socialbakers.com, Accessed 11 Apr. 2019. <https://www.socialbakers.com>.

الرجال و 32 بالمائة من النساء ،أما باقي الفئات هم بنسب قليلة اتضح أيضا من خلال آخر الإحصائيات لنهاية 2017 أن أغلب مرتادي هذه الشبكة (فيسبوك) هم عزاب غير متزوجين، 9 بالمائة منهم من فئة المخطوبين ،أما النسبة الباقية فهم من وضعوا حالة مرتبط على حساباتهم بنسبة 14 بالمائة، اتضح أيضا وحسب نفس الموقع أن الفئة التي ترتاد موقع فيسبوك أغلبها من الفئة الجامعية يليها تلاميذ الطور الثانوي ،أما بالنسبة للولايات الأكثر استخداما لشبكة فيسبوك فقد كان النصب الأكبر للعاصمة بنسبة 31 بالمائة ،تليها مدينة وهران ثم قسنطينة ثم سطيف وورقلة وعنابة وبالحديث عن أكثر شيء يبحث عنه الجزائريون ،سجلت القائمة الإحصائية حضور صفحات دينية ثقافية إخبارية ورياضية ،فقد احتلت صفحة الداعية المصري " عمر خالد " AmrKhaled " المرتبة الأولى، تليها صفحة البلاد الإخبارية، وشهدت القائمة ارتفاع متابعي صفحات الهاتف النقال " جازي وأوريدو "وارتفاع صفحة المعلق الرياضي حفيظ دراجي .(موقع سوشال باركرز).

وبين شهر ماي 2018 وأفريل 2019 هناك تقارب في استخدامات الجزائريين لموقعي فيسبوك ويوتيوب حيث انتقل موقع يوتيوب إلى المرتبة الأولى في أكثر المواقع استخداما من الجزائريين في منتصف شهر مارس 2019 بـ 48.86 % أما الفيسبوك فقد تفهقر إلى المرتبة الثانية بـ 40.83 % شهرين بعد بداية الحراك بعد أن كان في المرتبة الأولى.¹

و رصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 16.1 بالمائة منذ جانفي 2020، بزيادة 3.6 مليون شخص انضموا إلى الشبكة العنكبوتية. وخلال نفس السنة، التحق 3 ملايين جزائري بشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 13.6 بالمائة، فيما انضم أكثر من 963 ألف إلى مستخدمي الإنترنت بواسطة الهواتف النقالة بزيادة بلغت 2.1 بالمائة.

وبلغ عدد الجزائريين الذين يستخدمون شبكات التواصل عبر الهواتف النقالة 24.48 مليون شخص بنسبة 97.9 بالمائة من العدد الإجمالي لمستخدمي الإنترنت. وتضمن " التقرير الرقمي للجزائر 2021"، النشاط الرقمي من حيث التجارة الإلكترونية والإنترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي والألعاب الرقمية ونسبة استخدامها من قبل الشرائح السكانية المختلفة ونموها السنوي والمقارنة مع البلدان الأخرى فحسب التقرير فإن عدد

1 كمال حميدو، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي للمواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت الى دوامة التعبير ،مركز الجزيرة

للدراستات، العدد 33، 2019، ص11.

مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 26.35 مليون شخص بنسبة 59.6 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان. وبلغ عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة، من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، فيما ولج 46.82 مليون مستخدم إلى الانترنت بواسطة الهواتف النقالة .

المطلب الثاني: إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك في الجزائر.

لقد شكّل الفضاء الرقمي أحد أبرز مكونات الحراك الشعبي الجزائري الذي اندلع في 22 فيفري 2019، إذ تحوّلت شبكات التواصل الاجتماعي إلى ساحة جديدة للتعبير والتعبئة والمساءلة السياسية. فقد وفّرت هذه المنصات وفي مقدمتها "فايسبوك" و"تويتر" أدوات غير مسبقة للمواطنين للتعبير عن آرائهم، ومناقشة القضايا العامة بحرية نسبية، في ظل تراجع مصداقية الإعلام التقليدي.¹

هذا التحول الرقمي أتاح للمجتمع الجزائري فضاءً تواصلًا مفتوحًا، استطاع من خلاله كسر احتكار الخطاب السياسي والإعلامي، وتطوير شكل جديد من الفعل الجماعي يقوم على المشاركة والوعي الشعبي، بدل التلقّي والانقياد.

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتعبئة والتنسيق الميداني :

أثبتت التجربة الجزائرية أنّ شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت أداة محورية في تنظيم الفعل الاحتجاجي. فقد مكّنت الصفحات والمجموعات على "فايسبوك" من تبادل المعلومات حول أماكن وتوقيت المظاهرات، والشعارات المرفوعة، وأساليب التنظيم الذاتي، ما جعلها بمثابة "مقرّ افتراضي" للحراك الشعبي.²

كما استخدم الناشطون هذه المنصات لتوثيق التحركات الميدانية بالصور والفيديوهات، وبثّها مباشرة، مما ساهم في تعزيز مصداقية الحراك داخليًا وخارجيًا، وجذب فئات جديدة إلى المشاركة. ويشير زينب تفيكجي إلى أن طبيعة الاحتجاجات الحديثة أصبحت "شبكة"، تعتمد على الاتصال الأفقي بين الأفراد لا على الهرمية القيادية، مما يجعلها أكثر مرونة في مواجهة محاولات القمع أو الاختراق.³

¹ منصور، سهيلة، "فضاء الفاييسبوك كمنبر للنقاش العام أثناء الحراك الشعبي الجزائري"، مجلة علوم الاتصال والإعلام، جامعة وهران 1، العدد 5، 2021، ص ص 101-110.

² حسان، عبد القادر، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسية: دراسة حالة الحراك الجزائري"، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الجزائر 3، العدد 12، 2020، ص ص 45-52.

³ Tufekci, Zeynep. **Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest**. New Haven and London: Yale University Press, 2017, pp. 85-90.

وقد ساهم هذا النمط في الجزائر في الحفاظ على سلمية المسيرات، وتنظيمها الذاتي، وتوسيع نطاقها من العاصمة إلى أغلب الولايات، بفضل التفاعل الفوري بين المتظاهرين عبر المنصات الرقمية.

من جهة أخرى، وقررت شبكات التواصل إمكانيات للحشد الرمزي من خلال الهاشتاغات الوطنية مثل #يتنحاونقاع و#حراك22_فيفري، التي تحولت إلى شعارات جامعة تعبر عن المطالب المشتركة، وتختصر الخطاب السياسي في رموز بسيطة يسهل تداولها. هذا الاستخدام الواعي للوسائط الرقمية أظهر قدرة المواطنين على توظيف التكنولوجيا لبناء خطاب جماعي مؤثر يتجاوز الرقابة الإعلامية والسياسية.¹

ثانيًا: شبكات التواصل كفضاء للنقاش السياسي وصناعة الوعي الجماعي:

لم تقتصر أهمية الفضاء الرقمي في الجزائر على دوره التنظيمي، بل تجاوزه إلى بُعد أعمق يتمثل في كونه فضاءً عامًا جديدًا للنقاش والتفكير السياسي. فقد شكّل "فايسبوك" خلال الأزمة منبرًا للمواطنين لطرح رؤاهم حول طبيعة النظام السياسي، ومطالب الإصلاح، ومناقشة بدائل المرحلة الانتقالية. ساهم هذا الحوار المستمر في إعادة إحياء مفهوم "المجال العمومي" كما صاغه هابرماس، حيث يُشارك المواطنون بشكل حرّ في النقاش العمومي دون وساطة مؤسسية.

كما مكّنت هذه النقاشات من خلق نوع من الوعي الجمعي، عبّر عن نفسه في شعارات مثل "سلمية، سلمية" و"الجيش والشعب خاوة خاوة"، وهي شعارات نشأت أولاً في الفضاء الرقمي قبل أن تتجسد في الشارع. ويرى مانويل كاستلز أنّ الفضاء الشبكي يمكّن الأفراد من تحويل الغضب الفردي إلى أمل جماعي، من خلال التواصل الأفقي وتبادل القصص والتجارب². هذا ما حدث في الجزائر، حيث تحولت صفحات النقاش إلى منصات لبناء سردية وطنية جديدة ترفض الفساد وتطالب بدولة القانون، دون الاصطفاف الحزبي أو الأيديولوجي.

إضافةً إلى ذلك، ساهمت شبكات التواصل في مراقبة الأداء الحكومي والإعلامي، حيث تحول المستخدمون إلى "صحفيين مواطنين" يوثقون الأحداث لحظة بلحظة، ما قلّل من قدرة السلطات على احتكار المعلومة. كما شكّلت هذه الفضاءات وسيلة للتضامن الاجتماعي وتبادل الدعم بين المشاركين في المسيرات، خصوصًا خلال فترة الاعتقالات أو القيود الأمنية.

¹ Princeton: Princeton **Diversity in the Global Era. The Claims of Culture: Equality and** . Benhabib, Seyla University Press, 2002, p. 176.

² منصور، سهيلة، مرجع سبق ذكره، ص 103.

من خلال ما سبق، يتّضح أن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دورًا حاسمًا في نجاح واستمرارية الحراك الشعبي الجزائري، ليس فقط كأداة للتعبئة والتنظيم، بل أيضًا كمنبر للنقاش العام وصناعة الوعي السياسي. لقد أوجدت هذه المنصات بيئة تفاعلية جديدة مكّنت المواطن من استعادة صوته، وأسهمت في إعادة تشكيل المشهد السياسي والإعلامي في البلاد.

غير أنّ هذا الدور يبقى مزدوجًا، إذ يظل مهددًا بمخاطر التضليل والرقابة الرقمية، مما يستدعي تفكيرًا استراتيجيًا في كيفية إدارة هذا الفضاء بما يضمن حرية التعبير ويحافظ على المصلحة العامة.

ثالثًا: فايسبوك لايف كسلاح ضد التعتيم الإعلامي:

يشكّل البثّ المباشر عبر فايسبوك أحد أبرز الأدوات الاتصالية التي غيّرت معادلة الإعلام خلال الحراك الشعبي الجزائري، إذ استطاع مواجهة التعتيم الإعلامي الذي مارسته القنوات العمومية وبعض الوسائل الخاصة منذ انطلاق المسيرات الأولى في 22 فيفري 2019. فقد تحوّل "اللايف" إلى شكل من الإعلام البديل، يتميز بالتفاعل الفوري والمصدقية الميدانية، مما مكّنه من نقل الصورة الحقيقية للأحداث وتجاوز الفلاتر التحريرية التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية. وبذلك، أصبح البثّ المباشر سلاحًا ذا حدين: فمن جهة مثّل أداة فعّالة بيد النشطاء لكسر الصمت الرسمي وكشف واقع المسيرات الشعبية، ومن جهة أخرى شكّل تحدّيًا أمام الإعلام الوطني الذي وجد نفسه متأخرًا عن تغطية الحدث ومضطرًا للتكيف مع موجة جديدة من التواصل الشبكي القائم على المشاركة والمواطنة الإعلامية.¹

¹ لعموري، سارة. "وسائل التواصل الاجتماعي كإعلام بديل خلال الحراك الشعبي الجزائري"، مجلة دراسات إعلامية، جامعة وهران 1، العدد 9، 2021، ص 85.

المطلب الثالث : من دوامة الصمت إلى دوامة التغيير السياسي في الجزائر:

شهدت الجزائر خلال العقدين الأخيرين تحولاً نوعياً في أنماط الفعل السياسي والمجتمعي، خاصة مع انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. فقد أفرزت هذه الأدوات الرقمية أشكالاً جديدة من المشاركة السياسية تجاوزت الأطر التقليدية للتمثيل والاتصال السياسي، وأسهمت في خلق فاعلين جدد ضمن المجال العام.

أولاً: التحول من دوامة الصمت إلى دوامة التغيير السياسي:

من منطلق تفسير الانتقال من عنصر دوامة الصمت إلى دوامة التغيير السياسي يشير الباحثان (Micheal maggoliset david resnick) إلى أن الانترنت سهلت وكرست نمطا جديدا من الديمقراطية والفعل السياسي والفاعلين الجدد (new actors) الذين يتمثلون في المواطنين العاديين وهي بذلك خلقت ميكانيزمات جديدة يختلف عن الميكانيزمات السياسية التقليدية كالانتخابات والتصويت ونظام التمثيل البرلماني والأحزاب السياسية.¹ وبذلك يمكن القول إن الانتقال من "دوامة الصمت" إلى "دوامة التغيير" يعكس تحولاً جوهرياً في ديناميكيات التعبير السياسي، حيث أصبح الصمت الجماعي يتحول إلى صوت جماعي مضاد بفضل الاتصال الشبكي.

ثانياً: مفهوم الثورة كأحد أشكال التغيير السياسي:

تُعدّ الثورة أحد أبرز صور التغيير السياسي في التاريخ الحديث، إذ تمثل تحركاً شعبياً واسعاً خارج البنية الدستورية القائمة بهدف إسقاط نظام حكم واستبداله بشرعية جديدة، يتمثل هدفه في تغيير نظام الحكم القائم في الدولة، وهي حركة تغيير لشرعية سياسية قائمة لا تعترف بها وتستبدلها بشرعية جديدة.² وتُبرز الثورات الحديثة بخاصة في زمن العولمة الرقمية أن الفعل الثوري لم يعد يعتمد على القيادة التقليدية، بل يمكن أن ينطلق من تفاعل جماهيري شبكي يربط بين الأفراد من مختلف الفئات الاجتماعية.

ثالثاً: الحراك الجزائري كثورة سلمية رقمية:

إن الحراك السياسي في الجزائر الذي انطلق بمسيرات 22 فيفري، يُعدّ ثورة سلمية تتحقق فيها شروط الثورة عند الحد الأدنى من مفهوميها، فهذا الحراك يأخذ من مواصفات الثورة ما يلي:³

¹ Margolis, Michael, and David Resnick. Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution". Thousand Oaks, SAGE Publications, 2000, p. 17.

² هاشم، سامي، "الثورات السياسية: المفهوم والدلالات النظرية"، مجلة العلوم السياسية والقانون، المجلد 7، العدد 3، 2018، ص 112.

³ خليل، خليل أحمد، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، ط 1، دار الحداثة، لبنان، 1984، ص 93 - 95-96.

-الاتصالات التي أصبحت أكثر عددا وحدّة في إطار الحراك السياسي عن ذي قبل، وهذا حتى بين الأفراد المتباعدين في المراتب الاجتماعية.

ويبقى على فواعل الحراك استكمال شروط الثورة بمزيد من الهيكلية والدور الفاعل فيما بعد التعبئة للمسيرات الشعبية ليوم الجمعة، والمسيرات القطاعية أيام الأسبوع، لتحقيق أهداف هذه المرحلة من عمر مسار التحول الديمقراطي في الجزائر¹.

¹ بن عمارة، نوال، "الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة في السياق الاجتماعي والسياسي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 2، العدد 16، 2020، ص 58.

خاتمة الفصل:

تناول هذا الفصل بالدراسة والتحليل موضوع الحراك الشعبي في الجزائر، من خلال مقارنة تجمع بين الإطار النظري، والبعد القانوني، والتحليل الميداني لوسائل التأثير الرقمية الحديثة، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي.

في المبحث الأول، تم التأسيس النظري والقانوني لفهم الحركات الاحتجاجية، وذلك عبر استعراض المفاهيم الأساسية المرتبطة بها، والإطار القانوني الذي يُنظّمها على المستويين الوطني والدولي، مما أتاح وضع الظاهرة في سياقها المؤسسي والسياسي.

أما المبحث الثاني، فقد خصّص لشرح مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر وأسبابه، حيث تم رصد الخلفيات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية التي أدت إلى اندلاع الحراك، مع التأكيد على طبيعته السلمية، وتوق المواطن الجزائري للتغيير والإصلاح.

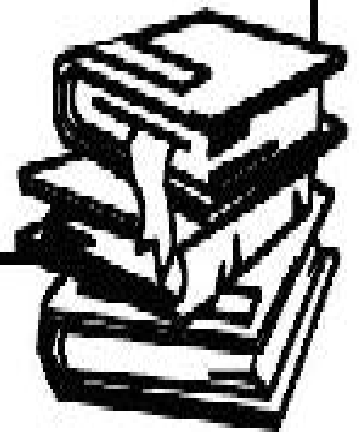
في المبحث الثالث، تم التركيز على طبيعة التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك، وكيف استخدم مختلف الفاعلين السياسيين والإعلاميين هذه المنصات إما للتعبئة والتشجيع أو لمحاولة التأثير في اتجاهات الرأي العام.

وعالج إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في سياق الحراك الشعبي، حيث أظهرت النتائج أن هذه الوسائط الرقمية لعبت دورًا حاسمًا في نقل المعلومة، تنظيم الفعل الاحتجاجي، وتعزيز التضامن المجتمعي، فضلاً عن فضح التجاوزات وتوسيع دائرة التفاعل الشعبي مع الأحداث.

وعليه، يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن مجرد أدوات لنقل الأحداث، بل تحوّلت إلى فاعل حقيقي ومؤثر في إدارة الحراك، مما يعكس تحوّلًا في طرق التعبير والاحتجاج، ويؤكد أهمية هذه المنصات في إعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والدولة في العصر الرقمي.

الفصل الرابع:

محاكاة الأزمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
"الحراك الشعبي الجزائري 2019 نموذجاً"



تمهيد:

يمثل هذا الفصل دراسة تطبيقية لأبعاد الاهتمام المجتمعي بالحراك الشعبي الجزائري من خلال الصفحة الإلكترونية المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على منصة فايسبوك. يهدف التحليل إلى استكشاف حجم المنشورات المتنوعة نصوص، صور وفيديوهات خلال الفترة الممتدة من 20 فيفري 2018 إلى 21 ديسمبر 2019، مع الوقوف على طبيعة المحتوى المقدم وأهدافه، في محاولة لفهم الاستراتيجية الرقمية لإدارة أزمة الحراك الشعبي كما تعكسها الصفحة المدروسة.

علاوة على ذلك، يعكس تحليل حجم التفاعلات التي حققتها المنشورات (الإعجابات، التعليقات والمشاركات) أهمية الصفحة كأداة للتأثير في الجمهور وتوجيه النقاش السياسي، إذ تشير مؤشرات التفاعل إلى مدى انتشار الصفحة وفعاليتها في صياغة الرأي العام. ومن هذا المنظور، لا تقتصر أهمية الصفحة على كونها وسيلة لنشر المعلومات، بل تمتد لتشمل وظيفة استشرافية واستراتيجية في إدارة الأزمة السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يجعلها محوراً أساسياً في دراسة ديناميات الحراك الشعبي وتأثيراته الرقمية.

التعريف بصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر":

بدأت صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر في الظهور على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بداية من 16 جانفي 2012، وهي مهمة بالشأن الجزائري وكل ما يحدث في البلاد، تتكفل بنشر أخبار الوطن عبر كامل ربوعه سواء (الأخبار الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والثقافية، حيث بلغ عدد المتابعين لها 3 مليون متابعاً في سنة 2019 يوجد لها رابط إلكتروني www.algeria31.com، ويتم النشر فيها بصفة مستمرة، وهي التي تحمل شعار وصورة علم الجزائر يحمل اسم الصفحة ويتم من خلالها عرض الأخبار وتفاعلات المتابعين حتى نشر استفسارات.¹ أما خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري تعرضت الصفحة إلى الحجب والتبليغات المتواصلة فكان النشر بصفة غير منتظمة وهذا لظروف صاحب الصفحة، وهذا ما جعلنا نواجه صعوبة في الوصول إلى المادة العلمية وكانت مقابلة مع المشرف على الصفحة عبر المسنجر مع الصفحة من أجل التسهيلات والتعاون العلمي إلا أنه رفض بحجة أن صاحب الصفحة موقف من قبل الأمن وهذا ما يفسر أن الصفحة تسير من قبل عدة أشخاص.²

أهداف صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر":

- إن أهداف الفيسبوك بصفة عامة كثيرة ومتنوعة، وهي لا تقتصر على التواصل مع الأصدقاء فقط ومن بين أهداف صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، بل تتعدى ذلك إلى الهدف من إنشائها في ما يلي:
- نقل الأخبار والمستجدات الموجودة على الساحة الوطنية سواء أكانت سياسية اقتصادية اجتماعية و ثقافية.
 - إعلام المواطن بما يدور حوله من أخبار قد لا تعرض في وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعية.
 - سرعة وصول الأخبار إلى المواطن بتقنية النشر والمشاركة المتوفرة على تطبيق فيسبوك .
 - نقل الأخبار الحية مباشرة من مكان وقوعها عبر خدمة النقل المباشر والحي الذي يوفره تطبيق فيسبوك "لايف". وهي واحدة من الصفحات التي تفاعلت مع الحراك الشعبي في الجزائر على غرار الصفحات التالية التي قدمناها في الفايسبوك عبر استفتاء الكتروني من أجل التصويت على الصفحة الأكثر تتبعا قبل انتقاء الصفحة المدروسة أصلا وعليه تم اختيار صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" باعتبارها الأكثر متابعة من قبل المستخدمين.

¹ صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر، يوم 29 فيفري 2019، على الساعة 09.30.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=864292842401690&set=a.642634691234174K>

² المشرف على صفحة فايسبوك "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، يوم 19 فيفري 2020، على الساعة 15h00.

المبحث الأول : أهمية الصفحة المدروسة كما يعكسها تحليل حجم تفاعلاتها:

تُعدّ صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من أبرز الصفحات الفيسبوكية التي لعبت دورًا محوريًا في المشهد الاتصالي الموازي خلال فترة الحراك الشعبي في الجزائر. فقد شكلت هذه الصفحة فضاءً رقميًا مفتوحًا لتمرير الرسائل الاحتجاجية، وتعبئة الرأي العام، وتوجيه الخطاب السياسي المضاد للسلطة القائمة، مما جعلها تحوز مكانة رمزية لدى المتابعين.

ويُبرز تحليل حجم التفاعلات على منشورات الصفحة من إعجابات، تعليقات، ومشاركات مستوى التأثير الذي بلغته، إذ يعكس تزايد حجم هذه التفاعلات انخراطًا جماهيريًا واسعًا مع المحتوى المنشور، وديناميكية واضحة في الاستجابة للخطاب الرقمي الذي تنتجه الصفحة.

إن أهمية هذه الصفحة لا تقتصر فقط على حجم متابعيها، بل تتجلى في كثافة التفاعلات التي تعكس مستوى الثقة الذي تحظى به، وقدرتها على تشكيل رأي عام موازٍ داخل الفضاء الافتراضي، يؤثر بدوره على الحراك في الميدان الواقعي.

وعليه، فإن اختيار هذه الصفحة كنموذج للدراسة لم يكن اعتباطيًا، بل استند إلى معايير كمية (عدد التفاعلات) ونوعية (مضامين المنشورات)، ما يجعلها مرآة عاكسة لاتجاهات الرأي الاحتجاجي، ووسيلة فعالة في إدارة الأزمة الاتصالية في سياق سياسي واجتماعي معقد.

وبالتالي رغم أن الدراسة لا تتجه نحو لمعرفة حجم تفاعلات الجمهور مع الصفحة المدروسة باعتباره يدخل ضمن دراسات الجمهور لا الدراسات التحليلية القائمة على تحليل المضامين إلا أننا استعنا به لسببين رئيسيين أولهما يؤكد أهمية الصفحة كما توضحه نسب التفاعل وأنواعها مع منشوراتها أما السبب الثاني لتقاطعه مع الدراسة التحليلية من حيث كشفه مدى اهتمام الصفحة بتوظيف الصور والفيديوهات خلال فترة من فترات الدراسة على سبيل الاستدلال لا غير.

المطلب الأول: تحليل الشبكات الاجتماعية كمدخل منهجي لدراسة التفاعلات الرقمية في الحراك الجزائري:

أولاً: الإطار النظري لتحليل الشبكات الاجتماعية:

I. مفهوم تحليل الشبكات الاجتماعية Social Network Analysis - SNA: يعد تحليل الشبكات الاجتماعية كمدخل لفهم التفاعلات الرقمية يُعد تحليل الشبكات الاجتماعية (Social Network Analysis - SNA) أحد المناهج الكمية والكيفية الحديثة المستخدمة في دراسة العلاقات بين الأفراد أو الجماعات داخل فضاءات تواصلية محددة. تطور هذا المدخل في البداية داخل مجالات مثل علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، ليتوسع لاحقاً إلى الإعلام، علم البيانات، والدراسات السياسية.

II. الأسس البنيوية لتحليل الشبكات الاجتماعية: يقوم هذا التحليل على تصور المجتمع على شكل شبكة تتكوّن من "عُقد (Nodes)" تمثّل الأفراد أو الكيانات، و"روابط (Edges)" تمثّل العلاقات أو التفاعلات بينهم. ومن خلال قياس مجموعة من المؤشرات مثل: درجة المركزية (Degree Centrality)، المركزية الوسيطة (Betweenness Centrality)، المجتمعات (Modularity)، يتم تحديد مواقع القوة، التأثير، والاتصال داخل الشبكة.

وبالتالي فإن "تحليل الشبكات الاجتماعية" كمنهج، سمح بطرق تحليل جديدة لم تكن بالسهلة أو المتاحة في المناهج التقليدية التي تعتمد على أدوات بحث مثل المقابلات و الملاحظة.

III. منهج تحليل الشبكات الاجتماعية l'analyse des réseaux sociauxARS: يعتبر كمنهج لدراسة الظواهر المتعلقة بالإعلام الجديد عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة، كما أن فكرة التنظير لتحليل الشبكات الاجتماعية كمنهج قد ولدت من رحم علم الاجتماع غير أنّ تعقد ظاهرة المجتمعات الافتراضية وتطورها حثّا عديد الباحثين من مجالات مختلفة على الاهتمام بهذا الموضوع والمساهمة في تطوير آليات بحثية مقترنة بـ "تحليل الشبكات الاجتماعية".

IV. المقاربة البنيوية والعلاقات داخل الشبكة الاجتماعية: تحليل الشبكات الاجتماعية هو في المقام الأول مجموعة أدوات تمكّن من نمذجة العلاقات الاجتماعية وترى في هذه العلاقات مجموعة من العقد (الأفراد والمنظمات) والروابط (العلاقات بين هذه العقد). ولذلك، فإنّ تحليل الشبكات الاجتماعية يبنّي على أساس مجموعة المربّيات الرسومية من خوارزميات لحساب درجة القوة أو الكثافة بين مختلف الجهات الفاعلة في الشبكة.

ويستند تحليل الشبكات الاجتماعية إلى مقارنة بنيوية للعلاقات بين الأعضاء في بيئة اجتماعية منظمة. وتحاول هذه المقارنة وصف الترابط بين الجهات الفاعلة وتسمح بتبسيط تمثيلها وهو ما يصفه "لازيغا" بـ "التمثيل المبسط لنظام اجتماعي أكثر تعقيدا".¹

V. التحليل البنيوي وسوسيولوجيا المجموعات: علاوة على ذلك، فإنّ تحليل الشبكات الاجتماعية يمكن إدماجه في مقارنة أشمل وأوسع وهي سوسيولوجيا المجموعات. ووفق هذه المقارنة فإن فهم بنية الجماعات الاجتماعية يقوم على دراسة العلاقات بين الأفراد من بيئة اجتماعية معينة. ويركز التحليل البنيوي تحديدا على وصف وتحليل مختلف أنماط العلاقات الممكنة: الاعتماد المتبادل بين الأعضاء، هل أنّ العلاقات متبادلة أم لا؟ المكانة المركزية للبعض، عدم وجود علاقات قد تخلق "ثقوبا" أو فراغات في العلاقات داخل الشبكة، تواتر الاتصال (علاقات قوية مقابل روابط ضعيفة). إنّ قوة التحليل البنيوي تكمن في قدرته على تمثيل تعقد وتنوع العلاقات بين الجهات الفاعلة بطريقة مبسطة. إن الفكرة الأساسية في مقارنة التحليل البنيوي هي أن نظام الترابط يمكن نمذجته إذا أخذنا بعين الاعتبار الانصهار التدريجي l'imbrication progressive للجهات الفاعلة في شكل بنيوي يتقلص أو يتوسع اعتمادا على نشاط أعضائه.²

ثانيا: التطبيقات المنهجية لتحليل التفاعلات الرقمية:

تم استخدام البرامج المتاحة كونه يصعب استخدام البرامج الأخرى لأنها تدعم اللغة الأجنبية وبما أن الصفحة باللغة العربية سنلجأ إلى التحليل عن طريق مايلي:

gephi، Socialbakers: تقدم هذه الأدوات للمستخدم مجموعة من الإحصائيات لتساعده على القيام بأعماله بشكل أفضل في صفحاته، بحيث أنها تظهر كمية التفاعلات وكمية المتفاعلين حيث نجمع المعلومات الأولية من النظرة السريعة:

¹ Lazega E. (1998), *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Paris ; Quesais-je ? N° 3399, PUF. Page 6. IN, Mercanti-Guérin Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing », ? Management&Avenir) 2010 /2 n° 32.

² MERCKLE Pierre (2004), *(Sociologie des réseaux sociaux)*, Paris, LaDécouverte, coll. "Repères", n° 398, page 5 URL: http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AE%D8%B7%D8%B7%D8%A7%D8%AA.

إجمالي عدد المتابعين: عدد المتفاعلين النشطين، معدل زيادة المتابعين، ثم نبدأ ندخل في التفاصيل بشكل أوسع عن طريق البرنامج من خلال عدد ونوع المنشورات في صفحة على الفيسبوك بعدها تحليل سريع للمحتوى على صفحة الفيسبوك من خلال معدل النشر خلال أيام الأسبوع يليها تتبع نسبة الصور والفيديوهات والنصوص المعروضة على صفحة الفيسبوك.

مجالات التحليل: حتى نأخذ نظرة على حجم متابعيها اخترنا تتبع مسار شهر واحد على سبيل الاستدلال لا غير تم اختيار الفترة الزمنية للدراسة من (20 جانفي 2020) إلى (16 فيفري 2020) على مدى شهر واحد.

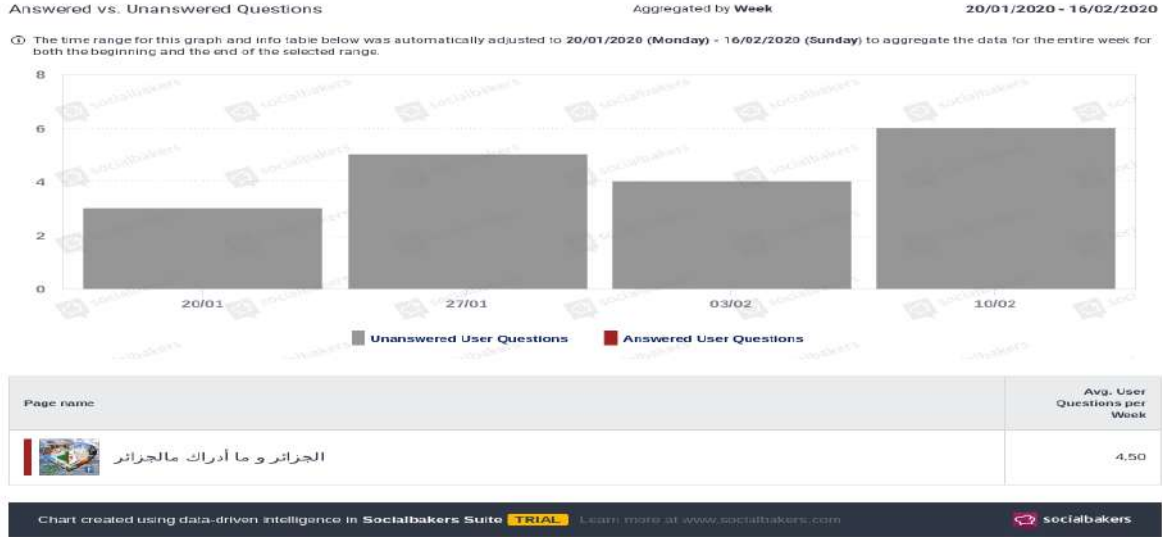
المطلب الثاني: تحليل التفاعلات خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020:

في ظل تزايد أهمية الفضاء الرقمي كمنصة للتعبير الجماعي والتعبئة السياسية والاجتماعية، أصبحت أدوات تحليل شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة لفهم كيفية تشكل الرأي العام وتفاعل الأفراد مع الأحداث. في هذا الإطار، يشكّل برنامج Socialbakers أداة تحليلية متقدمة تتيح رصد وتتبع ديناميكيات التفاعل عبر صفحات الفيسبوك، من خلال مؤشرات كمية وبيانية مستمدة من المنشورات والتعليقات والمشاركات ومدى الوصول العضوي أو المدفوع.

تم في هذا العمل الاعتماد على مجموعة من الصور التمثيلية المأخوذة من منصة Socialbakers والتي تُظهر بيانات تفصيلية عن التفاعل مع منشورات صفحة ذات صلة بالحراك الشعبي في الجزائر. وقد تم تحليل هذه الصور من خلال تفكيك مكوناتها البصرية والرقمية (عدد التفاعلات، نسب التوزيع، زمن النشر، المحتوى المرفق، ...)، ثم تحويل هذه البيانات إلى مؤشرات وروابط تحليلية تتيح فهم المنطق الداخلي لسلوك الجمهور. تكشف التحليلات عن تفاوت في مستويات التفاعل تبعاً لموضوع المنشور، توقيت نشره، ومدى رمزيته في السياق السياسي والاجتماعي، ما يسمح باستخلاص دلالات سوسيولوجية مهمة حول كيفية تلقي الجمهور للرسائل الرقمية، وانخراطه فيها، سواء من خلال التعليق، أو إعادة النشر، أو التفاعل الرمزي (الإعجاب مثلاً وغيره). كما تم تسجيل ديناميات دورية في أنماط النشر والتفاعل (ارتفاع النشاط نهاية الأسبوع، تركيز التفاعل حول شخصيات رمزية أو قضايا معينة)، مما يعكس حجم التفاعل مع طبيعة منشورات الصفحة المرتبطة بالحراك الشعبي وبالتالي، يسمح هذا النوع من التحليل فهم أعمق لأبعاد التواصل الرقمي في السياقات الاحتجاجية، ويوفر مدخلاً لدراسة العلاقة بين الفضاء الافتراضي والتحول الاجتماعي والسياسية الميدانية.

أولاً: تحليل مستوى التفاعل في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"

- نسبة غير المتفاعلين على أسئلة صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



أظهرت بيانات التفاعل الخاصة بالصفحة، المستخلصة من تطبيق Socialbakers، انخفاضاً ملحوظاً في تفاعل مجموعة من المتابعين خلال الأسبوعين الأول والثاني من إجمالي عدد المتابعين، حيث تم تحديد أقل نسبة بلغت نحو 3,000 متابع لم يظهروا أي تفاعل، سواء من خلال الإعجابات أو التعليقات أو المشاركات أو النقر على الروابط، خلال الأسبوع الأول بدءاً من 20 يناير 2020. في المقابل، كانت أكبر نسبة تفاعل خلال الأسبوع الأخير، بدءاً من 10 فبراير 2020، حيث بلغ عدد المتابعين النشطين حوالي 6,000. ويشير هذا التغير في مستويات التفاعل إلى وجود فئة من الجمهور لم تتفاعل في البداية نتيجة تراجع نسبة التفاعل، ثم ارتفعت لاحقاً، وهو ما قد يعكس تغيراً محتملاً في الاهتمام أو توقفاً مؤقتاً في استخدام المنصة. ومن المحتمل أن يكون هذا الانخفاض الأول مرتبطاً بعوامل مختلفة، منها توقيت النشر، طبيعة المحتوى المقدم، أو تغير في اهتمامات الجمهور، ما يعكس أهمية دراسة هذه المتغيرات لفهم ديناميات التفاعل الرقمي وتأثيرها على فعالية استراتيجيات الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

«توضح هذه البيانات أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تلعب دورًا مهمًا في قياس ديناميات التفاعل الرقمي للجمهور، حيث يظهر بوضوح أن مستويات التفاعل ليست ثابتة وتعكس استجابة الجمهور للمحتوى الزمني والسياسي. هذا يبرز أهمية متابعة التغيرات في سلوك المتابعين لفهم مدى تأثير المحتوى المنشور في إدارة الأزمة والحراك الشعبي، ويؤكد أن تحليل بيانات التفاعل يوفر رؤى دقيقة حول فعالية الصفحة كأداة للتواصل والتعبئة الرقمية».

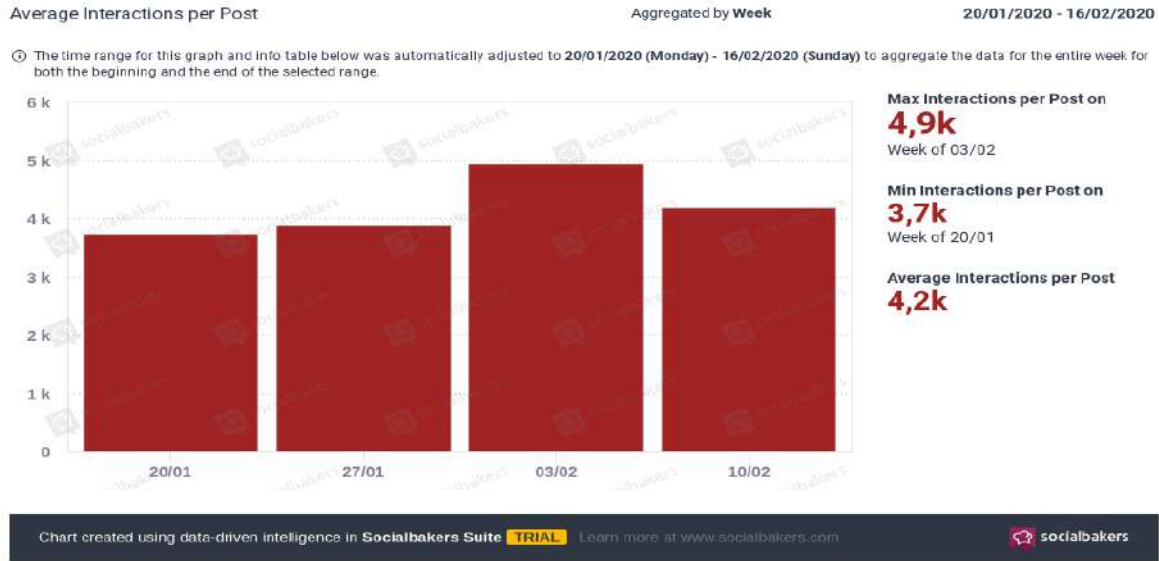
– نسبة المتفاعلين على الأسئلة في "صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



بمقارنة سلوك هذه الفئة بسلوك الفئة الباقية، لوحظ أن معظم المتابعين كانوا متفاعلين، حيث وصل عددهم تقريبًا إلى 4,000 متفاعل في جميع الأسابيع. ومع بداية الأسبوع الثالث، أي من 3 فبراير 2020 وحتى نهاية الفترة، ارتفعت النسبة إلى نحو 5,000 متفاعل. ويعكس هذا أن التفاعل كان أقوى بكثير مقارنة بالمتابعين غير المتفاعلين في نهاية هذه الفترة، مما يوضح قوة النشر والتفاعل لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، ويؤكد بذلك وزن الصفحة ومكانتها في نشر المعلومات.

«تبرز هذه الملاحظة أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تتمتع بقدرة عالية على الحفاظ على جمهور متفاعل ومستجيب، مما يعكس فعالية المحتوى المنشور في جذب الانتباه والمشاركة الرقمية. ويؤكد هذا الدور المركزي للصفحة في توجيه النقاش العام ونشر المعلومات خلال الحراك الشعبي، ما يجعلها منصة رقمية مؤثرة في إدارة الأزمة وإبراز صوت المجتمع الرقمي».

تحليل متوسط التفاعل الأسبوعي لكل منشور خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي - 16 فيفري 2020



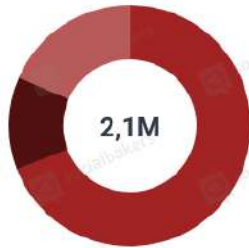
تم احتساب متوسط التفاعل الأسبوعي عبر قسمة مجموع التفاعلات، بما في ذلك الإعجابات والتعليقات والمشاركات والنقرات، على عدد المنشورات التي تم نشرها خلال كل أسبوع. وأظهرت النتائج أن أكبر نسبة تفاعل خلال الأسبوع بلغت نحو 4.9 ألف تفاعل لكل منشور، بينما سجل المتوسط الأسبوعي انخفاضاً إلى 3.7 ألف تفاعل، ليصل في النهاية إلى متوسط تفاعلات قدره 4.2 ألف لكل منشور. ويشير هذا الانخفاض التدريجي في المتوسط الأسبوعي إلى تراجع محتمل في اهتمام الجمهور بالمحتوى أو فعالية أساليب النشر، وقد يكون مرتبطاً بعوامل مختلفة مثل توقيت النشر، طبيعة المحتوى، أو تغيير في سلوك المتابعين.

«تشير هذه البيانات إلى أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تتمتع بإمكانات عالية لجذب التفاعل، رغم بعض التذبذب في متوسط التفاعل الأسبوعي. ويبرز ذلك أهمية مراقبة ديناميات الجمهور وتوقيت المحتوى، حيث يعكس التفاعل العام قوة الصفحة في التأثير الرقمي وقدرتها على إدارة الانتباه الجماهيري ضمن الحراك الشعبي الجزائري».

- توزيع التفاعلات الأسبوعية لكل منشور خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.

Distribution of Interactions

16/01/2020 - 17/02/2020



	Count	Share
Reactions	1,4M	69,20 %
Comments	257k	12,38 %
Shares	382k	18,42 %

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

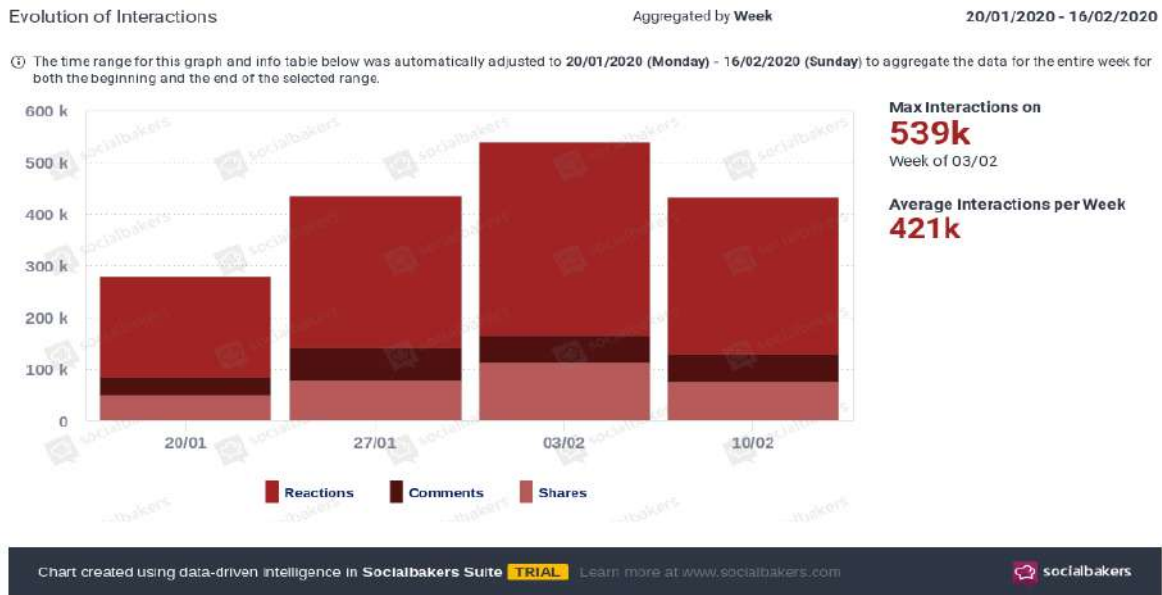
توزيع التفاعلات: تُظهر الصورة توزيع التفاعلات الإجمالية البالغة 2.1 مليون تفاعل كما يلي:

النسبة المئوية	العدد	نوع التفاعل
69.20%	1.4 مليون	ردود الفعل (Reactions) 👍
12.38%	257 ألف	تعليقات (Comments) 💬
18.42%	382 ألف	مشاركات (Shares) ➦

تشير بيانات التفاعل إلى أن الغالبية الساحقة من ردود الفعل (Reactions) تشكل حوالي 70% من إجمالي التفاعلات، ما يعني أن الجمهور يميل في المقام الأول إلى التفاعل عبر رموز سريعة مثل "إعجاب" أو "غضب" أو "حب"، ويعكس ذلك الطبيعة العاطفية للتفاعل الفوري مع المحتوى السياسي، خصوصًا المنشورات الرمزية والصور. أما المشاركات (Shares) فتشكل نحو 18.42% من التفاعلات، وهي نسبة مرتفعة نسبيًا، ما يدل على أن المحتوى لا يُستهلك فقط، بل يُعاد إنتاجه ونشره، بما يعزز الحراك الرقمي وانتشاره. بينما تمثل التعليقات (Comments) أقل أشكال التفاعل بنسبة 12.38%، على الرغم من كونها الأكثر تعبيرًا عن الرأي الشخصي، ويعود ذلك جزئيًا إلى تخوف المستخدمين من التعبير الصريح في الفضاء الرقمي العام أو لاعتماد ثقافة رقمية تفضل الاستجابة السريعة على النقاش المفتوح. تعكس هذه المؤشرات ميل جمهور الصفحة إلى أشكال التفاعل السريعة والعاطفية مثل الإعجابات، مع وجود نسبة مشاركة قوية تُبرز البعد التعبوي والانتشاري للحراك الرقمي، بينما تظل التعليقات مساحة للتعبير عن الرأي لكنها تتراجع أمام ثقافة التلقي السريع وإعادة النشر التي تهيمن على الحركات الاجتماعية في الفضاء الرقمي.

«توضح هذه البيانات أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تلعب دورًا مركزيًا في التعبئة الرقمية، حيث يهيمن التفاعل العاطفي الفوري (Reactions) على المشاركة، فيما تعكس نسب المشاركة المرتفعة قدرة الصفحة على توسيع انتشار المحتوى السياسي. هذا يبرز أهميتها كأداة رقمية لنقل الرسائل الرمزية للحراك الشعبي، مع توظيف فعال للتفاعل الجماهيري في تعزيز الحضور الرقمي دون الاعتماد على النقاش العميق (Comments).»

- تطور التفاعلات (جام ، كومنتار، بارطاج) خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تكشف البيانات المستخرجة من منصة Socialbakers للفترة الممتدة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020 عن أن الصور كانت النوع الأكثر جذبًا للتفاعل، حيث استحوذت على النسبة الأكبر من التفاعلات مقارنة ببقية أنواع المنشورات، تليها التحديثات النصية والفيديوهات، في حين كانت الاستطلاعات الأقل تأثيرًا. ويمثل ذلك مؤشرًا واضحًا على أن المحتوى البصري يُعد أداة رئيسية في تحفيز الجمهور على التفاعل، خصوصًا في سياقات الحراك الشعبي الذي يعتمد على الرموز والصور لإيصال الرسائل بسرعة وقوة. هذا الانطباع يعززه توزيع أنواع المنشورات، حيث شكّلت الصور 71.46% من مجموع المنشورات، ما يعكس استراتيجية محتوى موجهة نحو تعظيم التأثير البصري. كما أظهرت التفاعلات توزيعًا يُغلب عليه الطابع العاطفي، إذ مثّلت التفاعلات 69.2% (Reactions) من مجموع التفاعلات، بينما لم تتجاوز التعليقات 12.38% والمشاركات 18.42%، مما يدل على انخراط الجمهور بشكل مباشر ولكن محدود من حيث الحوار أو إعادة النشر. من جهة

أخرى، يُظهر تطور التفاعلات الأسبوعي ذروة في الأسبوع الممتد من 3 إلى 9 فيفري 2020، مسجلاً أكثر من 539 ألف تفاعل، مما قد يتقاطع مع حدث سياسي أو ميداني بارز، قبل أن تعود التفاعلات إلى مستويات أقل نسبياً. في الجمل، تُظهر هذه المؤشرات أهمية الصورة كوسيط تعبوي في الحراك، إلى جانب دور وسائل التواصل كمنصة للتعبير السريع والمكثف، ولكن دون انخراط عميق في النقاش أو تداول واسع للمحتوى.

«تشير البيانات إلى أن الصفحة اعتمدت بشكل أساسي على المحتوى البصري لتعزيز التفاعل، حيث شكلت الصور الجزء الأكبر من المنشورات وجذبت أعلى نسب من ردود الفعل العاطفية. هذا يعكس فعالية الوسائط البصرية في الحراك الشعبي كأداة تعبئة سريعة ومؤثرة، مع قدرة الصفحة على جذب اهتمام الجمهور والحفاظ على استجابة مباشرة، بينما يظل الانخراط في النقاش العميق أو إعادة النشر محدوداً، ما يبرز طبيعة التفاعل الرقمي العاطفي والسريع المرتبط بالصفحة ودورها في نقل الرسائل الرمزية للحراك».

– عدد التفاعلات في صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تشير بيانات التفاعل على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة من 20 جانفي إلى 16 فيفري 2020 إلى وجود نشاط رقمي مكثف ومتصاعد، حيث بدأ التفاعل منخفضاً نسبياً في الأسبوع الأول، ثم ارتفع بشكل ملحوظ في الأسبوعين الثاني والثالث، متجاوزاً 500 ألف تفاعل أسبوعياً، قبل أن يعود إلى الانخفاض في الأسبوع الأخير مع بقاءه عند مستوى مرتفع يقارب 400 ألف تفاعل. ويظهر تحليل أنواع التفاعل أن "ردود الفعل (Reactions)" شكلت القسم الأكبر من التفاعلات، بينما كانت نسب التعليقات (Comments) والمشاركات (Shares) أقل نسبياً، ما يعكس ميل الجمهور إلى الاستجابة العاطفية الفورية مع المحتوى أكثر من الانخراط في النقاش أو إعادة النشر. ويشير المتوسط الأسبوعي للتفاعلات، الذي تجاوز 421 ألف تفاعل، إلى كثافة المشاركة الرقمية خلال فترة قصيرة تبلغ أربعة أسابيع فقط. يعكس هذا الحجم الكبير من التفاعل تأثير الصفحة ومكانتها في الخطاب الرقمي المرتبط بالحراك الشعبي في الجزائر، ويؤكد مركزيتها في إنتاج المحتوى وجذب الانتباه الرقمي، دون وجود منافسة تذكر من صفحات أخرى.

«توضح البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمتلك قدرة عالية على تحفيز التفاعل الرقمي المكثف والمستمر خلال فترات الحراك، حيث يسود التفاعل العاطفي الفوري (Reactions) على أشكال المشاركة الأخرى. يعكس هذا الحجم الكبير من التفاعل مركزية الصفحة في المشهد الرقمي، وقدرتها على جذب الانتباه وإيصال الرسائل الرمزية والسياسية، مما يبرز أهميتها كوسيط رئيسي في تنظيم الحراك الرقمي ونقل خطاب الحراك الشعبي إلى جمهور واسع».

– متوسط عدد التفاعلات في عينة 1000 متابع خلال الفترة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.

Moving Averages of Number of Interactions per 1000 Fans

16/01/2020 - 17/02/2020

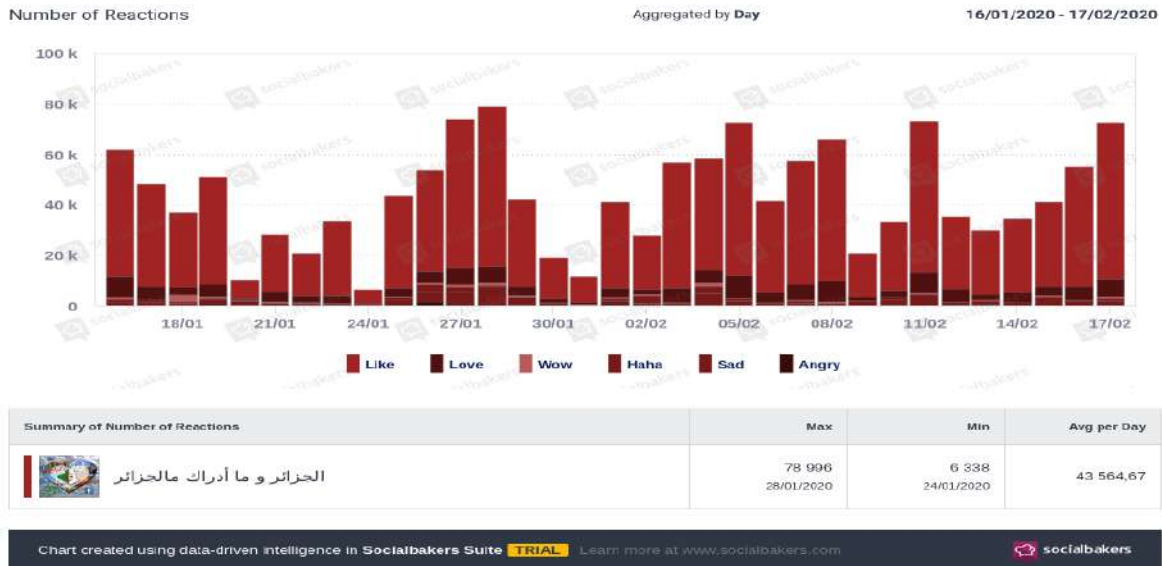
Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

تمثل الصورة منحنى المتوسطات المتحركة لتفاعلات المستخدمين لكل 1000 معجب على مدى الفترة من 16 جانفي إلى 17 مارس 2020، مستخرجة من أداة Socialbakers. يوضح المنحنى الأحمر المتوسط المتحرك لتفاعلات 7 أيام، بينما يمثل المنحنى الأزرق المتوسط المتحرك لتفاعلات 30 يوماً، مع المحور العمودي لعدد التفاعلات لكل 1000 متابع، والمحور الأفقي للفترة الزمنية اليومية. يشير المنحنى الأحمر في بداية الفترة إلى ارتفاع المتوسط الأسبوعي مقارنة بالشهر، ما يعكس ذروة فجائية في النصف الثاني من يناير، تلتها فترة انخفاض حاد بين 22 و 29 يناير، ربما نتيجة حدث سياسي أو فتور مؤقت في الحراك الرقمي، قبل أن يعود المنحنى الأسبوعي للارتفاع مع بداية فبراير، محققاً ذروة ثانية. أما المتوسط الشهري الأزرق فيتميز باستقرار أكبر وتغير تدريجي، مما يعكس التوجه العام الطويل الأمد للتفاعل. تعكس هذه التذبذبات العلاقة بين النشاط الرقمي للمستخدمين والوقائع السياسية والميدانية في الجزائر، حيث يمكن ربط الارتفاعات في التفاعل بدعوات الحراك الشعبي أو التفاعلات مع المظاهرات، بينما يشير الانخفاض إلى فترات إحباط جماعي أو غياب أخبار بارزة. ويظهر الاستقرار في المتوسط الشهري وجود تفاعل عضوي مستمر، حتى في غياب الذروات اللحظية، مما يوقر خلفية داعمة لتحليل الشبكات السابقة، حيث تتزامن فترات الارتفاع مع استخدام رموز معينة ❤️، 💪، 🇩🇿 وتكون عقد كبيرة وروابط سميكة بين المستخدمين كما يظهر في الصور السابقة.

«تُظهر هذه البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نجحت في الحفاظ على مستوى مستدام من التفاعل العضوي، مع تسجيل ذروات أسبوعية مرتبطة بالأحداث السياسية والميدانية. يبرز التحليل العلاقة الوطيدة بين النشاط الرقمي للمستخدمين ومجريات الحراك، كما يوضح كيف يمكن للصفحة توجيه التفاعل نحو رموز معينة، ما يعزز دورها كمنصة مركزية لتعبئة الجمهور وتشكيل شبكات التأثير العاطفي والسياسي في الفضاء الرقمي».

– عدد ردود الفعل اليومية لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر (Number of Reactions) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.

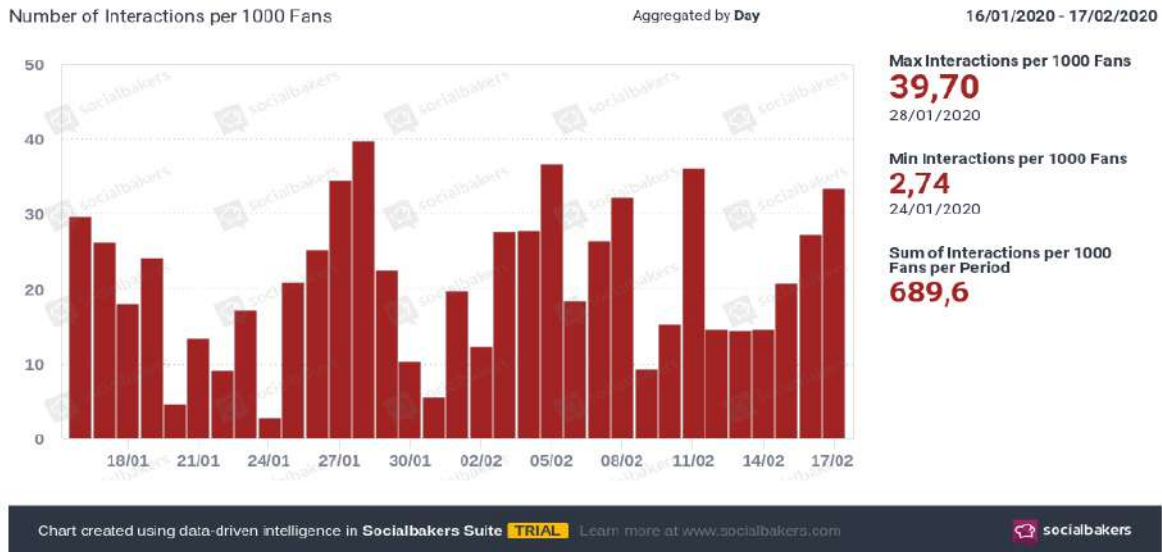


يعكس الرسم البياني تذبذباً واضحاً في المزاج العاطفي للجمهور المتفاعل مع صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر»، حيث يتراوح عدد التفاعلات اليومية بين ذروة بلغت 76 ألف تفاعل في نهاية جانفي، وانخفاض حاد سجل 6 آلاف تفاعل فقط بتاريخ 24 جانفي، مع متوسط يومي يقدر بـ 43,6 ألف تفاعل. هذا التفاوت يبرز حساسية الجمهور للأحداث السياسية ولإيقاع النشر على الصفحة. ويكشف تحليل طبيعة التفاعل أن ردود الفعل الإيجابية Like و Love تشكل النسبة الأكبر، بما يعكس قبولاً عاماً لخطاب الصفحة وانسجاماً مع روح الحراك الشعبي. في المقابل، تظهر تفاعلات Wow و Haha بنسب أقل، وغالباً ما ترتبط بمشورات ذات محتوى مفاجئ أو ساخر، بينما تبقى تفاعلات Sad و Angry محدودة، ما يشير إلى أن الصفحة اعتمدت خطاباً تعبويًا قائمًا على الأمل والحشد أكثر من التركيز على العاطفة السلبية.

وتُظهر العلاقة بين ارتفاع حجم النشر اليومي الذي بلغ نحو 15 منشورًا في اليوم وبين قمم التفاعل العاطفي أن الصفحة تعتمد استراتيجية الضخ الإعلامي المرتبط بالحلظات السياسية المفصلية؛ فكلما ازداد إيقاع النشر في فترات التوتر السياسي أو الأحداث الحرجة، ارتفعت معها مستويات الانخراط العاطفي للجمهور، لا سيما في الفترة الممتدة بين نهاية جانفي وبداية فيفري. يعكس ذلك قدرة الصفحة على توجيه المزاج الرقمي واستثماره عبر محتوى تعبوي يتفاعل معه الجمهور بصورة مباشرة وسريعة.

«تُبرز هذه البيانات أهمية صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كأداة قوية في توجيه المزاج العاطفي للجمهور الرقمي، حيث يوضح التذبذب في التفاعلات اليومية استجابة المتابعين للأحداث السياسية وإيقاع النشر. كما تكشف طبيعة التفاعل الغالبة (ردود الفعل الإيجابية) عن قدرة الصفحة على تعبئة الجمهور وتعزيز روح التضامن مع الحراك، مما يؤكد دورها المركزي في إدارة الانخراط الرقمي والتأثير العاطفي خلال فترات الذروة السياسية».

عدد التفاعلات لكل 1000 متابع لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" Number of Interactions per 1000 Fans خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.

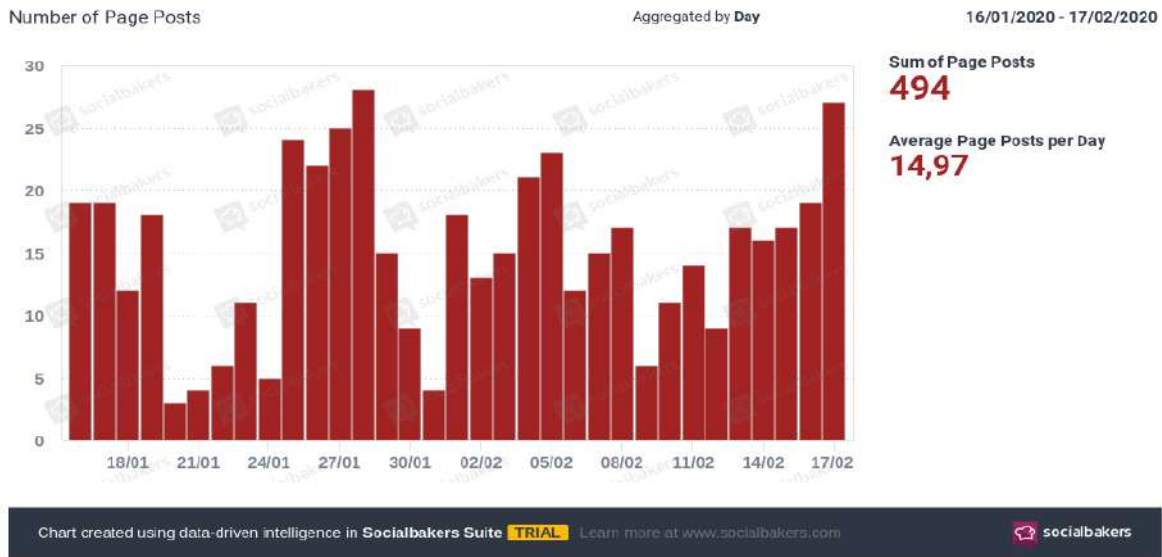


توضح الصورة عدد التفاعلات لكل 1000 متابع يوميًا، وهو أحد أهم المؤشرات لقياس نسبة التفاعل النسبي بغض النظر عن حجم الجمهور، إذ يمنح رؤية دقيقة عن مدى انخراط الجمهور الفعلي مع المحتوى. تكشف البيانات اليومية للفترة الممتدة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020 على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" عن تفاوت كبير في مستوى التفاعل النسبي، حيث بلغ أعلى معدل يومي 39.70 تفاعل لكل 1000 متابع في 28 جانفي، في حين سجل أدنى معدل 2.74 فقط في 24 من نفس الشهر. وقد بلغ المجموع الكلي

للتفاعلات خلال الفترة 689.6 لكل 1000 متابع، ما يعكس حيوية الصفحة وفعالية تفاعل جمهورها. وتبرز هذه الأرقام عمق الانخراط الرقمي للمتابعين، مؤكدة أن الصفحة لا تجمع جمهوراً عددياً فقط، بل تحفز تفاعلاً فعالاً نسبياً، ما يدعم فرضية الدور التعبوي والتحريضي للمحتوى في سياق الحراك الشعبي.

«تحليل التفاعل النسبي لكل 1000 متابع يوضح أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نجحت في تحويل جمهورها الكبير إلى قاعدة نشطة وفعالة، حيث بلغ مجموع التفاعلات 689.6 لكل 1000 متابع. هذا يعكس قدرة الصفحة على تحفيز الانخراط الرقمي الحقيقي، ويؤكد دورها كأداة تعبئة مؤثرة داخل الحراك الشعبي، إذ لا يقتصر تأثيرها على حجم الجمهور بل يمتد إلى عمق التفاعل والمشاركة، ما يبرز أهميتها في إدارة النقاش العام والتأثير على المزاج السياسي والاجتماعي للمجتمع».

– كثافة النشر اليومي لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر "Number of Page Posts" خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



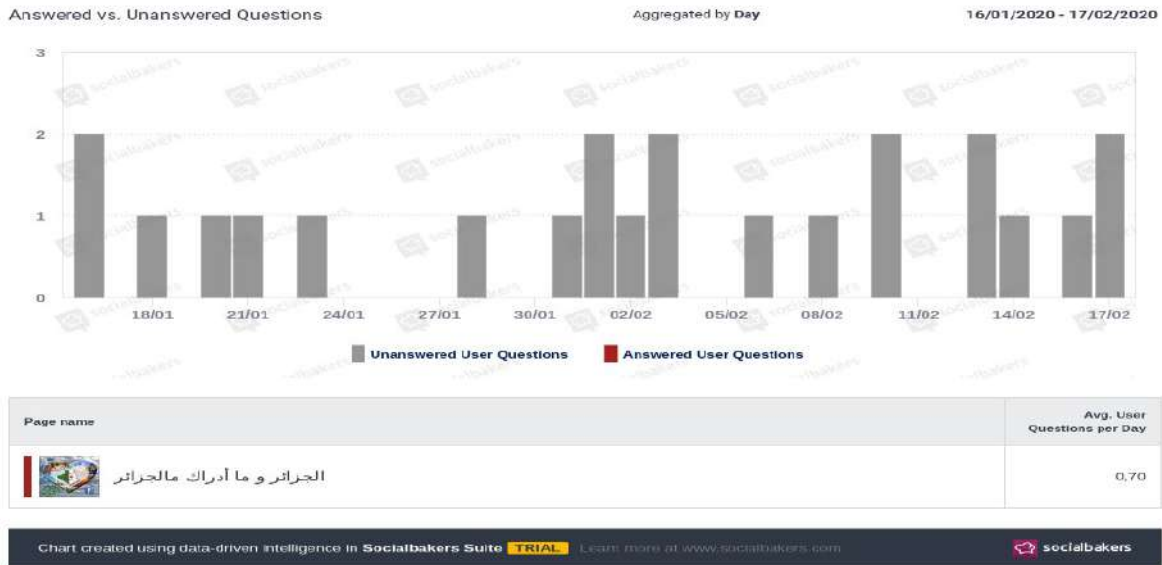
يُظهر منحنى عدد المنشورات اليومية للصفحة، خلال الفترة الممتدة من 16 يناير إلى 17 فبراير 2020، نمطاً واضحاً للنشاط المكثف، حيث بلغ إجمالي المنشورات 494 منشوراً، بمعدل يومي يقترب من 15 منشوراً. هذا المعدل المرتفع، المتسم بتذبذبات طفيفة وأيام ذروة تجاوز فيها النشر 25 منشوراً، يعكس تبني الصفحة لسياسة "الضحّ الإعلامي" باعتبارها آلية استراتيجية لرفع قابلية الوصول وتعزيز الحضور الرقمي المستمر. كما يشير هذا النسق المتواتر إلى وعي القائمين على الصفحة بأهمية الإيقاع السريع للمحتوى في البيئات الرقمية ذات الحساسية العالية للأحداث. وبالتالي، يمكن القول إن كثافة النشر لم تكن مجرد نشاط إعلامي روتيني، بل أداة تعبئة رقمية

فَعَالَة سَاهَمَتْ فِي خَلْق زَخَم تَوَاصِلِي وَاسْتَقْطَاب تَفَاعِلِي مَلْحُوظ، وَهُوَ مَا يَنْسَجِمُ مَعَ الْأَدْوَارِ التَّعْبُويَّةِ الَّتِي تُؤَدِّيهَا الصَّفَحَاتُ الْفَاعِلَةُ دَاخِلَ فُضَاءَاتِ الْحَرَاكِ الشَّعْبِيِّ.

«تُبْرَزُ هَذِهِ الْبَيِّنَاتُ أَهْمِيَّةَ صَفْحَةِ "الْجَزَائِرِ وَمَا أَدْرَاكُ مَا الْجَزَائِرُ" كَأَدَاةٍ قَوِيَّةٍ فِي تَوْجِيهِ الْمَزَاجِ الْعَاطِفِيِّ لِلْجُمْهُورِ الرَّقْمِيِّ، حَيْثُ يُوَضِّحُ التَّذَبُّبُ فِي التَّفَاعَلَاتِ الْيَوْمِيَّةِ اسْتِجَابَةَ الْمُتَابِعِينَ لِلْأَحْدَاثِ السِّيَاسِيَّةِ وَإِيقَاعِ النِّشْرِ. كَمَا تَكْشِفُ طَبِيعَةَ التَّفَاعَلِ الْغَالِبَةِ (رَدُّودِ الْفِعْلِ الْإِيجَابِيَّةِ) عَنْ قُدْرَةِ الصَّفْحَةِ عَلَى تَعْبِئَةِ الْجُمْهُورِ وَتَعْزِيزِ رُوحِ التَّضَامُنِ مَعَ الْحَرَاكِ، مِمَّا يُوَكِّدُ دَوْرَهَا الْمَرْكَزِيَّ فِي إِدَارَةِ الْإِنْخِرَاطِ الرَّقْمِيِّ وَالتَّأْثِيرِ الْعَاطِفِيِّ خِلَالَ فُتْرَاتِ الذَّرْوَةِ السِّيَاسِيَّةِ».

ثانيا: تحليل التفاعلات الخاصة بكل منشور على الصفحة

- تحليل التفاعلات لكل منشور خلال اليوم خلال الفترة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.

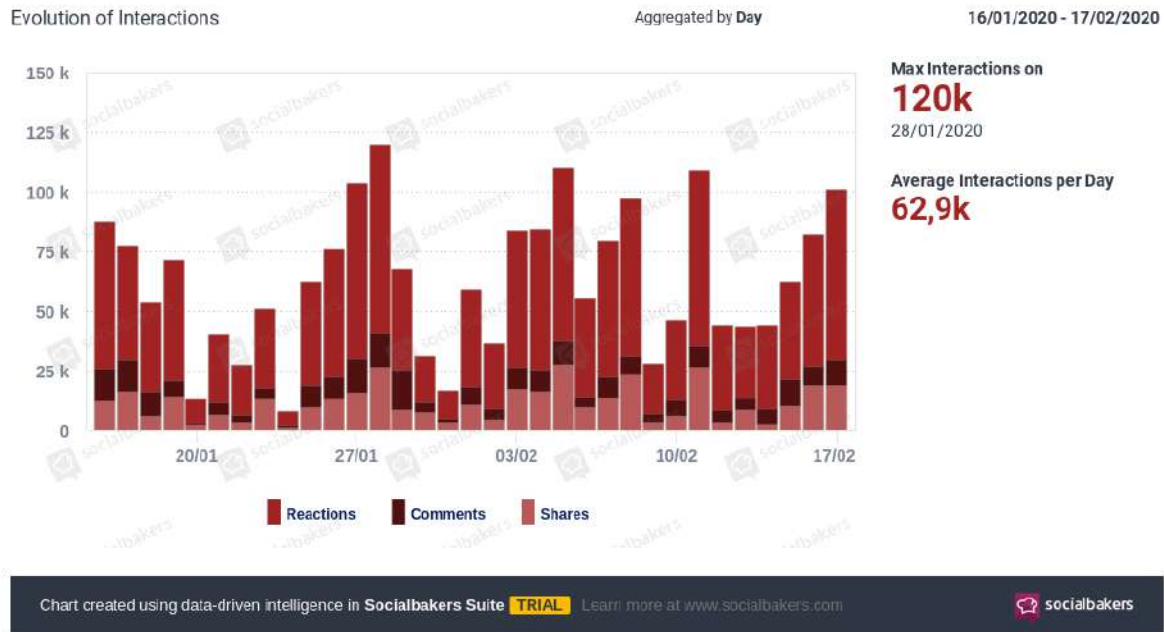


عَرَضَ هَذَا الرَّسْمُ الْبَيَّانِي تَطَوُّرَ عَدَدِ الْأَسْئَلَةِ الْمَطْرُوحَةِ مِنْ طَرَفِ الْمُسْتَعْمِلِينَ وَالْإِجَابَاتِ عَلَيْهَا عَلَى صَفْحَةِ "الْجَزَائِرِ وَمَا أَدْرَاكُ مَا الْجَزَائِرُ" خِلَالَ الْفَتْرَةِ الْمَمْتَدَّةِ مِنْ 16 جَانْفِي إِلَى 17 فَيْفْرِي 2020، بِشَكْلِ يَوْمِي. وَيُظْهِرُ مَتَوَسُّطَ يَوْمِي مَنخُضٍ لِلْأَسْئَلَةِ (0.70 سَأَلٌ فِي الْيَوْمِ)، وَهُوَ مَا يَعْكُسُ قَلَّةَ اسْتِخْدَامِ مِيزَةِ الْأَسْئَلَةِ مُقَارَنَةً بِبَاقِي أَنْوَاعِ التَّفَاعَلِ. كَمَا يُلَاحِظُ أَنَّ مَعْظَمَ الْأَسْئَلَةِ تَبْقَى دُونَ إِجَابَةٍ، مَا يَكْتَسِرُ ضَعْفَ التَّفَاعَلِ التَّفَاعِلِي مِنْ طَرَفِ مَسْئُولِي الصَّفْحَةِ.

أيام مثل 02 فيفري و 11 فيفري شهدت ارتفاعًا طفيفًا في عدد الأسئلة المطروحة، مما قد يشير إلى تزامنهما مع أحداث معينة دفعت المتابعين لطلب توضيحات أو تفاعل أكبر، ولكن عدم وجود إجابات في هذه الفترات يُبرز فجوة في الاستجابة. هذا الاتجاه يعكس ربما اعتماد الصفحة على استراتيجية تواصل أحادية الاتجاه (نشر المحتوى فقط دون تفاعل نشط)، وهو ما يمكن اعتباره فرصة ضائعة لبناء علاقة تشاركية وثقة مع الجمهور المتفاعل.

«تكشف البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمارس دورًا إعلاميًا أحادي الاتجاه في الغالب، حيث يظل التفاعل التفاعلي عبر الأسئلة والإجابات محدودًا. يعكس هذا التركيز على النشر دون استجابة مباشرة استراتيجية الصفحة في توجيه المعلومات أكثر من بناء الحوار، ما يؤكد أهميتها كمنصة لنقل الرسائل بسرعة وتأثيرها الرقمي، لكنه أيضًا يشير إلى تحديات في تعزيز التفاعل التشاركي مع الجمهور».

– تطور التفاعلات (جام ، كومنتار، بارطاج) على صفحة "الجزائر وما أدراك خلال الفترة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



الصورة تعرض إحصائيات تطور التفاعلات على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على فيسبوك خلال الفترة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020، مقسمة إلى ثلاث فئات: ردود الفعل (Reactions) باللون الأحمر الداكن، التعليقات (Comments) باللون البنفسجي الغامق، والمشاركات (Shares) باللون الوردي. أبرز البيانات تظهر أن أعلى عدد للتفاعلات يوم واحد بلغ 120 ألف تفاعل في 28 جانفي 2020، بينما وصل متوسط التفاعلات اليومي إلى 62.9 ألف تفاعل. ويظهر التحليل أن يوم 28 جانفي شهد ذروة التفاعل على الصفحة،

وهو ما يشير إلى نشر محتوى قوي مرتبط على الأرجح بحدث سياسي أو مظاهرة كبيرة ضمن الحراك الشعبي، حيث لم تقتصر الذروة على الإعجابات بل شملت أيضًا التعليقات والمشاركات، ما يعكس تفاعلًا جماهيريًا شاملاً. وعلى الرغم من وجود قمم واضحة في نهاية جانفي ومطلع فيفري، إلا أن مستوى التفاعل ظل مرتفعًا نسبيًا طوال الفترة، مما يدل على استمرارية اهتمام الجمهور بالمحتوى السياسي والاجتماعي للصفحة. كما أن حجم المشاركات يبرز دور الجمهور في إعادة نشر الرسائل، مما يعزز أثر الصفحة كمنصة فاعلة في التعبئة الرقمية. وبذلك، تعكس هذه الإحصائيات قدرة الصفحة على إثارة تفاعل جماهيري واسع خلال فترة حساسة سياسيًا، وتوضح فعاليتها في التأثير والنقاش العام المرتبط بالحراك الشعبي، خاصة خلال أيام الذروة مثل 21 و 28 جانفي و 11 فيفري، بما يتوافق مع بيانات النمو في عدد المعجبين والتفاعل الفردي مع المنشورات.

«توضح البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمتلك قدرة كبيرة على تحفيز التفاعل الجماهيري عبر جميع أشكال التفاعل ردود الفعل، التعليقات، والمشاركات. تعكس قمم النشاط، خصوصًا في أيام الذروة، فعالية الصفحة كمنصة رقمية مركزية للحراك الشعبي، حيث يساهم الجمهور ليس فقط في استهلاك المحتوى بل في إعادة إنتاجه، ما يعزز تأثيرها التعبوي ويؤكد دورها الحيوي في إدارة النقاش العام على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الفترات الحساسة».

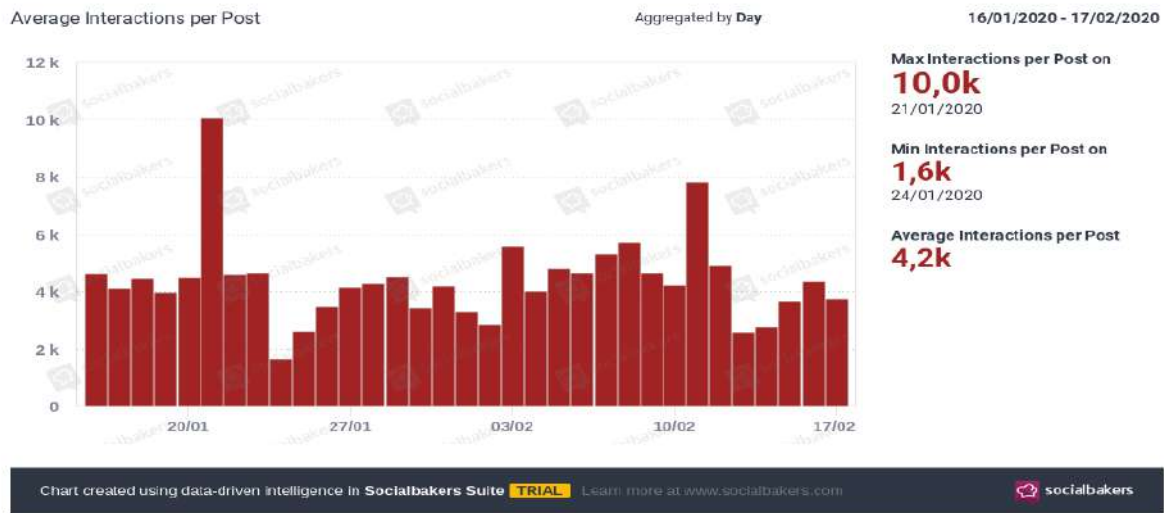
- تطور التفاعلات يوميًا على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" - "Number of Interactions Aggregated by Day" خلال الفترة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



الصورة تعرض تطور التفاعلات اليومية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، وتوضح حجم ونوع التفاعل خلال الفترة الممتدة من 16 يناير إلى 17 فبراير 2020. بلغ إجمالي التفاعلات 2,077,707 تفاعلاً، موزعة بين ردود الفعل (Reactions) التي شكلت 69.19% بإجمالي 1,437,654 تفاعل، التعليقات (Comments) بنسبة 12.38% أي 257,195 تفاعل، والمشاركات (Shares) بنسبة 18.43% أي 382,858 تفاعل. وأظهرت البيانات أن أقصى عدد للتفاعلات اليومي وصل إلى 119,665 تفاعلاً يوم 28 يناير، في حين كان الحد الأدنى 8,241 تفاعلاً يوم 24 يناير، مع متوسط يومي يقارب 62,960 تفاعلاً، ما يعكس حيوية وديناميكية التفاعل الجماهيري مع محتوى الصفحة. ويبرز الرسم البياني سيطرة الطابع العاطفي على التفاعل، إذ تمثل ردود الفعل غالبية التفاعلات، تليها المشاركات، ثم التعليقات، ما يشير إلى ميل الجمهور للردود السريعة ونشر المحتوى أكثر من الدخول في نقاشات مطوّلة. كما يلحظ وجود تذبذب واضح في النشاط اليومي، مع قمم في نهاية يناير ومطلع فبراير، وهو ما قد يرتبط بزخم الحراك الشعبي أو توقّعات نشر محددة. ويعكس هذا التحليل دور الصفحة كمركز محوري في الحراك الرقمي، حيث تساهم في توجيه النقاش السياسي والاجتماعي وتعزيز التفاعل الجماهيري، مؤكداً مكانتها كفاعل أساسي في المشهد الرقمي المرتبط بالحراك الشعبي.

«تحليل التفاعلات اليومية يوضح أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكتفِ بجمع جمهور كبير، بل نجحت في خلق دينامية رقمية عالية مع أكثر من مليوني تفاعل خلال الفترة المدروسة. سيطرة التفاعلات العاطفية على المشهد تؤكد دور الصفحة في التأثير على المزاج العام للمجتمع، بينما تبرز المشاركات والتعليقات قدرتها على تحفيز النقاش ونشر المحتوى بسرعة. هذه البيانات تؤكد مكانة الصفحة كمركز محوري في الحراك الرقمي، حيث تُوجّه النقاش السياسي والاجتماعي وتزيد من المشاركة الجماهيرية، مما يجعلها أداة مؤثرة في فهم وإدارة الديناميات الرقمية للحراك الشعبي الجزائري».

- تحليل متوسط التفاعل الأسبوعي لكل منشور خلال الفترة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تُظهر البيانات المستخرجة من منصة Socialbakers Suite حول متوسط التفاعلات لكل منشور على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020، نمطاً دالاً على تفاوت واضح في مستوى التفاعل من يوم لآخر. فقد بلغ أعلى متوسط للتفاعل 10,000 تفاعل يوم 21 جانفي، ما يشير إلى وجود منشور أو حدث أثار اهتماماً استثنائياً في ذلك اليوم. بالمقابل، سُجّل أدنى متوسط للتفاعل يوم 24 جانفي بـ 1,600 تفاعل فقط، وهو ما يعكس احتمال ضعف المحتوى المنشور في ذلك اليوم أو تراجع التفاعل العام لأسباب ظرفية.

وبشكل عام، يبلغ متوسط التفاعلات لكل منشور خلال هذه الفترة حوالي 4,200، وهو معدل لا يُستهان به، ويعكس وجود قاعدة جماهيرية متفاعلة نسبياً مع منشورات الصفحة، مع قابلية التفاعل للارتفاع عند نشر محتوى محفّز أو مواكب لأحداث سياسية أو اجتماعية بارزة. تجدر الإشارة إلى أن التذبذب في التفاعل يشير إلى حساسية الجمهور لمضمون المنشورات وتوقيتها، مما يبرز أهمية استراتيجية المحتوى في صفحات الحراك الشعبي.

«تشير هذه البيانات إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تتمتع بقدرة واضحة على استثارة التفاعل الجماهيري بشكل متفاوت حسب أهمية المحتوى وتوقيته. يُبرز ارتفاع متوسط التفاعل في أيام الذروة حساسية الجمهور للأحداث السياسية والاجتماعية، ويؤكد أن الصفحة تلعب دوراً حيوياً في توجيه الانتباه الرقمي للحراك الشعبي، ما يجعلها منصة فعّالة في التأثير على المزاج العام للمجتمع الرقمي ومتابعة الأحداث الحية».

– حصة الصوت (Total Share of Voice) "من حيث التفاعل مع صانعي المحتوى (Engaging Creators) خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تُظهر الصورة أن 100% من التفاعلات الرقمية جاءت من فئة صغيرة من "أكثر صانعي المحتوى تفاعلاً" (Most Engaging Creators)، في حين لم يحقق باقي صانعي المحتوى ضمن فئة "Other Content Creators" أي نسبة تذكر. يعكس هذا الهيمنة التامة على التفاعل الرقمي، حيث يتركز المحتوى المؤثر في يد عدد محدود من الفاعلين، مما يعزز فرضية وجود نخبة رقمية تتحكم في توجيه الرأي العام الرقمي، كما يتضح من صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر". ويشير ضعف تأثير باقي صانعي المحتوى إلى محدودية القدرة على تحصيل جمهور خارج هذه الدائرة الصغيرة، ما يعكس طبيعة مركزية التأثير في الحراك الرقمي الجزائري. من منظور تحليل شبكات التواصل الاجتماعي، توضح هذه الهيمنة مفهوم "مركزية الشبكة" أو ما يُعرف في علم الشبكات بـ "High Centrality"

"Nodes"، حيث ترتبط أغلب التفاعلات بعدد قليل من العقد (الحسابات)، ما له دلالات اجتماعية وإعلامية متعلقة بثقة الجمهور ونوعية المحتوى وتنظيم الإعلام البديل .

«تحليل فاعلية صانعي المحتوى يبرز أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تسيطر على التفاعل الرقمي بشكل شبه كامل عبر نخبة صغيرة من الفاعلين. هذا التركيز يعكس مركزية السلطة الرقمية للصفحة، ويظهر كيف يمكن لعدد محدود من الحسابات توجيه الرأي العام وتشكيل المزاج الرقمي للجمهور، ما يؤكد دور الصفحة كأداة رئيسية في الحراك الرقمي الجزائري ويبرز أهمية فهم هذه الهيمنة عند دراسة تأثير الإعلام الرقمي على المشاركة والتعبئة الجماهيرية».

ثالثاً: تحليل التفاعلات الفورية على صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر

– تحليل التفاعلات الزمنية على صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر الفترة من 15 فيفري 2020 مساءً إلى 17 فيفري 2020 ظهراً

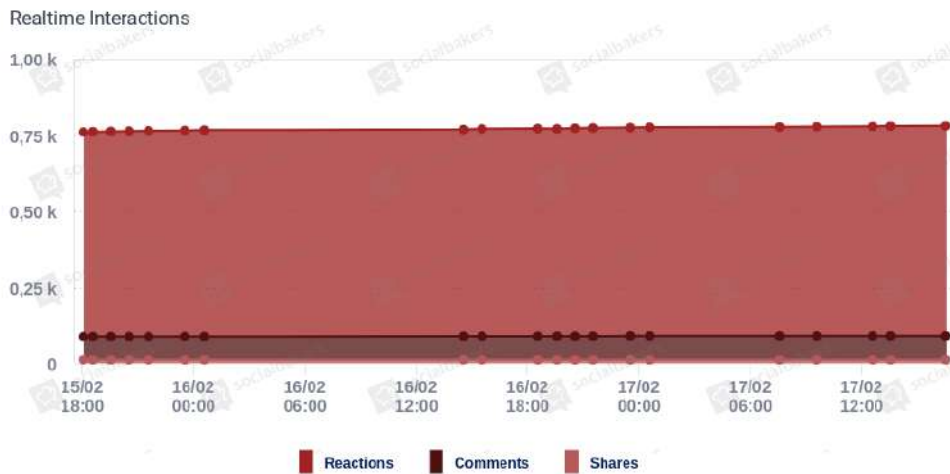


Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يُظهر الرسم أن المقياس الرأسي يصل إلى حوالي 1.0 1000 k تفاعل، مع تمييز أنواع التفاعل بألوان مختلفة: التفاعلات (Reactions) بالأحمر الغامق، التعليقات (Comments) بالأحمر الداكن، والمشاركات (Shares) بالوردي. ويبين التحليل الكمي أن الحد الأقصى للتفاعلات الإجمالية يبلغ حوالي 750 تفاعلاً، مع نمط مستقر دون قفزات أو انخفاضات مفاجئة، ما يشير إلى وتيرة تفاعل متوسطة وثابتة خلال الفترة الزمنية، وهي مشابهة للصورة السابقة مع فترة زمنية أقصر تنتهي منتصف يوم 17 فبراير. من الناحية النوعية، تهيمن التفاعلات

(Reactions) بشكل واضح، بينما تشكل التعليقات والمشاركات نسبة ضئيلة تكاد تكون هامشية، ما يدل على أن الجمهور يتفاعل بشكل سطحي دون نقاش معمق أو إعادة نشر. ويعكس هذا النمط من التفاعل مستوى محدودًا من الانتشار والتأثير، ويشير إلى محتوى تقليدي أو متكرر لا يثير اهتمامًا كبيرًا لدى الجمهور، كما يبرز ضعف قابلية المشاركة والنقاش حول المواضيع المنشورة.

«تشير هذه البيانات إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تحافظ على وتيرة تفاعل ثابتة، لكنها محدودة من حيث العمق والنقاش. يبرز هيمنة التفاعلات السطحية (Reactions) على التعليقات والمشاركات، ما يعكس أن الجمهور يتفاعل سريعًا مع المحتوى لكنه لا يشارك أو يناقش بشكل معمق. هذا يوضح أن الصفحة تمتلك قدرة على الحفاظ على حضور رقمي مستمر، لكنها تواجه تحديًا في تحويل هذا التفاعل إلى تأثير أعمق أو انتشار أوسع للمحتوى».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 16 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020.



تمتد الفترة الزمنية للرصد من 16 فبراير عند الساعة 18:00 إلى 18 فبراير عند الساعة 12:00، مع تمييز أنواع التفاعلات بألوان مختلفة: ردود الفعل (Reactions) بالأحمر الداكن، التعليقات (Comments) بالأحمر الفاتح، والمشاركات (Shares) بالوردي. يُلاحظ من الرسم البياني انفجارًا تفاعليًا سريعًا في الساعات الأولى من النشر، حيث تجاوز عدد التفاعلات 3 آلاف خلال أقل من 12 ساعة، ما يشير إلى أن المحتوى كان انتشاريًا (فايرال) منذ البداية. بعد الوصول إلى الذروة بين مساء 16 فبراير وصباح 17 فبراير، بقي المنحنى مستقرًا تقريبًا حتى نهاية الفترة، ما يعكس توقف نمو التفاعل عند حد معين بعد الوصول إلى الذروة بسرعة. يشير هذا النمط الحاد والسريع للزيادة ثم الثبات إلى احتمال وجود دعم خارجي، سواء عن طريق ترويج المنشور (مدفوع) أو نشره

من قبل حساب مؤثر واحد أو أكثر، مما أدى إلى تدفق مفاجئ للتفاعل ثم استقرار نسبي. وبالتالي، يعكس هذا الرسم نمط تفاعل كثيف ومفاجئ مع منشور معين، وهو نمط شائع لدى المحتوى الانتشاري أو المثير للجدل الذي يتم تداوله بسرعة بواسطة حسابات مؤثرة أو مدعوم بحملة موجهة.

«تعكس هذه البيانات قدرة صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على توليد تفاعل سريع وكثيف مع محتوى محدد، ما يشير إلى فعالية المنشورات في جذب الانتباه الفوري. يظهر النمط الانتشاري للمنشور قدرة الصفحة على الوصول السريع لجمهور واسع، سواء عبر التأثير العضوي لحسابات مؤثرة أو دعم موجه. هذا يعزز أهمية الصفحة كمنصة رقمية قادرة على الحشد والتأثير في المشهد الرقمي للحراك الشعبي، مع الإشارة إلى أن التفاعل يكون غالبًا مكثفًا لكنه قصير المدى ويستقر بعد الذروة».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 16 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020.

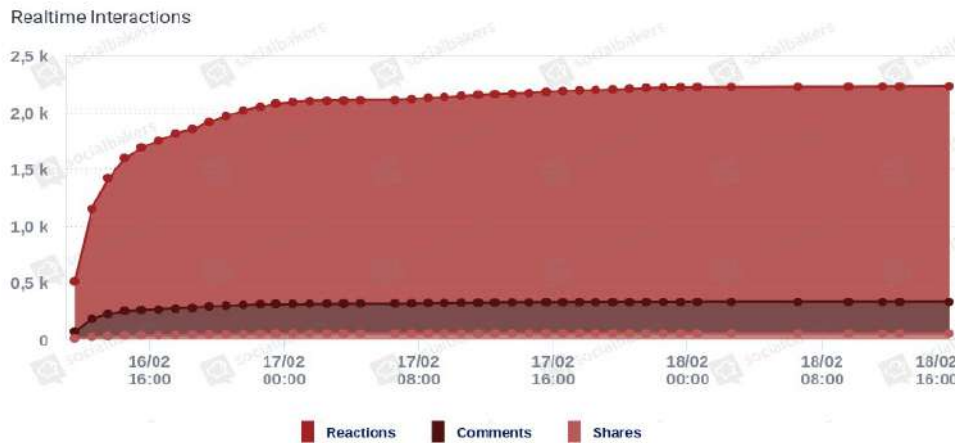


Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يمثل التحليل الزمني للتفاعلات على المنشور، الممتد من 16 فيفري الساعة 16:00 إلى 18 فيفري الساعة 16:00، نمطاً مزدوجاً للتفاعل الرقمي. إذ لوحظ نمو سريع وكثيف في الساعات الست إلى الثماني الأولى بعد النشر، حيث بلغ مجموع التفاعلات حوالي 2.1 ألف، ما يعكس الزخم الأولي القوي واستجابة الجمهور السريعة للمحتوى. بعد منتصف ليلة 16 فيفري، يدخل المنحنى في مرحلة ثبات طويلة تستمر حتى نهاية الفترة، مما يشير إلى أن التفاعل كان مركّزاً في البداية وتلا ذلك فترة من الركود الرقمي.

كما يوضح الرسم تفوقًا واضحًا لردود الفعل (بالأحمر الداكن) على التعليقات والمشاركات، وهو ما يعكس تفاعلًا عاطفيًا أكثر من كونه نقاشيًا أو تداوليًا. بالتالي، يُظهر هذا النمط أن الجمهور تجاوب بشكل سريع مع المنشور، لكنه لم يحافظ على استمرارية التفاعل، ما يشير إلى طبيعة لحظية للمنشور أو ارتباطه بحدث آني محدد.

«يبين هذا التحليل قدرة صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على توليد زخم أولي كبير للتفاعل، حيث يستجيب الجمهور بسرعة للمحتوى الجديد. النمط الزمني للتفاعل يُظهر أن التفاعل كان مكثفًا في الساعات الأولى لكنه تراجع لاحقًا، ما يعكس طبيعة لحظية للمنشور المرتبط بأحداث آنية. كما يبرز تفوق التفاعل العاطفي (ردود الفعل) على التفاعل النقاشي أو التبادلي، مؤكّدًا دور الصفحة في إثارة الانفعال الجماعي واستقطاب الانتباه الفوري، دون ضمان استمرار التفاعل على المدى الطويل».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 16 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020.



يبين تحليل التفاعلات على المنشور، من حيث النوع والزمن، نمطًا متوازنًا وثابتًا نسبيًا. فقد بدأت ردود الفعل (Reactions) بنحو 0.8 ألف تفاعل، وارتفعت تدريجيًا إلى نحو 1.0 ألف بحلول 18 فيفري، ما يعكس استجابة جيدة لكنها ليست قوية، في حين حافظت التعليقات (Comments) على وتيرة منخفضة وثابتة مع زيادة طفيفة، دالة على وجود محتوى محفز للنقاش لكنه غير مثير للجدل. أما المشاركات (Shares) فبقيت عند مستوى منخفض نسبيًا، وهو ما يشير إلى أن المحتوى ليس ذا طابع فيروسي أو محفز للمشاركة الجماعية.

على مستوى ديناميكية الزمن، يظهر ثبات عام في التفاعلات منذ البداية، مع ذروة مبكرة تلتها استمرارية هادئة، ما يعكس وصول المنشور لجمهور محدد منذ البداية وغياب حملات ترويجية أو إعادة نشر مكثف خلال الفترة. دلالات سوسيولوجية وتحليل الخطاب الرقمي توضح أن المحتوى ذو طابع ثابت أو توثيقي، إذ يفضل الجمهور التفاعل العاطفي من خلال الردود دون نشره لدوائر أوسع، ما يشير إلى اهتمام شخصي أكثر من كونه اهتمامًا جماعيًا أو جدليًا.

بالتالي، يمكن القول إن التفاعل الإجمالي متوازن، دون طفرات حادة، والمحتوى مناسب للتحليل الكيفي المرتبط بالمواد التوعوية أو التوثيقية، ويعكس جمهورًا متفاعلًا عاطفيًا لكنه غير نشط جدًا على صعيد المشاركة أو النقاش.

«تحليل التفاعلات على المنشور يظهر أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمتلك جمهورًا متفاعلًا عاطفيًا، لكنه محدود في نشر المحتوى أو النقاش الجماعي. هذا يوضح أن تأثير الصفحة يعتمد على تحفيز الانخراط الشخصي أكثر من خلق مشاركة جماعية واسعة، مما يعكس طبيعة المحتوى التوثيقي أو التوعوي للصفحة، ويؤكد أهميتها كمنصة لتوجيه الانتباه وبناء الوعي الرقمي ضمن الحراك الشعبي دون الاعتماد على انتشار فيروسي واسع».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 16 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020



يُظهر منحنى التفاعل الخاص بيوم 18 فيفري دينامية تصاعدية واضحة تمتد من منتصف الليل إلى حدود الساعة الثانية بعد الظهر، حيث ارتفع حجم التفاعل من نحو 400 تفاعل إلى ما يقارب 750 تفاعلًا. ويعكس هذا النمو المستمر وجود محتوى متتابع أو منشور ذي طبيعة مثيرة للانتباه حافظ على استجابة الجمهور خلال كامل الفترة الزمنية المعروضة. غير أنّ بنية التفاعل تكشف عن طابع "عاطفي-سطحي" للتجاوب، إذ شكّلت

التفاعلات من نوع (Reactions)  التفاعلات: إعجاب، حب، غضب،... إلخ) الكتلة الأكبر من الزيادة، فيما بقي كل من (التعليقات  Comments) والمشاركات  (Shares) في مستويات شبه ثابتة ومنخفضة. وهذا يشير إلى أن الجمهور اكتفى بالتعبير عن ردود فعل انفعالية سريعة الإعجاب، حب، غضب دون الدخول في نقاش معمق أو ممارسة فعل النشر التشاركي، وهو ما يضعف دلالة التفاعل الاجتماعي مقارنةً بالتفاعل الرقمي السريع.

إن هذا التفاوت بين كثافة Reactions وضعف أشكال التفاعل الأكثر تعبيراً عن الانخراط (التعليقات والمشاركات) يعكس طبيعة محتوى أقرب إلى التعبئة الرمزية أو الاستجابة الشعورية، وليس محتوى جدلياً أو تحليلياً يستدعي النقاش. وبالنظر إلى السياق الزمني، يمكن ترجيح ارتباط هذه القفزة التفاعلية بحدث سياسي أو رمزية معينة داخل سياق الحراك الشعبي الجزائري، حيث غالباً ما تتصاعد التفاعلات العاطفية في الأيام ذات الشحنة الرمزية العالية. وعليه، فإن يوم 18 فيفري يمثل نموذجاً على التفاعل الكثيف لكن محدود العمق، بما يبرز الفجوة بين الزخم الكمي للتفاعل وعمقه النوعي في الحضور الرقمي للحراك.

«يبين هذا التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نجحت في الحفاظ على تصاعد التفاعل خلال يوم 18 فيفري، مع التركيز على الاستجابة العاطفية الفورية (Reactions) مقارنة بالتفاعل النقاشي أو التشاركي (Comments) و (Shares) يعكس هذا أن الصفحة تعمل كمنصة للتعبئة الرمزية وتحفيز الانفعال الجماعي، خاصة في الأيام ذات الشحنة السياسية أو الرمزية العالية، مع وجود فجوة واضحة بين كثافة التفاعل الرقمي وعمقه الاجتماعي أو النقاشي».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 17 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020.



يبين تحليل التفاعلات خلال الفترة من 17 فيفري الساعة 18:00 إلى 18 فيفري الساعة 15:00 نمطاً محدداً للتفاعل الرقمي. فقد سجلت ردود الفعل (Reactions)، بالإضافة إلى التعليقات والمشاركات، تصاعداً سريعاً بين الساعة 18:00 و 21:00 من يوم 17 فيفري، حيث ارتفعت التفاعلات إلى نحو 0.75 ألف خلال ساعات قليلة، ما يعكس تحاوياً قوياً وفورياً مع المحتوى فور نشره. بعد الساعة 21:00، لوحظ ثبات تام في التفاعلات حتى نهاية الفترة، ما يشير إلى أن المحتوى لم يحفز تفاعلاً مستمراً أو جذب جمهور إضافي، وأن النشاط الرقمي كان مركزاً على الساعات الأولى من النشر.

من جهة أخرى، عدم وجود نمط اصطناعي أو مدفوع واضح يعكس طبيعة التفاعل العضوي، حيث ارتبطت ذروة التفاعل بالزمن المباشر للنشر، دون إشارات على حملات ترويجية أو إعادة نشر آلية. وبذلك، يُظهر هذا الرسم البياني نمط تفاعل طبيعي وسريع، يوضح قدرة المحتوى على استقطاب اهتمام المستخدمين في البداية، ثم الاستقرار عند مستوى ثابت يقارب 1,000 تفاعل، مما يعكس طبيعة المحتوى واهتمام الجمهور به بشكل عضوي، دون تدخلات خارجية.

«يُظهر هذا الرسم نمطاً تفاعلياً مركزاً زمنياً، حيث تتركز قوة التفاعل في الساعات الأولى من النشر، قبل أن يدخل المنحنى في مرحلة ركود طويل دون أي ارتفاعات لاحقة. هذا السلوك يدل على قدرة المحتوى على جذب انتباه فوري فقط، دون أن يمتلك عناصر تدفع الجمهور إلى إعادة التفاعل أو نشره لاحقاً. كما أن استقرار التفاعل عند سقف يقارب الألف تفاعل، دون قفزات مفاجئة أو تضخم غير طبيعي، يعكس غياب أي دعم ترويجي أو نشاط غير عضوي. وبذلك، تتضح طبيعة تفاعل تعتمد على الجمهور المباشر للصفحة، لا على دوائر موسّعة من المتابعين، ما يكشف انتشاراً محدوداً، لكنه حقيقي وغير مصطنع».

– التفاعلات الفورية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Realtime Interactions) خلال الفترة الممتدة من 17 فيفري 2020 إلى 18 فيفري 2020.

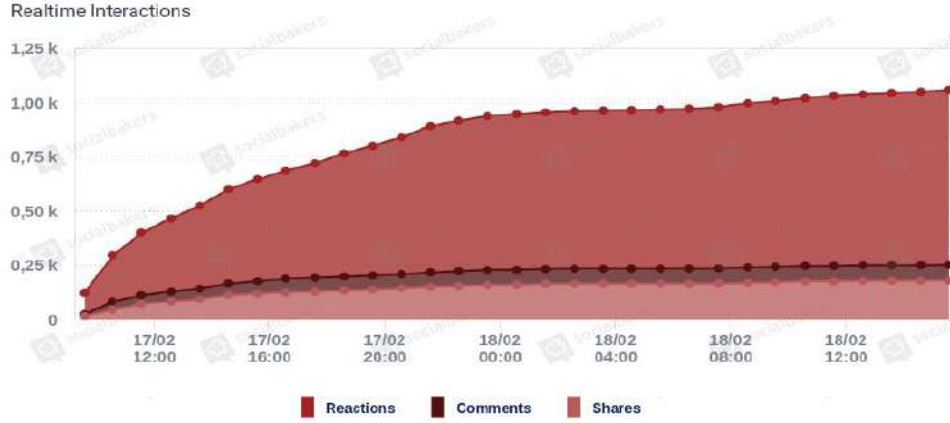


Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

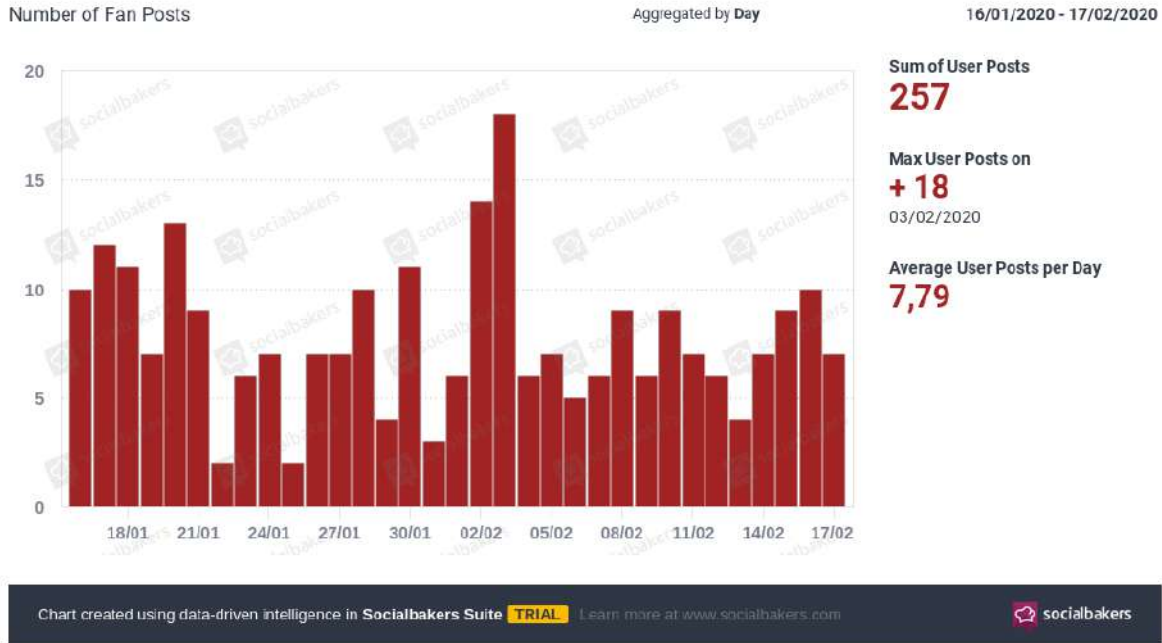
socialbakers

تمتد الفترة الزمنية للرصد من 17 فبراير عند الساعة 12:00 إلى 18 فبراير عند الساعة 12:00، مع تمييز أنواع التفاعلات بالألوان: ردود الفعل (Reactions) بالأحمر الداكن، التعليقات (Comments) بالأحمر الفاتح، والمشاركات (Shares) بالوردي. يوضح الرسم البياني نمطاً من النمو التدريجي والعضوي للتفاعل، حيث بدأ العدد بحوالي 0.1 ألف تفاعل وارتفع بثبات حتى تجاوز 1.1 ألف تفاعل بنهاية الفترة، ما يشير إلى انتشار طبيعي للمحتوى عبر تفاعل المستخدمين. كما يظهر التفاعل مستمراً دون أي توقف مفاجئ، وهو ما يعكس اهتماماً مستمراً بالمحتوى ربما لطبيعته النقاشية أو الإخبارية. بالإضافة إلى ذلك، لا توجد قفزات حادة أو تثبيت فجائي في المنحنى، ما يؤكد غياب أي نشاط غير عضوي مثل الترويج المدفوع أو التفاعل الآلي. وبالتالي، يعكس هذا الرسم البياني نمط تفاعل طبيعي ومتواصل مع محتوى نُشر منتصف نهار 17 فبراير، حيث شهد اهتماماً شعبياً واضحاً وانتشاراً تدريجياً عبر المستخدمين الحقيقيين.

«يشير هذا النمط التفاعلي إلى انتشار عضوي ومستقر للمحتوى، قائم على اهتمام حقيقي من جمهور الصفحة دون أي مؤشرات على تضخيم اصطناعي أو ترويج مدفوع. ويبرز المنحنى المتدرج أن المحتوى يمتلك جاذبية معلوماتية أو نقاشية مكنته من الحفاظ على تفاعل مستمر طوال 24 ساعة، بما يعكس ديناميكية تواصلية طبيعية داخل شبكات الحراك الرقمي، حيث ينتشر المحتوى تدريجياً عبر المتابعين الفعليين وفق آليات المشاركة اليومية العادية».

رابعاً: تحليل نسبة المنشورات والتفاعلات لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر

- عدد منشورات المعجبين حسب الأيام لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر (Fan Posts) خلال الفترة بين 16 جانفي 2020 و 17 فيفري 2020.



تعرض الصورة عدد منشورات المعجبين (Fan Posts) اليومية على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة من 16 يناير إلى 17 فبراير 2020، مستخلصة من أداة Socialbakers. أظهرت البيانات إجمالي 257 منشورًا خلال نحو شهر، بمعدل يومي بلغ 7.79 منشورًا، مع ذروة نشاط في 3 فبراير 2020 حيث سجل 18 منشورًا في يوم واحد، وهو أعلى عدد يومي خلال الفترة. ويلاحظ تفاوت واضح في عدد المنشورات بين الأيام، مع وجود قمم وفجوات تتوافق غالبًا مع أحداث ميدانية مثل مسيرات الحراك الأسبوعية أو مستجدات سياسية، حيث سجلت قمم بارزة في 18 و 21 يناير، و 3 و 14 فبراير، وانخفاضات ملحوظة في 23-24 يناير و 1-2 فبراير. وعند مطابقة ذروة 3 فبراير مع المخطط السابق للمتوسطات المتحركة للتفاعلات اليومية (7 أيام و 30 يومًا)، يظهر ارتباط واضح بين صعود التفاعل العام وعدد منشورات المعجبين، ما يعزز فرضية التأثير المباشر للحراك الشعبي على ديناميكية المشاركة الرقمية. من الناحية السوسيولوجية والسياسية، تعكس هذه التغيرات اليومية في النشر استجابة المستخدمين للتحفيز السياسي أو الرمزي، فيما تظهر ردود الفعل العاطفية على مستوى الإيموجيات التعبيرية مثل 🇩🇿 ❤️ 🙌 والهاشتاقات، كما تم تحليلها في الشبكات الرمزية عبر برنامج Gephi.

وبذلك، يتضح أن الزيادة في عدد المنشورات خلال فترات الذروة تتوافق مع تكتف العقد والروابط داخل الشبكات الرقمية، مما يتيح فهمًا أعمق لدور المنصات الرقمية في التعبئة والتأثير على الخطاب الاجتماعي والسياسي للحراك الشعبي الجزائري.

«يكشف هذا الرسم عن علاقة مباشرة بين الأحداث الميدانية للحراك ومستويات النشر داخل الصفحة، حيث يتجلى تأثير السياق السياسي في الارتفاعات المفاجئة لعدد منشورات المعجبين. فالفترات الحادة في أيام معينة، مقابل فترات الانخفاض الحاد، تعكس نمطًا تفاعليًا مرتبطًا بالإيقاع الأسبوعي للمسيرات أو المستجندات السياسية الطارئة. هذا التذبذب الواضح يشير إلى أن جمهور الصفحة لا يتفاعل بطريقة ثابتة أو اعتيادية، بل استجابةً لحالات تعبئة جماعية تُترجم رقميًا في شكل "اندفاعات نشر" ذات طابع لحظي. كما أن التقاطع مع بيانات التفاعل في الرسوم السابقة يدعم فرضية أن ارتفاع النشاط لا يكون معزولاً، بل يتوافق مع توسع في الشبكات الرمزية وارتفاع كثافة العقد في البيئة الرقمية. وبذلك، يبرز هذا النمط كدليل على تحوّل الصفحة إلى فضاء تعبوي يتفاعل فيه المستخدمون مع رموز الحراك وخطابه، بما يجعل ديناميكية النشر مؤشرًا دالًا على المزاج الجماعي ودرجة الشحن الرمزي داخل الفضاء الرقمي خلال تلك المرحلة».

- نوع المنشورات الأكثر تفاعلاً في صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر (Most Engaging Post Types) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



تحليل بيانات التفاعل على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" يظهر أن الصور (Photo) كانت أكثر أنواع المنشورات جذبًا للتفاعل، حيث بلغ متوسط التفاعل حوالي 4500 تفاعل، تلتها المنشورات النصية (Status) ومقاطع الفيديو (Video) بمتوسط نحو 3500 تفاعل لكل منهما، في حين سجلت الاستطلاعات (Poll) أقل

مستوى تفاعل بحوالي 2000، بينما كانت الأنشطة والمنشورات الأخرى (Activity & Others) منخفضة جداً أو معدومة التفاعل. ومن منظور سيميولوجي، يعكس تفوق الصور على باقي أنواع المحتوى ميل الجمهور إلى الاستجابة البصرية السريعة، حيث تحمل الصور رموزاً قوية مرتبطة بالحراك الشعبي، مثل الأعلام، اللافتات، الوجوه، والشوارع، ما يجعلها وسيلة فعالة للتوثيق، التحشيد، وإثارة العاطفة الجماعية. أما النصوص والفيديوهات، فهي تمثل أدوات للتفسير والتعبير، لكنها تتطلب جهداً معرفياً أكبر من الصور، ما قد يفسر انخفاض نسب التفاعل معها، كما أن طول الفيديو أو ضعف الاتصال يمكن أن يقلل من وصوله وتفاعل الجمهور معه. وبالنسبة للاستطلاعات، يشير تدني التفاعل إلى احتمالية ضعف ثقة الجمهور في فعالية التصويت الرقمي أو عدم اعتباره مؤثراً في الواقع السياسي الفعلي. وبناءً على ذلك، يتضح أن الصور تحتل الصدارة في قدرة المحتوى الرقمي على جذب التفاعل الجماهيري، مؤكدة الدور الرمزي القوي للصورة في الخطاب الاحتجاجي، بينما تحافظ النصوص والفيديوهات على مكانة معتبرة لكنها أقل تأثيراً، ما يبرز اختلاف أنماط التلقي والتفاعل لدى جمهور الحراك عبر الفضاء الافتراضي.

«يبين هذا التحليل أن الصور هي المحرك الأساسي للتفاعل الجماهيري على الصفحة، نظراً لقدرة الصور على حمل رموز قوية للحراك الشعبي وإثارة استجابة بصرية سريعة. بالمقابل، النصوص والفيديوهات تلعب دوراً داعماً للتفسير والتوضيح، لكنها أقل جاذبية للتفاعل الفوري، بينما تظل الاستطلاعات هامشية التأثير. هذا يُبرز أهمية الوسائط البصرية في الحملات الرقمية الاحتجاجية كأداة رئيسية للتحشيد والتأثير العاطفي».

تفصيل الكميات والتوزيع التفاعلي:

نوع المنشور	النسبة المئوية	التفاعلات الإجمالية	إعجابات تعليقات	مشاركات
 الصورة (Photo)	33.12%	1,074,397 67.94%	12.89%	19.17%
 الحالة (Status)	26.27%	256,458 76.79%	10.48%	12.44%
 الفيديو (Video)	25.77%	105,518 65.16%	12.67%	21.17%
 الاستطلاع (Poll)	14.85%	12,261 62.19%	25.46%	11.86%
● النشاط (Activity)	0%	0	0%	0%

يدعم الجدول التحليل السابق من خلال تقديم بيانات كمية دقيقة تمكّن من إجراء تحليل أكاديمي معمّق حول أنواع المنشورات الأكثر تفاعلاً على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر". إذ تُظهر البيانات أن الصور كانت الأكثر انتشاراً من حيث عدد التفاعلات، حيث سجّلت نحو مليون تفاعل، أي ما يمثل 33.12% من إجمالي المنشورات، لكنها تولّد أكثر من ثلثي الإعجابات (67.94%)، مما يدل على هيمنة الوسيط البصري في الخطاب الرقمي للحراك الشعبي. أما المنشورات النصية، ورغم كونها تشكّل أكثر من ربع المنشورات (26.27%)، فإن التفاعل فيها أقل نسبياً من الصور، إلا أن نسبة الإعجابات بها مرتفعة نسبياً (76.79%)، ما يشير إلى أن النصوص القصيرة التي تحمل شعارات أو مواقف محددة لها أثر كبير لكنها لا تُشارك بنفس الكثافة. وتأتي الفيديوهات في المرتبة التالية، إذ تولّد نسب مشاركة مرتفعة (21.17%) مقارنة ببقية الأنواع، مما يبرز استخدامها كوسيط تعبوي يهدف إلى التوعية والتحفيز الجماعي أكثر من كونها أداة إعلامية محضة. أما الاستطلاعات، فهي الأقل تفاعلاً إجمالاً رغم أن نسبة التعليقات فيها مرتفعة نسبياً (25.46%)، وهو ما يعكس انخراطاً محدوداً في نقاشات مستقطبة دون انتشار واسع. من هنا، يتضح أن المحتوى البصري، سواء الصور أو الفيديوهات، يلعب دوراً مركزياً في نقل الرسائل العاطفية والرمزية للحراك، بينما تكمل النصوص الصورة من حيث التأطير وتوضيح المواقف، في حين يظل تأثير المنشورات المرتبطة بالأنشطة الميدانية محدوداً في الفضاء الرقمي. وعليه، تبرز هذه البيانات أن الصور تُعتبر الوسيط الأكثر فاعلية في جذب التفاعل الجماهيري، حيث ساهمت بنسبة 33.12% من المنشورات في توليد أكثر من مليون تفاعل، ما يعادل حوالي 68% من إجمالي الإعجابات، ويُفسّر هذا التفوق البصري بقدرة الصورة على اختزال المعنى وتكثيف الرسالة ضمن إطار سيميائي يعكس المشترك الجماعي بين المتظاهرين، بينما تُظهر الفيديوهات دورها التعبوي في نشر الوعي والتحفيز، ويظل دور الاستطلاعات محدوداً. تُؤكد هذه النتائج أن الحراك الرقمي لا يعتمد فقط على وفرة المنشورات، بل على نوعية الوسيط المستخدم في نقل الرسالة الاحتجاجية.

«تُظهر هذه الأرقام بوضوح أن هيمنة الوسائط البصرية ليست مجرد ظاهرة عابرة، بل هي بنية اتصالية مركزية في الفضاء الرقمي للحراك. فالتفاوت الكبير بين نسبة ظهور الصور (33.12%) ونسبة التفاعل الناتج عنها (أكثر من مليون تفاعل) يكشف عن وجود قوة رمزية مضاعفة للخطاب البصري مقارنة ببقية الأشكال. وتؤكد البيانات أن المستخدم لا يكتفي بالاستهلاك البصري، بل يتفاعل معه تفاعلاً عاطفياً سريعاً، كما يتضح من ارتفاع نسب الإعجابات مقارنة ببقية الأفعال الاجتماعية الأخرى. وفي المقابل، يكشف ضعف المشاركة في الاستطلاعات وانخفاض تداول النصوص الطويلة عن تفضيل الجمهور للمحتوى المكثف، السريع، والمشحون رمزياً، وهو ما يتسق مع طبيعة الحراك الذي يعتمد في تعبئته على المشاهد والرموز والشعارات المكثفة لا على النقاشات الطويلة.

وبذلك، يدعم الجدول فرضية أن صفحات الحراك الشعبي ومنها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعمل وفق منطق اقتصاد الانتباه، حيث تتصدر الوسائط التي تمنح معنى فوريًا وقابلًا للمشاركة. كما يُبرز التفوق الواضح للفيديوهات من حيث قابلية المشاركة أن المحتوى الحركي يمثل وسيلة فعّالة لتعزيز الرسائل التعبوية والحفاظ على نسق الزخم الجماعي. في المحصلة، تُظهر هذه البيانات أن التفاعل الرقمي داخل الحراك لا يرتبط بالكم فقط، بل بنوعية الوسيط وديناميكيته الرمزية، ما يجعل من الصورة أداة احتجاجية ذات وزن مضاعف، ومن الفيديو رافعة تعبئة، ومن النصوص عنصر تأطير مكمل لهذه المنظومة الاتصالية».

تحليل نسبة المنشورات والتفاعلات حسب نوع المحتوى (Share of Posts & Share of Interactions)

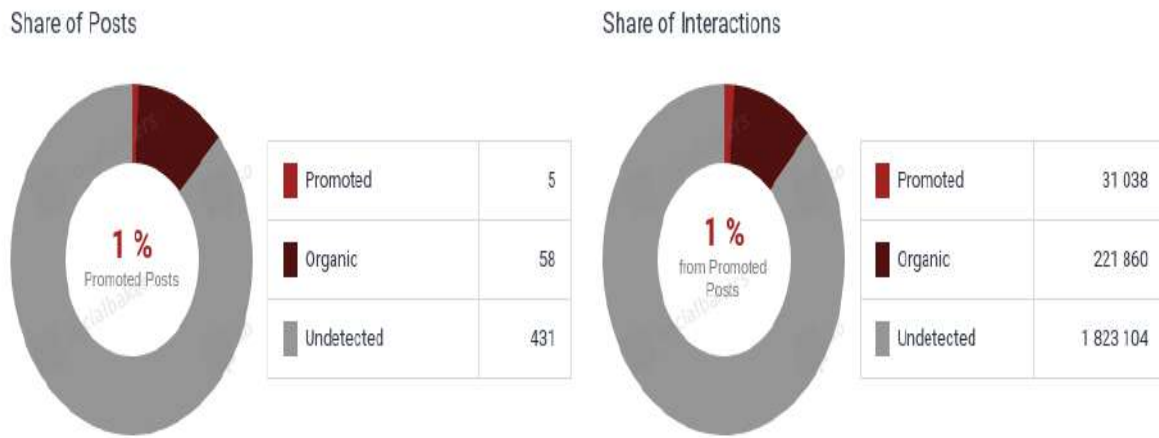


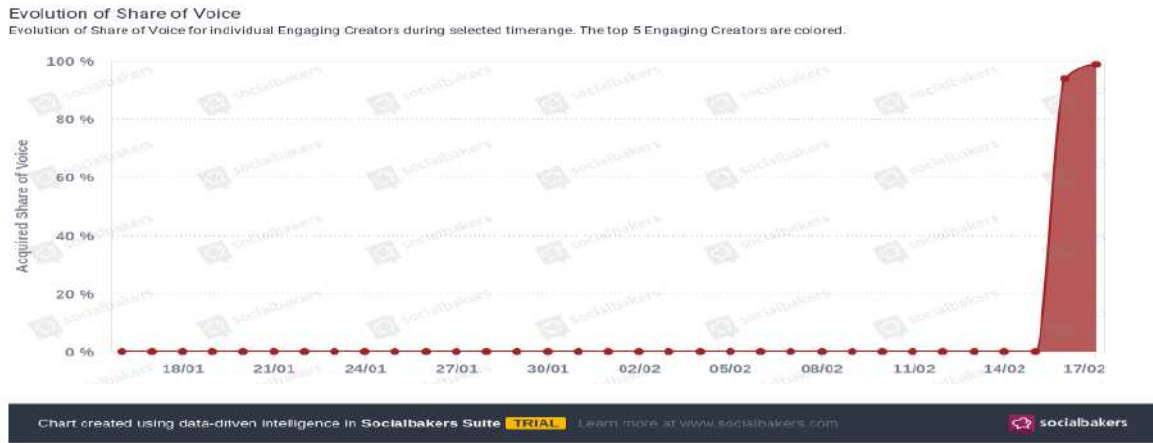
Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

تعكس البيانات المتعلقة بنسبة المنشورات والتفاعلات على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" طبيعة انتشار المحتوى الرقمي لديها. فبالنسبة للجانب الأيسر، يمثل المحتوى الممول (Promoted) فقط 1% من إجمالي المنشورات، في حين تشكل المنشورات العضوية 12% (Organic)، والنسبة الأكبر 87% تندرج تحت فئة "غير مكتشفة" (Undetected)، ما يشير إلى عدم تحديد طبيعة المنشورات بدقة. وعلى الجانب الأيمن، جاءت نسبة التفاعلات من المنشورات الممولة 1.5%، بينما بلغت التفاعلات الناتجة عن المنشورات العضوية 10.7%، أما غالبية التفاعلات (87.8%) فكانت من منشورات غير مكتشفة، ما يعكس ضعف الشفافية في البيانات أو قيودًا تتعلق بتتبع النشاط الرقمي. يشير هذا التوزيع إلى أن الصفحة لا تعتمد بشكل كبير على الإعلانات المدفوعة، بل تستند إلى قوة المحتوى العضوي وجمهورها المتفاعل، مما يدل على طابع غير تجاري للنشر الرقمي ويعزز فرضية كونها جزءًا من حراك شعبي أو مبادرة مدنية ذات صدى واسع. ورغم قلة المحتوى الممول، بلغ مجموع التفاعلات حوالي مليونين، ما يدل على نجاح انتشار المحتوى بشكل فيروسي (Viral Reach) من خلال التفاعل

المجتمعي والمشاركات الجماعية والمواضيع الحساسة ذات الطابع السياسي والاجتماعي. ومن ثم، تؤكد هذه الإحصائيات أن الصفحة تمثل نموذجًا للحشد الرقمي الفعال، حيث يعتمد تأثيرها على التفاعل العضوي والمحتوى الجاذب للجمهور أكثر من الترويج المدفوع، مما يجعلها حالة مميزة في سياق النشر الرقمي للحراك الشعبي. «تعكس البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعتمد بشكل شبه كامل على التفاعل العضوي والمحتوى الجاذب بدلاً من المنشورات الممولة، ما يدل على قوة انتشارها الرقمي الطبيعي وقدرتها على الحشد والتأثير دون الاعتماد على الدعم المالي أو الحملات الإعلانية. هذا يعزز فهم الصفحة كنموذج للحشد الرقمي الفعال في الحراك الشعبي، حيث يُحقق المحتوى تأثيراً فيروسيًا عبر الجماهير المتفاعلة والمشاركات الجماعية».

– تطور المشاركات (المحتوى الصوتي) خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020



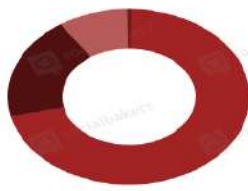
سعيناً إلى دراسة تطوّر "حصة الصوت (Share of Voice)" التي حصل عليها أبرز صانعي المحتوى خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي إلى 16 فيفري 2020، اعتماداً على بيانات منصة Socialbakers. يُعرف مصطلح "Share of Voice" كمقياس يُستخدم في التسويق الرقمي لتحديد نسبة التفاعل أو الحضور الإعلامي لجهة معينة مقارنة بالآخرين ضمن نفس الفئة أو السوق، وفي هذا السياق، استُخدم لقياس تفاعل الجمهور مع صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" مقارنة بصفحات أو منشئي محتوى آخرين خلال نفس الفترة. وتوضح البيانات أن الصفحة لم تكن تمتلك أي حصة ملحوظة من الصوت حتى 15 فيفري، قبل أن تسجل فجأة في 16 فيفري ما يقارب 100% من Share of Voice، ما يعكس منشوراً أو حدثاً بارزاً جذب اهتمام جمهور ضخم وأدى إلى سيطرة شبه كاملة على التفاعل الرقمي. هذه الهيمنة المفاجئة، التي قد تكون ناجمة عن فيديو أو تصريح أو حملة مرتبطة بالتحضير لذكرى الحراك الشعبي في 22 فيفري 2020، تؤكد قوة تأثير الصفحة وقدرتها على توجيه النقاش العام الرقمي في فترة زمنية قصيرة. كما تتماشى هذه الزيادة المفاجئة مع ما لوحظ سابقاً من ارتفاع مفاجئ في التفاعلات والمشاركات وعدد المعجبين، مما يعكس الدور المحوري للصفحة في الحشد الرقمي وانتشار الرسائل المرتبطة بالحراك الشعبي.

«تحليل "حصّة الصوت" يبرز أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" يمكنها السيطرة شبه الكاملة على التفاعل الرقمي خلال أحداث مفصلية، ما يعكس قدرتها على توجيه النقاش العام الرقمي بسرعة وفعالية. هذه الهيمنة المفاجئة تؤكد مكانة الصفحة كفاعل رئيسي في الحشد الرقمي، وتبرز أهميتها كمنصة مركزية لإيصال الرسائل السياسية والاجتماعية خلال الحراك الشعبي».

- توزيع أنواع منشورات الصفحة المدروسة خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020 .

Distribution of Page Post Types

16/01/2020 - 17/02/2020



	Count	Share
Photos	353	71,45 %
Statuses	94	19,03 %
Videos	46	9,31 %
Poll	1	0,20 %

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

الجدول البياني يُعطي فكرة دقيقة عن استراتيجية المحتوى المستخدمة في الصفحة، والتي يمكن تلخيصها كما يلي:

النسبة المئوية	عدد المنشورات	نوع المنشور
69.20%	353 منشورا	الصور (Photos)
19.03%	94 منشورًا	الحالات (Statuses)
9.31%	46 منشورا	الفيديوهات (Videos)
0.20%	1 منشورا	استطلاعات الرأي (Polls)

تحليل توزيع أنواع المحتوى على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" يكشف اعتمادًا واضحًا على الوسائط البصرية كأداة رئيسية للتعبئة والتأثير الرقمي. حيث تشكل الصور أكثر من 70% من المنشورات، وهو ما يتماشى مع نتائج التفاعل السابقة التي أظهرت أن الصور تحقق أعلى معدلات التفاعل، نظرًا لقدرتها على حمل رمزية قوية وتسهيل التداول السريع عبر الشبكات الاجتماعية، مما يعكس استراتيجية قائمة على الجاذبية البصرية والتحفيز الفوري للجمهور. أما الحالات النصية، فتمثل حوالي 19% من المنشورات، وتُستخدم أساسًا لنقل المعلومات أو النداءات والتعبير السريع، ما يجعلها ثاني أكثر أنواع المحتوى جذبًا للتفاعل، رغم محدوديتها مقارنة بالصور. من جهة أخرى، تأتي الفيديوهات بنسبة أقل من 9.3%، ورغم إمكانيتها العالية في نقل العاطفة والسرد، فإن انخفاض استخدامها قد يُعزى إلى كلفة الإنتاج أو ضعف البنية التحتية للرفع والنشر. أما استطلاعات الرأي، فهي نادرة جدًا (0.2%)، مما يعكس محدودية أدوات التفاعلية المعقدة ويشير إلى ضعف محتمل في

التفاعل الديمقراطي الرقمي أو عدم اهتمام الجمهور بهذا النوع من المحتوى. وبناءً على ذلك، يظهر أن الصفحة ركزت بشكل شبه حصري على الوسائط البصرية لإحداث تأثير سريع وفعل، مع تقليل الاعتماد على أدوات النقاش أو التشاور، بما يتوافق مع طبيعة الحملات الرقمية في الحركات الاحتجاجية التي تهدف إلى التأثير السريع وتجنيد الدعم دون الدخول في حوارات رقمية مطوّلة.

«يكشف هذا التوزيع غير المتوازن في أنواع المحتوى عن توجه اتصالي واضح يقوم على هيمنة الوسيط البصري بوصفه الأداة الأكثر فعالية في التعبئة العاطفية وتحقيق الانتشار السريع داخل الفضاء الرقمي. فالاعتماد المكثف على الصور، التي تتجاوز نسبتها 70%، يعكس إدراكًا استراتيجيًا لطبيعة الجمهور الجزائري في سياق الحراك، حيث تُعد الصورة أكثر قدرة على التقاط اللحظة الاحتجاجية وإعادة إنتاجها سيميائيًا بطريقة تراكمية وسريعة الانتشار. كما يبرز هذا الميل البصري دور الصورة كرمز مقاوم يُحتزل فيه الخطاب السياسي دون الحاجة إلى نصوص طويلة أو شروحات معقدة.

في المقابل، يحتل المحتوى النصي المرتبة الثانية من حيث الحضور، لكنه يبقى محدود العمق، ما يشير إلى وظيفة تكاملية للنصوص: تأطير المعنى، شحذ العاطفة، أو تعبئة الجمهور من خلال شعارات مختزلة. أما تراجع الفيديوها، رغم قوتها السردية، فيساير التحديات التقنية والإنتاجية، ويعكس ميل الصفحة إلى الاقتصاد في الوسائط ذات الكلفة العالية لصالح محتوى بصري سريع الإنتاج ومتوافق مع خوارزميات الانتشار.

أما الندرة الشديدة في الاستطلاعات، فتكشف عن ضعف التفاعلية الحوارية وغياب آليات إشراك الجمهور في صنع القرار أو اختبار مواقفه، ما ينسجم مع هيكلية اتصال أحادية الاتجاه تركز على التعبئة بدل التشاور. وبذلك، توضح هذه البنية أن الصفحة تعمل وفق نموذج اتصالي موجّه نحو التأثير اللحظي والانتشار الرمزي أكثر من سعيها لبناء فضاء نقاشي تفاعلي، وهو نموذج شائع في الحملات الرقمية المرتبطة بالحركات الاحتجاجية التي تعتمد على الإيقاع السريع والتأثير المكثف بدل الانخراط في الجدل التشاوري (deliberative) القائم على الحوار وتبادل الآراء وليس فقط على التلقّي.

وبالتالي تحليل توزيع المحتوى يوضح أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعتمد على الصور بشكل أساسي لتوليد التفاعل السريع والانتشار الواسع، ما يعكس استراتيجية رقمية فعّالة للتعبئة والتأثير خلال الحراك الشعبي. هذا التركيز على الوسائط البصرية يعزز القدرة على جذب الجمهور وتحريك الرأي العام، ويؤكد أن الصفحة تستخدم أدوات ملموسة للهيمنة على السرد الرقمي بدل الانخراط في نقاشات طويلة أو تفاعلية معمقة.

– النشر في صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر ("Most Engaging Creators") خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تكشف بيانات التفاعل الرقمي خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020 أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمثل الفاعل الرقمي المركزي في المشهد الرقمي للحراك الشعبي الجزائري. يظهر الرسم البياني بوضوح أن العمود الأول، الذي يمثل هذه الصفحة، يستحوذ على كامل التفاعل تقريباً، بينما بقية الأعمدة (من 2 إلى 20) تكاد تكون معدومة، مما يشير إلى غياب مساهمة فعلية من باقي صنّاع المحتوى.

يشير هذا النمط إلى أن الصفحة تنتج المحتوى وتدير التفاعل بشكل مستقل، دون أي إعادة نشر أو تدخل من جهات أخرى، وهو ما يعكس قدرة الصفحة على تهيئة فضاء رقمي مركز، يهيمن فيه فاعل واحد على الخطاب العام. علاوة على ذلك، يتضح أن جميع أنواع التفاعل ردود الفعل، التعليقات، والمشاركات متركزة على هذه الصفحة، مما يعكس قوة تأثيرها في تحفيز المتابعين والمشاركة الرقمية.

من منظور تحليل الشبكات الاجتماعية، يشير هذا إلى تدفق مركزي للمعلومات (Centralized Flow)، حيث لا توجد شبكة أفقية أو لامركزية للتفاعل بين المستخدمين الآخرين، بل قناة واحدة تسيطر على نشر الرسائل وتوزيعها. هذا التمرکز الرقمي يعكس سلطة رمزية قوية للصفحة في تشكيل الخطاب العام، ويبرز هشاشة التفاعل الجماعي المستقل، إذ يعتمد الحراك الرقمي على وجود هذا الفاعل المركزي لضمان وصول المحتوى وانتشاره.

«تشير البيانات إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعمل كفاعل رقمي مركزي وحيد في المشهد الرقمي للحراك الشعبي، حيث تسيطر على معظم التفاعل وتنتج المحتوى بشكل مستقل. يعكس هذا التمرکز الرقمي قدرة الصفحة على توجيه الخطاب العام والتحكم في تدفق المعلومات، ويبرز أهميتها في الحشد الرقمي، بينما يظل التفاعل الجماعي المستقل محدوداً أو غير مؤثر».

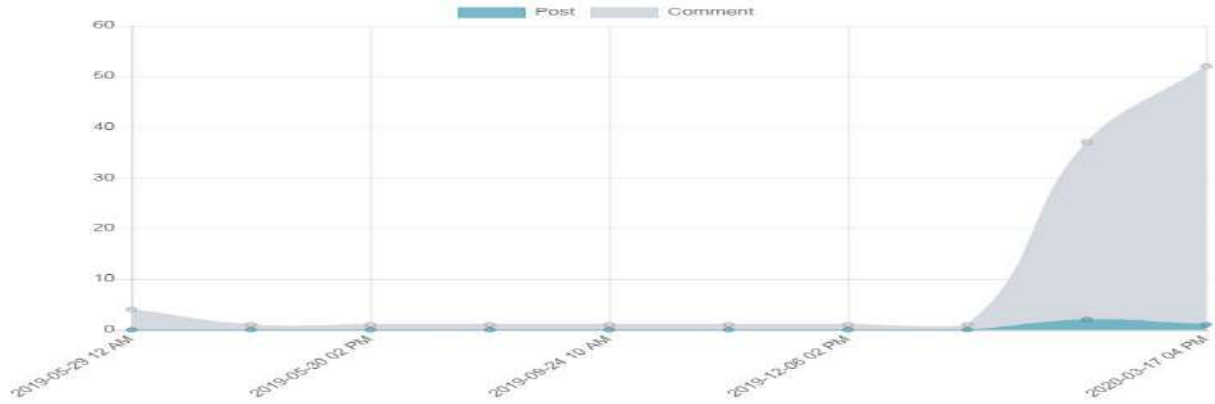
– عدد منشورات المعجبين fan posts على صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال الفترة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تشير البيانات الإجمالية للفترة الممتدة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020 إلى ديناميكية عالية في نشاط الصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، حيث بلغ مجموع منشورات المعجبين 210 منشورًا، بمعدل أسبوعي يُقدَّر بـ 52.5 منشور. وتُظهر البيانات الأسبوعية تصاعدًا نسبيًا في حجم منشورات المعجبين، مع بلوغ الذروة في الأسبوع الممتد من 3 إلى 9 فيفري بـ 57 منشورًا، متزامنًا مع الذروة المسجلة في حجم التفاعلات خلال نفس الفترة (539 ألف تفاعل). هذا التزامن يعكس ترابطًا واضحًا بين المحتوى الذي ينشره الجمهور ومدى تفاعل المتابعين، ما يدل على دور المستخدمين في تغذية النقاش العام وتعزيز الانتشار الرقمي للحراك الشعبي. كما يبرز هذا النمط مدى انخراط القاعدة الجماهيرية في العملية الاتصالية، ليس فقط عبر التفاعل مع المحتوى، بل من خلال إنتاجه ومشاركته أيضًا، مما يعزز الطابع الأفقي واللامركزي للتواصل في سياق الحراك. في ظل هذه المؤشرات، يتضح أن المشاركة الشعبية في المنصات الرقمية، خاصة عبر المنشورات البصرية كالصور، لعبت دورًا مهمًا في تعبئة وتوجيه الرأي العام، ما يجعل من هذه البيانات مرآة رقمية لحيوية الحراك وتفاعله المجتمعي خلال هذه المرحلة المفصلية.

«تعكس البيانات نشاطًا جماهيريًا مكثفًا على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، حيث يلعب إنتاج ونشر المحتوى من قبل المعجبين دورًا مهمًا في تعزيز التفاعل وانتشار الرسائل الرقمية. يبرز هذا التزامن بين منشورات الجمهور وحجم التفاعلات الدور التشاركي واللامركزي للمستخدمين في الحراك، ما يجعل الصفحة منصة حيوية تعبر عن الديناميكية المجتمعية للانتفاضات الرقمية».

– تطور عدد المنشورات والتعليقات (Posts and Comments) خلال الفترة الممتدة من منتصف 2019 إلى أوائل 2020.

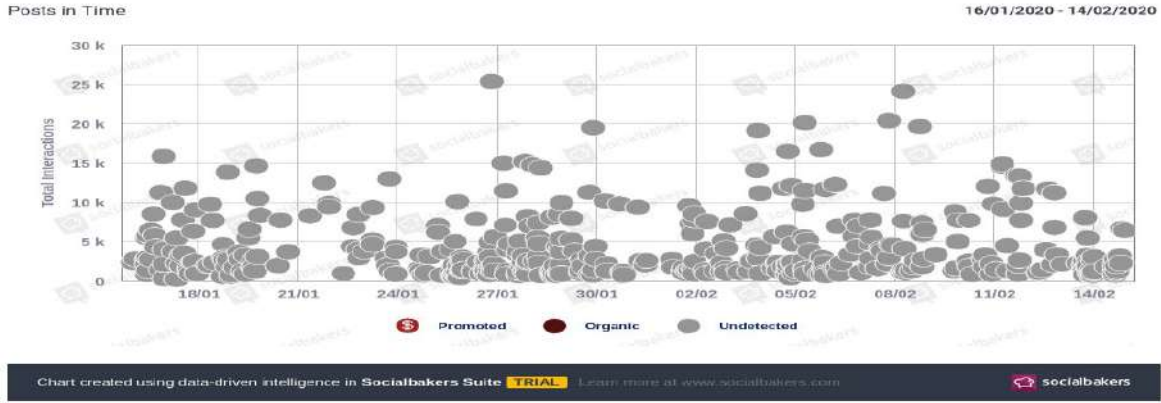


تحليل الرسم البياني يكشف عن ديناميكية واضحة في النشاط الرقمي على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر". يوضح المحور الزمني من منتصف 2019 حتى أوائل 2020 خمولا نسبيا في عدد المنشورات والتعليقات، حيث بقيت القيم قريبة من الصفر، مما يعكس فترة ركود في التفاعل الرقمي. غير أنه ابتداءً من حوالي 11 يناير 2020، شهدت الصفحة ارتفاعاً حاداً ومفاجئاً في عدد المنشورات والتعليقات، ما يشير إلى وقوع حدث مهم أو تطور سياسي أدى إلى انفجار التفاعل. يعكس هذا التحول المفاجئ قدرة الصفحة على التحول من حالة كمون إلى نشاط رقمي مكثف، بما يتوافق مع ديناميكيات الحراك الشعبي، حيث تلعب الأحداث السياسية أو المظاهرات الجماهيرية دوراً محفزاً للنشاط الرقمي. كما يبرز هذا الرسم البياني فعالية الشبكات الاجتماعية كمنصات للتفاعل الفوري والاستجابة السريعة للمستجدات، ويتمشى مع نظريات الإعلام الشبكي التي تؤكد أهمية اللحظة الحديثة (Event-Driven Dynamics) في تنشيط المستخدمين وصنّاع المحتوى وإعادة إحياء الفضاء الرقمي بشكل سريع.

«يُظهر الرسم البياني قدرة صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على التحول من ركود رقمي إلى نشاط مكثف بسرعة كبيرة، مع ارتفاع التفاعل بدءاً من 11 يناير 2020، ما يعكس حساسية الصفحة والأتباع للأحداث السياسية والميدانية. يعكس ذلك دور الشبكات الاجتماعية في تفعيل اللحظات الحديثة وتحفيز التفاعل الفوري، وهو ما يؤكد فعالية الصفحة كمنصة مركزية للحراك الرقمي».

– التفاعلات مع منشورات صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 14 فيفري 2020 .

الأداة: "Socialbakers Suite"



تحليل الصورة يوضح أن جميع المنشورات على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة من 16 يناير إلى 14 فبراير كانت عضوية بالكامل، دون أي منشورات ممولة أو مصنفة كـ "Undetected"، ما يعكس اعتماد الصفحة على الموارد الذاتية في النشر، وهو نمط شائع في الصفحات المرتبطة بالحراك الشعبي. يظهر الرسم تفاوتاً كبيراً في حجم التفاعل، حيث تقع معظم المنشورات تحت 5,000 تفاعل، بينما تجاوزت بعض المنشورات 15,000 وحتى 25,000 تفاعل، ما يشير إلى جذب المحتوى المرتبط بأحداث مفصلية أو مواضيع بارزة. كما تتضح قمم التفاعل في فترات محددة، تقريباً بين 27-28 يناير، 4-5 فبراير، و8-9 فبراير، والتي قد تتزامن مع دعوات للتظاهر أو أحداث سياسية واجتماعية مهمة، مثل تصريحات رسمية أو حراك طلابي. تعكس هذه الذروات قدرة بعض المنشورات على تحفيز تفاعل غير اعتيادي، مما يؤكد أن الصفحة تعد منبراً مؤثراً في الحراك الشعبي، حيث يعكس التفاعل العضوي العالي دون تمويل قوة الانتشار الطبيعي وتأثير الصفحة في توجيه الاهتمام الرقمي.

«توضح الصورة أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعتمد بالكامل على المحتوى العضوي الذاتي، مع قدرة واضحة على تحفيز تفاعل غير اعتيادي عند الأحداث المفصلية. يعكس هذا دور الصفحة كمنبر رقمي مؤثر للحراك الشعبي، حيث يبرز تأثيرها في توجيه الانتباه الجماهيري عبر التفاعل العضوي دون الحاجة للدعم الممول».

- توزيع منشورات المعجبين حسب الساعات (Fan Posts) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



تُظهر المعطيات الرقمية الخاصة بزمان النشر على المنصة أن إجمالي المنشورات بلغ 257 منشورًا بمعدل نشر يقدر بـ 10.73 منشورًا في الساعة، مع تسجيل ذروة للنشر بلغت 24 منشورًا عند الساعة 23:00 ليلاً. وتكشف القراءة الزمنية أن الفترة الممتدة من 9 مساءً إلى 11 ليلاً تمثل مرحلة النشاط الأعلى، يليها نشاط متوسط بين 4 مساءً و 8 مساءً، بينما تعرف الفترة ما بين منتصف الليل و 6 صباحًا أدنى مستويات التفاعل، خصوصًا الساعة الرابعة صباحًا التي تكاد تنعدم فيها المنشورات.

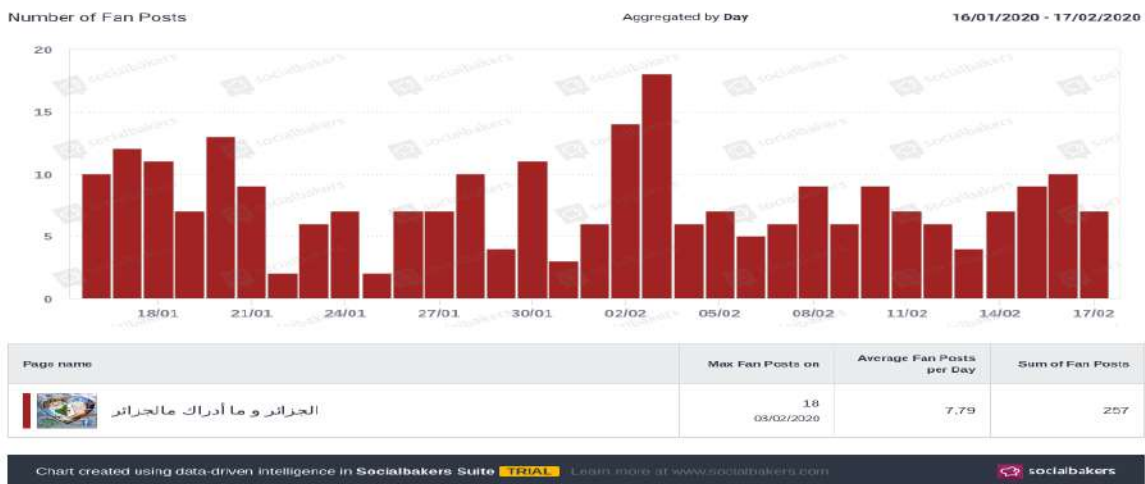
ومن منظور سوسيولوجي، يشير تركّز فعل النشر في الفترة الليلية إلى أن الجمهور الرقمي يتوجّه إلى المنصة بعد انتهاء التزاماته اليومية المهنية أو الدراسية. ويعكس هذا السلوك علاقة عاطفية-تأملية بالمحتوى السياسي؛ حيث يُعاد إنتاج الخطاب الاحتجاجي خلال لحظات الهدوء الشخصي، من خلال التعبير، المشاركة، أو إعادة النشر. أما على المستوى السيميائي، فإن إسقاط هذه الفترات على خرائط الشبكات المنتجة عبر Gephi يكشف عن تصاعد استعمال الرموز التعبيرية والمصطلحات السياسية خلال ساعات الذروة، بما في ذلك رموز المقاومة (

الوطنية) (🇲🇷) (الأمل أو الدعاء) (🙏❤️)، وهي عناصر خطائية تتكرر في اللحظات التي يزداد فيها الانخراط الجماعي.

وتوضح هذه الأنماط الزمنية أن التفاعل الرقمي مع الحراك الشعبي الجزائري يتبع إيقاعاً دورياً مرتبطاً بوقت الفراغ اليومي، مما يجعل فترات المساء فضاءً لإعادة إنتاج المعاني والتمثيلات الجماعية. كما تُظهر المعطيات أن تزامن الذروة الزمنية مع كثافة العلامات السيميائية يساهم في بلورة خطاب احتجاجي موحد يتعزز بفعل التكرار الجماعي ضمن لحظات تفاعل مشتركة.

«توضح البيانات أن النشر على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" يتركز بشكل واضح في ساعات المساء (9-11 مساءً)، مع نشاط متوسط في الفترة 4-8 مساءً، وانخفاض كبير في الصباح الباكر، ما يعكس ارتباط التفاعل الرقمي بوقت الفراغ الشخصي للجمهور. من المنظور السوسولوجي، يُظهر هذا التركيز الليلي أن المستخدمين يعيدون إنتاج الخطاب الاحتجاجي خلال لحظات هدوئهم الشخصي، بينما يشير التحليل السيميائي إلى تصاعد استخدام الرموز التعبيرية والسياسية في أوقات الذروة، مما يعزز توحيد الخطاب الاحتجاجي. بالتالي، يبيّن هذا النمط الزمني أن التفاعل الرقمي للحراك يتبع إيقاعاً يومياً مرتبطاً بالعاطفة والتفاعل الجماعي، مع استثمار واضح للوقت الشخصي لتعزيز المشاركة الرمزية».

عدد منشورات المعجبين على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Fan Posts) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020

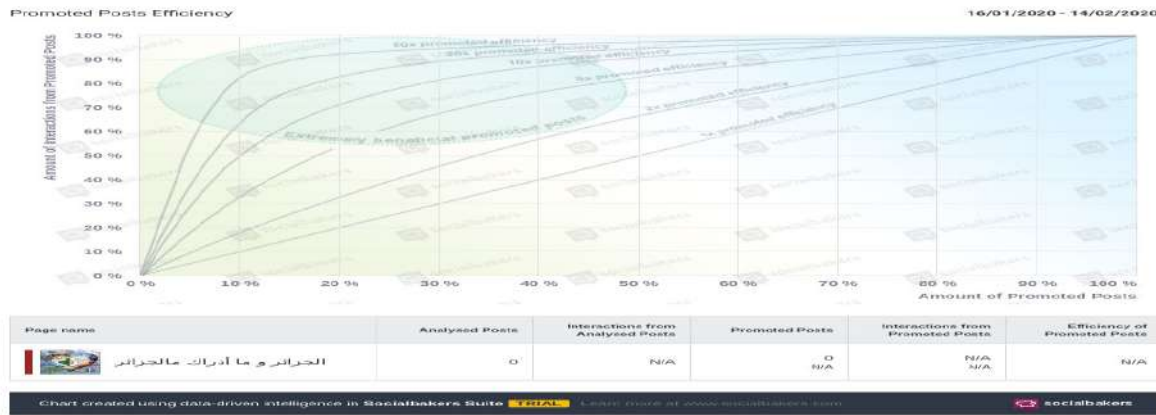


تكشف البيانات أن جمهور صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" شارك بنشاط ملحوظ خلال الفترة المدروسة، حيث بلغ مجموع منشورات المعجبين 257 منشورًا، بمعدل يومي 7.79 منشور، وبلغ أقصى عدد منشورات في يوم واحد 18 منشورًا في 2 فبراير 2020. ويشير هذا النشاط إلى انخراط مباشر للمتابعين في الحوار الرقمي، خصوصًا في أيام الذروة، التي تتزامن مع ارتفاع عدد التفاعلات وعدد التفاعلات لكل 1000 معجب،

ما يعكس وجود محتوى جدلي أو محفّز للنقاش. كما تتطابق فترات انخفاض المنشورات، مثل 24-26 يناير، مع انخفاض في التفاعل العام، مما قد يعكس تراجعاً مؤقتاً في الأحداث الميدانية أو تأثيراً محدوداً للمنشورات الرسمية على تحفيز الجمهور. وبذلك، يعكس هذا النشاط مساهمة المتابعين الفردية في خلق فضاء رقمي مفتوح وتفاعلي، يشير إلى وعي سياسي واجتماعي، ويؤكد أن الحراك الشعبي الجزائري يتسم بالعفوية الجماعية والتعددية في التعبير، متجاوزاً مركزية إدارة الصفحة.

«يبين هذا التحليل أن جمهور الصفحة لم يكن متلقياً سلبياً، بل شارك بنشاط ملموس من خلال منشورات المعجبين، ما يبرز دورهم في خلق فضاء رقمي تفاعلي ومفتوح. هذا الانخراط الجماهيري يعكس وعياً سياسياً واجتماعياً ويؤكد أن الحراك الرقمي استند إلى مشاركة شعبية عفوية، متجاوزاً مجرد الاعتماد على إدارة الصفحة المركزية، ما يعزز فهم تأثير شبكات التواصل في الحراك الشعبي الجزائري».

- كفاءة المنشورات أثناء فترة الحراك الشعب خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 14 فيفري 2020.



يوضح الرسم التوضيحي أن الصفحة لم تستخدم أي منشورات ممولة خلال الفترة المدروسة من 16 يناير إلى 14 فبراير 2020، حيث يظهر الجدول المصاحب أن جميع القيم المتعلقة بالمنشورات المروجة، والتفاعلات الناتجة عنها، وكفاءة الترويج، غير متوفرة (N/A). يشير ذلك بوضوح إلى أن الصفحة اعتمدت بالكامل على النشر العضوي والتفاعل المجتمعي الطبيعي، دون أي دعم خارجي عبر الإعلانات المدفوعة. وبالتالي، يمكن استنتاج أن نشاط الصفحة عفوي وعضوي، ويعكس طبيعة الحراك الشعبي، الذي يعتمد على انتشار المحتوى من خلال التفاعل الجماهيري الطبيعي، ما يعزز قوة تأثير الصفحة وانتشار رسائلها داخل الفضاء الرقمي دون الحاجة إلى ترويج مدفوع.

«يبين هذا التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت بالكامل على النشر العضوي والتفاعل المجتمعي الطبيعي، ما يبرز قدرتها على الحشد الرقمي دون تمويل خارجي. هذا يعكس الطبيعة الشعبية للحراك، ويؤكد قوة الصفحة كمنصة رقمية مؤثرة في توجيه النقاش العام وانتشار الرسائل داخل المجتمع الرقمي بشكل عفوي وفعال».

خامسا: تحليل تطور عدد المتابعين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"

– نمو عدد المتابعين على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Fans) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يُظهر منحنى تطوّر عدد المتابعين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بين 16 جانفي و 17 فيفري 2020 نمطاً نموذجياً للحملات الرقمية المرتبطة بالأحداث السياسية، حيث سجّلت الصفحة إجمالاً 72.1 ألف متابع جديد ليبلغ العدد الكلي 3 ملايين متابع. وقد بلغت الذروة في اليوم الأول من الفترة، إذ حققت زيادة استثنائية تقدّر بـ 8.8 ألف متابع في 16 جانفي، تلاها نمو قوي استمر حتى 25 جانفي بمعدل يومي تراوح بين 3 و 8 آلاف متابع، ما يدل على وجود حدث مفصلي أو محتوى تعبوي أحدث موجة اهتمام واسعة. وبعد هذه الذروة، شهد المنحنى تباطؤاً تدريجياً في وتيرة الانضمام، مع تسجيل مستويات منخفضة نسبياً خلال الفترة الممتدة من 26 جانفي إلى 17 فيفري، وهو ما قد يُعزى إلى تراجع الزخم الإعلامي أو تشبّع الجمهور أو تغيّر إيقاع النشر على الصفحة. ويأتي هذا النمط الزمني في سياق سياسي حساس، قبيل الذكرى الأولى للحراك الشعبي، ما يفسّر الارتفاع الحاد في بداية الفترة نتيجة زيادة التفاعل والانخراط الرقمي. وبذلك، يعكس تطوّر عدد المتابعين

تأثير المحتوى السياسي والتعبوي في تحريك الجمهور، مع نمط نمو قوي عند الأحداث المفصلية ثم استقرار تدريجي مع مرور الوقت.

«يكشف هذا المنحنى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمتلك تأثيراً مركزياً في الفضاء الرقمي للحراك الشعبي، إذ يبرز الارتفاع الكبير والسريع في عدد المتابعين قدرتها على تعبئة الجمهور والتأثير في الرأي العام خلال اللحظات السياسية الحساسة. ويظهر هذا النمو أن الصفحة لم تكن مجرد منصة نشر، بل قناة تعبئة رقمية فاعلة تستجيب مباشرة لإيقاع الأحداث، مما يؤكد دورها المحوري ضمن شبكات التواصل في إدارة أزمة الحراك وتوجيه النقاشات العامة».

– تطور المتابعين حسب كل يوم خلال الفترة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.

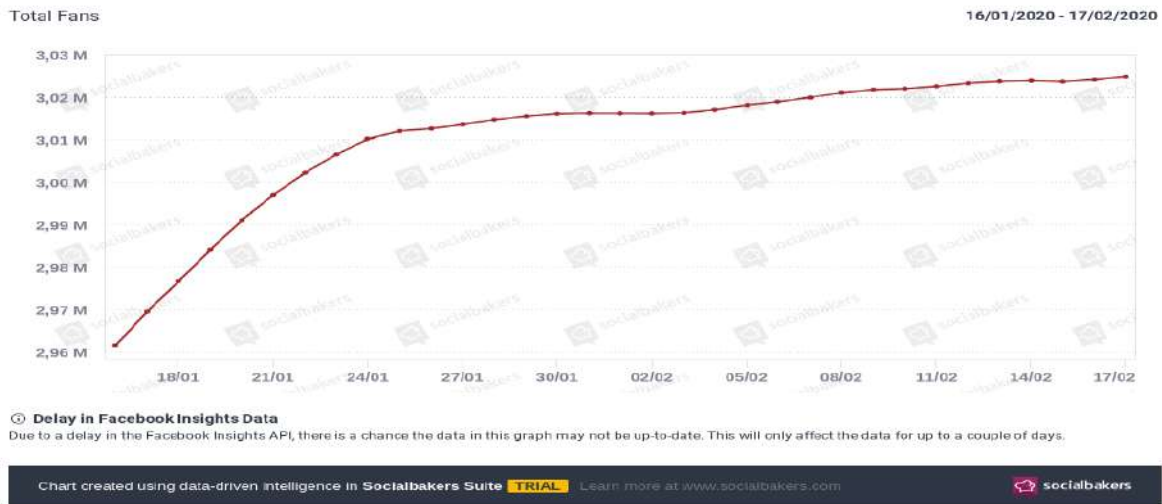


تحليل بيانات نمو عدد المعجبين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" في الفترة الممتدة بين 16 جانفي و17 فيفري 2020 يكشف عن ديناميكيات واضحة ومؤشرات ذات دلالة على سلوك الجمهور الرقمي في سياق الحراك الشعبي. فقد أظهرت البيانات أقصى زيادة يومية في عدد المعجبين بلغت 9,586 يوم 18 جانفي، في حين سجلت أقل قيمة تغيير يومي (-162) يوم 14 فيفري، ما يشير إلى فقدان محدود للمتابعين. المتوسط اليومي للنمو وصل إلى حوالي 2,183 معجباً، فيما بلغ إجمالي الزيادة خلال الفترة 72,099 معجباً، وهو ما يعكس قدرة الصفحة على استقطاب جمهور واسع في زمن قصير. يمكن ملاحظة ذروة النمو خلال الفترة بين 16 و24 جانفي، متزامنة مع ذروة التفاعل مع المنشورات، ما يعكس تأثير المحتوى الجذاب والمحفز، وربما ارتباطه بأحداث وطنية أو سياسية هامة، على استقطاب المتابعين الجدد. بعد هذه الفترة، ظهر تراجع نسبي في المنحنى مع ثبات نسبي في عدد المعجبين، ما يشير إلى مرحلة تشبع جماهيري أو إلى انخفاض زخم التفاعل، كما يفسر

الانخفاض الطفيف في بعض الأيام مثل يوم 14 فيفري. إن الارتباط الظاهر بين نمو عدد المعجبين ومتوسط التفاعل مع المنشورات يؤكد أن المحتوى هو المحرك الأساسي للتفاعل الرقمي، ويبرز أهمية توقيت النشر وملاءمته للأحداث الجارية في الحفاظ على هذا النمو. وفي ضوء ذلك، يمكن القول إن الصفحة نجحت في استثمار اهتمام الجمهور بالمحتوى السياسي والاجتماعي للحراك الشعبي، إلا أن استمرار هذا الزخم يتطلب استراتيجية نشر متكاملة، تراعي طبيعة الجمهور، وتحفز على المشاركة المستمرة وليس التفاعل اللحظي فقط.

«تُبرز هذه البيانات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" ليست مجرد منصة تواصل، بل فضاء رقمي عالي التأثير قادر على استقطاب الجمهور بسرعة والتفاعل مباشرة مع إيقاع الحراك الشعبي. إن الارتفاع الكبير في أعداد المعجبين، وتزامنه مع ذروة التفاعل على المحتوى، يعكس قوة الصفحة في التأثير على الرأي العام الرقمي وتوجيه النقاشات خلال لحظات حساسة. كما يدل هذا الارتباط بين المحتوى والنمو على أن الصفحة تشكّل فاعلاً مهماً في إدارة المعلومة والحشد الرقمي، وهو ما يمنحها مكانة محورية ضمن المنصات التي أسهمت في تشكيل الوعي الجماعي في سياق الأزمة».

– تطور عدد المتابعين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" (Total Fans) خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.

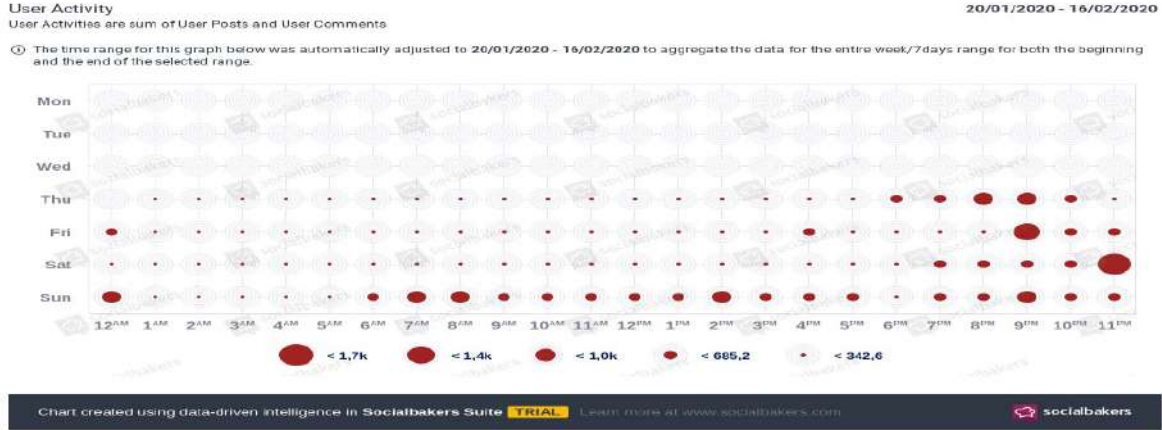


تحليل الرسم البياني لنمو عدد المتابعين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة الممتدة من 16 جانفي إلى 17 فيفري 2020 يكشف عن ديناميكيات واضحة تبرز العلاقة بين المحتوى الرقمي والسياق السياسي والاجتماعي. بداية من 16 جانفي، سجلت الصفحة حوالي 2.96 مليون متابع، وشهدت زيادة

سريعة خلال الأيام الخمسة الأولى، حيث تجاوز العدد 3.00 مليون بحلول 23 جانفي، ما يشير إلى حدث سياسي أو إعلامي هام جذب جمهوراً واسعاً بسرعة، ويعكس قدرة المحتوى على تحقيق جاذبية فورية. بعد هذه الفترة، لوحظ تباطؤ تدريجي في النمو، إذ استمرت الزيادة بوتيرة بطيئة نسبياً حتى منتصف فيفري لتصل إلى حوالي 3.03 مليون متابع يوم 17 فيفري، وهو ما يشير إلى استدامة اهتمام الجمهور، واستقرار نسبي في وتيرة التفاعل الرقمي، وربما تشبع جزئي من الجمهور المستهدف. يُظهر هذا النمط ارتباطاً وثيقاً بالسياق السياسي لما بعد الانتخابات الرئاسية الجزائرية (ديسمبر 2019) وما تبعها من مواقف الحراك الشعبي، حيث يبدو أن الصفحة قد وفرت تغطية أو تفسيراً للأحداث جذب جمهوراً بسرعة. علاوة على ذلك، يشير هذا النمو العضوي الكبير دون الاعتماد على منشورات ممولة إلى فعالية الإعلام الرقمي البديل، وقدرته على التأثير بشكل جماهيري وفعال، ما يعزز مكانة الصفحة كوسيط رقمي مؤثر في إطار الحراك الشعبي الجزائري. في المجمل، يمكن القول إن الصفحة حققت نمواً لافتاً بلغ حوالي 70 ألف متابع جديد خلال الفترة، أغلبهم انضموا خلال الأسبوع الأول، مما يؤكد قوة جذب المحتوى واستجابة الجمهور للأحداث السياسية والاجتماعية، ويبرز أهمية الصفحة كمنصة رقمية محورية للتفاعل والنشر في الحراك الشعبي.

«ظهر هذا التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تمثل منصة رقمية ذات تأثير واسع وسريع في سياق الحراك الشعبي، إذ استطاعت استقطاب عشرات الآلاف من المتابعين خلال أيام قليلة دون أي تمويل، ما يعكس قوة محتواها وقدرتها على مواكبة الأحداث السياسية. كما يكشف النمو المتواصل، حتى وإن تباطأ تدريجياً، عن ثقة الجمهور في الصفحة واعتمادهم عليها لفهم المستجدات، مما يؤكد دورها كوسيط إعلامي بديل مؤثر في توجيه النقاشات الرقمية وتشكيل الوعي الجماعي خلال الأزمة».

تحليلًا بيانيًا لنشاط المستخدمين (User Activity) خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تُظهر الصورة خريطة حرارية للنشاط الرقمي على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، حيث يُقاس النشاط من خلال حجم وعدد المنشورات والتعليقات عبر ساعات اليوم وأيام الأسبوع. يكشف التمثيل البصري عن تركّز واضح للنشاط خلال عطلة نهاية الأسبوع، خاصة يوم الجمعة ثم الأحد والسبت، وهو ما يتوافق مع إيقاع الحراك الشعبي الجزائري الذي يبلغ ذروته ميدانيًا يوم الجمعة، ما ينعكس مباشرة على التفاعل الرقمي. كما يتبيّن أن أعلى مستويات النشاط تسجّل بين السادسة والعاشرة مساءً، وهي فترة ما بعد ساعات العمل والدراسة، مما يشير إلى أن الفئة المتفاعلة تتكون أساسًا من شباب عامل أو طلاب. ويظهر هذا التوزيع أن الزمن الرقمي يتزامن مع الزمن الاجتماعي والسياسي للحدث، بما يعزز مفهوم "الزمن الشبكي" حيث تتكامل المنصات الرقمية مع الواقع الميداني في نقل وتحليل الحدث. كما تكشف الصورة أيضًا عن وجود صانع محتوى واحد رئيسي يقود التفاعل، إلى جانب جمهور ضخم يتجاوز ثلاثة ملايين متابع، مما يجعل النشاط شديد التركيز وموجهًا بوضوح نحو المحتوى ذي الطابع السياسي المرتبط بالحراك.

«تعكس الخريطة الحرارية للنشاط الرقمي على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نمطًا زمنيًا شديد الارتباط بالإيقاع الميداني والسياسي للحراك الشعبي. إذ يظهر تركّز واضح للتفاعل خلال عطلة نهاية الأسبوع، لاسيما يوم الجمعة، الذي يمثل ذروة الاحتجاجات ميدانيًا، ثم يليه السبت والأحد بدرجات متفاوتة. ويؤكد هذا النسق التزامن بين الحركة الاحتجاجية في الشارع والنشاط الرقمي عبر الفضاء الشبكي، بما يعكس علاقة عضوية بين الحدث الواقعي ونقله وتفسيره داخل المنصات الرقمية.

كما تُظهر البيانات أن أعلى معدلات النشاط تُسجل بين الساعة 18:00 و 22:00، وهي الفترة التي تتاح فيها أكبر نسبة من المستخدمين، خصوصًا فئة الشباب العاملين والطلبة، للولوج إلى المنصات ومتابعة المستجدات وتحليل الخطاب المتداول. ويكشف هذا التوزيع عن آلية اشتغال ما يُعرف بـ "الزمن الشبكي"، حيث تتناغم الذروة الرقمية مع الذروة الاجتماعية للمتلقين.

من جهة أخرى، يُبرز هذا النمط استمرار الطابع المركزي للصفحة، حيث يقود التفاعل صانع محتوى واحد فقط ضمن مجتمع يتجاوز ثلاثة ملايين متابع. هذا التركز في الإنتاجية يقوّي هيمنة الصفحة على صياغة الخطاب السياسي الرقمي، ويوجه الاهتمام نحو المحتوى المرتبط مباشرة بالحراك، ما يجعل الخريطة الحرارية مرآة لتلاقي الزمن السياسي والزمن الاتصالي ضمن فضاء رقمي عالي التأثير.

– بيانات حول إنتاجية المجتمع الرقمي المرتبط بصفحة "الجزائر" وما أدراك ما الجزائر" الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

تكشف المؤشرات الثلاثة المرتبطة بإنتاجية المجتمع وصناع المحتوى عن درجة عالية من المركزية في إدارة صفحة "الجزائر" وما أدراك ما الجزائر". إذ يظهر أن كل المحتوى المنشور على الصفحة ينتجه صانع محتوى واحد فقط، مقابل قاعدة جماهيرية تتجاوز ثلاثة ملايين متابع، ما يعني أن الخطاب الرقمي الصادر عنها أحادي المصدر ويخضع كليًا لرؤية جهة واحدة. وتوضح البيانات أن هذا الصانع كان نشطًا بنسبة 100% خلال الفترة المدروسة، وأن نشاطه ينتمي لفئة Regulars، أي أنه ينشر بانتظام وفق استراتيجية واضحة ومستمرة، وليس مجرد ناشر عابر. هذا النموذج يعكس اعتماد الصفحة بالكامل على فاعل رقمي واحد يمتلك القدرة على تشكيل الهوية الإعلامية للصفحة وتوجيه مضمونها، بما يجعل الرسائل أكثر تركيزًا وقابلة للتأطير السياسي أو الأيديولوجي.

كما تكشف المفارقة بين الحجم الهائل للجمهور مقابل غياب أي مساهمة إنتاجية منهم عن علاقة اتصال غير متوازنة، قد تعكس ثقة عالية في الصفحة أو تبعية خطائية، لكنها في الوقت نفسه تشير إلى ضعف في المشاركة المجتمعية والتنوع في وجهات النظر. وبناءً على ذلك، تبدو الصفحة كأداة اتصال مركزية ذات سلطة رقمية قوية في سياق الحراك الشعبي، لكنها تحمل في طياتها إشكاليات تتعلق بغياب التعددية وتراجع الانفتاح في النقاش العام.

«يوضح هذا التحليل أن الصفحة تعتمد على فاعل رقمي مركزي واحد لإنتاج كل المحتوى، ما يمنحها سلطة رقمية قوية وقدرة على توجيه الخطاب العام للحراك الشعبي. ومع ذلك، يعكس هذا التركيز أحادية المصدر ضعف مشاركة الجمهور في الإنتاج الرقمي، مما يبرز أن تأثير الصفحة قائم على مركزيتها وقدرتها على التأثير السياسي والإيديولوجي، ويؤكد أهمية تحليل هذه الصفحة لفهم ديناميكيات التواصل الرقمي في إدارة الحراك الشعبي الجزائري».

– تطور المتابعين في المنشور بكل أسبوع لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال الفترة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020.



تُظهر إحصائية "نمو عدد المتابعين بحسب أيام الأسبوع" الخاصة بصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" للفترة الممتدة بين 2020/01/20 و 2020/02/16 تبايناً واضحاً في وتيرة زيادة المتابعين، حيث بلغ إجمالي النمو 40,065 متابعاً جديداً بمعدل يومي يقدر بـ 5,723.57 متابع. وتكشف البيانات أن أعلى نمو سجل يوم الإثنين بزيادة بلغت 8,157 متابعاً، يليه يوم الثلاثاء (+8.1k)، ثم الأربعاء (+7.9k)، فيما شهد يوم

الخميس تراجعاً نسبياً بنحو $k+6$. أما أيام نهاية الأسبوع فقد سجّلت أضعف الأرقام، إذ بلغ النمو يوم الجمعة نحو $k+5$ ، ثم انخفض يوم السبت إلى حوالي $k+3$ ، ليصل أدنى مستوى له يوم الأحد بـ 1,769 متابعاً فقط. هذا التدرج يُبرز قوة التفاعل في بداية الأسبوع (الإثنين-الأربعاء)، ما يشير إلى أن المحتوى الأكثر تأثيراً أو الجاذب للانضمام يُنشر غالباً في هذه الأيام، أو أن الجمهور يكون أكثر نشاطاً خلالها، مقابل انخفاض ملحوظ في عطلة نهاية الأسبوع حيث يتراجع إقبال المستخدمين على متابعة المستجدات أو تقل كثافة النشر. وفي السياق السياسي، تتزامن هذه الفترة مع الأسابيع التي سبقت الذكرى الأولى للحراك الشعبي الجزائري، ما يفسّر الارتفاع النسبي في بداية الأسبوع نتيجة تداول الأخبار والتحليلات والدعوات المرتبطة بالمسيرات الأسبوعية، خصوصاً تلك المقامة يوم الجمعة. ومن ثمّ يعكس هذا التوزيع الزمني لنمو المتابعين علاقة مباشرة بين توقيت النشر، الزخم السياسي، وسلوك الجمهور الرقمي، ويؤكد أن الصفحة كانت في مرحلة توسّع كبير، مستفيدة من ارتفاع الوعي السياسي وتزايد التفاعل الجماهيري خلال فترة الحراك.

«تُظهر البيانات أن نمو المتابعين يتأثر بشكل واضح بأيام الأسبوع، حيث يحقق بداية الأسبوع (الإثنين-الأربعاء) أعلى زيادة في المتابعين، ما يشير إلى أن المحتوى الأكثر جذباً يُنشر عادة في هذه الفترة أو أن الجمهور يكون أكثر تفاعلاً. بالمقابل، تشهد عطلة نهاية الأسبوع انخفاضاً ملحوظاً في النمو، خصوصاً يوم الأحد، مما يعكس قلة التفاعل الرقمي خلال هذه الفترة. يرتبط هذا النمط أيضاً بالإيقاع السياسي للحراك الشعبي الجزائري، حيث يسبق ارتفاع التفاعل الأسبوعي التحضيرات للجمعة الاحتجاجية، مما يعكس تزامن نشاط الصفحة مع الأحداث الميدانية وزيادة الوعي السياسي لدى الجمهور الرقمي. تُبرز هذه الإحصائية قدرة الصفحة على استغلال توقيت النشر والتفاعل الجماهيري لتعزيز انتشارها الرقمي خلال مرحلة توسّعها الكبير».

– نسبة الحصة الصوتية "Share of Voice" الفترة الممتدة من 16 جانفي 2020 إلى 17 فيفري 2020.



يكشف مؤشر "Share of Voice (SOV)" الذي يقيس نسبة التفاعلات التي تحصل عليها صفحة معينة مقارنة بإجمالي تفاعلات جميع الصفحات المنافسة في المجال نفسه عن هيمنة مطلقة للصفحة المحللة خلال الفترة المدروسة، حيث يظهر العمود الأول باللون الأحمر القاتم ممثلاً 100% من إجمالي التفاعل الرقمي، في حين تكاد الأعمدة من 2 إلى 20 تكون غير مرئية، ما يدل على أن باقي الصفحات لم تُسجل أي حصة مؤثرة من التفاعل. هذا الشكل من الاحتكار التام للتفاعل الرقمي يعكس قوة الجماهيرية التي تتمتع بها الصفحة (والتي تُرجّح أن تكون "الجزائر وما أدراك ما الجزائر")، ويشير إلى تأثير اتصالي قوي قائم على محتوى متابع بكثافة ومرتبطة بالسياق السياسي والاجتماعي النشط آنذاك مثل الحراك الشعبي إلى جانب غياب منافسة حقيقية أو تعددية صوتية داخل الموضوع نفسه. وتؤدي هذه المركزية إلى نتيجتين متوازيتين: قوة اتصالية تتمثل في القدرة على قيادة السرد العام والسيطرة على النقاش الرقمي، وضعف محتمل يتمثل في مخاطر احتكار المعلومة وتوجيه الرأي العام من طرف مصدر واحد، مما يحدّ من التنوع النقاشي ويُضعف التعددية الديمقراطية داخل الفضاء الرقمي. وبالتالي، فإن بلوغ الصفحة نسبة SOV قدرها 100% يعكس قدرتها على تشكيل الرأي العام الرقمي وتكريس "سلطة رمزية" تجعلها المرجع المركزي داخل النظام الإعلامي الموازي في وسائل التواصل الاجتماعي، وهو مؤشر بالغ الأهمية في فهم ديناميكيات التأثير داخل الحراك الرقمي.

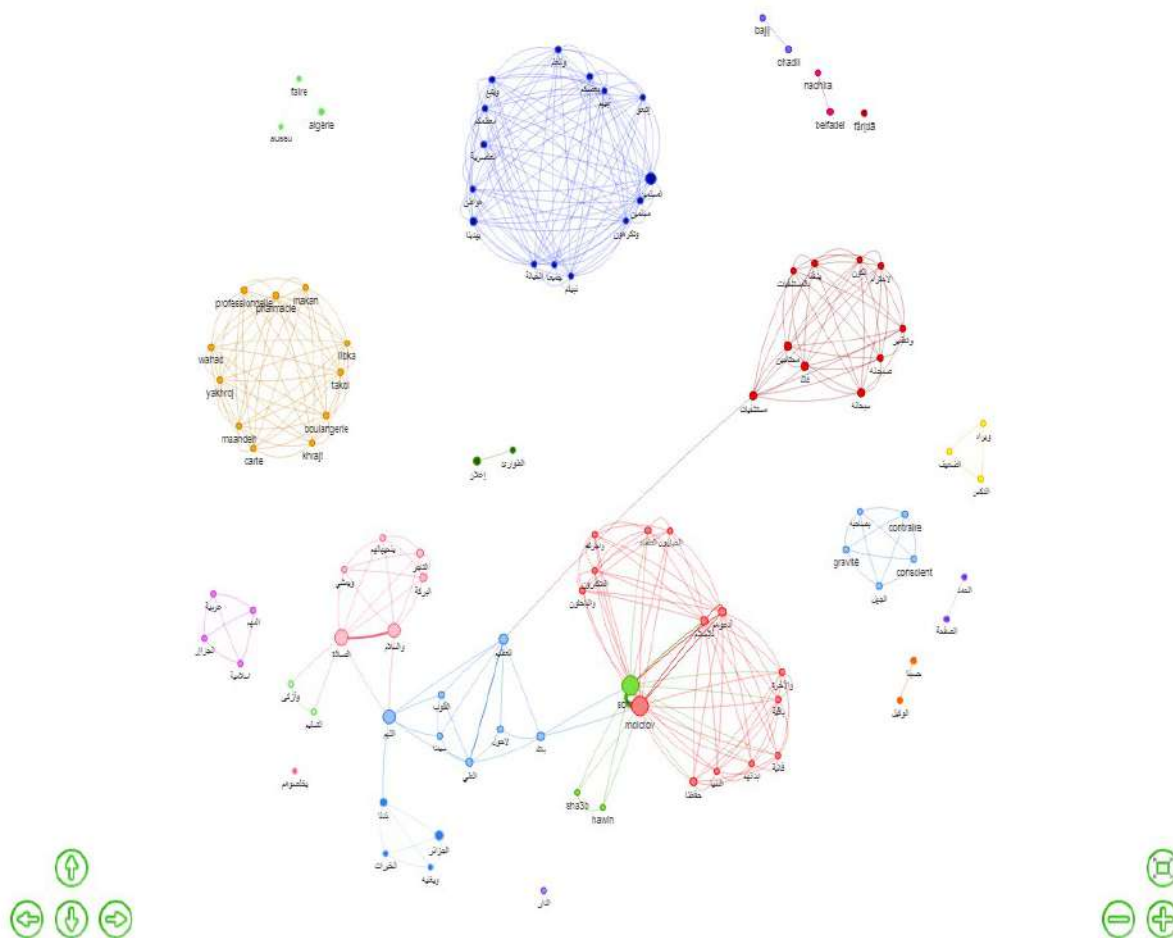
« يعكس مؤشر الSOV سيطرة شبه مطلقة للصفحة على التفاعل الرقمي في سياق الحراك الشعبي، ما يؤكد قدرتها على قيادة السرد العام الرقمي وتوجيه النقاش، ويبرز أهميتها كمرجع مركزي وفاعل مؤثر في الإعلام الموازي على وسائل التواصل الاجتماعي. في الوقت نفسه، تظهر هذه الهيمنة المخاطر المرتبطة باحتكار المعلومات وتقليل التعددية النقاشية، ما يجعل تحليل الصفحة ضرورياً لفهم ديناميكيات التأثير الرقمي للحراك الشعبي الجزائري».

المطلب الثالث: تحليل بصري أولي لشبكة التواصل الاجتماعي في سياق الحراك الشعبي الجزائري

لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر

سادسا: أنماط البنية الشبكية والتفاعل الرقمي: دراسة في هندسة الفضاء الاتصالي للحراك الشعبي الجزائري

— بنية تواصل رقمي تظهر العلاقة بين المتابعين (صداقة، مشاركين في صفحات متشابهة)



يوضح الشكل البنية الشبكية للحسابات الفاعلة على منصة الفيسبوك المرتبطة بالحراك الشعبي الجزائري، ويتيح فهمًا معمقًا لتفاعلات الفاعلين الرقميين خلال فترة الحراك الممتدة من 15 نوفمبر 2019 حتى 21 فيفري 2020. تمثل العقد المركزية في الشبكة (المحددة باللونين الأصفر والأحمر) الحسابات أو الجهات التي لعبت دورًا محوريًا في إدارة المعلومات الرقمية، حيث يشير حجم هذه العقد إلى درجة المركزية (Degree Centrality) وارتباطها بعدد كبير من الحسابات الأخرى، مما يدل على قدرتها على التأثير بشكل واسع في توجيه النقاش الرقمي وبناء الرأي العام. وغالبًا ما تكون هذه العقد عبارة عن ناشطين معروفين، وسائل إعلام، أو وسم رقمي واسع الانتشار، مما يعكس طبيعة المركزية التي تتحكم في تدفق المعلومات خلال الأحداث الحرجة.

في المقابل، تمثل العقد الطرفية (المشار إليها بالألوان الأزرق والأخضر) الحسابات الأقل تأثيرًا، والتي غالبًا ما تتفاعل مع العقد المركزية دون أن تمتلك القدرة على توجيه المعلومات بفاعلية مستقلة. يشير العدد الكبير لهذه العقد إلى وجود جمهور رقمي واسع يتأثر بما تنشره العقد المركزية، ويظهر كيف أن التفاعل الرقمي خلال الحراك لم يكن متساويًا بين جميع المشاركين، بل كانت هناك مستويات متعددة من النفوذ الرقمي.

توضح خوارزمية Modularity المستخدمة في Gephi وجود مجتمعات فرعية متعددة داخل الشبكة، كل منها يمثل مجموعة من الحسابات التي تتفاعل أكثر فيما بينها مقارنة ببقية الشبكة. هذا التوزيع الملون في الشكل يعكس تعددية الخطاب الرقمي داخل الحراك، سواء من منظور جغرافي أو أيديولوجي، ويبرز وجود تيارات رقمية مختلفة قد تمثل اختلافات سياسية أو ثقافية، كما يوضح أن الحراك الرقمي لم يكن موحدًا بل متشعبًا ويضم أصواتًا متعددة.

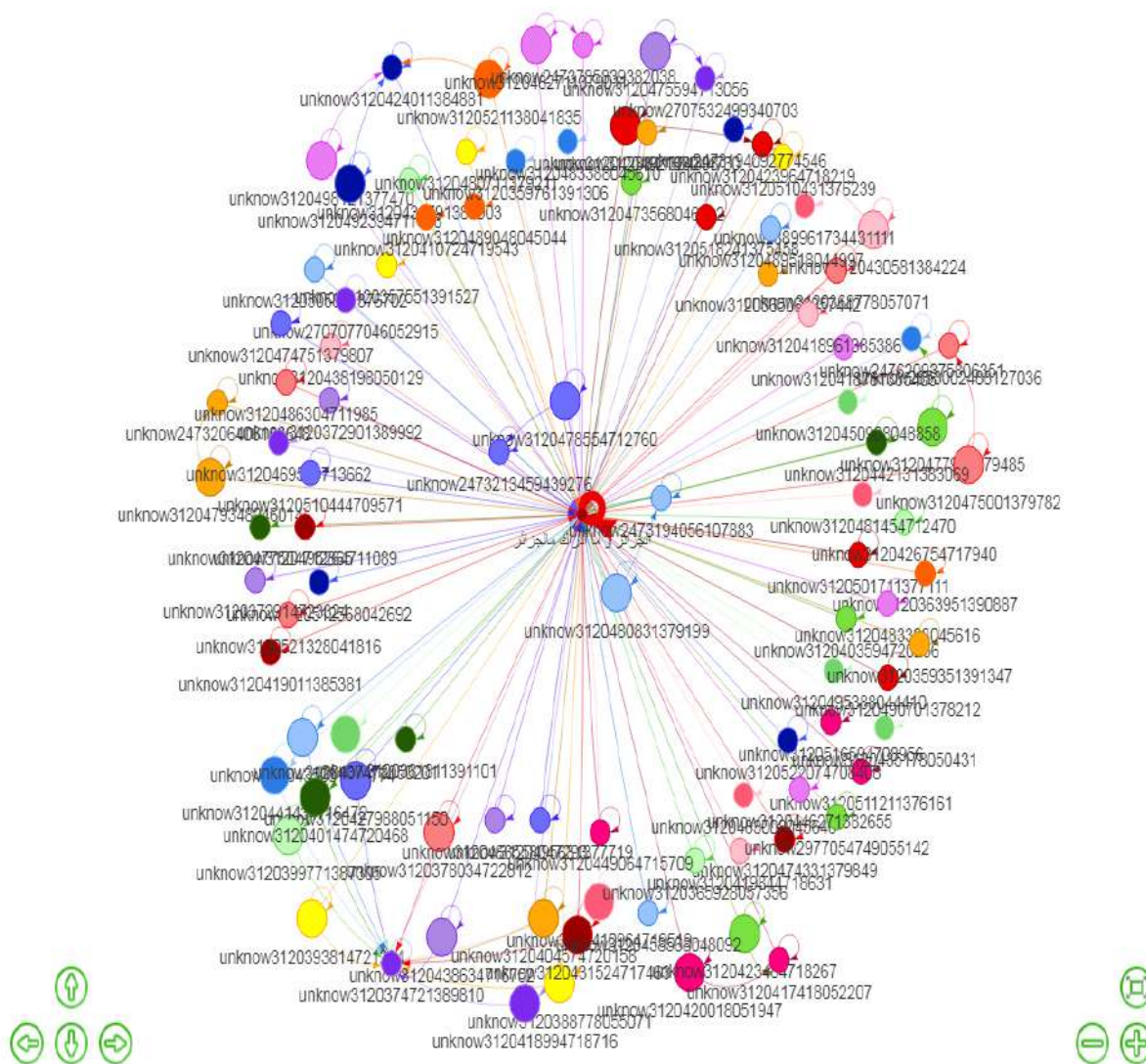
بالإضافة إلى ذلك، يكشف تحليل Betweenness Centrality عن وجود حسابات تعمل كوسطاء بين هذه المجتمعات، تقوم بنقل المعلومات من مجموعة إلى أخرى، ما يعكس دور هذه الحسابات في بناء رأي عام متقاطع ونقل الخطاب بين تيارات مختلفة. يشير هذا إلى أن بعض الفاعلين الرقميين لم يقتصر تأثيرهم على مجتمعاتهم المباشرة، بل امتد إلى ربط الشبكة ككل وتعزيز التفاعل بين المجموعات المختلفة، وهو ما يظهر جليًا في الروابط الكثيفة التفاعل في الشكل المعروض.

كما أظهرت مؤشرات Density وAverage Path Length أن الشبكة تتميز بدرجة تماسك متوسطة إلى عالية، ما يشير إلى أن المعلومات كانت تنتقل بسرعة نسبية بين العقد، خاصة خلال الفترات الزمنية الحساسة مثل بداية الحملة الانتخابية (16 نوفمبر 2019) وفترة ما قبل الانتخابات الرئاسية (12 ديسمبر 2019). ويعكس هذا أن الشبكة كانت منظمة بطريقة تسمح بتفاعل مستمر بين المجتمعات المختلفة، مع وجود مراكز نفوذ قوية تتحكم في تداول المعلومات، إلى جانب جمهور واسع ومستجيب.

من منظور سوسيولوجي، تعكس هذه البنية الشبكية طبيعة الفضاء العمومي الرقمي الجزائري خلال الحراك الشعبي، حيث لم يكن موحداً بل متشعباً ويضم أطرافاً متعددة من الخطاب الرقمي، بما في ذلك مجموعات تدافع عن الحراك، وأخرى تتبنى خطاباً معارضاً، ومجموعات وسائطية تعمل كجسور لنقل المعلومات. وبناءً على ذلك، يظهر أن تحليل الشبكات الاجتماعية باستخدام برنامج Gephi يمثل أداة منهجية قوية لفهم ديناميات التفاعل الرقمي، وتحديد الفاعلين المؤثرين، وتقويم مستويات التفاعل والمشاركة السياسية. كما يتيح رصد استراتيجيات نشر المعلومات والتحكم في الخطاب الرقمي، مما يجعل هذه المنهجية مناسبة لتقييم التحولات الاجتماعية والسياسية في العصر الرقمي، كما يتضح من الشكل الذي يعكس تداخلاً بين المركزية، التعددية المجتمعية، وأدوار الوسطاء في الفضاء الرقمي للحراك الشعبي الجزائري.

«تحليل البنية الشبكية يظهر أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعمل ضمن شبكة رقمية مركزية ضمن الحراك الشعبي، حيث تسيطر العقد المركزية على تدفق المعلومات وتوجه النقاش العام، بينما يشكل الجمهور الرقمي الكبير المستجيب قاعدة للتفاعل الجماهيري. هذه الشبكة تتيح فهم مستوى تأثير الفاعلين، طبيعة الخطاب الرقمي، وتعدد المجتمعات الفرعية داخل الحراك، مما يؤكد أهمية الصفحة كأداة رئيسية في إدارة المعلومات وتشكيل الرأي العام الرقمي خلال الأحداث السياسية الحساسة».

تفاعل مركزي بين حساب أو أكثر وعدد كبير من المستخدمين المحيطين به.



. تمثل الشبكة المعروضة في الشكل التفاعلات بين الحسابات الرقمية المرتبطة بالحراك الشعبي الجزائري خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى 21 فبراير 2020، أي المرحلة الثالثة من الحراك بعد بداية الحملات الانتخابية وحتى الذكرى الأولى للانتفاضة الشعبية. تم تحليل هذه الشبكة باستخدام أدوات تحليل الشبكات الاجتماعية (SNA) ضمن برنامج Gephi ، وهو ما أتاح رسم العلاقات بين الحسابات الرقمية على شكل عقد (Nodes) وروابط (Edges) ، وتحديد مراكز النفوذ والتكتلات الفرعية داخل الفضاء الرقمي للحراك.

تُظهر الشبكة تعدد المجتمعات الفرعية (Modularity Classes) من خلال الألوان المختلفة، حيث تبرز المجموعة الزرقاء في الجزء العلوي وسط الصورة كمجموعة مترابطة جدًا، تعكس تفاعلًا داخليًا مكثفًا بين عناصرها، بينما تمثل المجموعتان البنفسجية والبنية في الجانبين الأيسر والأيمن تكتلات ذات ترابط داخلي قوي مع تواصل محدود مع بقية الشبكة. إضافة إلى ذلك، تظهر مجموعات صغيرة متفرقة في الأسفل، تشير إلى

حسابات أقل تأثيراً أو تفاعلات محدودة. يشير هذا التوزيع إلى وجود فضاء رقمي متعدد الأقطاب، يعكس اختلاف التوجهات الفكرية والجغرافية والتنظيمية داخل الحراك الشعبي.

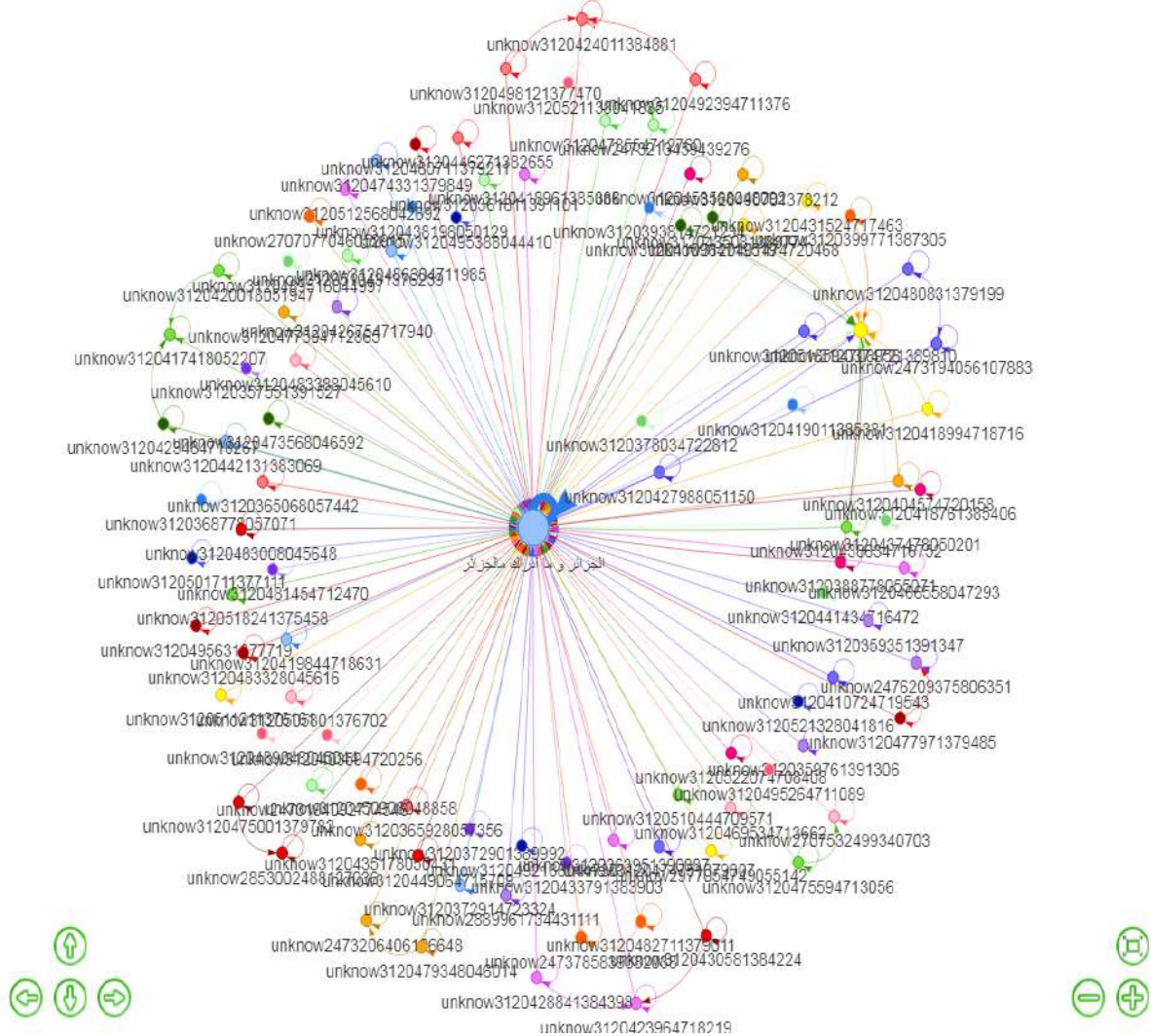
تُبرز العقد الكبيرة الحجم، مثل العقدة الخضراء المركزية، وجود فاعلين رقميين محوريين، يمتلكون درجة مركزية عالية (Degree Centrality)، مما يعكس ارتباطهم بعدد كبير من الحسابات الأخرى، أو دور الوسيط (Betweenness Centrality) بين المجتمعات، ما يمكنهم من نقل المعلومات أو الخطاب بين التيارات المختلفة داخل الشبكة. أما الروابط (Edges)، فتوضح كثافة التفاعل داخل كل مجموعة مقابل ضعف التواصل بين المجتمعات، ما يعكس ظاهرة غرف الصدى الرقمي (Echo Chambers)، حيث يتسم الخطاب الداخلي لكل مجتمع بالتجانس، بينما يبقى الحوار بين المجموعات محدوداً، وهو مؤشر على ضعف تكامل الخطاب الرقمي عبر الفضاء الرقمي للحراك.

علاوة على ذلك، تعكس الشبكة الدينامية الرقمية للحراك في هذه الفترة الحرجة، حيث لعبت العقد المركزية دوراً استراتيجياً في توجيه النقاش الرقمي، سواء بتوسيع دائرة الانتشار أو نقل المعلومات بين المجموعات. ويظهر من توزيع المجتمعات وتعددتها أن الحراك الرقمي لم يكن موحدًا، بل تميز بتعدد الأصوات والاتجاهات، ما يعكس التعددية الفكرية والسياسية والاجتماعية داخل المجتمع الجزائري، وي طرح تساؤلات حول القدرة على تنسيق الخطاب وتوحيد الرأي العام عبر الوسائط الرقمية.

بناءً على ذلك، يقدم تحليل الشبكة باستخدام برنامج Gephi أداة قوية لفهم بنية الفضاء الرقمي خلال الحراك الشعبي، حيث يسمح بتحديد الفاعلين المحوريين، قياس مستوى التماسك الداخلي للمجموعات، واستكشاف دور الوسيط في الربط بين المجتمعات الفرعية، مما يوفر قاعدة تحليلية لفهم التأثير الرقمي على الرأي العام وتطور الحراك السياسي والاجتماعي في الجزائر. تظهر هذه الدراسة أن تحليل الشبكات الاجتماعية يتيح فهماً معمقاً للعلاقات الرقمية وتأثيراتها على التحولات السياسية والاجتماعية، خاصة خلال فترات الأزمات والتحولات السياسية الهامة.

«تحليل الشبكة الرقمية للحراك الشعبي الجزائري يُبرز الدور المركزي للفاعلين الرقميين في توجيه النقاش ونقل المعلومات بين المجتمعات الفرعية المتعددة، كما يُظهر التعددية الفكرية والسياسية داخل الفضاء الرقمي. هذا يعكس أهمية الصفحة كمنصة مؤثرة في إدارة التفاعل الرقمي، حيث يسمح فهم هيكلية الشبكة وتوزيع النفوذ بقياس تأثير المحتوى على الرأي العام، واستكشاف ديناميات الحوار الرقمي أثناء الفترات السياسية الحرجة، ما يجعل تحليل الشبكات أداة أساسية لتقييم استراتيجيات الاتصال الرقمي في سياق الحراك الشعبي».

- شبكة إشعاعية (Star Network) ذات بنية مركزية قوية



تعكس الشبكة المعروضة بنية إشعاعية من نمط Star Network، حيث تبرز في مركزها عقدة كبيرة الحجم باللون الأصفر تمثل الحساب الرقمي المعروف "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، الذي يحتل موقع القيادة الرمزية داخل الفضاء الرقمي المرتبط بالحراك الشعبي. يشير حجم هذه العقدة ولونها المميز إلى درجة مركزية عالية جداً، ما يكشف عن دورها المحوري في نشر وتوجيه الخطاب السياسي خلال الفترة المدروسة.

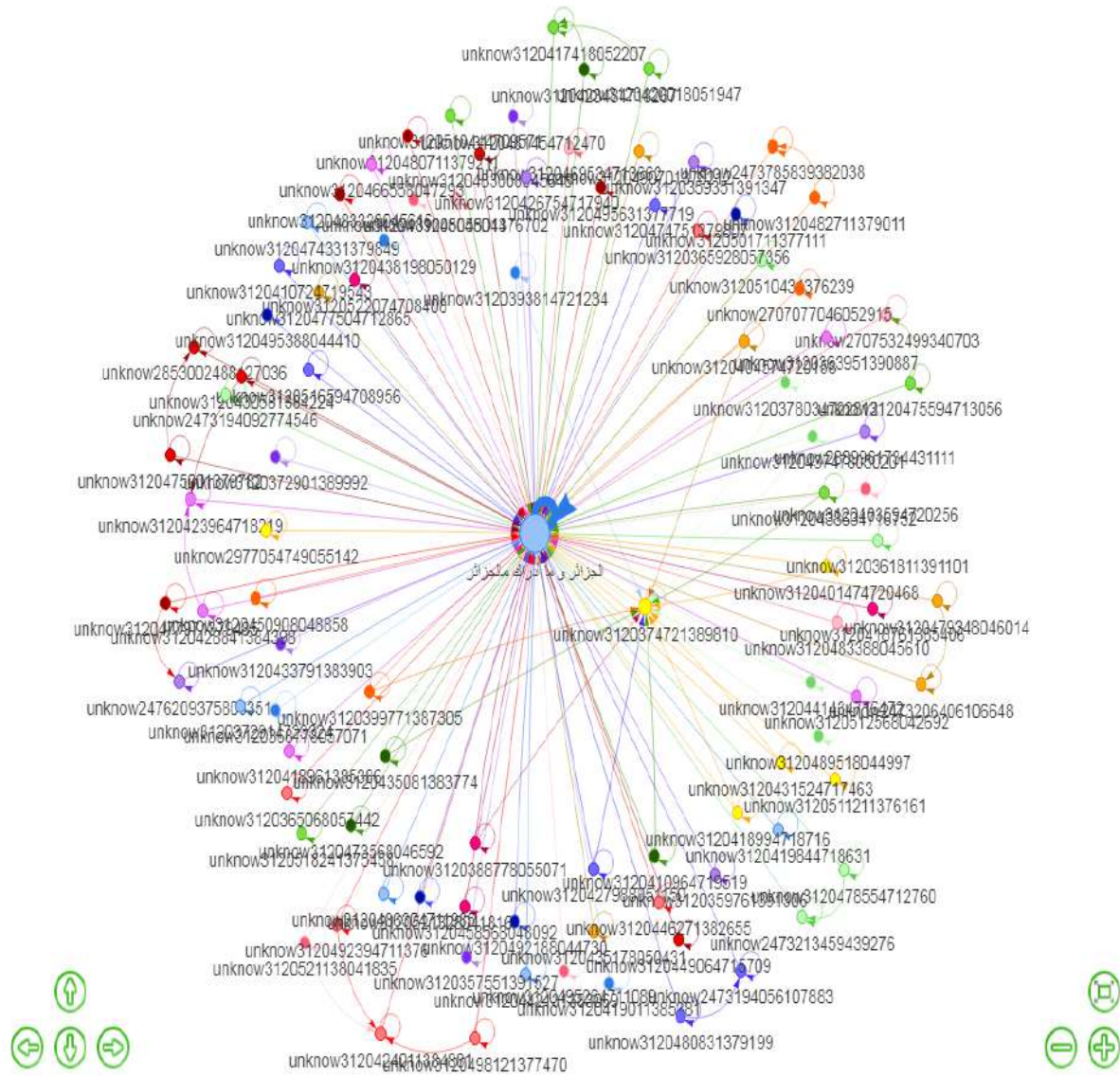
أما العقد الطرفية فتظهر بألوان متعددة الأخضر، الأزرق، البنفسجي، والأسود وهي ألوان ناتجة عن خوارزمية Modularity التي يقسم بها برنامج Gephi الشبكات إلى مجتمعات فرعية. يعكس هذا التنوع اللوني وجود مجموعات مختلفة من المستخدمين تتقاطع في اهتمامها بالمحتوى المركزي، لكنها تبقى متباعدة فيما بينها، إذ لا تظهر روابط أفقية واضحة بين العقد الطرفية. وهذا يشير إلى ضعف تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض، مقابل اعتمادهم شبه الكامل على العقدة المركزية في تلقي المعلومات.

وتكشف هذه البنية عن تركيز السلطة الرقمية لدى فاعل واحد، حيث يعتمد الجمهور المتنوع (بألوانه المختلفة) على نفس المصدر المركزي في بناء فهمه للأحداث. ورغم أن هذا النمط يسهّل الانتشار السريع للمحتوى، إلا أنه يكشف هشاشة بنيوية، إذ يعتمد تدفق المعلومات على استمرار نشاط هذه العقدة المركزية.

وفي سياق الحراك الشعبي الجزائري، توضح هذه الشبكة أن الحسابات الأكثر تأثيراً مثل العقدة المركزية الصفراء لعبت دوراً قيادياً في صياغة النقاش الرقمي، بينما بقي الجمهور المحيط، رغم تعدده اللوني، ذا تفاعل محدود فيما بينه، ما يعكس استمرار علاقات مركزية وهيمنية داخل الفضاء الرقمي للحراك.

«تحليل بنية الشبكة من نوع Star Network يبرز المركزية المطلقة للصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كفاعل رقمي محوري، حيث يتحكم هذا الحساب في تدفق المعلومات ويوجه النقاش الرقمي، بينما يعتمد الجمهور المتنوع على المحتوى الصادر منه. هذا يوضح قوة الصفحة في تشكيل الرأي العام الرقمي أثناء الحراك الشعبي، ويبرز أهميتها كأداة اتصال مركزية تستطيع الانتشار السريع للمحتوى السياسي والاجتماعي، مع الإشارة إلى هشاشة الاعتماد على مصدر واحد في تدفق المعلومات».

– شبكة ذات مركزية عالية حول فاعل رقمي محوري في سياق الحراك الشعبي الجزائري



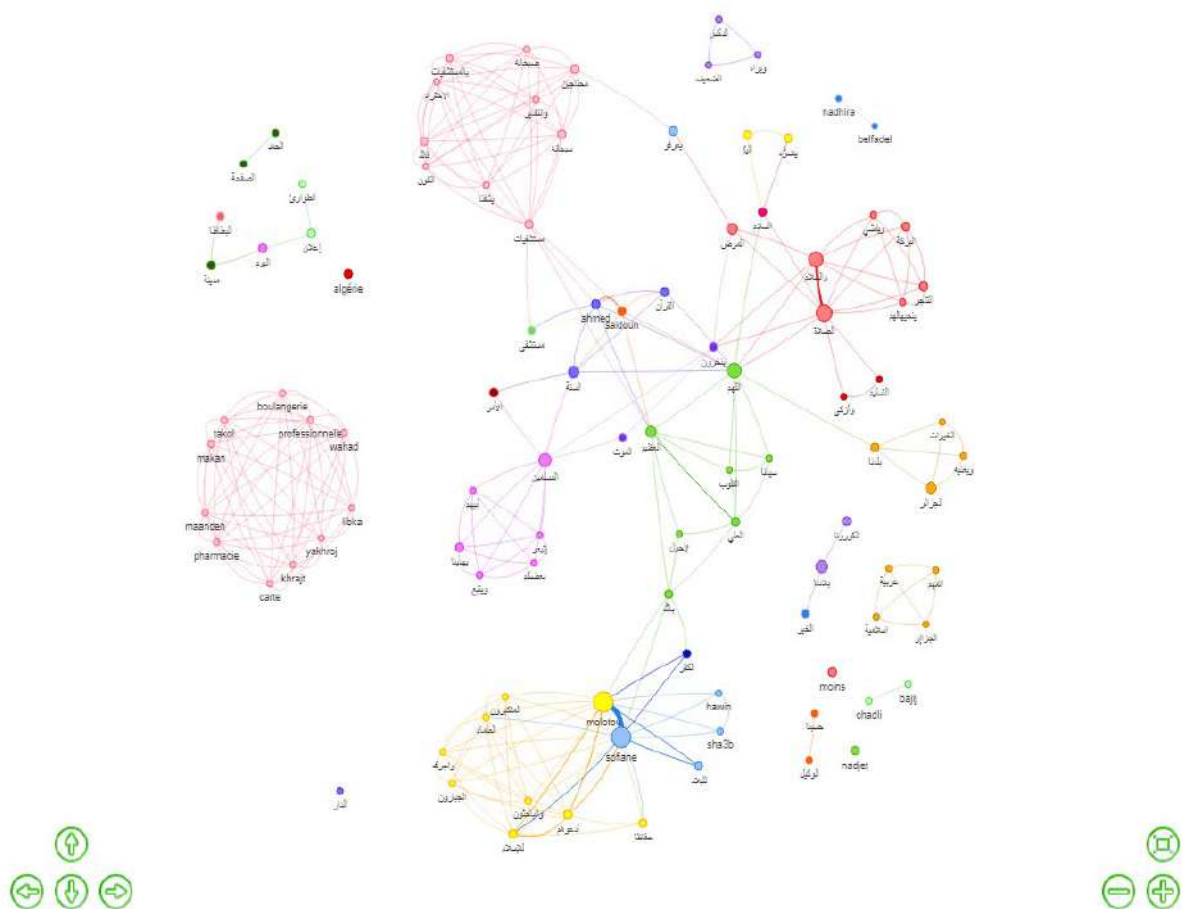
يكشف الرسم المباني عن شبكة إشعاعية (Star Network) ذات مركزية صارخة تُبرز تموضع حساب «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» في قلب البنية الاتصالية، حيث تتخذ العقدة المركزية —الموسومة باسم المستخدم باللغة العربية— حجمًا أكبر وألوانًا مميّزة تعكس ارتفاع درجة المركزية (High Degree Centrality) ودورها القيادي في تدفق المعلومات داخل الفضاء الرقمي للحراك الشعبي. وتُظهر ألوان العقد المحيطة تنوعًا في طبيعة المتفاعلين وفي انتماءاتهم التجمعية (Clusters)، وهو ما يشير إلى عمل خوارزميات التجميع (Modularity) على تمييز المجموعات الفرعية داخل الشبكة، رغم افتقار هذه العقد إلى وصلات أفقية فيما بينها. ويُبرز هذا الغياب شبه

الناتج للروابط الطرفية ضعف التواصل البيني بين المستخدمين، بما يجعل البنية أقرب إلى نموذج عمودي تهيمن فيه العقدة المركزية على عملية البث، فيما يكتفي المتابعون بتلقي المحتوى أو التفاعل معه دون انخراط متبادل. وعلى المستوى الرمزي والسياسي، يعكس الشكل الإشعاعي تركّز السلطة الاتصالية لدى فاعل واحد، مقابل تبعية واضحة للمحيطين الذين يعتمدون عليه بوصفه مصدرًا أساسيًا للمعلومات وتشكيل المواقف. ورغم أن هذا النمط يُتيح انتشارًا سريعًا وفعّالًا للمحتوى بفضل الانسياب المباشر من المركز إلى الأطراف، إلا أنه يُظهر في الوقت ذاته هشاشة بنيوية، إذ إن تعطلّ الفاعل المركزي قد يُفضي إلى انهيار كبير في تدفق المعلومات داخل الشبكة.

أما في سياق الحراك الشعبي الجزائري، فتكشف هذه البنية عن تموقع الفاعل الرقمي صاحب الصفحة في موقع القيادة الرمزية داخل المنصة، حيث يمارس دورًا محوريًا في صياغة الخطاب الرقمي وتوجيه النقاش العام، بينما يظلّ الجمهور في وضعية تفاعل فردي مع المحتوى دون بناء نقاش جماعي أو تواصل أفقي. ويشير ذلك إلى أن الحراك، رغم جماهيريته، عرف في بعض فضاءاته الرقمية أشكالًا من المركزية الاتصالية التي قادها نشطاء بارزون لعبوا دور الناطقين الرقميين باسم الحركة الاحتجاجية.

«تحليل الشبكة الإشعاعية يُبرز الصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كفاعل رقمي مركزي يمتلك السلطة الرمزية في توجيه الخطاب الرقمي للحراك الشعبي. يوضح الشكل أن المتابعين يعتمدون على هذه العقدة المركزية كمصدر أساسي للمعلومات، ما يعكس قوة تأثير الصفحة في صياغة النقاش العام وانتشار المحتوى بسرعة، بينما يبرز ضعف التواصل الأفقي بين المستخدمين. هذا يوضح دورها المحوري في إدارة وتوجيه التدفق المعلوماتي الرقمي خلال الحراك، ويبرز أهميتها الاستراتيجية كأداة قيادية ضمن الفضاء الرقمي الجزائري».

- شبكة مجتمعات رقمية مجرّاة في سياق الحراك الشعبي الجزائري على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"



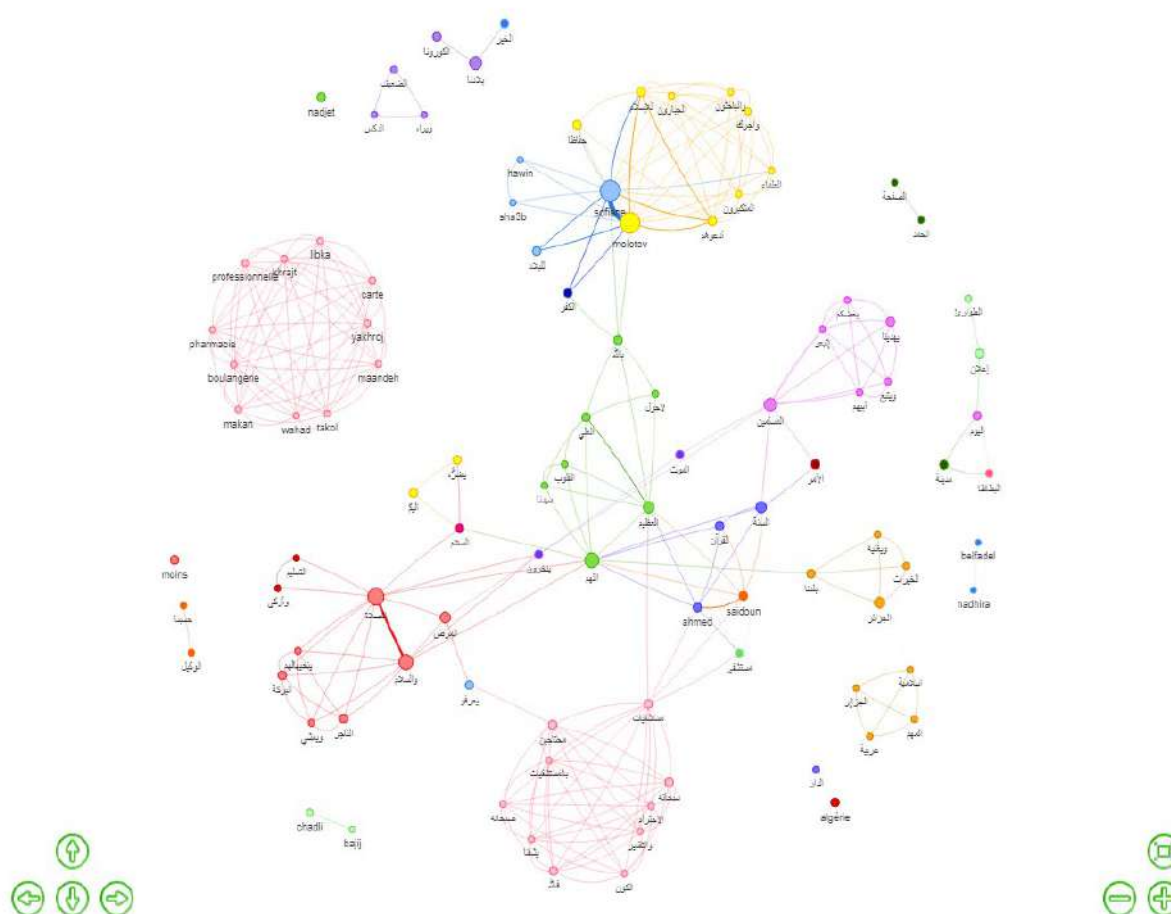
يُظهر التحليل البيوي للشبكة الرقمية المرتبطة بالحراك الشعبي الجزائري أن الشبكة تتخذ النمط شبه الشعاعي (Radial Network)، حيث يتمركز فاعل رقمي رئيسي (Node) في قلب الشبكة، يمثل العقدة الأكبر والأكثر تأثيراً وتفاعلاً مع باقي الحسابات. تحيط بهذه العقدة المركزية مجموعة من الحسابات الفرعية المرتبطة بها مباشرة، بينما تظل الروابط الأفقية بين هذه العقد محدودة، ما يعكس ضعف التفاعل بين الفاعلين غير المركزيين. استخدام الألوان لتحديد المجتمعات وفق خاصية Modularity يُظهر وجود مجموعات فرعية ذات تفاعل داخلي متجانس أو اهتمام مشترك، فيما توضح الأسهم والاتجاهات طبيعة العلاقة بين العقد، سواء من حيث المتابعة أو التأثير المتبادل، مما يعكس هيكلًا هرميًا نسبيًا للانتشار المعلوماتي.

من منظور سوسيولوجي، يمثل الفاعل المركزي ما يمكن تسميته بـ "القائد الرقمي" أو المؤثر المركزي، إذ تتحقق لديه درجة عالية من المركزية المعلوماتية (Information Centralization)، ما يجعله نقطة ارتكاز أساسية في تدفق المعلومات والخطاب الرقمي حول الحراك. ويشير ضعف الترابط بين باقي الفاعلين إلى وجود جمهور متلقي سلبي غالباً، يتم التأثير عليه أكثر من كونه مشاركاً فعلياً في النقاش، وهو ما يعكس عدم التماثل في توزيع القوة الرقمية داخل الشبكة.

تستخلص الدراسة أنه على الرغم من الطبيعة المفتوحة لشبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الهيكل الشبكي أعاد إنتاج أنماط تقليدية من المركزية والتراتبية، إذ لم يكن النقاش الرقمي أفقياً أو تشاركياً دائماً، بل خضع في أحيان كثيرة لهيمنة أصوات معينة. هذا النمط الشبكي سمح باستخدام الفضاء الرقمي كأداة لنشر دعوات التظاهر والتوعية السياسية، ولكنه في الوقت ذاته يوضح إمكانية احتكار المعلومات والتأثير من قبل فاعلين مركزيين. ومن ثم، يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في إدارة أزمة الحراك الشعبي الجزائري عبر توفير فضاء للإعلام الذاتي، لكنها أعادت إنتاج علاقات القوة التقليدية، مؤكدة أن التفاعل الرقمي، رغم طابعه المفتوح، لم يكن دائماً ديمقراطياً في التوزيع والمشاركة.

«يبين التحليل البنوي أن الشبكة الرقمية للحراك الشعبي الجزائري تتخذ نمطاً شبه شعاعي (Radial Network)، حيث يسيطر فاعل رقمي مركزي على تدفق المعلومات، فيما تظل الروابط بين الفاعلين غير المركزيين محدودة. من المنظور السوسيولوجي، يمثل هذا الفاعل المركزي "القائد الرقمي"، الذي يمتلك درجة عالية من المركزية المعلوماتية ويحدد الخطاب الرقمي، بينما يبقى جمهور الشبكة متلقياً أكثر من كونه مشاركاً نشطاً. تعكس هذه البنية إعادة إنتاج علاقات قوة تقليدية ضمن فضاء مفتوح رقمياً، حيث يسمح الهيكل الشبكي بالنشر السريع والتوعية، لكنه في الوقت نفسه يشير إلى إمكانية احتكار المعلومات وتأثير أصوات محددة، مما يجعل التفاعل الرقمي غير متوازن من حيث المشاركة والتأثير».

- تحليل شبكة مجتمعات رقمية متداخلة في الفضاء الافتراضي للحراك الجزائري



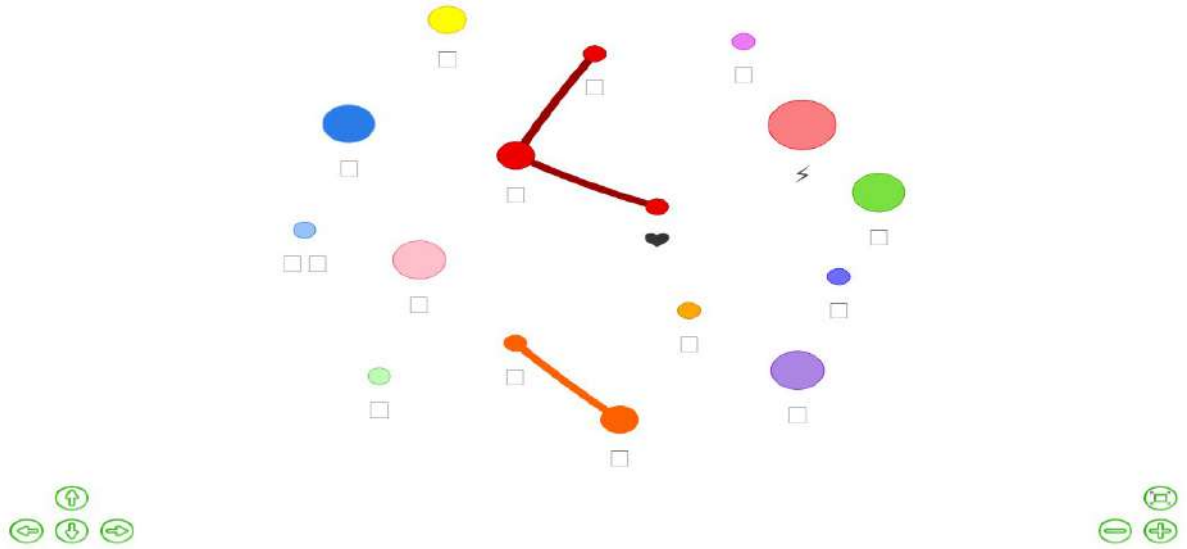
تحليل البنية الشبكية للفاعلين الرقميين المرتبطين بالحراك الشعبي يظهر شبكة متعددة المراكز وغير مركزية، تتألف من عدة مجموعات فرعية (Clusters) منفصلة أو مترابطة جزئيًا، حيث تمثل العقد (Nodes) الحسابات الرقمية، في حين تعكس الحواف (Edges) التفاعلات بين هذه الحسابات، مثل الإشارات أو التعليقات أو عمليات إعادة النشر. الألوان المستخدمة في الشبكة تشير إلى المجتمعات المكتشفة بواسطة خوارزمية Modularity، ما يوضح الانقسام الرقمي إلى جماعات مستقلة نسبيًا. من الناحية البنيوية، لا يوجد فاعل مركزي مهيمن، بل عدة فاعلين متوسطين، مع تجزئة عالية تُبرز وجود كتل منفصلة، وترباط داخلي قوي لبعض المجتمعات، في حين تندر العلاقات البينية بين هذه المجموعات، ما يعكس ضعف الحوار أو التفاعل بين المجتمعات المختلفة.

من منظور سوسيولوجي، تدل هذه البنية على تعدد مراكز إنتاج المعلومات الرقمية حول الحراك، بما يعكس تنوع الأصوات واختلاف الأجندات الفكرية أو الجغرافية أو الإيديولوجية. في الوقت نفسه، يشير ضعف الروابط البينية إلى التشتت المعلوماتي وانقسامات محتملة في النقاش العام. هذه الخصائص الشبكية توضح أن الحراك لم يُدار رقمياً من مركز واحد، بل تشكل عبر بنية أفقية شبكية متعددة الأقطاب، ما يعكس نمط تنظيم ذاتي لامركزي يُعد سمة رئيسية للحركات الاحتجاجية الحديثة. على صعيد فعالية التعبئة الرقمية، يوفر التنوع مؤشراً على الحرية والتعددية، إلا أن الانقسام الرقمي قد يؤدي إلى تشويش الرسائل أو ضعف الأثر الجماعي، في حين تمثل المجموعات الصغيرة والمنعزلة هوامش رقمية لا يصل صوتها إلى المركز، ما يعكس تحدياً أمام التنسيق والتكامل داخل الحراك الرقمي.

«تحليل البنية الشبكية متعددة المراكز يبرز أن الحراك الرقمي لم يُحتكر من قبل فاعل واحد، بل تشكل عبر شبكة لامركزية تضم عدة مجموعات فرعية، ما يعكس تنوع الأصوات واختلاف الأجندات الفكرية والجغرافية. هذا التنوع يُظهر أهمية الصفحة المحورية في بعض الشبكات، وفي الوقت نفسه يوضح أن الحراك الرقمي اتسم باللامركزية والتعددية، ما يعكس قدرة المشاركين على التعبير الذاتي والمساهمة في النقاش العام، لكنه يكشف أيضاً عن تحديات التنسيق والوصول إلى تأثير جماعي موحد».

سابعاً: تحليل التفاعل بالإيموجي بين المجتمعات الرقمية (Emoji Reactions Analysis)

- تحليل تفاعلات الإيموجي (الصورة رقم 01)



يُظهر تحليل الشبكة القائمة على تفاعلات الإيموجي بنية تواصلية مركّبة تُبرز تعدّد المجتمعات الرقمية وتباين أنماط تعبيرها الانفعالي. إذ تمثّل العقد (الدوائر) مجموعات أو حسابات استخدمت أو استقبلت تفاعلات مختلفة، ويعكس حجم العقد كثافة استعمال الإيموجيات، بينما يشير تباين الألوان إلى انتماءات مختلفة ضمن مجتمعات منفصلة وفق خوارزمية **Modularity Class**. وتُظهر الروابط السميكة بين بعض العقد أن هناك تفاعلات

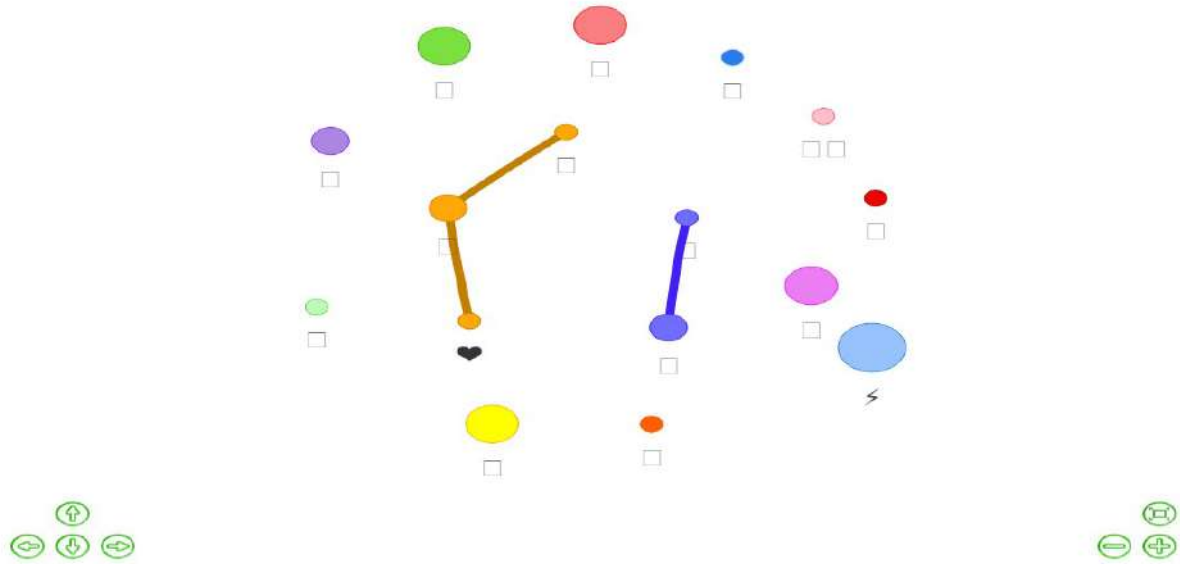
عاطفية مكثّفة (❤️ حب، غضب 😡، ضحك 😂، موافقة 👍)، تُترجم إلى مستويات متفاوتة من الارتباط بين هذه المجموعات. ويكشف التحليل السيميائي أن إيموجي الحب مثلاً يعكس خطاباً متعاطفًا أو موحّداً بين جمهور متقارب، بينما قد تعكس إيموجيات الضحك أو الاستغراب تفاعلات ساخرة بين توجهات مختلفة، في حين تشير إيموجيات الموافقة البسيطة إلى علاقات سطحية أو عابرة لا تتسم بعمق تواصلية.

وتدل المؤشرات البنوية على وجود روابط قليلة لكن قوية بين مجتمعات محددة، ما يعكس تفاعلاً عاطفياً داخلياً عالي الكثافة، مقابل مجموعات أخرى ذات عقد كبيرة ولكنها أقل ارتباطاً بغيرها، وهو ما يشير إلى وجود شبكات فرعية ذات طابع شعوري مستقل. كما يكشف التفاوت الدائري في الألوان عن تنوع ثقافي ولغوي في التعبير العاطفي، حيث تتبنى كل مجموعة أسلوباً خاصاً في تمثيل ردود فعلها عبر الإيموجي.

وتحمل هذه الشبكة دلالات اجتماعية وسياسية مهمة، إذ تعتمد الجماعات الرقمية -وفق المعطيات المتاحة- على الإيموجيات كأداة تواصل غير لغوية تُعبّر عن الانفعال أكثر من طرح النقاش أو بناء الجدل. ويشير ذلك إلى أن العلاقة بين هذه المجموعات تقوم على الاستجابة الشعورية الفورية بدل التفاعل الحواري، مما يسمح برصد مستويات من الاستقطاب العاطفي خاصة عند ظهور رموز غضب أو سخرية. وبالتالي تكشف الخريطة أن الحراك الرقمي لا يقوم فقط على تداول المعلومات، بل يستند أساسًا إلى شبكة معقدة من التعبيرات الشعورية التي تُشكّل طريقة الجمهور في التفاعل والتأثير والتعبئة، حيث تصبح قوة الروابط انعكاسًا لشدة الانفعال أكثر مما هي مؤشر على كثافة النقاش.

«تحليل شبكة الإيموجيات يبرز الدور المحوري للعاطفة والانفعال في تفاعلات الجمهور الرقمي بالحراك الشعبي، إذ تُظهر البنية كثافة واستجابة شعورية بين مجموعات مختلفة أكثر من التركيز على الحوار المعلوماتي. هذا يوضح أن التأثير الرقمي للصفحة والجماعات المرتبطة بها لا يقتصر على نشر الأخبار أو المحتوى السياسي، بل يشمل قدرة المحتوى على تحفيز مشاعر الجمهور وتحريك الانخراط الرقمي، مما يعكس أهمية فهم الأبعاد العاطفية في إدارة الحراك على وسائل التواصل الاجتماعي».

- تحليل تفاعلات الإيموجي (الصورة رقم 02)



تكشف الشبكة البصرية المعروضة عن بنية تفاعل عاطفي عالية الكثافة، تتجلى عبر عقد كبيرة وملونة موزعة بشكل دائري، مع روابط قليلة لكنها سميكة، ما يدل على أن العلاقات داخل الشبكة تقوم أساسًا على تكرار تفاعل غير لفظي عبر الإيموجيات وليس على التواصل اللغوي المباشر. ويشير التفاوت الواضح في حجم العقد إلى

اختلاف كبير في قدرة بعض الحسابات على إنتاج أو استقبال موجات من التفاعل الانفعالي، بينما يبرز وجود رموز مثل القلب الأسود بوصفه دليلاً قوياً على أن مضمون التفاعل يحمل شحنات عاطفية مؤثرة، تتراوح بين الدعم، الحداد، السخرية أو التضامن الرمزي حسب السياق.

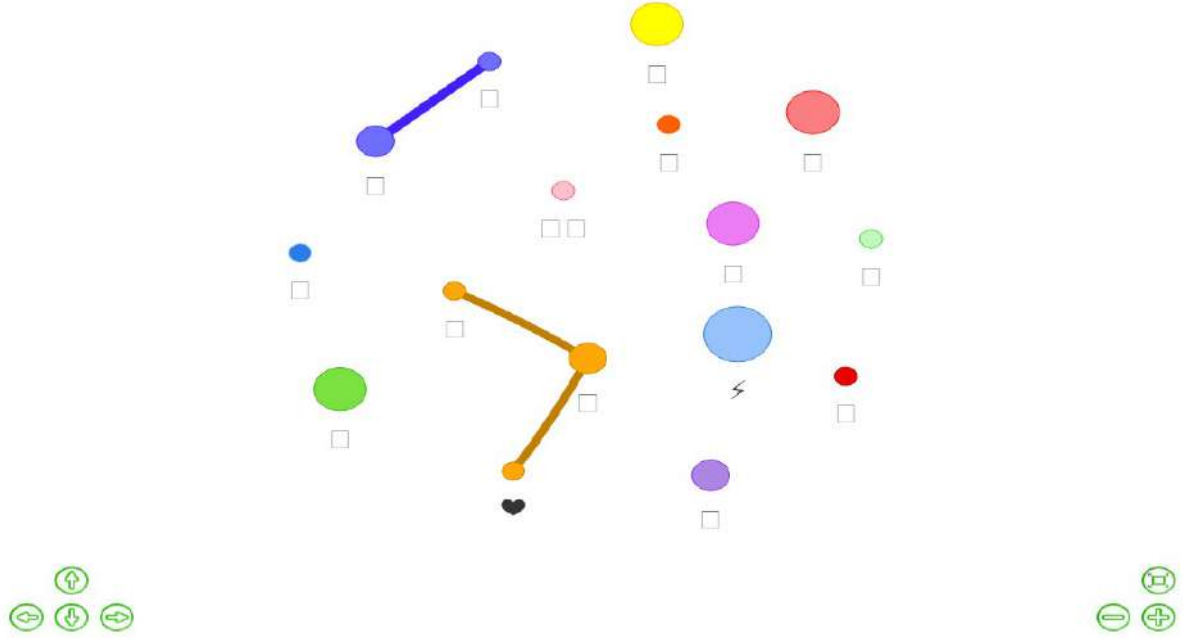
وتُظهر البنية أن بعض العقد المركزية خصوصاً البرتقالية والسماوية تمتلك قدرة أعلى على جذب تفاعلات متعددة الاتجاهات، بما يعكس حضورها الرمزي وتأثيرها في تشكيل المزاج العاطفي داخل الحراك الرقمي. كما تمثل سماكة الخطوط بين هذه العقد مؤشراً على تكرار استخدام الرموز العاطفية ذاتها في التفاعل بين نفس المجموعات، مما يعزز فرضية وجود مجتمعات شعورية شبه مستقرة ترتبط على أساس الانفعال المشترك وليس على أساس الحوار.

أما القراءة السيميائية للألوان فتكشف عن طبقات رمزية متداخلة: فالبرتقالي  يحيل إلى الدعم والدفع عقد مرتبطة بشبكات دعم أو تضامن، والأزرق  إلى الثقة والانضباط الخطابي (جماعات تسعى إلى ضبط الخطاب)، والأخضر  إلى الأمل والإصلاح (التجديد، الإصلاح السياسي، أو الأمل في التغيير)، بينما يعكس الأحمر  أشكلاً قوية من الحب أو التعبئة العاطفية (تضامن قوي تفاعل جماهيري موحد)، ويشير الأسود  إلى الحداد أو المعارضة الرمزية (الاحتجاجات، التعبير عن الرفض، التعبير عن موقف سياسي أو رفض قرار معين). ويمثل هذا التنوع اللوني خريطة دقيقة للعواطف الجماعية وطرائق التعبير عنها ضمن فضاء الحراك.

وبالتالي، فإن الشبكة لا تُظهر فقط بنية تواصلية، بل خريطة انفعالات جماعية تكشف كيف يستخدم الفاعلون الرقميون الإيموجيات كأداة لإبداء الانتماء أو المعارضة دون الحاجة إلى خطاب مباشر. وتبين هذه البنية أن الحراك الرقمي يُنظم أيضاً عبر العاطفة والرمز، وأن الروابط العاطفية تُسهم في تشكيل التحالفات الرمزية داخل الفضاء العمومي الرقمي، مما يجعل الإيموجي عنصراً تحليلياً جوهرياً لفهم ديناميات التعبئة والهوية داخل الحركات الاحتجاجية المعاصرة.

«تحليل الشبكة العاطفية عبر الإيموجيات يُظهر أن التفاعل الرقمي في الحراك الشعبي لا يقتصر على تبادل المعلومات، بل يعتمد بشكل أساسي على التعبير الانفعالي الجماعي. توضح البنية تركيز القوة الرمزية لدى بعض الحسابات وقدرتها على توجيه المزاج العاطفي العام، بينما تعكس الألوان المختلفة الانتماءات الشعورية والتوجهات الرمزية المتنوعة للجمهور. هذا يبرز أهمية الصفحة كأداة محورية في إدارة الشعور الجماعي، ويمكن الباحث من فهم كيفية توظيف العاطفة الرقمية في تعزيز التضامن أو التعبير عن المعارضة، مما يجعل الإيموجيات مؤشراً جوهرياً لدراسة التأثير الاجتماعي والسياسي في الحراك».

- تحليل تفاعلات الإيموجي (الصورة رقم 03)



تعكس الشبكة المستخرجة من Gephi طبيعة الفضاء العاطفي والرمزي الذي تشكّل حول الخطاب الرقمي للحراك الشعبي الجزائري، كما تكشف عن آليات التعبير غير اللفظي داخل هذا المجال التواصلي. تُظهر الصورة انتشاراً لعقد دائرية متفاوتة الحجم والألوان، تتصل فيما بينها بروابط سميكة أو رفيعة، ما يشير إلى مستويات مختلفة من كثافة التفاعل عبر الإيموجي. فالألوان المتعددة الأصفر ● الذي يحيل إلى التفاؤل والضوء، والأحمر ● الدال على الحب والتضامن، والأزرق ● المرتبط بالثقة والعقلانية، والأخضر ● الذي يجسد الأمل والانتماء الوطني، والأسود ● الذي يعبر عن الحداثة أو المقاومة الرمزية لا تمثل مجرد تدرجات بصرية، بل تحمل دلالات سيميائية واضحة تعكس مزاج المستخدمين وتوجهاتهم الشعورية. كما أن تفاوت أحجام العقد يدل على اختلاف مستويات المركزية، حيث تظهر بعض العقد الكبرى كمحاور أساسية تستقبل أو تُرسل كميات كبيرة من التفاعلات، بينما تظل العقد الصغيرة هامشية أو محدودة التأثير. أما سمك الروابط فيكشف عن قوة العلاقة الرمزية بين بعض المستخدمين، إذ تشير الخطوط السميكة مثل الرابط البرتقالي في أسفل الصورة إلى تفاعل متكرر حول نفس الإيموجي، ما يوحي بتكوين دوائر عاطفية مترابطة تتشارك رموزاً موحدة.

وبالتالي، تكشف هذه البنية الشبكية عن تشكّل "خريطة للشعور الجماعي" داخل الحراك، حيث تتحول الإيموجيات من أدوات تقنية إلى وسائط مقاومة ناعمة تُجسّد حالات التضامن أو الأمل أو الاحتجاج. كما يتضح

أن التفاعل داخل الفضاء الرقمي لم يكن محايداً أو عشوائياً، بل خاضعاً لمنطق القوة والتأثير داخل بنية معقدة تتسم بتعدد المجتمعات وتباين الخطابات. وتبرز مركزية بعض الفاعلين وقدرتهم التوزيعية العالية في خلق موجات شعورية متقاطعة، ما يعكس دينامية رقمية متقدمة وتنظيماً ذاتياً لا مركزياً ينسجم مع طبيعة الحراك نفسه. إن هذا التحليل يسمح بالانتقال من قراءة المحتوى الظاهر إلى فهم البنية العميقة للعلاقات والمشاعر داخل البيئة الرقمية، وهو ما يوفر منظوراً أكثر دقة حول آليات التفاعل الاجتماعي في العصر الشبكي.

«تحليل الشبكة العاطفية عبر الإيموجيات يبرز أن الفضاء الرقمي للحراك الشعبي الجزائري ليس مجرد قناة لنقل المعلومات، بل مساحة لإدارة الانفعالات الجماعية والتعبير الرمزي عن التضامن، الاحتجاج، أو الأمل. تُظهر البنية المركزية لبعض الفاعلين الرقميين قدرتهم على تشكيل موجات شعورية وتأثير المزاج العام، بينما تكشف المجتمعات المتعددة عن تعددية الخطاب والانتماءات الرمزية. هذا يوضح أن الصفحة تساهم في توجيه الانخراط العاطفي والسياسي للجمهور، ما يجعل دراسة التفاعلات عبر الإيموجيات أداة أساسية لفهم ديناميات التعبئة الرقمية وإدارة التأثير الاجتماعي والسياسي خلال الحراك».

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي للصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل ؟).

1. فئة حجم النصوص:

الجدول رقم 01: طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

نوع النصوص	عدد المنشورات	نسبة مئوية
نصوص قصيرة	104	97,19%
نصوص متوسطة (مشاهدة المزيد)	2	01,86%
نصوص طويلة (متابعة القراءة)	1	0,93%
المجموع	107	100%

تكشف بيانات الجدول رقم 01 عن هيمنة واضحة للنصوص القصيرة على منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما قبل الحراك الشعبي إذ بلغت نسبتها 97,19 % بمجموع 104 منشورات. ويقصد بالنصوص القصيرة تلك التي لا تتجاوز 200 كلمة، وغالبا ما تكون عبارة عن تعليق خبري أو تعبير سريع عن موقف احتجاجي ومن أمثلة هذه النصوص نذكر على سبيل الاستدلال لا غير:

● «الشرطة تغلق كل المسالك المؤدية إلى وسط وهران بسبب مسيرة الأطباء المقيمين!» ورد بتاريخ 9 جانفي 2018 على الساعة 02:19.

● «الدولة لي تحقر الأطباء والمعلمين وقدماء الجيش نتاعها.» ورد بتاريخ 20 فيفري 2018 على الساعة 17:22.

أما النصوص المتوسطة فقد وردت بنسبة 01,86 % بمجموع تكرارين فقط ومن أمثلتها نذكر ما تم نشره بتاريخ 24 جانفي 2018 على الساعة 18:54 حول بداية الحديث عن العهد الخامسة.

«انطلاق قطار العهد الخامسة... باسم الإنسانية اتركوه يرتاح. سنرى مع نهاية سنة 2015 استلام مسجد الجزائر ومطار الجزائر وهران وملعب براقي وتيزي وزو وهران وبداية ترامواي مستغانم وسطيف وورقلة

وتسليم سكانات اجتماعية وبعض الطرقات الجديدة وقطارات سريعة كلهم مع نهاية السنة وليس الآن بالطبع وقبل الحملة الانتخابية ... باش الناس تقول إنجازات فخامته ومرحبا بالهردة الخامسة ... *بسم الإنسانية_خلو السيد يرتاح.*»

ولم تسجل النصوص الطويلة سوى تكرارا واحدا ما نسبته 0,93% وهو منشور يتضمن تحليلا ودعوة واضحة للحراك وتنصيب شخصية معروفة لتأطيره نشر بتاريخ 19 فيفري 2019 على الساعة 13:05 جاء فيه: إعلان هام لكل الجزائريين «كما يعلم الجميع فإن بلادنا مقبلة على حراك شعبي فرضه الاحتقان والغليان الشعبي بسبب استفزازات السلطة للشعب و محاولة فرض مهزلة العهدة الخامسة ومهما كانت الجهة المسؤولة عن احتجاج يوم 22 فيفري المقبل فإن ذلك يوم موعود لا مفر منه لإخماد الاحتقان والتحرك لأجل معالجة الأوضاع المتأزمة. وطبعا لا يختلف إثنان عاقلان على أن الثورة الشعبية العفوية غير المؤطرة غالبا ما تقود إلى الخراب وقليل ما تحقق نتائج إيجابية.

ولا ريب أن النظام قد أعد عدته لإخمادها واختراقها يبعث المخربين بين صفوف المتظاهرين لنشر الفوضى بغية إعطاء حجة للتدخل الأمني وفرض حالة الطوارئ التي ترفضها إطلاقا.

على هذا الأساس فإن سلمية المظاهرات شرط أساسي لإنجاحها ولتفادي كل الاختراقات والانزلاقات التي لا تحمد عقباها فنحن نقترح تنصيب السيد المحامي والمناضل الديمقراطي مصطفى بوشاشي كقائد ومؤطر وطني للحراك الشعبي القادم وهذا لما يعرف عن هذه الشخصية من نزاهة وإخلاص لقيم الديمقراطية ودفاعه المستميت على المظلومين ولكسبه إحترام الجماهير بشخصيته الكرزمانية المدافع عن حقوق الانسان وقيم الجمهورية على كل صفحات ومستعملي الفايس بوك نشر هذا الاقتراح على أوسع نطاق لإيصال الفكرة الى وسائل الاعلام ودفع أستاذنا بوشاشي لقبول هذا التكليف الثقيل".

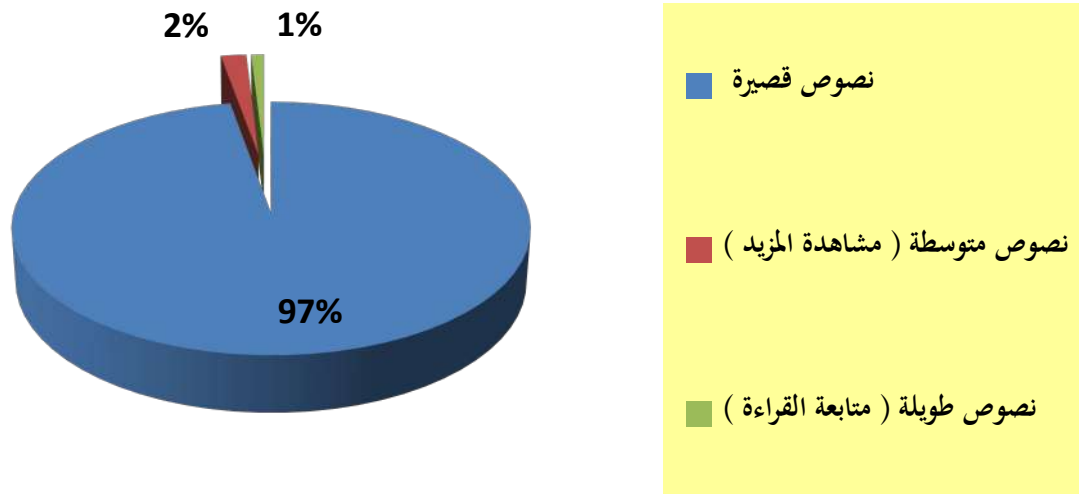
تعكس هذه الأرقام في جوهرها ما يلي:

1- اهتمام الصفحة بالمنشورات القصيرة تماشيا مع خاصية الكتابة في الوسائط التكنولوجية على غرار الفايسبوك، حيث يفضل المستخدمون المنشورات الموجزة والسريعة، التي يمكن استهلاكها ومشاركتها بسهولة. كما أن الخوارزميات تعطي أولوية في الانتشار للمحتويات القصيرة والتفاعلية.

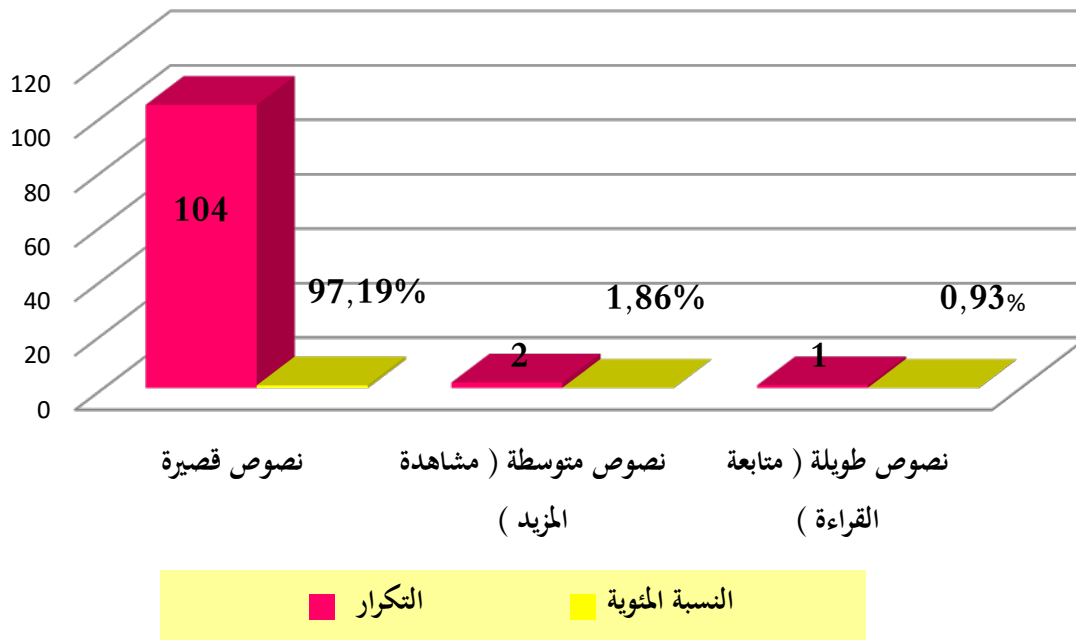
كما يمكن تفسير هذه الهيمنة للنصوص القصيرة ضمن إطار نظرية "الاستجابة السريعة في الأزمات"، حيث تلجأ المنصات الرقمية إلى التكتيف في الرسائل، بما يتماشى مع حالة الطوارئ النفسية والاجتماعية التي تسبق انفجار الأزمة. كما تندرج ضمن منطق "اللا مركزية في إنتاج المحتوى"، وهو أحد ملامح الإعلام البديل أو المواطني.

2- نزعة الصفحة نحو الكتابة التفاعلية الإخبارية فالتركيز على النصوص المختصرة ذات الطابع الإخباري، كما هو ظاهر في الأمثلة، يعكس انشغال الصفحة بالنقل الآني للحدث أكثر من تحليله أو تأطيره، مما يدل على أن الصفحة في هذه المرحلة لم تكن تسعى لتقديم خطاب فكري بقدر ما كانت تساهم في تهيئة شعورية جماعية تحفز التفاعل والغضب الجماهيري.

3- تجاهل الصفحة للنصوص الطويلة يعكس غياب التوجه التحليلي أو التأطيري في خطابها، ما يشير إلى أن دورها خلال هذه المرحلة اقتصر على نقل الاحتجاجات والتعبير عن الغضب الشعبي. غير أن المنشور الطويل الوحيد يظهر ملامح أولية لخطاب تعبوي منظم، ما يُعد مؤشرًا على بداية انتقال تدريجي في رسالتها الاتصالية نحو التعبير المنظم عن الاحتجاج، دون أن يتحول ذلك إلى نمط سائد في المحتوى.



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

2. فئة توظيف الصور:

أ- نوع الصور

الجدول رقم 02: نوع الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة مئوية	عدد الصور	الصورة / التكرار
08,42 %	08	صور شخصية
83,15 %	79	صور موضوعاتية
07,36 %	07	صور أرشيفية
01,05 %	01	رسوم كاريكاتورية
100 %	95	المجموع

تظهر المعطيات الواردة في الجدول رقم 02 هيمنة الصور الموضوعاتية على المحتوى البصري للصفحة خلال مرحلة ما قبل الحراك، حيث شكّلت نسبة بلغت 83,15 % عن 79 تكرارا من إجمالي الصور. وهي تتعلق بصور توثق الاحتجاجات الميدانية على غرار الصور الناقلة للإضرابات التي شهدتها القطاع التربوي أو لاحتجاجات الأطباء وطلبة المدارس العليا، وهو ما يُبرز حرص الصفحة على نقل الواقع الاحتجاجي كما هو، عبر الصورة المباشرة التي تملك تأثيراً تعبويًا قويًا وتُغني عن التعليق أحيانًا.

هذا التوظيف الكثيف للصور الميدانية يعكس توجّه الصفحة نحو تحقيق مفعول الشهادة البصرية، أي تقديم المحتوى وكأنه صادر عن "عيون المواطنين"، وهو أحد أساليب الاتصال الرقمي غير المؤسسي في إدارة الأزمات. (أنظر نماذج عن هذه الصور في الملحق رقم 04).

أما الصور الشخصية التي بلغت نسبة 08,42 % بمجموع 8 تكرارات فقد انحصرت في رموز سياسية منها صور للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، وبعض مسؤولي الأحزاب خاصة المعارضة منها إلى جانب صورة لرجل أعمال جزائري، وصور للشخصيات المحركة للإضرابات أو المرتبطة بها أو الجهات التي لها علاقة بمحتوى المنشور، مما يفسّر بتوظيفها لأغراض رمزية مرتبطة بالسلطة والمسؤولية. (أنظر نماذج عن هذه الصور في الملحق رقم 05).

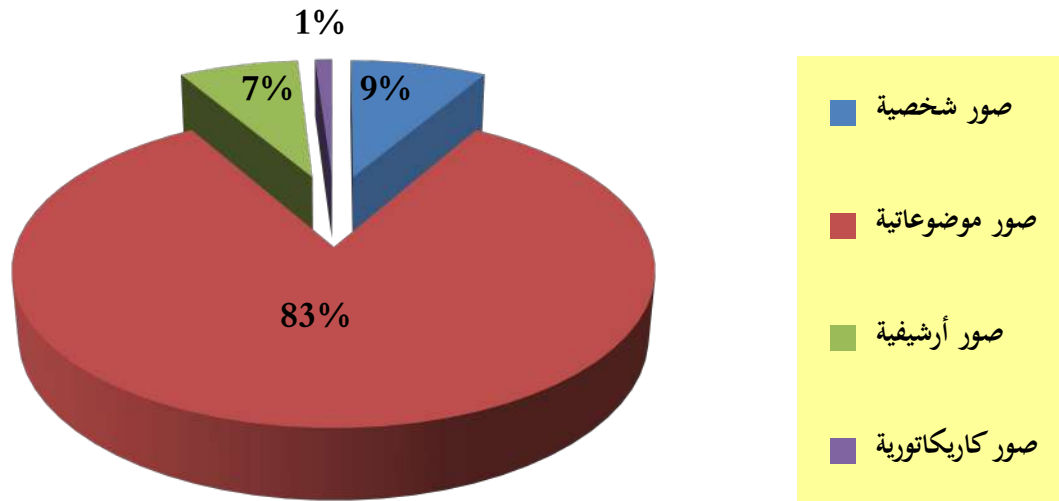
واللافت هنا هو تجنّب الصفحة إدراج صور شخصية لرموز تاريخية، وهو ما قد يدل على رغبتها في تحاشي الخطاب العاطفي المرتبط بالشرعية التاريخية، مقابل التركيز على الراهنية والمطالب الاجتماعية.

من جهة أخرى، نجد توظيفًا محدودًا للصور الأرشيفية بنسبة 07,36 %، وهي في الغالب شعارات أو صور رمزية أعيد استخدامها. (أنظر نماذج عن هذه الصور في الملحق رقم 06).

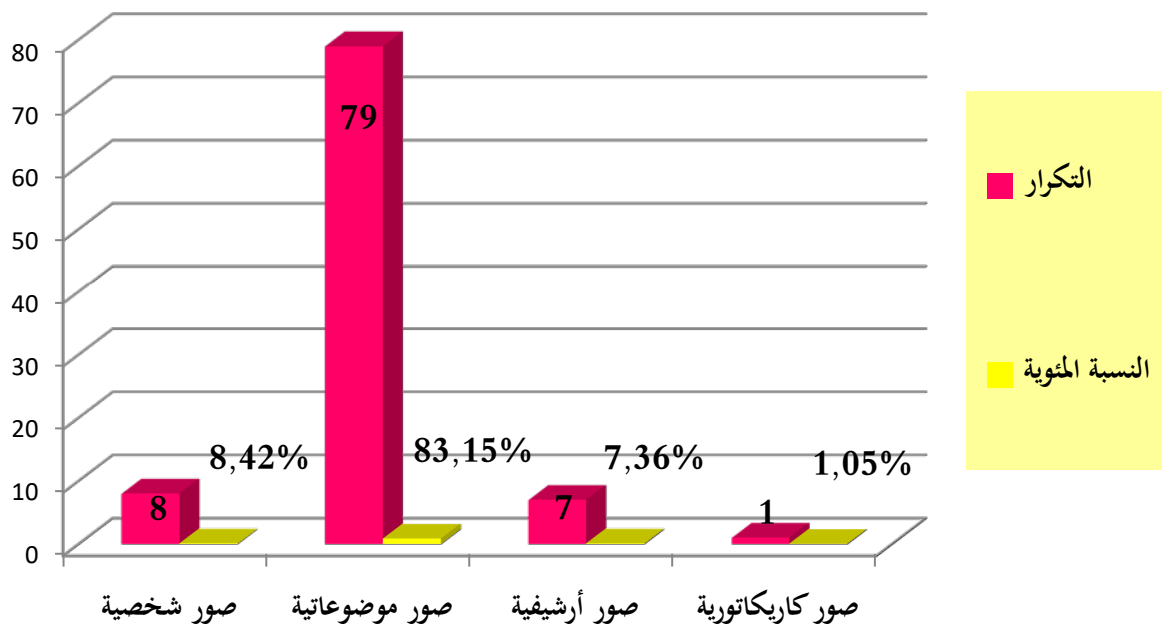
أما الصور الكاريكاتورية فلم تُوظّف إلا بنسبة ضئيلة جدًا (01,05 %)، مما يشير إلى ابتعاد الصفحة عن أسلوب التهكم أو السخرية في تناول الأحداث، مفضّلة نبرة جدية قد تتماشى مع الطابع التوعوي الذي بدأت تتبناه. (أنظر نماذج عن هذه الصور في الملحق رقم 07).

كما يتضح من خلال دراسة هذا الجدول أن الصفحة المدروسة لم توظف الأشكال البيانية وبالتالي فقد فوتت الصفحة فرصة تقديم المعلومات بوحدة من أهم الأدوات التي تدعم النص بامتياز والتي صارت تعين المتصفح على فهم واستيعاب ما يقدم له من معلومات ويزيد من الإقناع لديه وهي من السمات التي صارت تؤكد عليها صحافة المواطن.

تؤكد هذه المعطيات في مجملها اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي، ممثلة في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بالصور خلال فترة ما قبل الحراك إدراكًا منها أنها عنصرًا هامًا في صناعة الأخبار للرأي العام وبالتالي المساهمة في خلق اتجاهات مؤثرة عليه. كما يظهر هذا التوزيع أن الصفحة وظّفت الصورة كأداة رئيسية في التعبئة والتوثيق، أكثر من كونها وسيلة جمالية أو ساخرة. كما يُعزز هذا التوجه أيضًا قراءة الصفحة بوصفها فاعلاً اتصالياً رقمياً يسعى إلى بلورة رأي عام ووعي احتجاجي، من دون أن تُقدّم نفسها كجهة مؤسسية أو طرف سياسي مباشر.



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ب- طبيعة الصور

الجدول رقم 03 : طبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

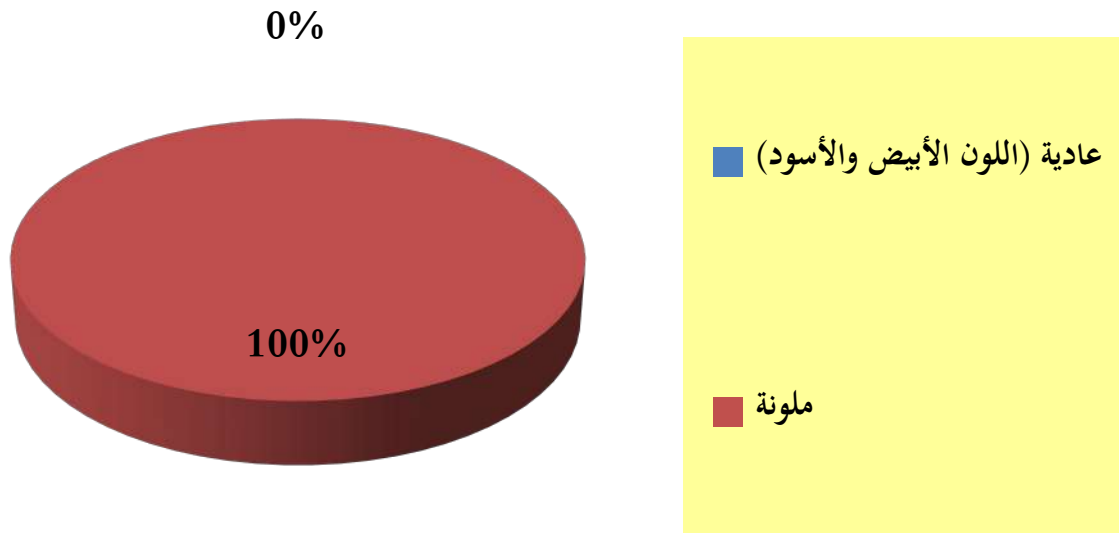
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

نسبة مئوية	عدد الصور	طبيعة الصور التكرار
00 %	0	عادية (اللون الأبيض والأسود)
100 %	95	ملونة
100 %	95	المجموع

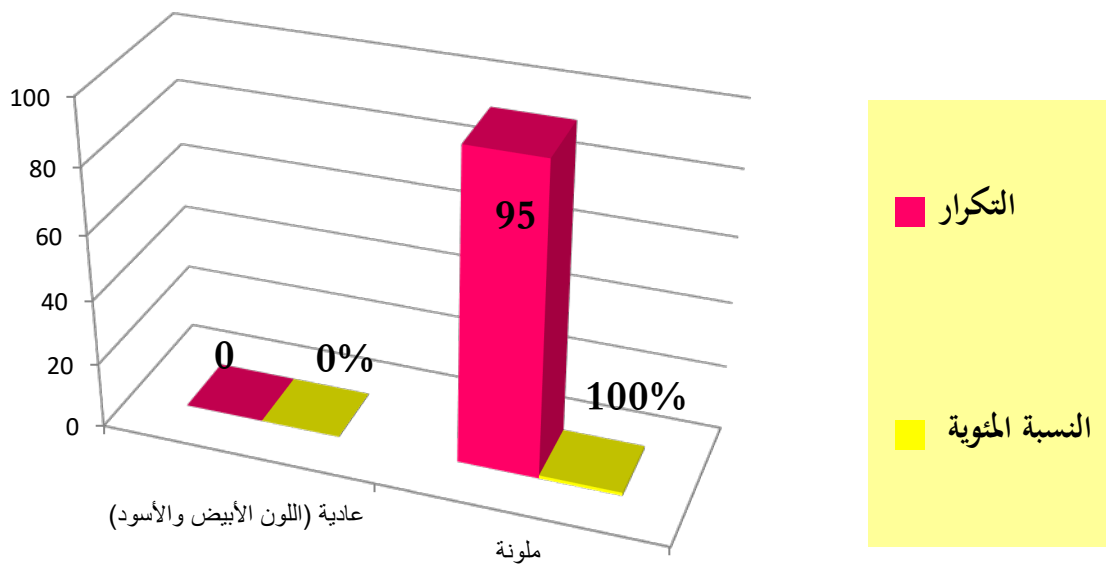
يوضح الجدول رقم 03 أن جميع الصور الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). جاءت ملونة بنسبة 100% في مقابل غياب تام للصور العادية (بالأبيض والأسود) وهذا ما يفسر حرص الصفحة على تقديم ما يشبع رغبات الجمهور بالمستوى المطلوب تماشياً مع ما أنتجته التكنولوجيا من مميزات تزيد من جذب المتلقي والتأثير عليه، وبالتالي تحقيق الرسالة للأهداف المرسومة لها. (أنظر الملحق رقم 08). ويعكس هذا التوجه نحو الصور الملونة حرص الصفحة على تقديم محتوى بصري جاذب يتماشى مع تطور الوسائط الرقمية، ويستجيب لتفضيلات الجمهور في بيئة تفاعلية. فالصور الملونة لا تكتفي بنقل المعلومة، بل تعمل على تعزيز التأثير الحسي والانفعالي للرسالة، وهو ما يساعد على ترسيخها في ذاكرة المتلقي. وتدعم هذه النتيجة الأدبيات العلمية الحديثة التي تؤكد أن التمثيل البصري، ولا سيما الصور الملونة، يؤدي دوراً محورياً في جذب الانتباه وتحفيز الاستجابة، كما تشير إلى ذلك دراسات¹ Barry (2005) و² Messaris (1997) محورياً في جذب الانتباه وتحفيز الاستجابة، كما تشير إلى ذلك دراسات¹ Barry (2005) و² Messaris (1997)، إذ تعتبر الألوان عاملاً محفزاً للحواس ومدعماً إدراكياً يساهم في بلورة الرسالة الاتصالية وتوجيه معناها. كما أن توظيف الصورة الملونة يعكس إدراكاً ضمنياً من القائم على الصفحة بأهمية التفاعل البصري في بناء التأثير، خاصة في السياقات الاحتجاجية التي تتطلب إثارة وجدانية وتوثيقاً بصرياً للأحداث.

¹ Barry, A. M. S. **Visual intelligence: Perception, image, and manipulation in visual communication**. Albany, NY: State University of New York Press. (2005).

² Messaris, P. **Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising**. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. (1997).



رسم توضيحي يبين طبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ت- مدى اقتران الصور بالتعليق النصي:

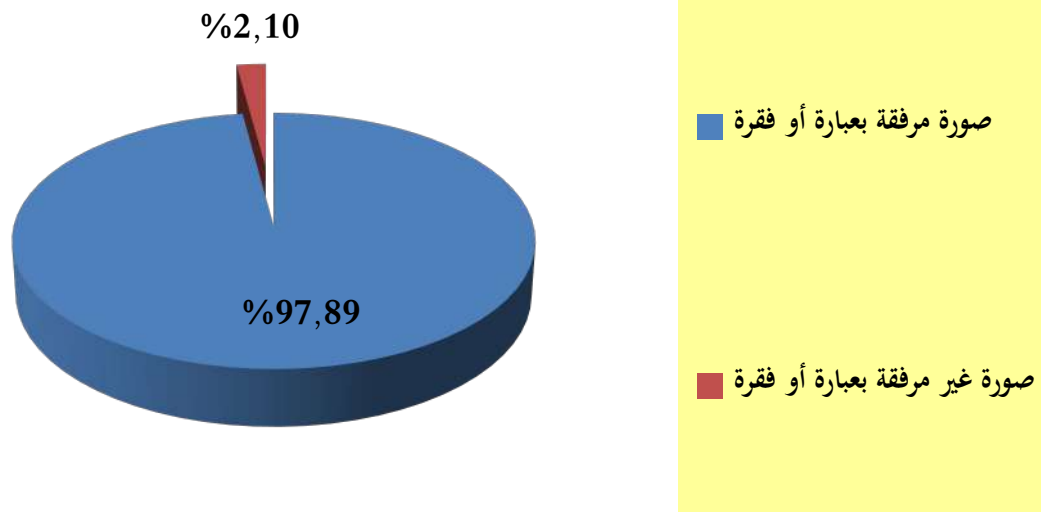
الجدول رقم 04: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

نسبة مئوية	التكرار	نوعية الصور التكرار
97,89 %	93	صورة مرفقة بعبارة أو فقرة
02,10 %	2	صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة
100 %	95	المجموع

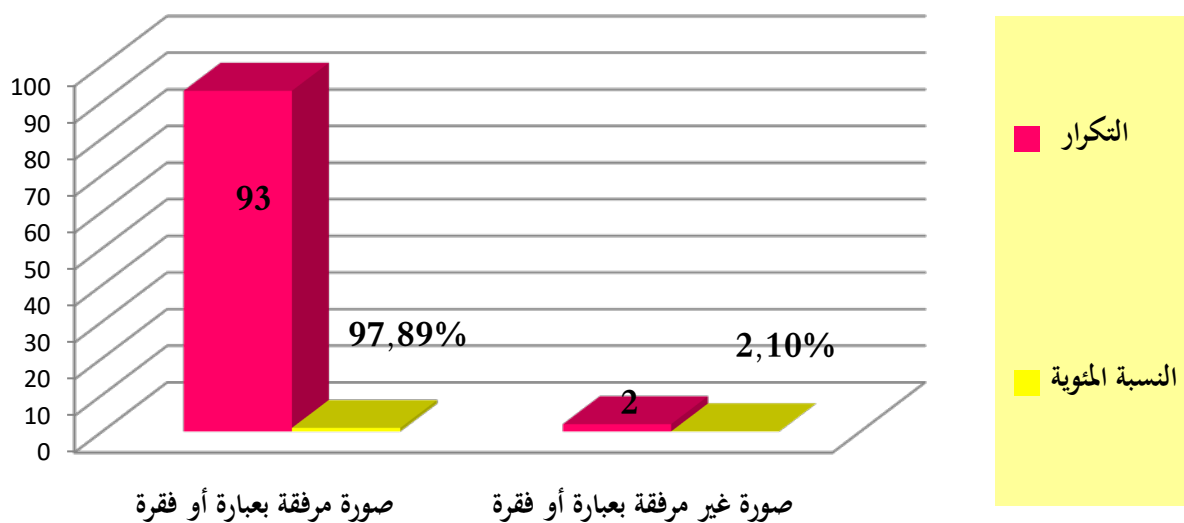
يظهر الجدول رقم 04 الخاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك الشعبي أن معظم الصور جاءت مرفقة بنصوص في شكل عبارة أو فقرة، بنسبة (97,89%) بمجموع 93 تكراراً، هذا يدلّ على أن الصفحة لم تستخدم الصور بشكل عشوائي أو لطابعها الجمالي فقط، بل كانت تحرص على أن ترافق كل صورة بعبارة تشرحها أو تُعبّر عن معناها. هذا الأسلوب من شأنه أن يُساعد الجمهور على فهم الرسالة التي تريد الصفحة إيصالها له بدقة أكبر، ويمنع وقوع تأويلات خاطئة أو متضاربة. ما يؤشر على إدراك الصفحة لوظيفة الصورة كمكوّن اتصالي لا يعمل بمعزل عن النص، بل يُوظّفه لتعزيز الرسالة المقدّمة، بدليل أن أغلب الصور كانت واضحة وتتماشى مع المضمون المرافق لها. ويُعد هذا الأسلوب من خصائص التواصل الرقمي الذي يعتمد على الصورة والكلمة معاً، ويستفيد من قوة التأثير البصري والكتابي معاً، ما يسمح له بآداء دور مزدوج هو الإبلاغ والتعبئة في آنٍ واحد، من خلال تقديم محتوى بصري موجّه يسهل تداوله، ويعزز فرص انتشاره في الفضاء الرقمي. ومن أمثلة التعليقات المصاحبة للصور نأخذ النموذج الصادر بتاريخ 01 جانفي 2018 على الساعة 13:37. (أنظر الملحق رقم 09).

في حين أن الصور غير المرفقة بعبارة أو فقرة بلغت نسبتها 10,02% بمجموع تكرارين لا غير. وهذا الضعف في استخدام الصور غير المرفقة يؤكد أن الصفحة لا تكتفي بالإحالة البصرية فقط، بل تسعى لتأطير القراءة من خلال نص موجه، وهي خاصية تعكس حرصاً ضمنيّاً على ضبط التأويلات، وتوجيهها نحو المعاني التي تتماشى مع طبيعة رسائلها الاحتجاجية، دون أن تسلك خطاباً مباشراً أو مؤسساتياً، باعتبارها مجرد صفحة فايسبوكية. ومن أمثلة ذلك نذكر على سبيل الاستدلال ما ورد في الصورتين المنشورتين بتاريخ 11 فيفري 2019. (أنظر الملحق رقم 10).

وعليه يمكن القول أن اقتران الصور بالنص التعليقي يشير في حقيقة الأمر إلى توظيف واعٍ للوسائط البصرية ضمن رسالة الصفحة، ويعكس حرصها على بناء محتوى تعبيرى مؤطر لا يكتفي بالإبلاغ، بل يسعى إلى التأثير وتوجيه الرأي العام في ظل تصاعد مؤشرات الأزمة دون أن تسلك خطاباً مباشراً أو مؤسساتياً، باعتبارها مجرد صفحة فايسبوكية.



رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

3. فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك
الجدول رقم 05: يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك
(ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

نوع الوسائط التكرار	التكرار	نسبة مئوية
صور	95	86,36%
فيديوهات	13	11,81%
تسجيلات صوتية	0	0%
روابط الكترونية	2	01,81%
الاستفتاء	0	0%
المجموع	110	100%

يكشف الجدول رقم 05 المتعلق بأنواع الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الأزمة عن هيمنة شبه مطلقة للوسائط البصرية الثابتة وبخاصة الصور التي وظفت بنسبة بلغت 86,36% بمجموع 95 تكرارًا. مقابل نسبة ضئيلة للفيديوهات (11,81%)، وانعدام شبه تام لأنماط أخرى كالتسجيلات الصوتية أو الاستفتاءات.

الملاحظ أن الصور لم تكن توثيقا ثانويا للأحداث، بل أداة لكشف المعاناة والاحتقان الداخلي بطريقة موجزة ومباشرة تتناسب مع منطق التلقي السريع في شبكات التواصل الاجتماعي، ما يسمح للمحتوى بسرعة الانتشار خاصة وهي تنقل الحشود الشعبية لإضراب الأطباء المقيمين ومسيرة المعلمين المستخلفين وحركات رافضة لارتفاع الأسعار ومسيرات متقاعدي الجيش وأيضا نشر صور لشباب أثناء الهجرة غير الشرعية وشخصيات سياسة... إلخ (أنظر الملحق رقم 11).

أما الفيديوهات، فرغم قلتها نسبياً، (11.81%) بمجموع 13 تكراراً إلا أنها مثّلت وسائط مرّكبة تحمل دلالات مزدوجة: فهي توثق الأحداث (كالاتجاجات أو الهجرة غير الشرعية)، وتوظّف أحياناً في السخرية والنقد الرمزي (مثل نقل تفاعل القنوات الأجنبية مع ترشيح بوتفليقة فأوضحت الفيديوهات السخرية التي تعرضت لها الجزائر جراء العهدة الخامسة، كما تم نقل تصريحات الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة وتصريحات المترشحين هذا وتم نشر تصريح قناة BBC البريطانية عن حادثة العياشي)، ما يعكس وعياً ضمناً بقدرة الصورة المتحركة على إحداث تأثير أقوى من النص أو الصورة الثابتة، حتى وإن لم تعتمد الصفحة عليها بكثافة.

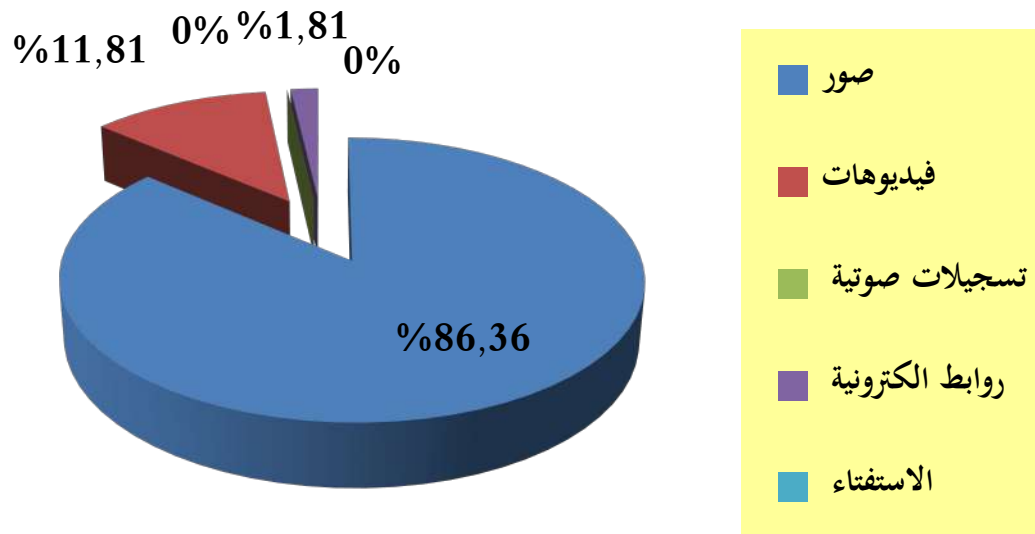
بعدها جاء توظيف الروابط الالكترونية بمعدل تكرارين فقط ما نسبته 01,81%.

في حين لم تسجل أي نسبة 0% لكل من التسجيلات الصوتية والاستفتاء، ما يعني غياباً كلياً لأدوات التفاعل مثل الاستفتاءات، مما يُشير إلى أن الصفحة لم تتبنّ نموذجاً تفاعلياً تشاركياً مع جمهورها، بل اكتفت بدور الإبلاغ والتوجيه من الأعلى إلى الأسفل (Top-Down Communication) وهذا ما يعزّز الطابع الإخباري أو التعبوي أكثر من كونه تفاعلياً أو تشاركياً، مع المتابعين.

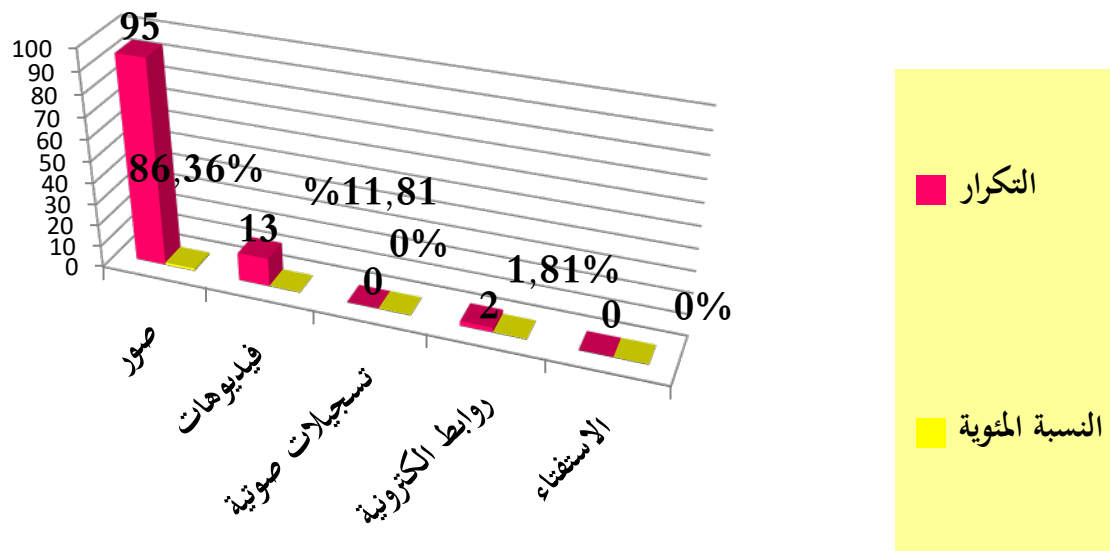
كما أن انعدام استعمال التسجيلات الصوتية أو المقاطع الصوتية يوضح أن الصفحة لم تنوّع في أساليب إيصال المعلومة، ربما إما لاعتبارات تقنية (صعوبة تحميل الصوت) أو لخصوصية الفايسبوك الذي يُفضل فيه المحتوى البصري والمرئي أكثر من الصوتي، أو لأن جمهور الصفحة لم يكن مهتماً لاستهلاك هذا النمط في تلك الفترة.

وبالتالي أبرز تحليل مرحلة "ما قبل الحراك" أن الصفحة المدروسة لم توظف الاستفتاء لمعرفة آراء متصفحيها في أي موضوع كان مهماً كانت أهميته مما يفسر أنها كانت تعتمد إلى تزويدهم بالمعلومات أكثر من محاولة معرفة مواقفهم من الأحداث، وبالتالي يكشف نمطاً أحادي الاتجاه في الاتصال الرقمي للصفحة، ما يعكس وظيفة إبلاغية أكثر منها تفاعلية، مما يجعل الصفحة أقرب إلى فاعل رقمي يوصل الرسائل ولا ينخرط في الحوار الفعلي.

كما تؤكد هذه المعطيات في جوهرها قلة توظيف الصفحة للفيديوهات من أساسه على اعتبار أن توظيف 13 وسيطاً لا غير يعكس إما ضعف حجم اهتمامها بهذا النوع مقارنة بما أظهرته من اهتمام بالصور أو محدودية الوسائل التقنية لدى القائمين على الصفحة، أو اختياراً واعياً لتقليل المحتوى الذي قد يُفهم على أنه تحريض مباشر.



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ب- نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)

الجدول رقم 06: يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل

الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

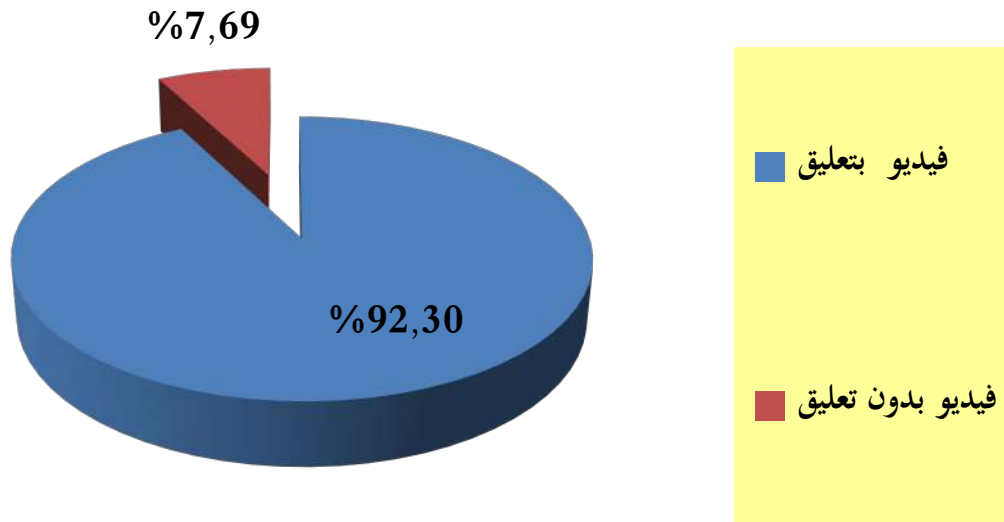
أنواع الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديو بتعليق	12	92,30%
فيديو بدون تعليق	01	7.69%
المجموع	13	100%

يعتبر الفيديو شكلا من أشكال الوسائط المتعددة التي صار توظيفها في شبكات التواصل الاجتماعي ذات أهمية كبيرة في توصيل أي محتوى يراد نشره، باستخدام عناصر مرئية وصوتية متنوعة تسمح بالتأثير على المتصفحين لاسيما وأن الفيديو قياسا لمستوى الإقبال عليه من قبل الناس وسيلة أكثر قوة من النص عندما يتعلق الأمر بسرد القصص وإقامة اتصال يعتمد بشكل كبير على الاستمالات العاطفية والبعد الإنساني مع الجمهور، كما تؤكد على ذلك العديد من الدراسات المتخصصة.

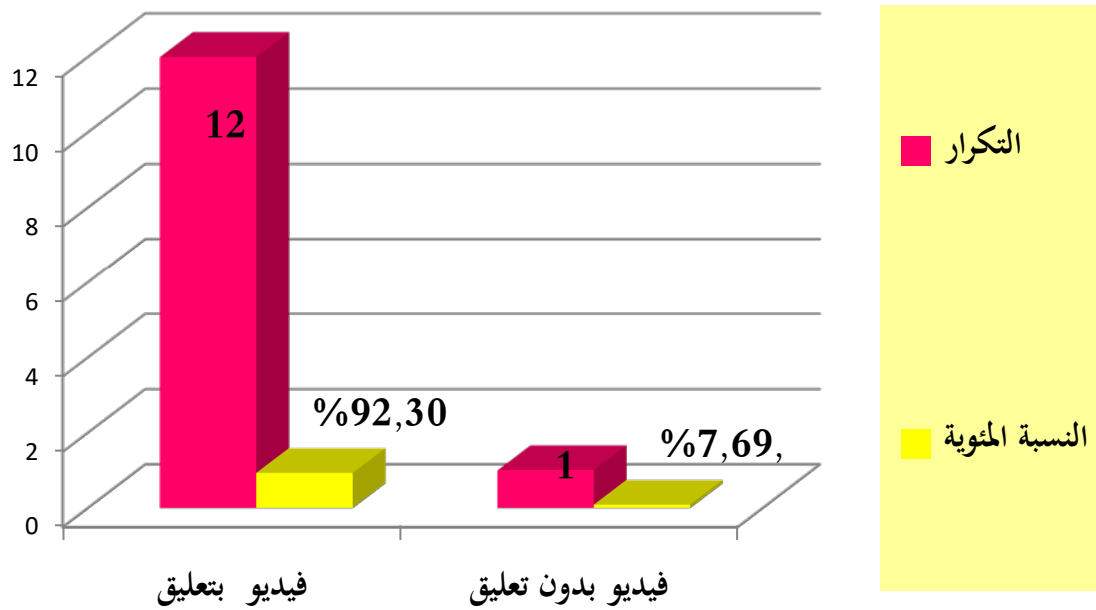
بناء عليه فقد كشف الجدول رقم 06 المتعلق بأنواع الفيديوهات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) أن الغالبية العظمى من الفيديوهات (92,30 %) جاءت مصاحبة لتعليق غالبا ما تتخذ شكل عنوان أو شرح موجز لمحتوى الفيديو، حتى يتمكن المستخدم للصفحة من معرفة محتواه. هذا الاختيار الاتصالي يُشير إلى أن الصفحة لم تكتفِ بمجرد بث الفيديو كوسيلة بصرية تلقائية، بل حرصت على توجيه القراءة من خلال النص المرافق، ما يُبرز سعيها لتأطير الرسالة ضمن مضمون معين.

يُضاف إلى ذلك أن معظم الفيديوهات كانت ذات مدة متوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق). وكشفت معاينة الفيديوهات أنها لم تكن كلها من إنتاج فريق الصفحة ولكنها من مصادر مختلفة تم الإفصاح عنها بتضمين عناوين تحيل إليها هو ما يتماشى مع ميولات التلقي الرقمي على منصات التواصل، حيث يُفضل المستخدمون المحتوى السريع والمباشر.

أما في الحالات التي كانت فيها مدة الفيديو طويلة فقد كانت من إنتاج الصفحة عن طريق البث المباشر. في حين لم تستخدم الفيديوهات بدون تعليق إلا بنسبة ضئيلة جدا بلغت 7.69%. ويمكن القول أنهم بالرغم من أن عدد الفيديوهات (13 فقط) يبقى محدودًا مقارنة بالصور، إلا أن طبيعتها التوثيقية والتعبيرية تجعل منها وسيطاً تعبويًا بصرياً يسهم في نقل الواقع الحي، والتأثير العاطفي، وتوسيع مدى التفاعل الرقمي حول قضايا اجتماعية وسياسية متصاعدة.



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ت- مدّة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)

الجدول رقم 07 يبين مدة الفيديوهات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

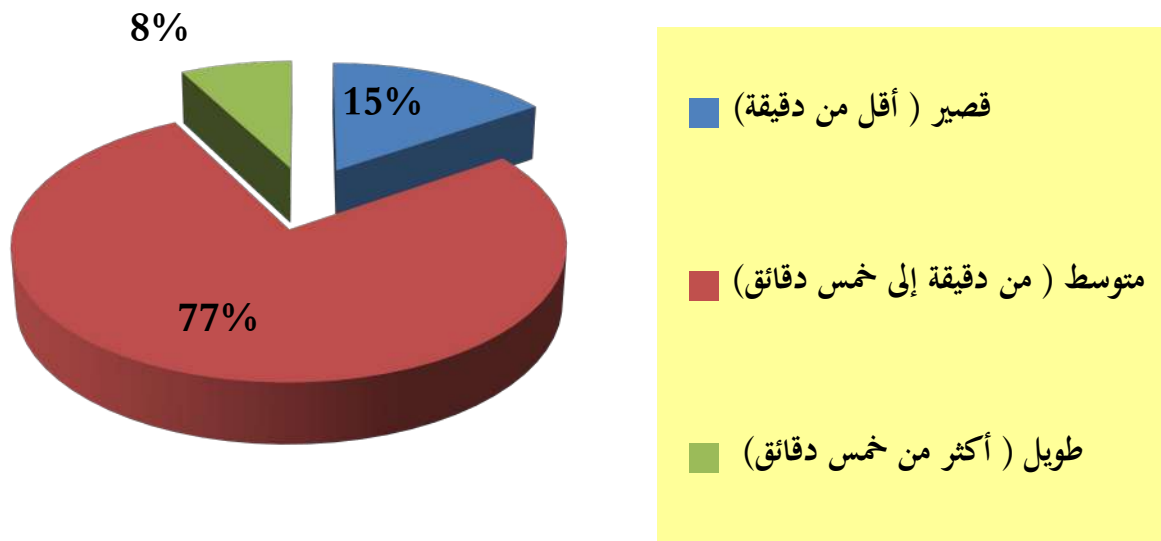
التكرار	مدة الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
قصير (أقل من دقيقة)	02	15,38%	
متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)	10	76,92%	
طويل (أكثر من خمس دقائق)	01	07,69%	
المجموع	13	100%	

يظهر الجدول رقم 07 أن أغلب الفيديوهات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال الفترة التي تسبق الحراك بالشعبي كانت مدتها متوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق) وذلك بنسبة 76,92% بمجموع 10 تكرارات، وهو ما يعكس حرص الصفحة على تقديم محتوى سمعي بصري يجمع بين الإيجاز والعمق، أي أنه لا يُرهق المتلقي بفيديوهات طويلة، وفي الوقت نفسه يمنحه حيزًا زمنيًا كافيًا لفهم الفكرة أو الرسالة.

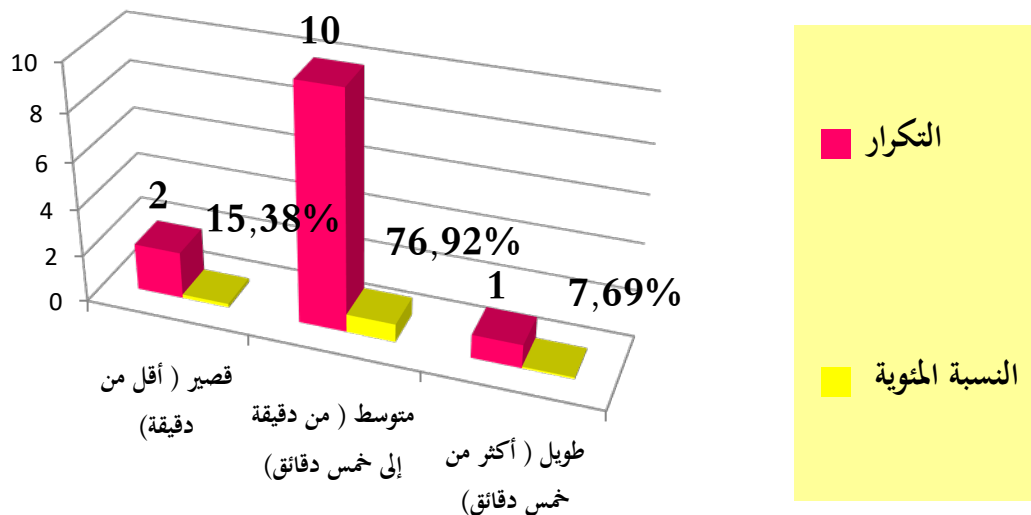
كما يتماشى هذا الاختيار مع خصائص الاستهلاك الإعلامي في بيئة الاتصال الرقمي، حيث يميل الجمهور إلى الفيديوهات المتوسطة زمنًا، القادرة على جذب الانتباه دون التسبب في "إرهاق بصري" أو ملل، وهو ما تؤكدته أدبيات صحافة المواطن التي تعتبر المدة من دقيقة إلى خمس دقائق المثلى في شبكات التواصل لتقديم الرسائل المؤثرة والمركزة، خصوصًا في السياقات الاحتجاجية.

أما الفيديوهات القصيرة (أقل من دقيقة) فقد أخذت نسبة 15,38% بمجموع تكرارين واستخدمت في الغالب لنقل مواقف آنية أو تصريحات مختزلة، مثل تصريحات المترشحين أو لقطات سريعة لانتقاد مشروع العهدة الخامسة، وهي تُوظف أساسًا لأغراض الإثارة أو التفاعل الفوري.

في المقابل، مثّلت الفيديوهات الطويلة (أكثر من خمس دقائق) أضعف نسبة بلغت 07,69%، واقتصرت على حالات البث المباشر. وهو ما يمكن قراءته في ضوء التحوّل الوظيفي للصفحة من مجرد ناقل للمعلومة إلى فاعل اتصالي يسعى تشكيل المواقف، خاصة في سياق تصاعد الاحتجاج. فالفيديو الطويل يُتيح فسحة أكبر لطرح المواقف والرؤى.



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ث - طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)

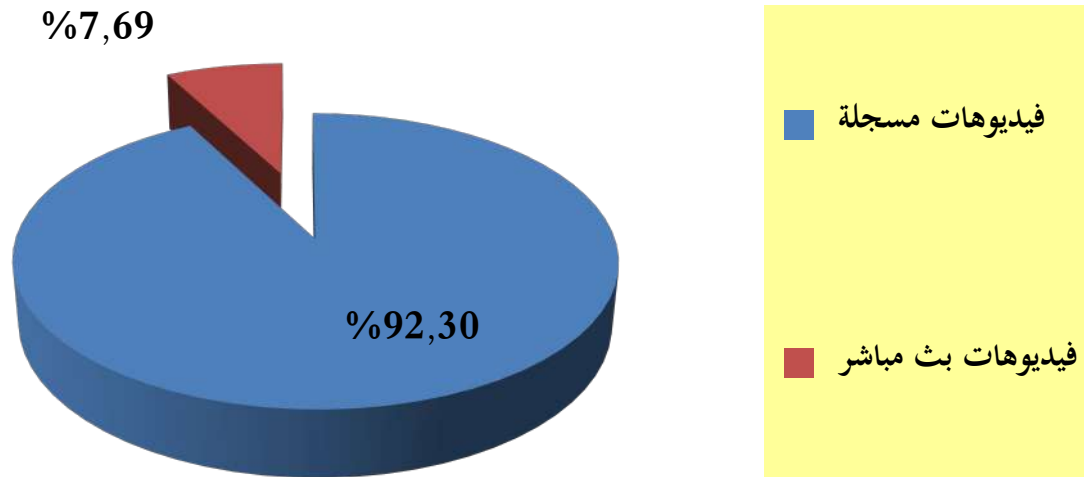
الجدول رقم 08 يبين طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك

(ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

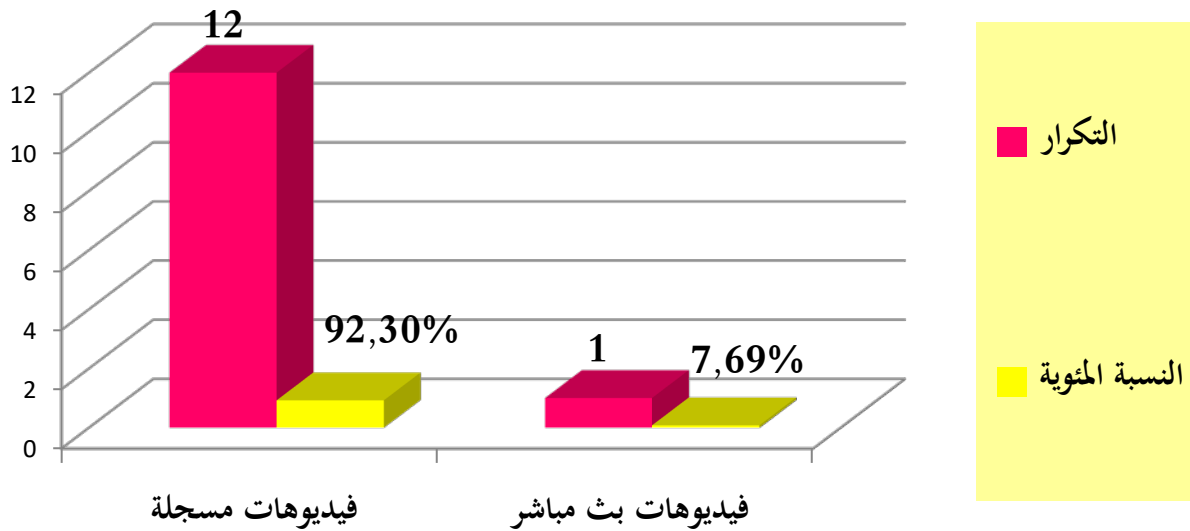
طبيعة الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديوهاات مسجلة	12	92,30%
فيديوهاات بث مباشر	01	07,69%
المجموع	13	100%

إن القراءة الظاهرة للجدول رقم 08 المتعلق بطبيعة الفيديوهاات من حيث مباشرة أم مسجلة تظهر أن الفيديوهاات المسجلة احتلت المرتبة الأولى من حيث التوظيف، إذ بلغت نسبتها 92,30 % بمجموع 12 فيديو. وهو ما يدل على أن الصفحة كانت تفضل اختيار الفيديوهاات وتقديمها بشكل مدروس بدل الاعتماد على النقل المباشر، مما يعكس رغبتها في بناء خطاب احتجاجي منظم ومتزن، يركّز على إيصال رسائل ذات معنى سياسي واجتماعي، أكثر من الاعتماد على التفاعل الفوري والعفوي مع الجمهور.

والملاحظ أيضا أن الصفحة المدروسة لم تستفد من مزايا البث المباشر (البث الحي) الذي يعطي مصداقية أكثر للأخبار المنقولة ويعزز ثقة المتصفح لمحتوى منشورات الصفحة بدليل أنها لم توظفه إلا مرة واحدة من مجموع الفيديوهاات الموظفة بنسبة 7,69%. وقد تضمن الفيديو شعارات سياسية واقتصادية وشهادات احتجاجية شبابية نابعة من الفضاء الجماهيري للمدرجات، فقد كان خاصا بنقل مباشر للمناصرين وهم داخل الملعب بصوت واحد يطلقون مقاطع يخاطبون الدولة بأن الشباب ضائع في المخدرات و لا تعني به مهمة بشؤون الآخرين وبالعلاقة مع فرنسا بقولهم: «livret راي دايراتو مع فرنسا»، «وحنا صحتلنا المؤسسة دايرتها لتعذيب الشباب» «لمعيشة والله ما راهي reglo».



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ج- أهداف الفيديوهاات المنشورة قبل الحراك

يظهر التحليل النوعي لمضامين الفيديوهاات التي نشرتها الصفحة قبل الحراك أن هذه الوسائط البصرية لم تُستخدم بشكل عشوائي أو ترفيهي، بل حملت في طياتها رسائل رمزية مكثفة، تمثل مؤشرات مبكرة على حالة الاحتقان الاجتماعي والسياسي التي سبقت انطلاق الحراك الشعبي.

1- التعبير عن الوعي الجماعي:

ركزت العديد من الفيديوهاات على توثيق الهتافات والأغاني الجماهيرية في الملاعب، والتي تجاوزت أبعادها الترفيه لتتحول إلى أدوات احتجاجية تحمل مضامين اجتماعية وسياسية. فقد صوّرت الفيديوهاات المعروضة جماهير مولودية الجزائر و"اتحاد الحراش" و"شباب قسنطينة"، وهو يعبرون عن رفضهم للوضع القائم باستخدام أغاني ملحنة ذات طابع رمزي، من بينها أغنية "مكاش الرايس... كاين تصويرة"، التي اجتاحت الملاعب وصفحات التواصل، رافضةً العهدة الخامسة، ومُصوّرةً مشاهد الغبن الاجتماعي، والهجرة غير الشرعية، وتفشي الفساد.

2- نقد النظام السياسي والتعبير عن التهميش:

وثّقت الصفحة أيضًا مشاهد مصورة من مدرجات الملاعب، عكست من خلالها احتجاجات شبابية ضد السياسات الرسمية، خاصة في ما يتعلق بالإقصاء والتهميش. جاءت بعض التعبيرات على لسان مناصرين يردّدون جماعيًا عبارات ساخرة وناقدة مثل: "لكراسا رام يتقاسمو" **a huis clos**، "راحو يركبوا الزوالي"، وغيرها من الشعارات الرافضة للواقع الاجتماعي والسياسي، مما يُظهر وعيًا نقديًا متصاعدًا في الأوساط الشبابية. والملاحظ أن هذا النوع من الرسائل كان يمثل إشارات لتأزم الأوضاع الداخلية في البلاد وهو ما حرصت الصفحة المدروسة على إظهاره، عاكسة في الوقت ذاته صمت أغلب النخب السياسية والفكرية وحتى الإعلامية عن الوضع الذي يعانيه الشعب الجزائري، فجاءت الأغاني المنقولة عبر تقنية الفيديو لتعطي رسائل تعبر عن آلام الشباب في وطنهم وأشهرها أغنية "بابور اللوح" أي "قارب الخشب"، الذي يستعمله الشباب في الهجرة إلى سواحل الضفاف الأوروبية، تحمل في أعماقها مأساة إنسانية، قبل أن تكون فشلا سياسيا ذريعا لنظام الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة، ففي ذروة الحرب الأهلية، لم يحدث أن غادر الشباب الجزائري بلاده بهذا الشكل والكَم، كما حدث خلال السنوات الأخيرة من عمر النظام السابق.

كذلك جاءت الهتافات تنادي بالبيروقراطية وانتشار الفساد لتوضح رسائل في هذا الصدد حيث جاء على لسان المناصرين "غير الرشاوى لا يحبون الزوالي الفقير".

وقد حرصت الصفحة على نقل هذه الهتافات المصورة دون أن تتبنى خطابًا مؤسسيًا واضحًا، ما يعكس وظيفتها كوسيط رقمي يعيد إنتاج نبض الشارع".

3-توظيف البعد الرمزي والثقافي في السخرية السياسية:

لقد أعطت الصفحة بعدا آخر لرسائلها برز من خلالها استخدام بعض الفيديوهات لرموز من الثقافة الشعبية والفنية، مثل مسلسل "عاشور العاشر"، لتقديم نقد ساخر للوضع القائم، حيث تم ربط شخصيات المسلسل بالواقع السياسي في الجزائر، كما في أغنية "المملكة 2018" التي تناولت بالرمز التفاوت الطبقي، والتلاعب بالسلطة، والانفصال بين الشعب وصنّاع القرار جاء في محتواها ما يلي: «يا رب فرج علينا، والمملكة راهي في حالة، وحنّا لي صاير فينا، والشكوى للعالي مولانا، كي تشوف الأمير لقمان (شخصية في المسلسل) في موريتي راهو يتقلش (موريتي إقامة الدولة الخاصة بالوزراء والمسؤولين وأبنائهم) والزوالي مشتاق طعام، في ضربة واحدة زدّو لكشي (ارتفاع أسعار المعيشة)، ويحيا فارس الجنرال (شخصية في مسلسل عاشور العاشر)، لي عندو كامل الحقوق (إشارة إلى أنّ قيادات الجيش والمسؤولين يتمتعون بكامل الحقوق بينما الشعب البسيط لا يملك أدنى حق».

4-التوثيق الإنساني للمآسي الاجتماعية:

كما حرصت الصفحة على نقل مقاطع توثق معاناة "الحرقاة" والمهجرين، ما يعكس حضور الهمّ الإنساني والاجتماعي كجزء من الوعي السياسي الذي بدأ يتبلور قبل الحراك. من بين ذلك، فيديو يُظهر عملية ترحيل جزائريين من سجن "مالطة" الإسباني إلى ميناء وهران، إضافة إلى مقاطع تعبّر عن الاحتجاجات على غلاء الأسعار، والبطالة، وانتشار المخدرات، واستفحال الفقر فجاءت الأغنية ترسم معالم سوء الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي كما تحدثت عن ظاهرة الحرقاة في مقارنة أنّها لم تحدث حتى في زمن العشرية السوداء في ظل انعدام الأمن حيث رصدت لنا ظاهرة الوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي المتدني في الجزائر مما دفع الشباب إلى "الحرقاة" واستهلاك المخدرات والأقراص المهلوسة واتساع رقعة الفقر والتسول والبطالة واستفحال ظواهر أخرى كالجرّمة والسرقة والفساد. وفي هذا الصدد تم نقل فيديو للحرقاة وهم يحتجون على الوضع حيث تم ترحيلهم من سجن ملقة بإسبانيا والوجهة العودة إلى الجزائر بنقلهم لميناء وهران. بالإضافة إلى تناول مشكل ارتفاع أسعار البنزين في فيديو فكاهي يحمل دلالة لما يعانيه الشعب الجزائري. وهذه نماذج لما جاء في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" والتي حرصت على تقديمها لمتصفحها عبر العديد من الفيديوهات المنشورة داخلها

والتي حملت بعضها تعاليق من نوع: «نقدم لكم المهزلة هذا هو رئيس مجلس الأمة لجزائر 2019 🤔🤔» Unbelievable

«التبهدايل 🤔🤔» «باسم الانسانية خلوه يرتاح» «اليوم من وهران ضد العهدة الخامسة» «اسمع صوت الشعب يالي قلت الشعب جد سعيد»، «هذا هو الحل بعد الزيادة في أسعار البنزين 2018 🤔🤔🤔🤔» «لحظة إركاب الحراقة بسجن #ارديجونا بملطا ونقلهم الى الميناء والوجهة العودة إلى الجزائر (ميناء وهران) 🤔» "حالة الجزائريين في 2018 والله ما يستهل شبابنا هاذ الحالة حسبنا الله و نعم الوكيل وكأننا في حرب الكل يهجر الجزائر"، "شكون راح يخلف مولاي عاشور العاشر في 18 أفريل؟؟" «تحية للشعب الجزائري العظيم».

5- نقد الحملة الانتخابية والسلطة السياسية:

تناولت بعض المقاطع المرافقة للانتخابات الرئاسية طريقة تسويق صور المترشحين، وُصفت في أحد التعليقات بـ "كرنفال في دشرة"، ونقلت الصفحة أيضا تصريحات المسؤولين سواء المترشحين للانتخابات أو الداعمين للعهد الخامسة ونجد من بين التصريحات التي صنعت الحدث تصريح ولد عباس بتاريخ 27 جويلية 2018 وهو يرد عن احتجاجات الطلبة بقوله: «مكانش تعليم جامعي في العالم مثل الجزائر ... حتى في ألمانيا وفرنسا معندهم مش خدمات جامعية كيما تاعنا». وقد شكّلت هذه الفيديوهات مادة رمزية تؤثّق فجوة الوعي بين الطبقة السياسية

6- نقل التغطيات الإعلامية الدولية:

كما تضمنت العينة المدروسة فيديوهات تنشر مسيرات ضد العهد الخامسة وفي نفس السياق يتم نشر مقطع لحصة تلفزيونية على قناة "العربية" بتاريخ 17 فيفري 2019 فيه سخرية للرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة جراء ترشحه لعهد خامسة.

كما تم نشر فيديو عن قناة BBC وهي تتحدث عن حادثة العياشي التي أخذت جزءا كبيرا في تلك الفترة متهمين السلطة بالتهاون في إنقاذه. وسخرت من ترشح بوتفليقة لعهد خامسة، ما يُشير إلى توظيف الصفحة للفيديوهات كآلية لإبراز التغطية الخارجية للأزمة الجزائرية.

بناء على ما سبق يُظهر هذا التحليل النوعي أن الصفحة استخدمت الفيديوهات لنقل خطاب جماهيري احتجاجي غير مؤطر رسميًا، معبرة عن وعي جمعي متصاعد، من خلال توظيف رموز ثقافية وشعبية، وسرديات إنسانية، ومضامين سياسية ناقدة. وقد شكّلت هذه الفيديوهات تمهيدًا رمزيًا وتراكميًا لأجواء الحراك الشعبي، دون

أن تتبنى الصفحة خطاباً سياسياً مباشراً، بل حافظت على موقعها كوسيط رقمي يعيد نشر ما يُنتجه الشارع من رسائل متعددة الأصوات.

ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل ؟)

04- فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

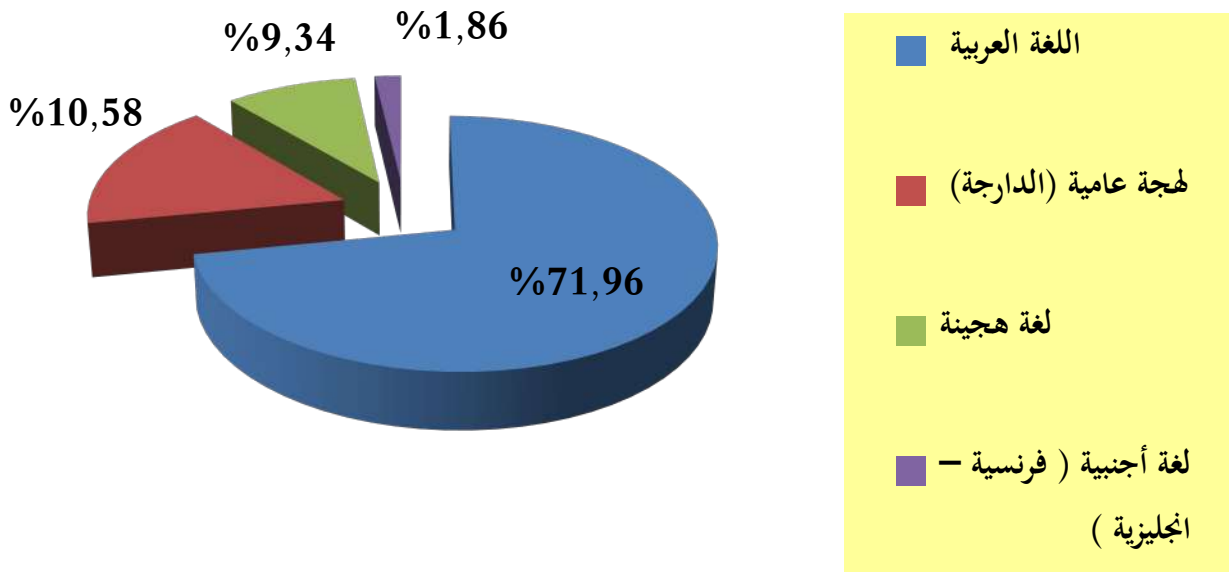
الجدول رقم 09 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة مئوية	التكرار	طبيعة اللغة التكرار
71,96%	77	اللغة العربية
10,58%	18	لهجة عامية (الدارجة)
9,34%	10	لغة هجينة
1,86%	2	لغة أجنبية (فرنسية - إنجليزية)
100%	107	المجموع

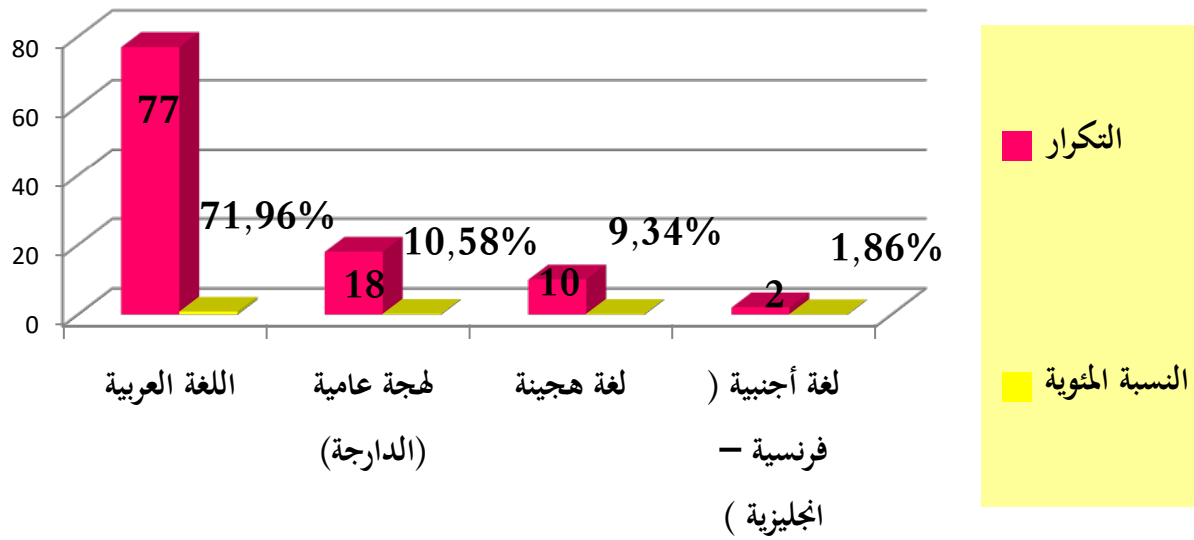
من خلال قراءة الجدول رقم 09 الخاص بفئة اللغة المستخدمة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك أي ما قبل الأزمة يتضح أن أغلب المواضيع التي يتم عرضها جاءت باللغة العربية بنسبة 71,96%. تلتها المنشورات الصادرة باللهجة العامية التي أخذت نسبة 10,58% بمجموع 18 تكراراً، ثم اللغة الهجينة بنسبة 9,34%.

وترتبت اللغة الأجنبية (فرنسية - إنجليزية) كآخر نسبة في البيانات بنسبة 1,86%.

وهذا ما يفسر لنا أن صاحب الصفحة ذو مستوى تعليمي يؤهله لتسيير الصفحة ونشر مضامين باللغة العربية كونه يخاطب جميع مستويات المجتمع وخاصة منها المثقفة.



رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

05- فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

الجدول رقم 10 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المصطلحات التكرار
19,52%	4	إضرابات
54,76%	23	احتجاجات
35,71%	15	مسيرات
0%	0	الحراك
100%	42	المجموع

من خلال الجدول رقم 10 يتضح أن أكثر المصطلحات توظيفا جاءت بصيغة احتجاجات بنسبة 54,76 % بمجموع 23 تكرارًا ومن أمثلة ذلك نجد ما تم نشره بتاريخ 15 سبتمبر 2018 « شكرا لكم أبناء وسكان ورقلة، نجحتم نجاحا باهرا ودخل هذا اليوم التاريخ 15 سبتمبر 2018...تحية للجميع...احتجاجات ومطالب اجتماعية سلمية... وستبقى سلمية...أكثر من خمسة وعشرون ألف حضر هذا الحدث (25.000)».

بتاريخ 25 ديسمبر 2018 «احتجاجات ومظاهرات اليوم بوهراڻ بسبب ظاهرة الحرقة والتهميش الذي يعاني منه الشباب».

بتاريخ 25 ديسمبر 2018 «احتجاجات ومظاهرات اليوم بوهراڻ بسبب ظاهرة الحرقة والتهميش الذي يعاني منه الشباب.» وبتاريخ 11 فيفري 2019 «#مباشر احتجاجات سلمية الآن بمنطقة الشلال بولاية المسيلة.»
تلتهها تسمية المسيرات نسبة 35,71% بمجموع 15 تكرارًا ومن أمثلته ما نشر يوم 9 جانفي 2018 على الساعة 14:19 «الشرطة تغلق كل المسالك المؤدية إلى وسط وهران بسبب مسيرة الأطباء، المقيمين!»، ومنشور

آخر على الساعة 16:14 «وهران اليوم مسيرة الأطباء» وبتاريخ 07 جانفي 2018 على الساعة 11:34 «صورة اليوم من مسيرة الأطباء في قسنطينة».

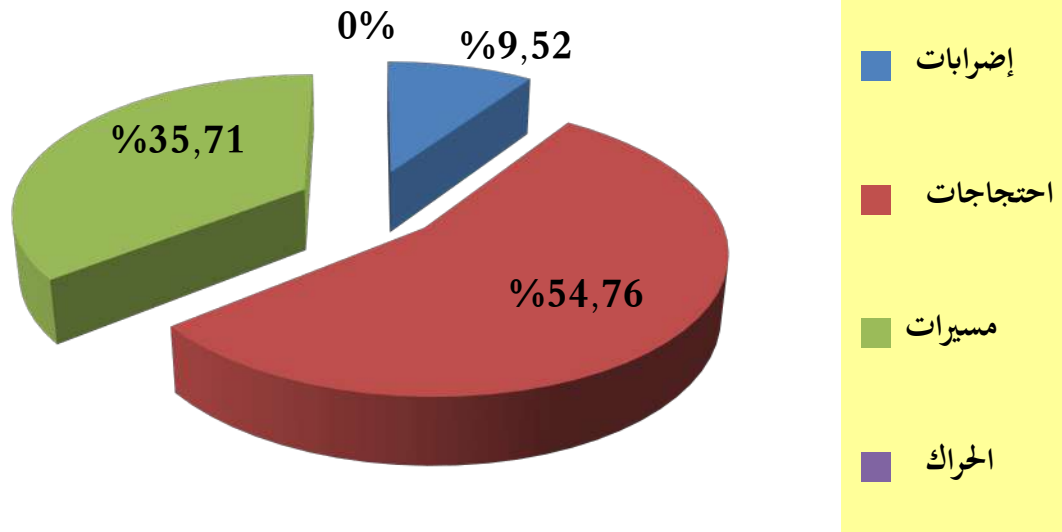
أما المرتبة الأخيرة فقد عادت لمصطلح الإضرابات التي حازت على 4 تكرارات فقط ما نسبته 9,52 % وفي مثال ذلك ما نشر يوم 31 جانفي 2018 على الساعة 13:01 «الأطباء المقيمين يهددون باستقالة جماعية وعدم ضمان الحد الأدنى من الخدمة بعد القمع المتواصل لهم وإفشال إضرابهم». وكتبت الصفحة بتاريخ 26 فيفري 2018 منشورا جاء فيه ما يلي :

«قررت #وزارة التربية في #الجزائر #توقيف 4000_أستاذ_مضرب عنالعمل واستبدالهم بأساتذة جدد، وأثار هذا القرار جدلا كبيرا في البلاد وأخرج التلاميذ الذين عبروا عن قلقهم على مسارهم الدراسي في #مسيرات و#احتجاجات واسعة، في الأثناء تتواصل جهود أحزاب السلطة لرأب الصدع بين نقابات التربية والوزارة الوصية».

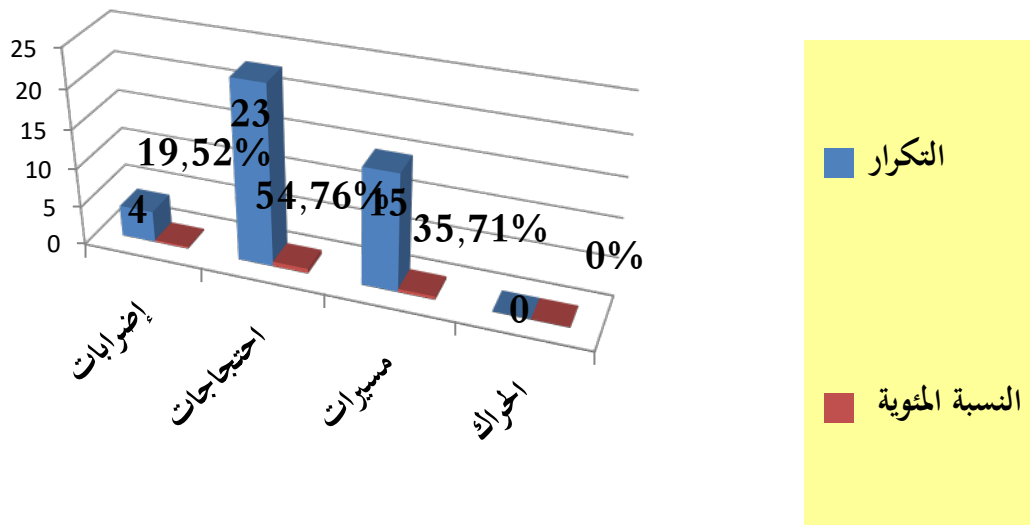
وبتاريخ 1 جانفي 2018 «أنباء عن بداية الإضراب وركن السيارات في الشارع احتجاجا على الزيادات في أسعار البنزين في كل من تيزي وزو، بجاية والبويرة.. ما رأيكم؟» «أنباء عن بداية الاضراب وركن السيارات في الشارع احتجاجا على الزيادات في أسعار البنزين في كل من تيزي وزو، بجاية والبويرة.. ما رأيكم؟» بتاريخ 15 أفريل 2018 «إضراب وطني للأساتذة يومي 28-29 أفريل تكتل نقابات الأساتذة يدعوا منخرطيه على حركة احتجاجية».

بتاريخ 10 مارس 2018 «وزارة التربية تأمر بخصم أيام الإضراب من منحة المردودية حسب القانون المعمول به».

في حين لم توظف الصفحة خلال مرحلة ما قبل الحراك نهائيا لفظ الحراك وإنما تعمدت توظيف تسميات مؤلوفة ذات صبغة اجتماعية ومهنية قائم أساسًا على مطالب وحاجيات أكثر من غيرها من التسميات الأخرى ولذلك جاء مصطلح الاحتجاج هو التسمية المعتمدة في غالب منشورات الصفحة.



رسم بياني طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019)



رسم بياني طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

06. فئة الموضوع:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك

الجدول رقم 11 خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك
(ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشورات التكرار
15,45%	17	منشورات سياسية
17,27%	19	منشورات اقتصادية
20,90%	23	منشورات اجتماعية
18,18%	20	منشورات تربوية
20%	22	منشورات مهنية بيداغوجية (الصحة)
1,81%	02	منشورات رياضية
6,36%	07	منوعات
100%	110	المجموع

من خلال الجدول رقم 11 يتضح أن أغلب المنشورات الموجودة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل

الحراك كانت بشكل منشورات اجتماعية بنسبة 20,90% بمجموع 23 تكراراً (أنظر الملحق رقم 12).

تلتها المنشورات المهنية البيداغوجية (الصحة) بنسبة 20% التي حازت على 22 تكراراً
(أنظر الملحق رقم 13).

بعدها المنشورات التربوية بنسبة 18,18% بمجموع 20 تكراراً (أنظر الملحق رقم 14).

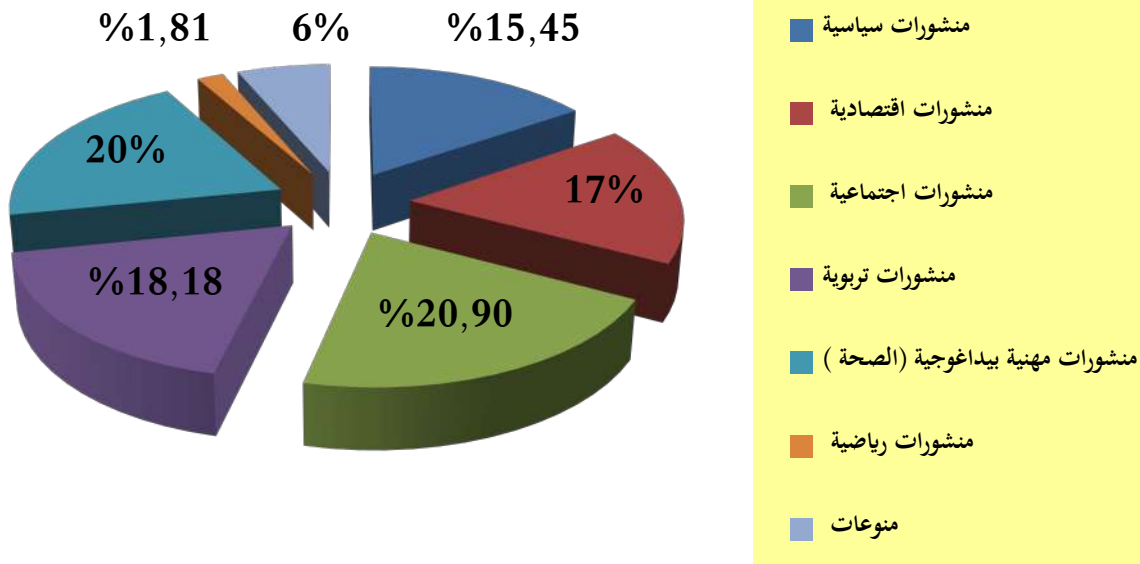
تعقبها المنشورات الاقتصادية بنسبة 17,27% وحازت هي الأخرى على 19 تكراراً. أما المنشورات

السياسية التي جاءت بمجموع 17 تكراراً بلغت نسبتها 15,45% (أنظر الملحق رقم 15).

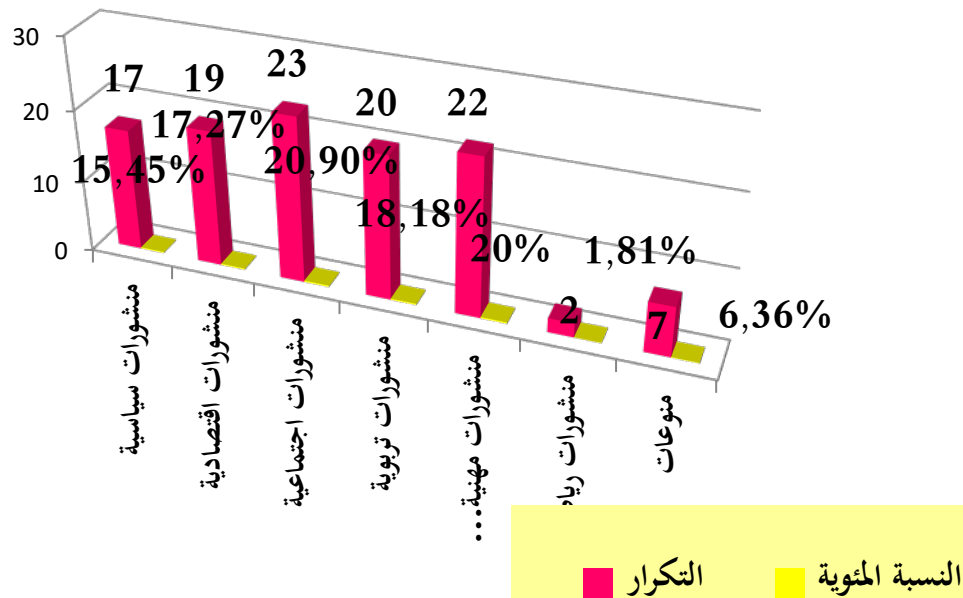
في حين تم توزيع منشورات متنوعة بنسبة 6,36% بتكرار 07 مرات (أنظر الملحق رقم 16).

أما المرتبة الأخيرة فكانت للمنشورات الرياضية بنسبة 1,81% بمجموع تكرارين.

هذه النسب تفسر أن مطالب الشعب الجزائري كانت في بدايتها اجتماعية بالدرجة الأولى، نتيجة واقع اجتماعي معاش حيث كان التهميش نقطة زادتهم رغبة في التغيير سواء من الناحية الاجتماعية أو الاقتصادية وصولاً إلى الوعي في التغيير السياسي.



رسم توضيحي خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري

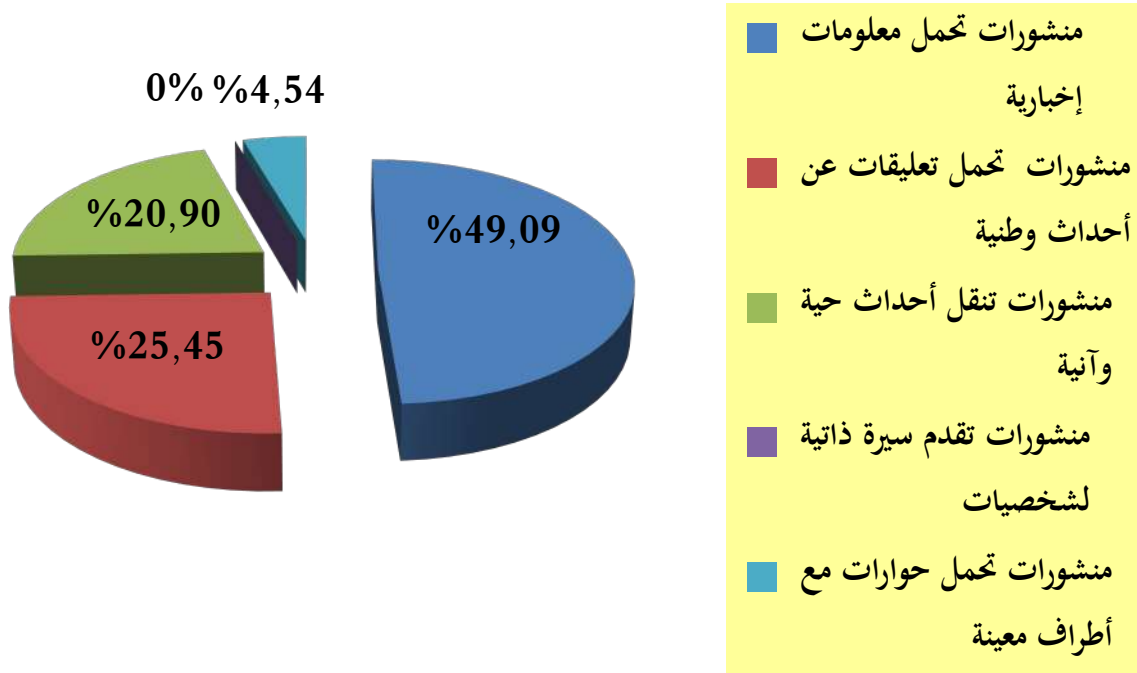
ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

الجدول رقم 12 المتعلق بخصائص منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

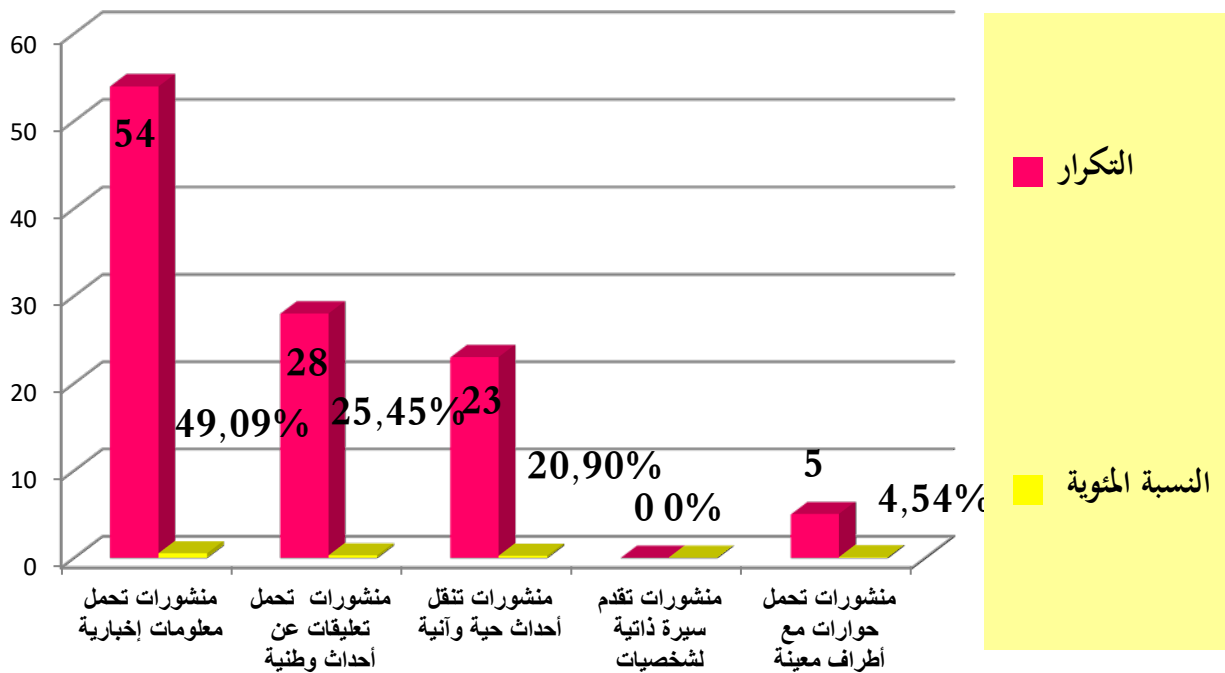
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشورات
49,09%	54	منشورات تحمل معلومات إخبارية
25,45%	28	منشورات تحمل تعليقات عن أحداث وطنية
20%	22	منشورات تنقل أحداث حية وآنية
0,90%	01	منشورات تقدم سيرة ذاتية لشخصيات
4,54%	05	منشورات تحمل حوارات مع أطراف معينة
100%	110	المجموع

عمدت الصفحة كما يظهر من خلال الجدول رقم 12 إلى تبني أسلوب نشر الأخبار والمعلومات على شكل قصص صغيرة مضاهية بذلك الصحافة الالكترونية في هذه الميزة وذلك بنسبة 49,09% بمجموع 54 تكراراً. وقد يرجع تبنيها لهذا القالب الفني إلى رغبتها في تحفيز المتصفحين لها على قراءة منشوراتها لما تتميز به من سهولة ووضوح في المحتوى ومن ثم خلالها تسهيل عملية الفهم بكل وضوح للمتصفحين وسرد الأحداث والاحتجاجات وتوثيقها مع آراء لها علاقة بالحدث أو بنقل أفكار مرتبطة بمصالح غالبية المتابعين وإثارة اهتمامهم باستخدام جمل بسيطة وقصيرة وهذا ما يتماشى مع هدف الصفحة من خلال إيصال المعلومات إلى المتصفحين بموضوعية دون التعمق في سرد تفاصيل الحركات الاحتجاجية ومحاولة تشخيص القطاعات المحتجة كالصحة والتعليم العالي والتربية والتعليم ومحاولة تشخيص الحلول للخروج من الأزمة بتقديم المطالب والإعلان لوقوف الشعب يدا واحدة. تليها منشورات تحمل تعليقات عن أحداث وطنية وهذا بنسبة 25,45% تحصلت على 28 تكراراً ، بعدها منشورات تنقل أحداث حية وآنية بنسبة 20% بمجموع 22 تكراراً. وأخيراً منشورات تحمل حوارات مع أطراف معينة بنسبة 4,54% حازت على 5 تكرارات فقط، في حين وظفت الصفحة منشورا واحدا لمنشورات تقدم سيرة ذاتية لشخصيات وهذا بنسبة 0,90%.



رسم توضيحي المتعلق بخصائص منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي المتعلق بخصائص منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك
 (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

07. فئة طبيعة المضامين

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجات في الخطاب الرقمي قبل الحراك

الجدول رقم 13 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	أنواع الاحتجاجات
38,18%	42	احتجاجات اجتماعية واقتصادية
18,18%	20	احتجاجات تربوية
20%	22	احتجاجات صحية
15,45%	17	احتجاجات سياسية
1,81%	02	احتجاجات رياضية
6,36%	07	الصراعات اللغوية
0%	0	الصراعات العرقية
100%	110	المجموع

وفق ما تظهره البيانات الواردة في الجدول رقم 13 الخاص بأنواع الحركات الاحتجاجية التي تناولتها منشورات الصفحة المدروسة في الفترة السابقة للحراك (ما قبل الأزمة) أن الصفحة المدروسة اهتمت بدرجة أولى بالاحتجاجات الاجتماعية والاقتصادية التي حازت على أعلى نسبة بلغت 38,18% بمجموع 42 تكراراً متبوعة بالاحتجاجات الصحية التي ترتبط بالمضامين المتعلقة بمشاكل قطاع الصحة التي تكرّر الحديث عنها في 22 منشوراً آخذة نسبة 20%، أعقبها الاحتجاجات التربوية في المرتبة الثالثة بنسبة 18,18% عن 20 تكراراً.

بعبّر هذا الترتيب عن الطابع المعيشي واليومي للاحتجاجات التي رصدتها الصفحة، ما يدل على أن الخطاب الرقمي في تلك المرحلة كان منصّباً على معاناة المواطن العادي في علاقته بالخدمات الأساسية (الصحة،

التعليم، الشغل، الغلاء...). وهو ما ساهم في تأطير وعي جماعي غير ميسس بشكل مباشر، لكنه ناقم على الأداء الحكومي.

أما الاحتجاجات السياسية فقد وردت بنسبة أقل نسبيا (15,45%) عن 17 تكراراً، لكنها حملت دلالة رمزية قوية، لأنها ارتبطت برفض العهد الخامسة التي بدأ النقاش بشأنها يُطرح قبل 2019. ويُفسّر هذا التراجع في النسبة مقارنة بالاجتماعية بكون الاحتجاج السياسي لم يكن قد خرج بعد إلى العلن بشكل واضح، بل كان في طور التكوين الضمني عبر التذمر من الأداء العام، لذلك اكتفت بنشر الانتقادات التي بدأت تطلقها بعض الشخصيات الوطنية لطرح فكرة إعادة انتخاب الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة لعهد خامسة.

في حين لم تحتل مشكلات الصراع اللغوي إلا نسبة ضئيلة بلغت 06,36% عن 7 تكرارات، وانعدمت نهائيا مشكلات الصراع العرقي والإيديولوجي التي لم تأخذ أي نسبة، ما يعكس رغبة الصفحة المدروسة في تفادي الخطابات الانقسامية والتركيز على قضايا جامعة.

من خلال النظر إلى النتائج السالفة الذكر يتضح لنا أن الصفحة ركزت على مواضيع الحركات الاحتجاجية التي شهدتها الجزائر ما قبل الحراك و تكرارها والعمل على ربط الأحداث ببيادر الأزمة والتركيز على الأحداث المرافقة في تلك الفترة وجعلها عوامل مؤثرة هدفها إحداث التأثير من خلال العمل على شحن الحشود نحو التغيير السياسي.

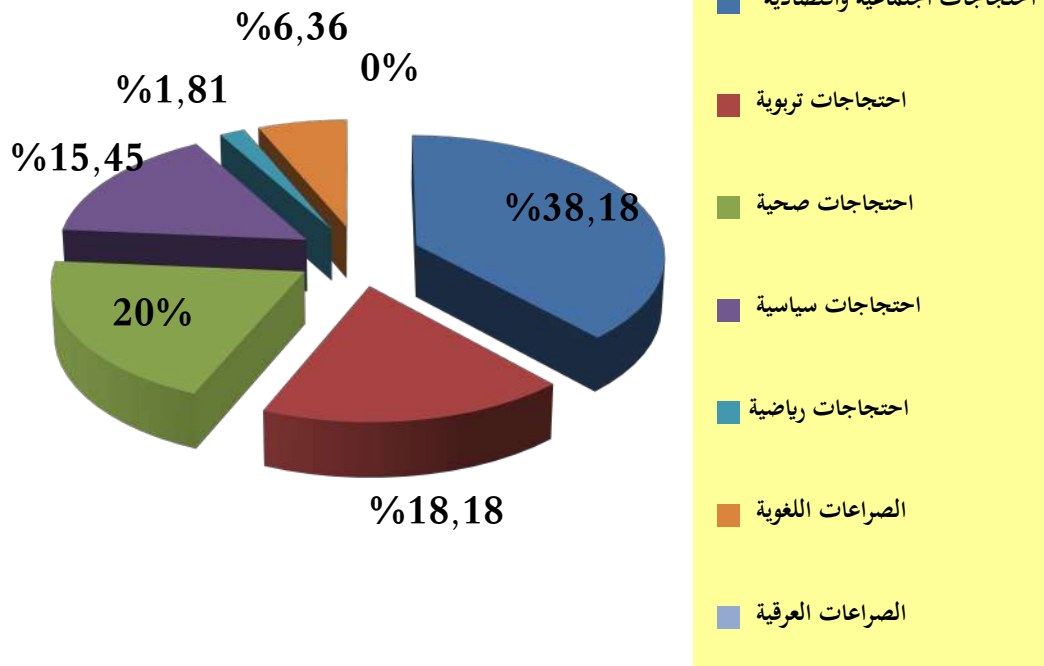
ولعل من المشكلات التي تحدثت عنها الصفحة المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اهتمام واضح نجد المسيرات السلمية للأطباء المقيمين بعد إضراب عن العمل دام شهرين للمطالبة بإلغاء الخدمة المدنية المفروضة عليهم للعمل في المناطق البعيدة بعد إتمام دراستهم.

وأظهرت الصفحة صوراً تم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتجمع كبير للأطباء في مستشفى وهران الجامعي، على بعد 400 كلم غرب الجزائر، قبل أن يتحول إلى مسيرة نحو مقر الولاية بوسط المدينة. كما قدمت إضراب الأساتذة وكلاهما قطاعاً حساساً من شأنها أن يحدثا خللاً في المجتمع الجزائري. وأكدت الصفحة أيضاً بعض الأحداث التي زادت الوضع حدة منها حادثة العياشي التي وصل صداها إلى وسائل إعلامية دولية وهنا بدأت معركة اتخاذ الشعب الجزائري من الوسائط الجديدة منبرا للتعبير ونشر مطالبه وربط الأحداث بفشل الحكومة ونقد النظام وهو ما تبنته الصفحة صراحة حيث زاد اهتمامها خلال هذه الفترة بإبراز الظروف الاجتماعية والاقتصادية والوضع الضيق عقب قانون المالية لعام 2018 في ظل ضعف القدرة الشرائية للمجتمع الجزائري إضافة إلى نشر المواضيع ذات الشأن الاقتصادي كان أبرزها حملة "خليها تصدي" والخاصة بمقاطعة السيارات والتي أجبرت وكلاء

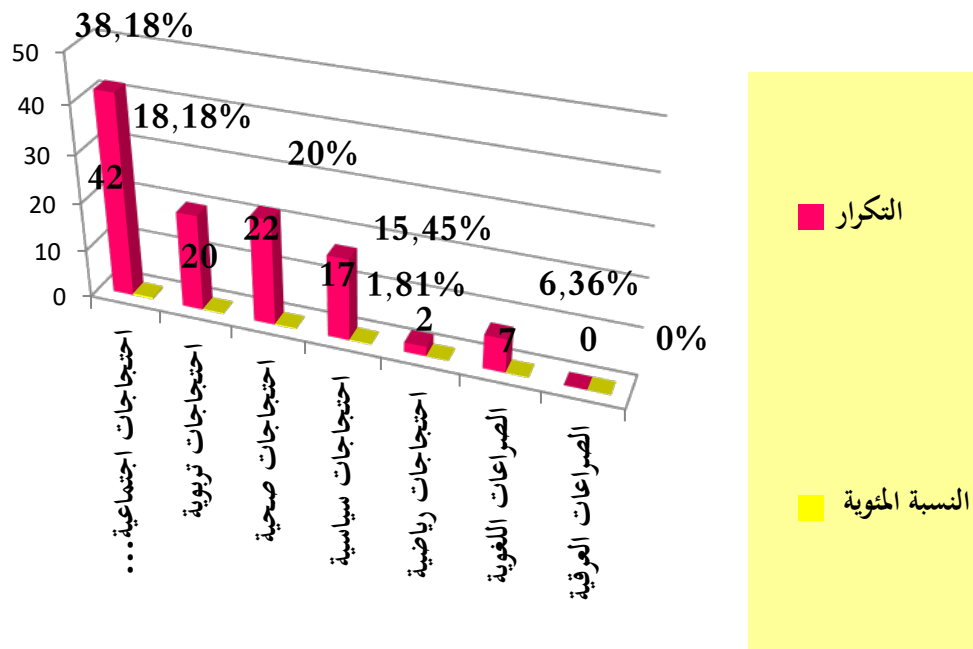
السيارات على خفض أسعار السيارات بسبب هذه الحملة الرقمية التي لاقت رواجاً وجذباً و مساندة حيث تم مقاطعة المنتوجات من خلال إطلاق هاشتاج ≠خليها تصدي الذي كانت الصفحة المدروسة من الصفحات الفايسبوكية المبادرة إلى طرحه.

إن هذا الاهتمام بالمسائل الاجتماعية من خلال منشورات توثق إضرابات الأطباء المقيمين، الذين طالبوا بإلغاء الخدمة المدنية، أو عبر متابعة إضرابات الأساتذة. أو عبر المشاركة في الحملات الاحتجاجية الرقمية مثل حملة "خليها تصدي"، التي تم خلالها مقاطعة السيارات بسبب ارتفاع أسعارها، وبلغت الحملة ذروتها بعد تبنيها على نطاق واسع، ما يُظهر قدرة الخطاب الرقمي على التحفيز والمقاطعة وتوجيه السلوك الاستهلاكي.

يمكن القول إن الصفحة المدروسة، من خلال تركيزها على هذا النوع من المضامين، سعت لبناء وعي احتجاجي تدريجي، انطلق من معاناة يومية لكنه تدرج في الربط بين تلك المعاناة وفشل المنظومة الحاكمة، ممهداً بذلك لمرحلة الانفجار الجماهيري التي تمثلت في الحراك الشعبي.



رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ب- طبيعة الحركات الاحتجاجية

الجدول رقم 14 خاص بطبيعة الحركات الاحتجاجية المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة قبل

الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الاحتجاجات
%06,36	07	أحداث الربيع الأمازيغي
%01,81	02	مسيرات متقاعدي الجيش
%0,90	01	حركة البطالين في الجنوب الجزائري
%0,90	01	حركة المطالبين بالسكن
%21,81	24	إضراب الأطباء المقيمين
%09,09	10	مسيرة المعلمين المستخلفين
%07,27	08	حملة "خليها تصدي"
%15,45	17	قرارات السلطة تجاه المضربين
%09,09	10	احتجاجات طلبة المدارس العليا للأساتذة
%27,27	30	الدعوة إلى الخروج للشارع
%100	110	المجموع

إن القراءة الظاهرة للجدول رقم 14 المتعلق بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك تكشف تنوعا كبيرا في أشكال التحرك الاجتماعي والمهني والسياسي مع هيمنة واضحة للدعوة إلى الخروج للشارع التي احتلت المرتبة الأولى من حيث التضمين إذ بلغت نسبتها %27,27 بمجموع 30 تكرارًا من مجموع المنشورات ما يعني أن الحراك ماهو إلا استجابة لدعوات سابقة مهدت له وتمثل هذه النسبة مؤشرًا مهمًا على تحوّل الخطاب الرقمي من مجرد التغطية إلى التعبئة والتحفيز على الفعل الاحتجاجي . فالدعوة للنزول إلى الشارع لم تكن مجرد توصيف لحراك قائم، بل كانت محاولة لصنع رأي عام احتجاجي وإضفاء الشرعية عليه قبل تفجّره.

في المرتبة الثانية، برزت احتجاجات الأطباء المقيمين بنسبة %21,81، حيث تناولت الصفحة تفاصيل الإضراب، شعارات الأطباء، ورفضهم للخدمة المدنية، وهو ما يعكس مستوى متقدما في تأطير الحركات القطاعية وتقديمها كجزء من الأزمة العامة.

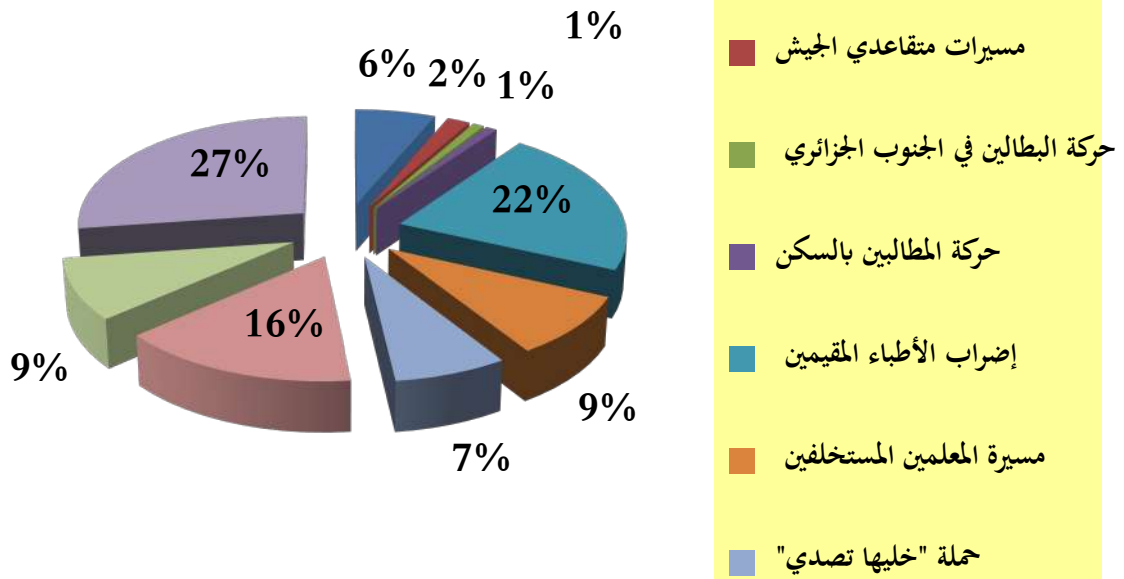
تليها قرارات السلطة اتجاه المضربين بنسبة قدرت بـ 15,45% عن 17 تكرارًا، وهو رقم هام يُظهر أن الصفحة لم تكتفِ بعرض مطالب المحتجين بل رصدت أيضًا ردود فعل الدولة، غالبًا في شكل رافض لها، مما يُسهم في تعميق الشعور بالانسداد ويغذي الخطاب الاحتجاجي.

أما الحركات المرتبطة بمسيرة المعلمين المستخلفين واحتجاجات طلبة المدارس العليا للأستاذة، فقد وردت بنسبة 9,09% لكل منهما، ما يعكس اتساع دائرة السخط داخل القطاعات الحيوية في البلاد، لا سيما التعليم.

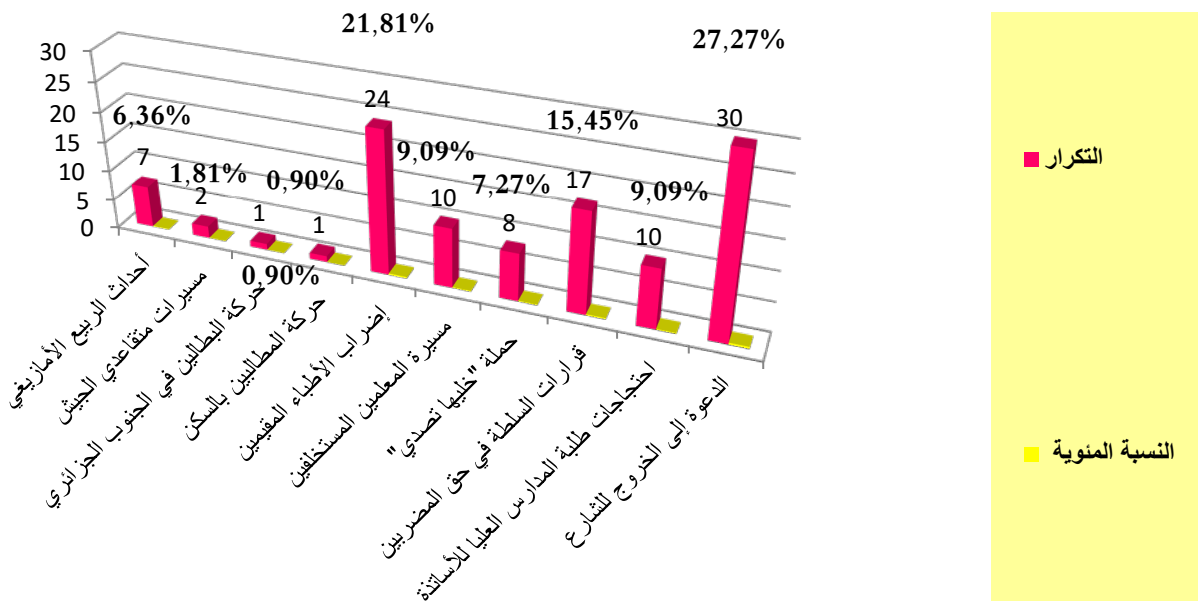
وتمثل حملة "خليها تصدي" التي أخذت نسبة 07,27% نموذجًا مميزًا من الاحتجاج غير التقليدي، حيث تجسدت في شكل مقاطعة رقمية للمنتوجات المحلية، ما يبرهن على قدرة الشبكات الاجتماعية على خلق أدوات احتجاج جديدة خارج الإطار النقابي أو الحزبي.

وتُشير النسبة المحدودة لتغطية أحداث مثل الربيع الأمازيغي (6,36%)، ومسيرات متقاعدي الجيش (1,81%)، وحركة البطالين في الجنوب الجزائري وحركة المطالبين بالسكن التي بلغت نسبتهما 0,90% إلى تركيز الصفحة على الاحتجاجات ذات الطابع الجماهيري العريض، عوضًا عن الفئات ذات المطالب الخاصة أو الطابع المرتبط بمسائل الهوية.

إن تحليل هذه المعطيات يكشف أن الخطاب الرقمي للصفحة في هذه المرحلة لم يكتفِ بتغطية التظاهرات، بل ساهم في توسيع رقعتها الرمزية وإعطائها بعدًا وطنيًا مشتركًا، ما يشير إلى أن الاحتجاج لم يكن مجرد تراكم مطالب، بل نتيجة خطاب تعبوي هادئ ومتواصل مهّد لانفجار الحراك لاحقًا.



رسم توضيحي خاص بطبيعة الحركات الاحتجاجية المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي خاص بطبيعة الحركات الاحتجاجية المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ت- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 15 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل

الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

أسباب الاحتجاجات	التكرار	النسبة المئوية
فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة	17	15,45%
المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري	17	15,45%
انتشار الفساد المالي والإداري والأخلاقي	34	30,90%
تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية	42	38.18%
المجموع	110	100%

حددت مضامين منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما قبل الأزمة (قبل الحراك) كما يعكسها

الجدول رقم 15 الأسباب الرئيسية للاحتجاجات، توزعت على أربع فئات أساسية جاءت في صدارتها تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية بنسبة 38.18% يقابلها 42 تكرارًا.

ويُعزى هذا التردي إلى عوامل بنيوية تراكمت خلال عقدين من الزمن، أهمها انهيار القدرة الشرائية، تراجع الخدمات العامة، فشل مخططات التنمية، إلى جانب تداعيات الانخفاض الحاد في أسعار النفط منذ 2014، ما أدى إلى هشاشة مالية دفعت بالمواطنين إلى الشعور بالتهميش والعجز عن تلبية الحاجيات الأساسية.

تلتها في المرتبة الثانية انتشار الفساد المالي والإداري والأخلاقي بنسبة 30,90%.

وهي نسبة مرتفعة تعكس تركيز الصفحة على تفكيك مظاهر الفساد كمنظومة شاملة تتجاوز الرشوة والمحسوبية إلى فساد في منطق التسيير ذاته، كما تمثلت منشورات الصفحة في إبراز حالات الفساد داخل المؤسسات، وتداول أخبار المحاكمات، وفضائح التسيير، مما ساهم في تآكل ثقة المواطن في مؤسسات الدولة.

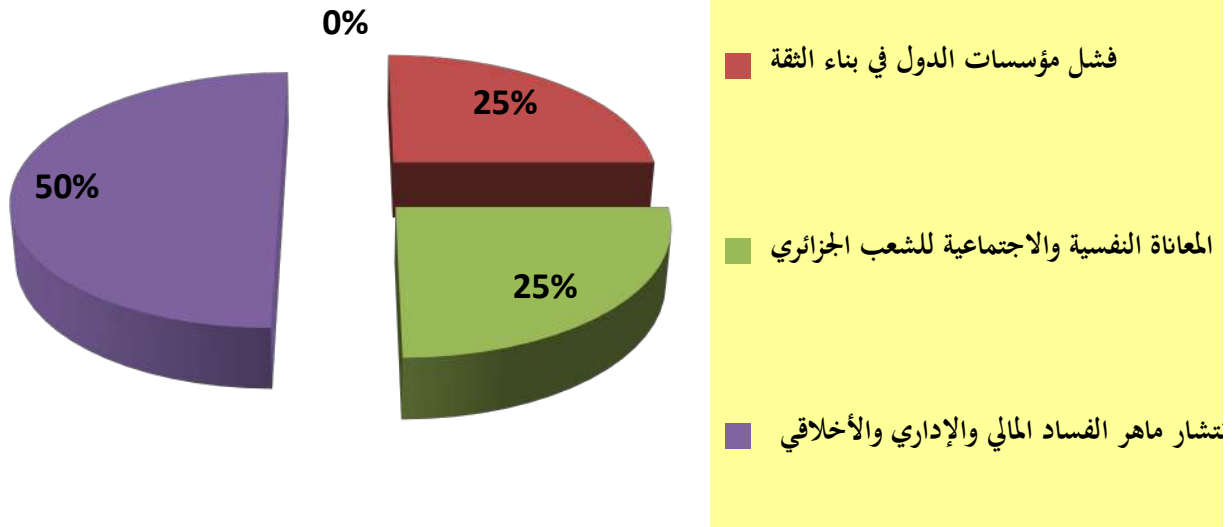
وهذا ما يفسر تدمير الشعب الجزائري من نظام جعل من الجزائر تعيش درجة عالية من الفساد الإداري من خلال مسؤولين فاشلين وفساد مالي وأخلاقي من خلال الرشوة والمحسوبية والنهب وفساد سياسي في ظل وضع سياسي متعفن بالإضافة إلى انخفاض في أسعار البترول سنة 2014 و استمر إلى غاية 2020 ناهيك عن الاختلالات

المالية الكبيرة التي واجهتها الجزائر من خلال الديون و انخفاض الناتج المحلي حيث كان انخفاض كبير في إيرادات الصادرات منذ عام 2014.

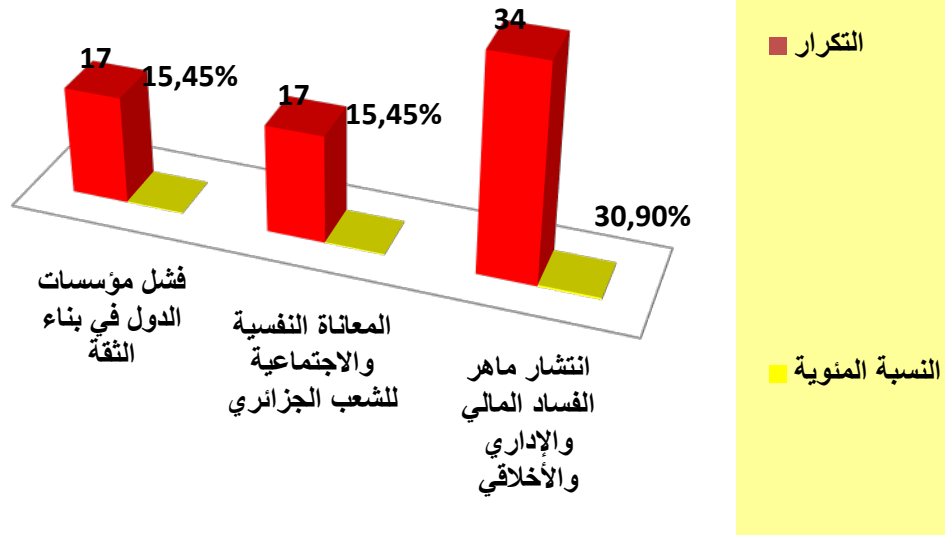
لتأني بعدها المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري التي ظهرت بنسبة 15,45%، حيث رصدت المنشورات انعكاسات الواقع الاقتصادي والسياسي على الحياة النفسية للفرد الجزائري، مثل مشاعر الإحباط، القلق، فقدان الأمل في الإصلاح، والانطواء الاجتماعي. وبرز الخطاب الرقمي هنا كمتنفس نفسي رمزي للمواطنين، تم من خلاله التعبير عن الغضب بشكل سلمي.

بالتساوي، تمثل فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة بنسبة 15,45% أحد الأسباب الجوهرية، حيث بينت المنشورات كيف انقطعت جسور التواصل بين المواطن والدولة، في ظل عجز الطبقة السياسية عن التمثيل، وتراجع فاعلية الوساطة النقابية والإعلامية. وتم استثناء مؤسسات مثل الجيش والأمن، التي ظلت تحظى بنسبة من الشرعية والمصادقية والثقة الشعبية، وفق ما عكسته بعض المنشورات.

يتضح من هذا الجدول أن الصفحة المدروسة لم تكتفِ بوصف الوضع القائم، بل سعت إلى تحليل الجذور الاجتماعية والسياسية للغضب الجماهيري، من خلال تطرقها للظروف التي أحدثت شرخا في هوية أفراد المجتمع الجزائري، وبين الأجيال المختلفة، وزرعت في ثقافته الجمود الفكري وحاربت كل المحاولات الهادفة للتغيير والتجديد، ما يجعلها فاعلاً رقمياً في تشكيل وعي احتجاجي تراكمي، ساهم بشكل غير مباشر في نضج الحراك الشعبي السلمي وبلورة وعي جمعي لما سيحدث إن استعمل العنف في الحراك الذي يعتبر متنفساً لكل أنواع الضغوط النفسية، وهذا يعكس مدى وعي الشعب الجزائري وارتفاع مستوى الثقافة السياسية لديه.



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ث- أنواع المطالب الاحتجاجية كما عكستها منشورات الصفحة قبل الحراك الشعبي

الجدول رقم 16 يبين مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	المطالب التكرار
10%	11	تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة)
7,27%	8	اعادة الدستور (قانون المالية 2018)
6,36%	7	ترقية الأمازيغية
0,90%	1	فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة
8,18%	9	تنحية رموز الفساد (العصابة)
48,18%	53	حقوق اجتماعية، اقتصادية... الخ
19,09%	21	لم يرد فيها مطالب
100%	110	المجموع

يظهر الجدول رقم 16 الخاص بطبيعة مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) كما أبرزتها منشورات الصفحة، كانت عبارة عن مطالب ذات طابع اجتماعي واقتصادي شكّلت نسبة 48,18% من مجمل التكرارات يقابلها 53 تكرارًا.

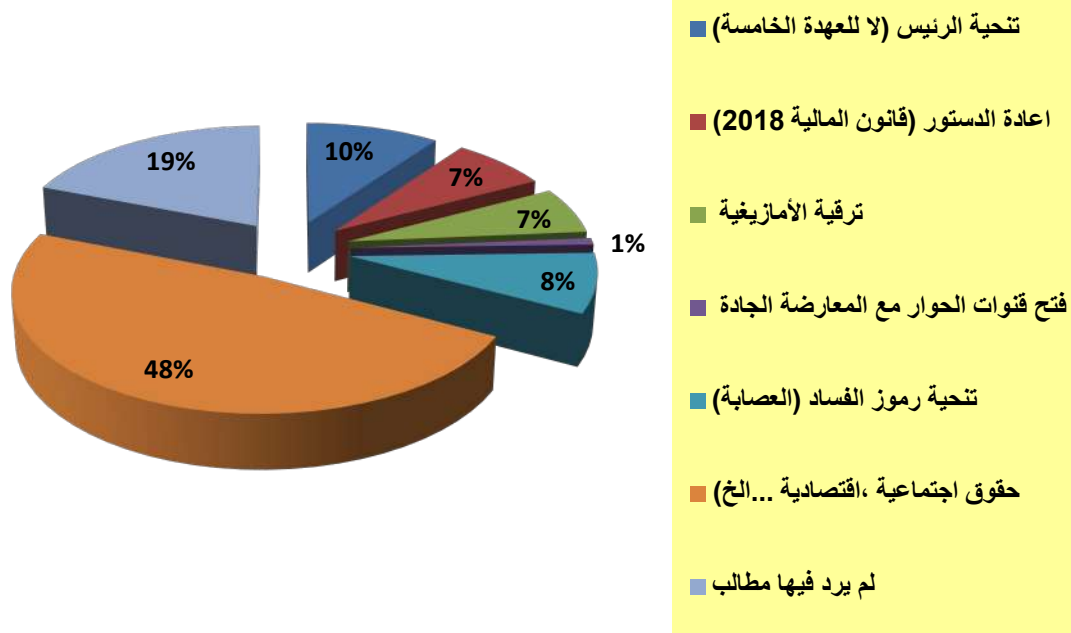
وتشير هذه النتيجة إلى أن الخطاب الرقمي تلك المرحلة ممثلا في كتابات الصفحة المدروسة كان يركّز على القضايا المعيشية اليومية، مثل السكن، الشغل، الخدمات الصحية والتعليمية، وهو ما يعكس أولوية الاستقرار الاجتماعي لدى المواطن الجزائري قبل بروز المطالب السياسية الكبرى.

في المرتبة الثانية، وردت منشورات لم تتضمن مطالب مباشرة بنسبة 19,09% وتمثل هذه الفئة نوعًا خاصًا من المحتوى الإعلامي الرقمي، الذي لا يسعى إلى التعبئة، بل يكتفي بالنقل أو التوثيق أو الإخبار، لذلك لم تتطرق المنشورات بصفة مباشرة لمطالب الحراك، بل قدمت مجموعة من الأخبار التي تصب في مواضيع الاحتجاجات مما يعبر عن مرحلة ما قبل التسييس الصريح، حيث لم تكن الخطابات الاحتجاجية قد بلغت طور التوجيه السياسي بعد. أما على مستوى المطالب السياسية المباشرة، فقد برز مطلب تنحية الرئيس ورفض العهد الخامسة

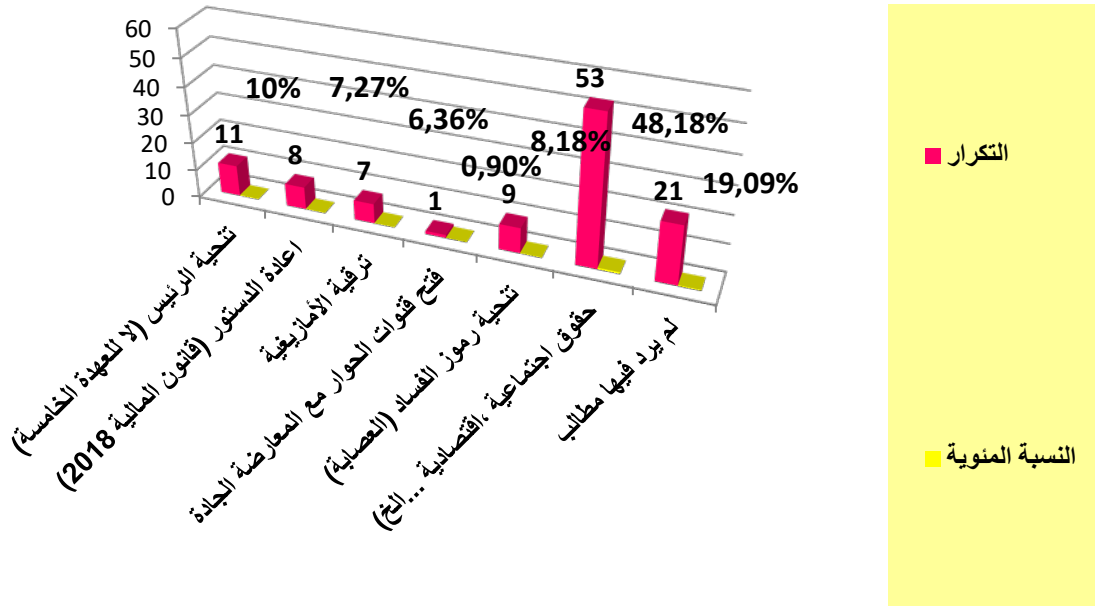
بنسبة 10%، وهو مؤشر مبكر على بروز الوعي السياسي الجماعي قبل انفجار الحراك، تلاه مطلب تنحية رموز الفساد "العصابة" بنسبة 18,08%، مما يعكس تصاعد الخطاب الرفض لمنظومة الحكم ككل، وليس فقط رأس السلطة.

ومن جهة أخرى، ورد مطلب إعادة النظر في الدستور، ومراجعة قانون المالية لسنة 2018، بنسبة 7,27%، ما يعكس وعياً قانونياً ورفضاً للسياسات الاقتصادية التي مست بالقدرة الشرائية والعدالة الجبائية. كما سُجل حضور لمطلب ترقية اللغة الأمازيغية بنسبة 6,36%، وهو مطلب ذو بعد ثقافي ويرتبط بالهوية، مما يدل على استمرار النقاشات حول التنوع اللغوي والاعتراف الرمزي بالمكوّن الأمازيغي في الهوية الجزائرية. وتذيل مطلب فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة بمجموع المطالب، آخذاً بنسبة 0,90%، وهو ما يعكس من جهة ضعف الثقة في النخبة السياسية القائمة، ومن جهة أخرى سيطرة الطابع الاحتجاجي المباشر على مطالب المرحلة، على حساب الحلول التفاوضية والمؤسسية.

تعكس هذه النتائج في مجملها أن المطالب قبل الحراك الشعبي كانت ذات طابع اجتماعي بامتياز، قبل أن تتحوّل تدريجياً نحو المطالب السياسية التي شكلت النواة الأولى للانفجار الجماهيري في 22 فيفري 2019، فالصفحة المدروسة، من خلال منشوراتها، شاركت في توجيه تدريجي للخطاب العام من المطالب الخدماتية إلى المطالب التغييرية الجذرية، مما يعكس مساهمة الإعلام الرقمي في بلورة الوعي الاحتجاجي وتعزيزه وتأطيره بشكل تصاعدي وتراكمي من خلال التركيز الإنتقائي للمضامين، وتأطيرها، وتكرارها، مما جعله يلعب دوراً ضمناً في تهيئة السياق الرمزي لانطلاق الحراك ومن ثمة في تشكيل الرأي العام . كما تعكس هذه النسب في جوهرها أسباب الأزمة قبل الحراك الشعبي والتي تميزت بطابعها الاجتماعي والاقتصادي قبل أن يتغير اتجاهها نحو الطابع السياسي.



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

08. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 17 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك.

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	نوع الأطراف التكرار
15,45%	17	أطراف رسمية حكومية
18,18%	20	أطراف من قطاع التربية
21,81%	24	أطراف من قطاع الصحة
44,54%	49	أطراف من المجتمع المدني
100%	110	المجموع

حسب معطيات الجدول (رقم 17) الخاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك يظهر أن فاعليّة المجتمع المدني كانت الأبرز في منشورات الصفحة، حيث احتلت نسبة 44,54% من مجمل التكرارات. ويشمل ذلك مختلف فئات المواطنين (شباب، بطالون، سكان القرى، نقابات مستقلة، حملات شعبية...)، الذين تم عرض أصواتهم ومطالبهم ومواقفهم، سواء عبر صور لمسيرات، أو منشورات تعبر عن رفضهم للواقع القائم، أو مشاركة حملات مثل "خليها تصدى" ومطالب السكن والخدمات الأساسية حيث أظهرتهم الصفحة وهي تتناول الصراعات الموجودة في المجتمع نتيجة تدهور الوضع الاجتماعي والإحباط والغضب إضافة إلى أحداث زادت من حدة الصراعات وفقدان الثقة بالجهات الرسمية مثل أحداث الربيع الأمازيغي التي كانت تطالب بالاعتراف باللغة الأمازيغية كلغة رسمية ووطنية ومسيرات متقاعدي الجيش الوطني الشعبي وحركة البطالين في الجنوب الجزائري والحركات الراضية لارتفاع أسعار المواد الأساسية والمطالبة بالحقوق في السكن وإصلاح الطرقات وتوصيل الغاز الطبيعي إلى سكان القرى كذلك ارتفاع أسعار السيارات وخروج حملة خليها تصدى في ظل التهميش سواء من طرف السلطة أو الإعلام فبات ضروريا اكتساح الشوارع ليتحول إلى نضال سياسي.

هذا التضمن المتكرر لأطراف من المجتمع المدني يعكس توجه الصفحة نحو خطاب جماعي لا نخبوي، وإبراز معاناة الناس لا خطابات السلطة، مما ساهم في تأطير الأزمة على أنها نتيجة مباشرة لفشل الدولة في تلبية احتياجات شعبها.

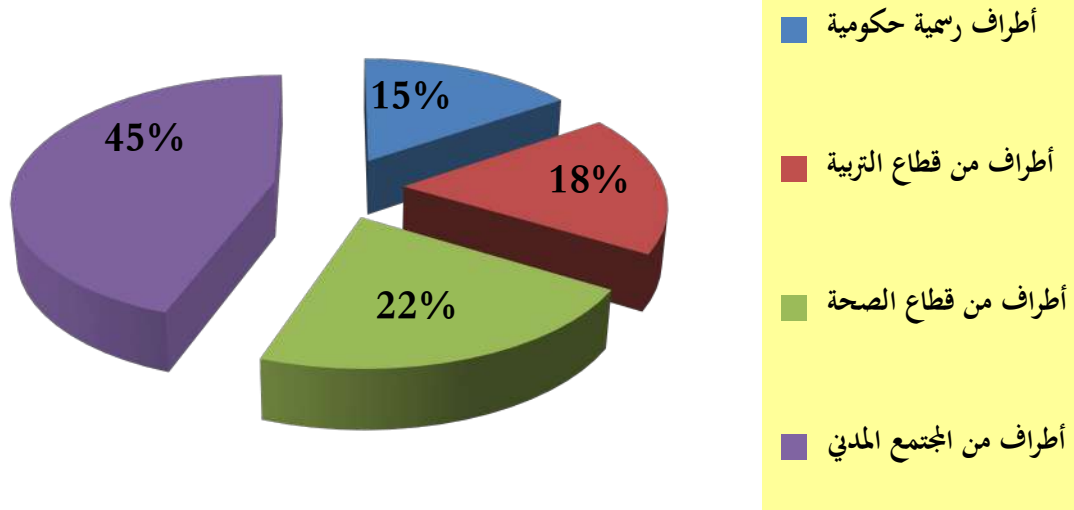
تليها نسبة 21,81% يقابلها 24 تكرارًا متعلقة بأطراف من قطاع الصحة أبرزهم الأطباء المقيمون الذين خاضوا احتجاجات طويلة استمرت لعدة شهور، عُرضت بشكل متكرر في الصفحة، وكشفت عن تدهور العلاقة بين الدولة والنخبة الطبية الشابة، إذ لم يكن الاحتجاج المهني معزولاً، بل تداخل مع البعد السياسي حين ارتبط بمطالب تتعلق بتوزيع الخدمة والعدالة المهنية، وقد كانت النتائج المصاحبة لذلك فتح باب الحوار وخضم من الرواتب دفعة واحدة إضافة إلى عزل المضربين.... إلخ.

ثم نجد أطرافاً من قطاع التربية بنسبة 18,18% وشكل حضورها في المنشورات مؤشراً على أن المدرسة كانت ساحة مركزية للصراع الاجتماعي والسياسي، تجسّد في إضرابات الأساتذة والطلبة، ومقاطعة الامتحانات، وسنة بيضاء في بعض المؤسسات.

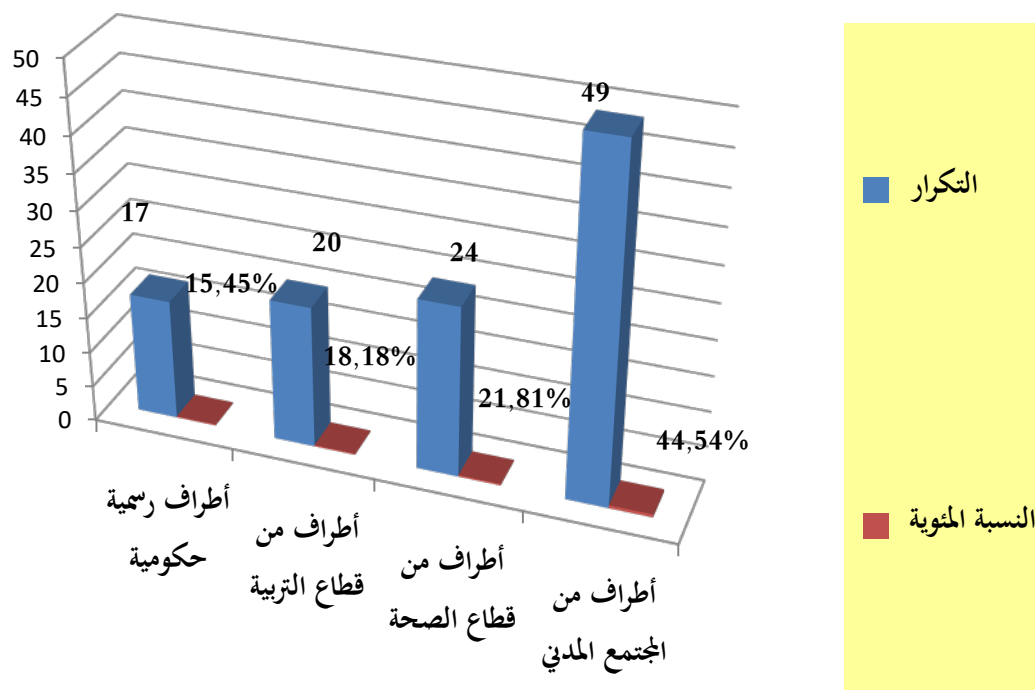
في المقابل، لم تشغل الأطراف الرسمية الحكومية سوى 15,45% من مجموع التكرارات، وهو ما يؤكد أن الصفحة اختارت خطاباً منحازاً للفاعلين من خارج السلطة، وقلّلت من نقل الخطاب الرسمي.

وبالتالي فقد مارست الصفحة المدروسة نوعاً من الانتقاء التحريري بدا واضحاً وهي تمنح الفاعلين المجتمعيين مساحة أكبر للتعبير، مقابل تراجع تمثيل الجهات الرسمية. ويعكس هذا التوجه التحريري رغبة في إعادة ترتيب الفاعلين داخل الفضاء الرقمي، بحيث يتحول المواطن والشارع إلى مركز الحدث، لا السلطة.

وعليه يتضح من خلال توزيع هذه النسب أن الصفحة المدروسة تبنت توجهها خطابياً احتجاجياً، اختارت من خلاله التركيز على المجتمع المدني واحتجاجات الفئات المهمشة، مقابل تقليص مساحة ظهور الخطاب الرسمي إذ لم تضع السلطة في مركز الخطاب، بل قامت بنقل صوت المجتمع، ومنحه شرعية رمزية، على نحو يجعل من المجتمع المدني هو المحرك، وليس الحكومة.



رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة قبل الحراك

الجدول رقم 18 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019.

النسبة مئوية	عدد المنشورات	المصادر التكرار
05,45%	6	مصادر إعلامية وطنية
01,81%	2	مصادر إعلامية دولية
01,81%	2	من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)
06,36%	7	مصادر رسمية
84,54%	93	بدون مصادر
0%	0	مصادر علمية أكاديمية
0%	0	مصادر قانونية
100%	110	المجموع

تعكس معطيات الجدول رقم 18 الخاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك أنها كانت تنشر معلومات مجهلة لا تذكر مصادرها للرأي العام إذ بلغت نسبتها 84,54% بمجموع 93 تكراراً، وهي نسبة تعرض الصفحة لعدم المصداقية وتحد من درجة ثقة متصفحها في معلوماتها، غير أنها من جانب آخر يمكن النظر إلى الأمر أنه لا يخرج عن طبيعة صحافة المواطن التي تجسدها منصات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فالمعطيات تشير إلى ظاهرة الانفصال عن المرجعيات الموثوقة في عملية إنتاج المحتوى الرقمي خلال الأزمات وتبني أحد أهم ملامح الإعلام المواطني أو "البديل"، حيث تصبح الآراء الشخصية والملاحظات المباشرة بديلاً عن المعلومات الرسمية..

ومن منظور نظرية "حلقة التغذية الراجعة" في الاتصال، يمكن اعتبار هذا الميل نحو النشر غير الموثق جزءاً من دورة مغلقة من المعلومات التي تعزز القناعات الذاتية دون اختبارها بالوقائع، ما قد يسهم في تأجيج الأزمة بدل إدارتها.

. كما اعتمدت الصفحة قبل الحراك على نشر مصادر رسمية تمثلت في آراء وتصريحات مسؤولين حكوميين أو مؤسسات رسمية التي أخذت نسبة 06,36% بمجموع 7 تكرارات، وهي نسبة تبقى منخفضة بالنظر إلى الطابع الحساس للأزمة المدروسة، ما يعكس ضعفا في حضور صوت الحكومة في النقاش، وهو مؤشر على فجوة الثقة والاتصال بين السلطة والجمهور، خاصة في لحظات ما قبل الانفجار الشعبي. ويؤكد هذا المعطى ما ورد في أدبيات الاتصال المؤسسي التي تشير إلى غياب التفاعل الاستباقي للسلطة في إدارة الأزمات عبر الإعلام الرقمي.

أما الاعتماد على المصادر الإعلامية التقليدية، فقد كان محدوداً بدوره؛ حيث تم الاعتماد على المصادر الإعلامية الوطنية بنسبة 05,45% بمجموع 6 تكرارات فقط . وعلى مصادر إعلامية دولية بنسبة 01,81%، كما استعانت بصفحات فايسبوكية أخرى كمصادر للمعلومات بنفس النسبة.

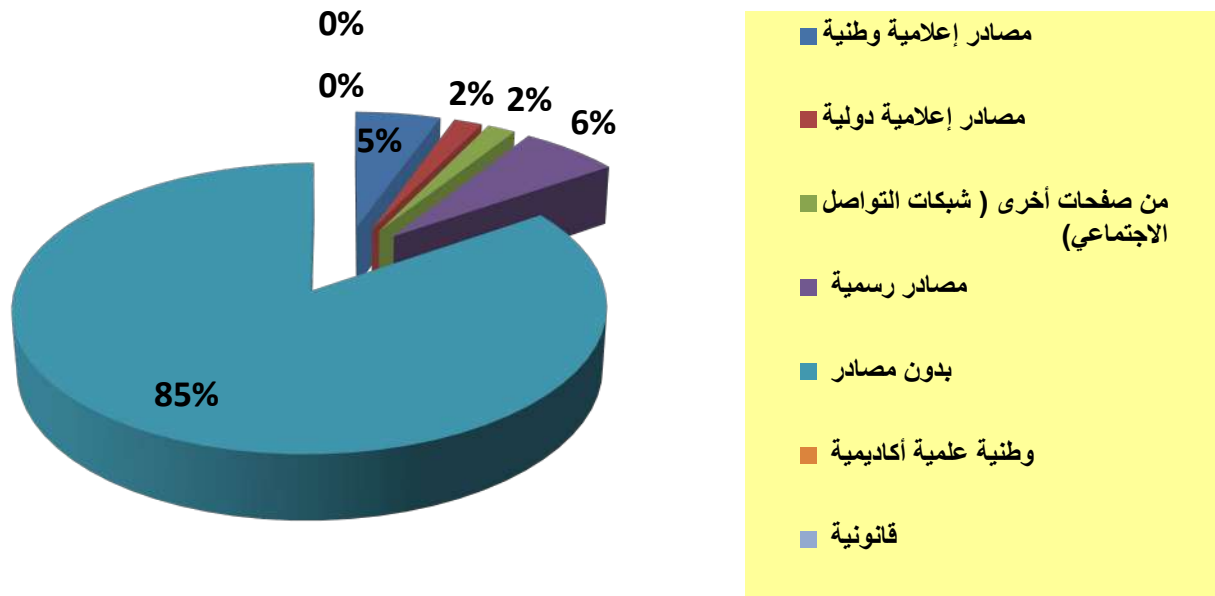
وتشير هذه المعطيات إلى ضعف في الاعتماد على المؤسسات الصحفية كمصدر للمعلومة، وهو ما قد يُعزى إلى تراجع الثقة في الإعلام التقليدي لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، أو إلى طبيعة الصفحة المدروسة التي تفضل المعالجة الآنية والسريعة للأحداث على التغطية المهنية المتأنية.

كما أن تدني نسب هذه المصادر رغم أهميتها يثبت تحاشي الصفحة توظيف المصادر الإعلامية الدولية بصفة خاصة وعلى باقي المواقع الاجتماعية، حرصاً منها على توخي المصداقية في نقل أحداث وطنية بهذا الحجم من الأهمية. واللافت في الجدول انعدام توظيف المصادر العلمية الأكاديمية والقانونية في محتوى الصفحة ما يمثل مؤشراً دالاً على السطحية المعرفية في مضمون المنشورات الرقمية، وغياب البُعد التحليلي المتخصص الذي من شأنه تقديم فهم أعمق ومعالجة مسؤولة للأزمة.

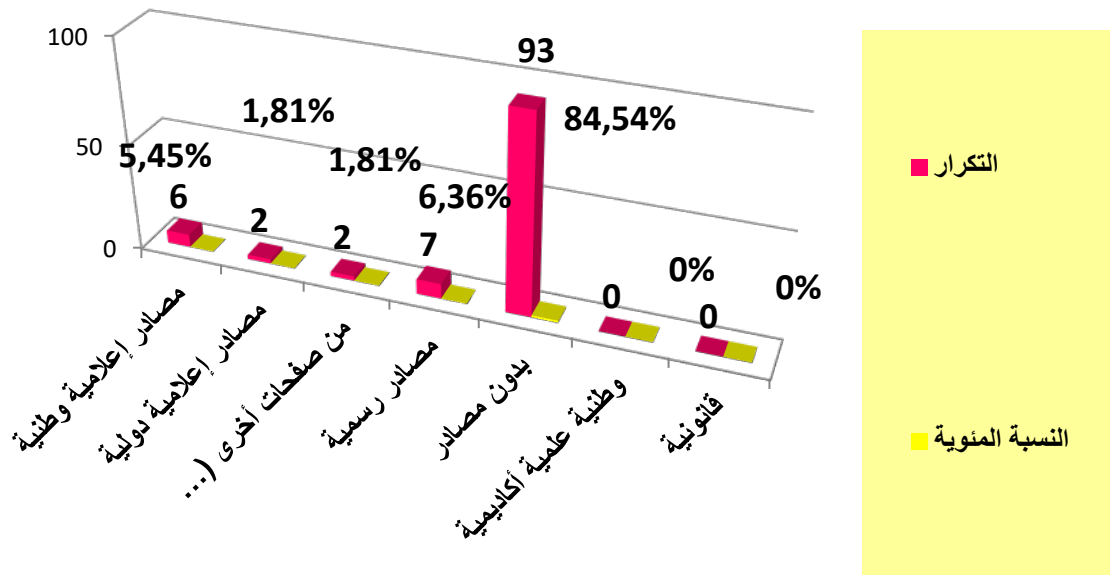
كما يرتبط هذا الغياب بضعف حضور الفاعلين الأكاديميين والخبراء القانونيين في المشهد الاتصالي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ما يحرم الجمهور من روافد معرفية قد تساهم في توجيه النقاش العام نحو سبل عقلانية لإدارة الأزمة بدل الانفعال والمزايدات الخطابية. وعليه تعكس بنية مصادر المعلومات في المنشورات المدروسة ما يلي:

1. سيادة خطاب شعبي غير موثق، يعكس انفعالات الشارع أكثر مما يقدم معرفة رصينة.
2. تراجع الأدوار التقليدية للمؤسسات الإعلامية والرسمية.
3. غياب المنظور الأكاديمي والقانوني، ما يشكل تحدياً لبناء ثقافة رقمية مسؤولة ومستنيرة.

ويعني ذلك أن الصفحة المدروسة مثّلت في تلك الفترة فضاءً احتجاجيًا غير مؤطر، يعكس وعيًا متصاعدًا لكنه يفتقر إلى أدوات التحليل الرشيد. وهذا ما يُضعف دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة، ويُقوّي أحيانًا ميلها إلى تأجيحها، من حيث لاتقصد.



رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019.



رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019.

09. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك

الجدول رقم 19 يبين أهداف منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	أهداف منشورات الصفحة
		التكرار
49,09%	54	أهداف إخبارية تثقيفية
18,18%	20	أهداف توعوية
29,09%	32	أهداف توجيهية
3,63%	04	أهداف تحريضية
100%	110	المجموع

ركزت الصفحة بالدرجة الأولى كما يظهره الجدول رقم 19 على تقديم الأخبار ونقل المعلومات حول الأحداث التي تجري في الساحة الوطنية سيما منها الأخبار المتعلقة باحتجاجات الأساتذة بنسبة 49,09% بمجموع 54 تكراراً. مما يعكس توجه الصفحة نحو الوظيفة الإعلامية وحرصها على بناء وعي عام لدى متصفحها.

أما الأهداف التوجيهية فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 29,09% بمجموع 32 تكراراً وعمدت فيها الصفحة إلى توجيه الرأي العام لخطورة الغليان الذي تشهده العديد من الولايات في عدة قطاعات من خلال دعوة المتظاهرين للتعبئة وتنظيم الصفوف و التشجيع على المشاركة السياسية. إن هذا الحضور اللافت للأهداف التوجيهية يشير إلى وجود نزعة نحو التأطير غير المباشر للرأي العام، عبر تقديم آراء أو دعوات لمواقف معينة، دون أن تكون تحريضية بشكل مباشر، وقد تكون هذه التوجيهات تمهيداً لتهيئة المتصفح لاحقاً لاتخاذ مواقف أكثر نشاطاً أو مشاركة في الحراك.

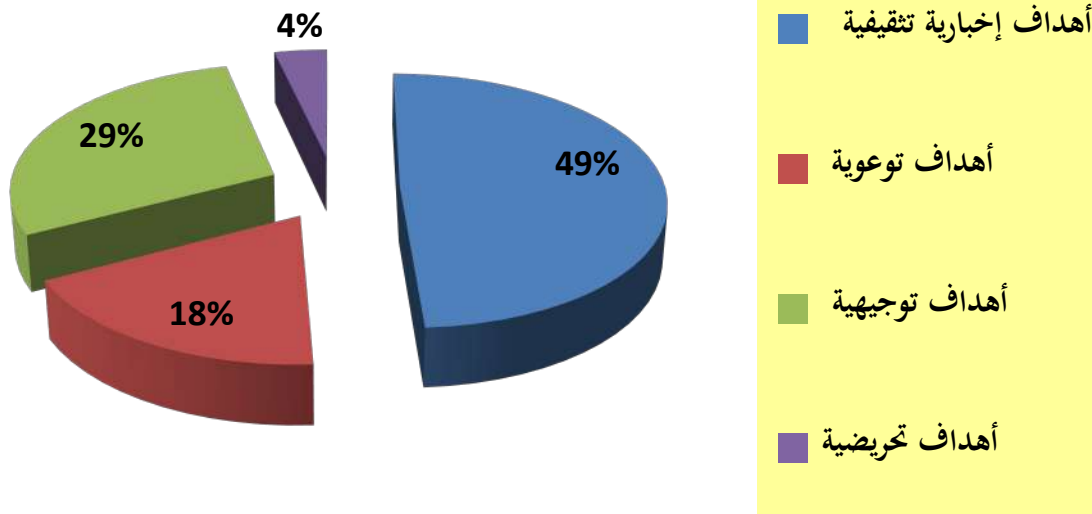
تلتها الأهداف التوعوية بنسبة 18,18% بمجموع 20 تكراراً من خلال نشر العديد من الشعارات التحفيزية عبر الصفحة، مما يعكس سعيها لنشر وعي جماعي بالقضايا الراهنة (حقوق، قانون، مواطنة،...)، وهو ما يندرج ضمن الاستعداد المجتمعي للأزمة كما يظهر الجدول ضعف الأهداف التحريضية، حيث تحاشت الصفحة بشكل كبير إقحام نفسها في المرحلة الأولى من الأزمة واكتفت بالدور الإخباري، التوعوي فقط آخذة ما نسبته

3,63% مجموع 4 تكرارات. هذه النسبة الضعيفة توضح أن الصفحة لم تكن تلجأ كثيراً إلى الخطاب التصعيدي أو التحريضي، وهذا يعزز الفكرة أن فترة ما قبل الحراك لم تكن تتسم بالتصادم، بل بالتحضير الهادئ وبناء رأي عام واعي.

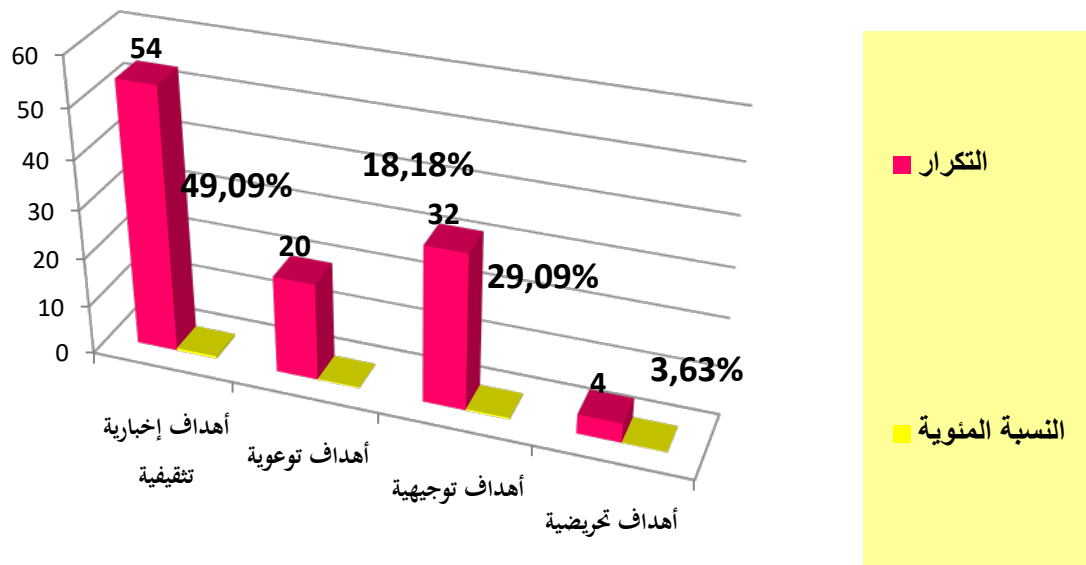
هذا ما يفسر لنا أهداف الصفحة قبل فترة الحراك من خلال دعوة المتظاهرين للتعبة وتنظيم الصفوف تحضيراً للاحتجاجات وفي المقابل فإن هذه النسب تشير إلى أن الصفحة المدروسة كانت تمهد لصناعة الحراك الشعبي. وعليه كاستنتاج عام يمكن القول أن الصفحة كانت تسعى بشكل أساسي إلى نشر الوعي والمعرفة دون اللجوء إلى تصعيد مباشر. وأن غلبة المنشورات الإخبارية والتوجيهية قد تعكس استراتيجية تواصل مدروسة تهدف إلى كسب ثقة المتصفحين وتكوين قاعدة جماهيرية مستعدة للانخراط لاحقاً.

أما بخصوص قلة المحتوى التحريضي فهو قد يدل على أن الحراك لم يُبنى على دعوات مباشرة للصدام، بل كان نتيجة تراكم وعي وتوجيه تدريجي عبر هذه المنصات الاجتماعية.

وبالتالي يشير هذا التوزيع إلى اعتماد الصفحة على استراتيجية بناء الوعي وتوجيه الرأي العام بشكل تدريجي، دون تبني خطاب تحريضي صريح، مما يعكس دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحضير غير المباشر للأزمات من خلال تشكيل بيئة رقمية واعية ومؤطرة فكرياً.



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

10. فئة الأساليب الاقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك
الجدول رقم 20 يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الاقناعية المستخدمة التكرار
60%	66	حجاجي (عقلي)
36,36%	40	عاطفي (استمالات عاطفية)
03,63%	04	ترهيب (تخويفي)
100%	110	المجموع

توصلت الدراسة من خلال تحليل فئة الأساليب الاقناعية المستخدمة خلال فترة ما قبل الحراك كما يوضحها الجدول رقم 20 أن الأسلوب الحجاجي احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 60% عن 66 تكراراً وقد وظفته من أجل إقناع المتصفح بطبيعة الأوضاع السائدة والتي اتسمت بعدم الاستقرار الاجتماعي والضغطات المهنية في المجالين الصحي والتربوي.

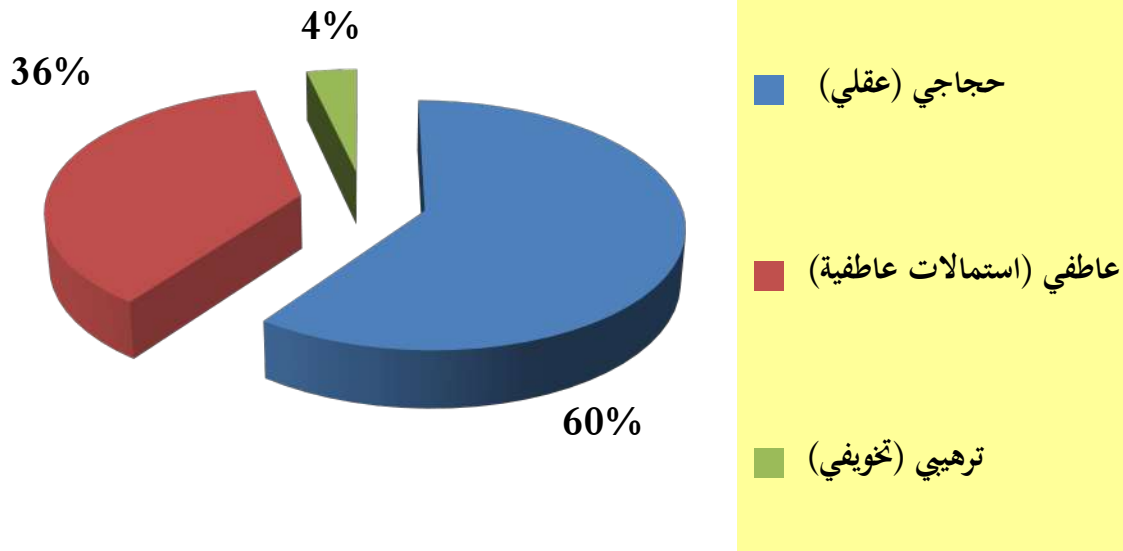
إن النسبة المرتفعة للأسلوب الحجاجي تؤكد أن الصفحة اعتمدت على الإقناع بالعقل والمنطق والحجج بدليل أن الكثير من المنشورات جاءت مدعمة بإحصائيات، ومقارنات، وحجج عقلانية، وتحليل موضوعي للواقع السياسي أو الاقتصادي وهذا ينم عن محاولتها بناء وعي نقدي لدى الجمهور دون استثارة العواطف أو التهويل كما تشير إلى كونها تستهدف جمهوراً واعياً نسبياً، يبحث عن فهم وتحليل الواقع وليس مجرد تحفيزه أو تعبئته.

أما الأسلوب العاطفي فقد تم استخدامه عند حديث الصفحة عن معاناة الأساتذة وقد ورد بمجموع 40 تكراراً ما نسبته 36,36% وهي نسبة مهمة تعكس اعتماد الصفحة أيضاً على استمالة المشاعر وهي تتحدث عن الظلم، الغضب، الوطنية، الأمل وغيرها كثير.

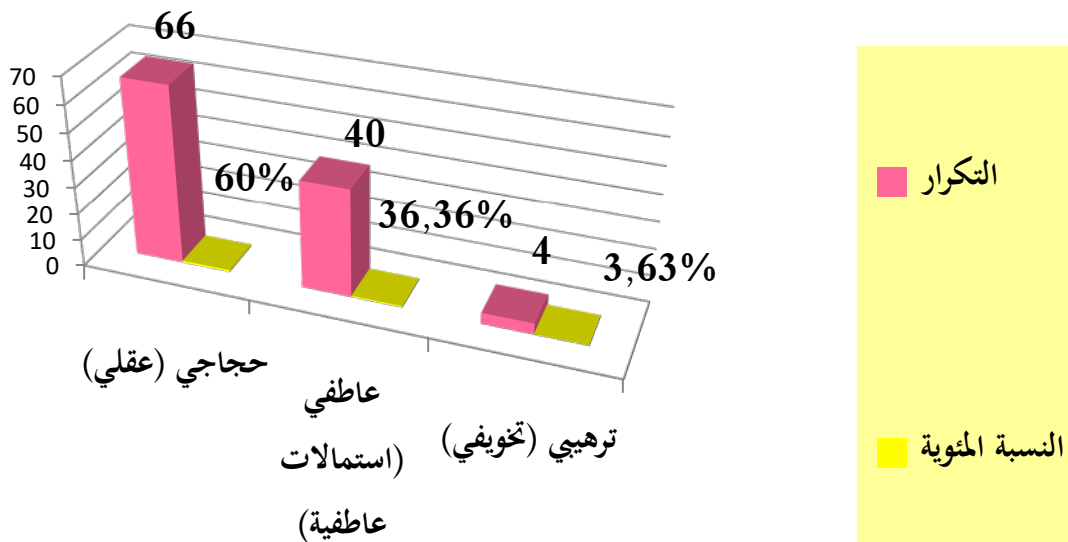
إن هذا المزيج بين العقل والعاطفة يبرز استراتيجية تواصل ذكية قائمة على تحفيز الجمهور وتعبئته تدريجياً دون صدام مباشر. كما جاءت العاطفة مكملة للعقل، وليست بديلة عنه، مما يعكس توازناً في الأسلوب الإقناعي.

ولم يغلب الأسلوب الترهيبى حتى وإن قلّت نسبته إذ لم يزد عن 04 تكرارات وتم توظيفه عند الحديث عن خطورة تأثير هذه الاحتجاجات على الاستقرار الأمنى والمجتمعي، وبهذا يتضح أن الصفحة المدروسة تنبأت ولو بشكل محتشم بخطورة الأوضاع وتداعياتها السلبية إن لم يتحكم فيها منذ البداية.

كما أن هذه النسبة الضعيفة تشير إلى عدم اعتماد الصفحة على الخطاب التخويفي أو التهديدي، وهو أمر مهميدل على أن الصفحة لم تكن تهدف إلى إثارة الذعر أو الفوضى، بل كانت تتبنى خطاباً عقلانياً ومسؤولاً وهذا بدوره يدعم فرضية أن الحراك لم يُبَنّ على خطاب عنيف، بل على خطاب نقدي عقلائي ومشحون عاطفياً لكن بدون تحريض مباشر.



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

11. فئة الاتجاه

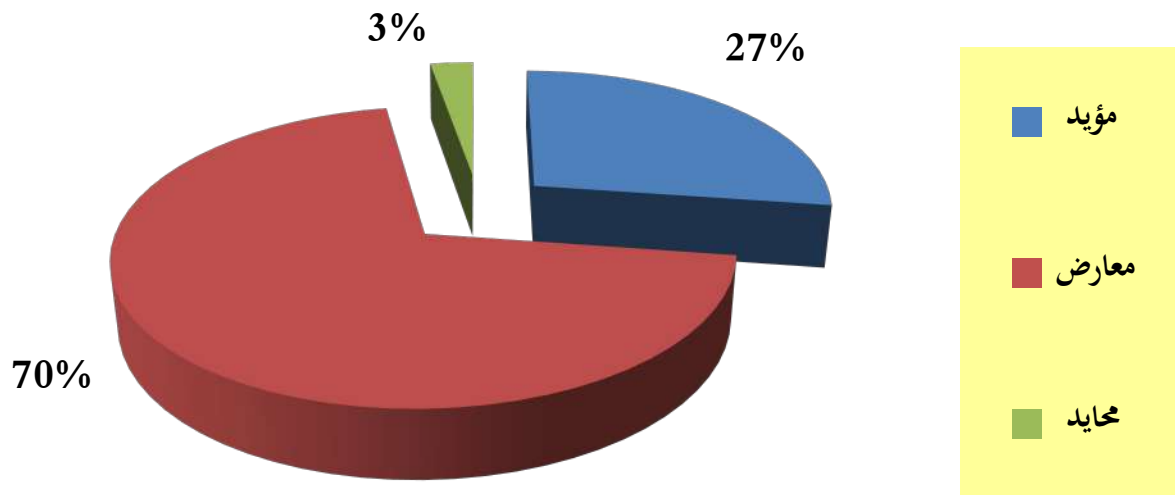
الجدول رقم 21 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات ما قبل الحراك (قبل الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

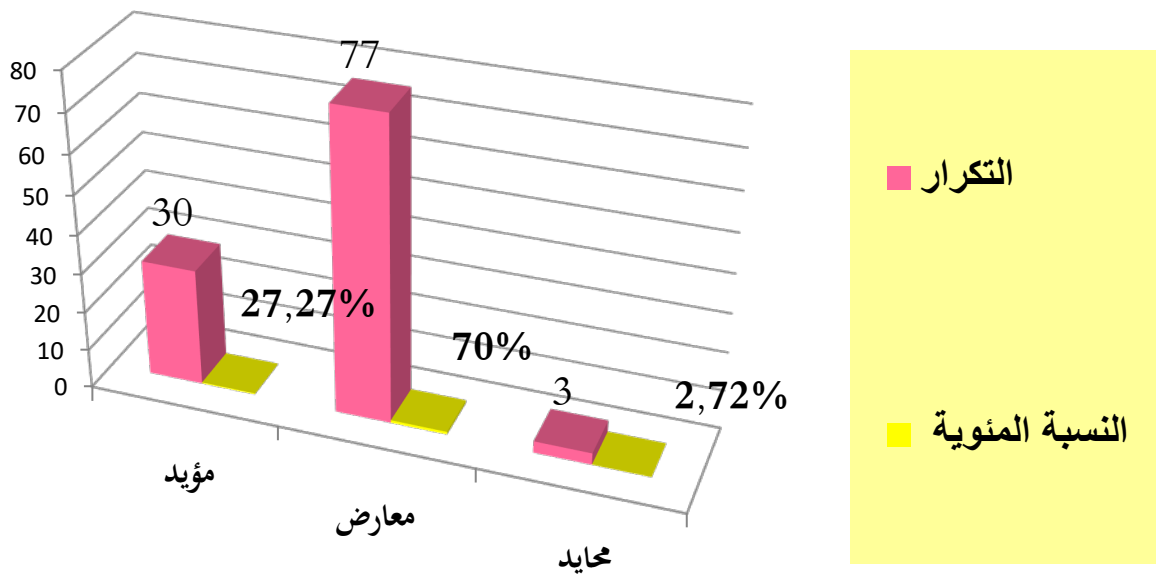
النسبة المئوية	التكرار	الاتجاه التكرار
27,27%	30	مؤيد
70%	77	معارض
02,72%	03	محايد
100%	110	المجموع

يبين الجدول رقم (21) المتعلق باتجاه منشورات الصفحة في الفترة السابقة للحراك أن الغالبية العظمى من المحتوى تركز ضمن الاتجاه المعارض، بنسبة بلغت 70%، بمجموع 77 منشورا من أصل 110 منشور. ويعكس هذا في المقابل، شكل الاتجاه المؤيد نسبة 27,27%، 30 منشورا، وهي منشورات -حسب مضمونها- لا تعبّر عن تأييد للسلطة أو الوضع القائم، بل تتعلق في أغلبها بتأييد الاحتجاجات التي تعتبرها حقا شرعيا في ظل تجاهل المسؤولين لها إلى جانب دعم المسيرات السلمية، والإشادة بالطابع الحضاري للمحتجين، وحشد المتابعين للانضمام إليها، مما يجعل هذا "التأييد" موجهاً للاحتجاجات لا للنظام.

أما الاتجاه المحايد فكان هامشيا، بنسبة 2,72% فقط، ما يعكس وضوح موقف الصفحة وغياب التذبذب في توجهاتها، وهو عنصر مهم عند تحليل درجة الالتزام بخط تحريري معين. بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الصفحة المدروسة اتجهت نحو بلورة رأي عام معارض لترشح الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة لعهد جديد، ومؤيد لسلمية الحركات الاحتجاجية من خلال خطاب نقدي مباشر وتعبئة إلكترونية غير تصادمية، تركز رؤية مدنية وواعية لما يجب أن يكون عليه المشهد السياسي في البلاد. المعطى توجهاً واضحاً للصفحة نحو نقد السياسات الرسمية السائدة آنذاك، خاصة في ما يتعلق بالأوضاع الاقتصادية، الاجتماعية، والسياسية، ما يشير إلى دورها في كشف الاختلالات وتعرية مظاهر التسيير غير الرشيد، وبالتالي تهينة الرأي العام تدريجياً لمواقف احتجاجية.



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

12. فئة القيم

الجدول رقم 22 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة ما قبل الحراك (قبل الأزمة).

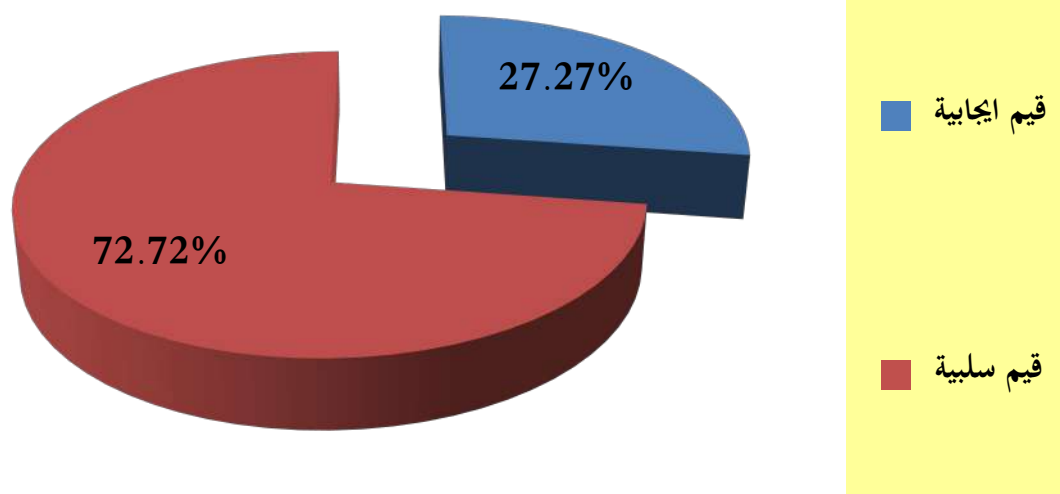
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

النسبة المئوية	التكرار	القيم التكرار
%27,27	30	قيم ايجابية
%72,72	80	قيم سلبية
%100	110	المجموع

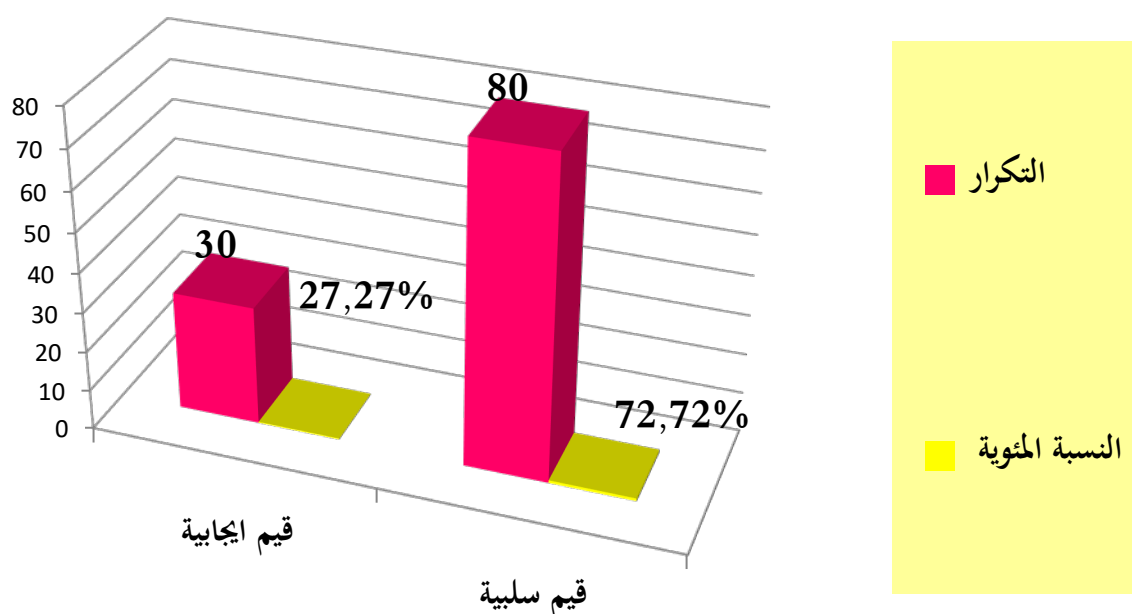
أبرز التحليل للجدول رقم 22 الخاص بالقيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما قبل الحراك أنها ارتكزت في غالبيتها على القيم السلبية بنسبة بلغت 72,72% ما يعادل 80 منشورا من أصل 110. وكانت تخص قيم الفساد السياسي، والإداري، والمالي، والتعدي على الحريات الأساسية، غياب الشفافية والمساءلة إن التركيز على هذا النوع من القيم يُظهر توجهًا واضحًا للصفحة نحو فضح مظاهر الانحراف المؤسسي ونقد الواقع القائم، عبر إبراز مواطن الخلل في منظومة الحكم. هذه القيم السلبية لا تُطرح في سياق تبنيها، بل كأدوات لتحفيز الرفض المجتمعي وتشكيل وعي ناقد، ما يجعلها تمثل عنصرًا تعبويًا غير مباشر.

في المقابل شكّلت القيم الإيجابية نسبة 27,27% حازت على 30 تكرارًا، وتمحورت أساسًا حول قيم الحرية والديمقراطية، محاربة الفساد، وحق الإضراب. وبالرغم من أن هذه النسبة أقل من القيم السلبية، إلا أن مضمونها يعكس رؤية بديلة لما يجب أن يكون عليه الواقع، ما يدل على أن الصفحة لم تكتفِ بالنقد، بل قدّمت نماذج قيمية مضادة، تُؤسس لثقافة مدنية جديدة تواكب التحوّل المرتقب.

وكاستنتاج عام يمكن القول أن الهيمنة النسبية للقيم السلبية في منشورات الصفحة خلال فترة ما قبل الحراك تعكس توجهًا نحو تشريح الأزمة البنيوية في المنظومة السياسية الجزائرية، في حين مثّلت القيم الإيجابية محاولة لطرح أفق بديل يقوم على الحقوق والحريات. وهو ما يدل على أن الخطاب الرقمي للصفحة كان مزدوج الوظيفة: نقدًا وبديلاً، ما يجعل من شبكات التواصل فضاءً لصياغة معجم قيم جديد يُؤسس لثقافة احتجاجية سلمية وواعية.



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة (ما قبل الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

الاستنتاجات العامة لمرحلة ما قبل الحراك:

بعد تحليل مضامين منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما قبل الحراك الشعبي (من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019)، وفق مقارنة تحليل المضمون الكيفي والكمّي، تم التوصل إلى مجموعة من المؤشرات الدالة على طبيعة الخطاب الاتصالي للصفحة في تعاطيها مع الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة في تلك الفترة. وقد تنوّعت الفئات التحليلية المعتمدة بين ما يتصل بالمحتوى (كالأهداف، الاتجاه، القيم، المطالب...) وما يخص البنية الشكلية (كاللغة، المصادر، الوسائط...)، بما يسمح بفهم مركّب لوظيفة الصفحة ضمن الحقل الرقمي الجزائري.

وتهدف هذه الاستنتاجات إلى إبراز الدور الذي لعبته الصفحة ضمن شبكة الفضاء الرقمي في التعبير عن مؤشرات الأزمة قبل تفجرها، وكيف أسهمت في بلورة وعي احتجاجي متصاعد، يمهد لفهم أعمق لكيفية إدارة الأزمة عبر وسائط الإعلام الاجتماعي.

I- استنتاجات عامة لمرحلة ما قبل الحراك من حيث الشكل:

1- من حيث تحليل حجم النصوص:

تظهر البيانات أن الصفحة المدروسة اعتمدت بدرجة كبيرة على النصوص القصيرة والمتوسطة، مع تجاهل شبه تام للنصوص الطويلة. وهذا يدلّ على توجّرها نحو مخاطبة الجمهور بلغة سريعة ومباشرة، ما يُسهّم في تحقيق الانتشار السريع للمحتوى من جهة، ويسهل عملية التعبئة الجماهيرية من جهة ثانية. وبالتالي هيمنة النصوص القصيرة لا تعني سطحية الصفحة، بل جاءت انسجاماً مع منطق التعبئة الرقمية التي تقتضي الإيجاز وسرعة التلقي، ما يعكس اختياراً وظيفياً يخدم سرعة تداول الرسائل الاحتجاجية قبل اندلاع الأزمة. وعليه دور الصفحة كما يظهره حجم النصوص كان وظيفياً في إدارة مرحلة التوتر تمثل في تهيئة الرأي العام بشكل سريع وفعال، دون تبني مؤسسي أو إثارة مباشرة.

2- من حيث نوع الصور وطبيعتها:

- احتلت الصور الموضوعاتية الحيز الأكبر من التوظيف، متبوعةً بصور رموز سياسية، في حين غابت الصور التاريخية كلية. يدل هذا الانتقاء البصري أن الصفحة لم تستخدم الصور لطابعها الجمالي، بل من أجل التوثيق الرقمي لكل مظاهر الغليان الاجتماعي، وبالتالي توجيه غير مباشر نحو المحتوى الاحتجاجي. ما يعكس حرصها على نقل صورة حقيقية عن الأوضاع المتوترة بطريقة غير منحازة ظاهراً.

- يظهر التوظيف الحصري للصور الملونة (100%) إدراك الصفحة لأهمية الأثر البصري في ترسيخ الأفكار لدى المتابعين، حيث تم استعمال الألوان لجذب الانتباه وترسيخ المعنى، بما ينسجم مع وظائف الاتصال الرقمي الذي يسعى إلى التأثير والانتشار. ما يعكس استخدام احترافي للوسائط يخدم خطاباً احتجاجياً تنقله لمتصفحها.
- تشير النسبة المرتفعة جداً لاقتزان الصور بالنصوص (97,89%) أن الصفحة كانت تدير المحتوى البصري بطريقة مقصودة وهادفة، وليس بشكل عشوائي. ما يعكس وعيها بأهمية التحكم في الرسائل البصرية وتوجيهها لتفادي اللبس والتأويلات المتضاربة دون الدخول في صراع مباشر. ويعتبر هذا التوجيه للرسائل البصرية منأبعاد إدارة الأزمة فهو يدخل ضمن استراتيجية دقيقة للتحكم في توجيه الفهم الجماهيري للأحداث.

3-الوسائط التكنولوجية:

- اختيار الصفحة للصور بنسبة عالية جداً، ثم الفيديوهات بدرجة أقل، ثم غياب للاستفتاءات والتسجيلات الصوتية، يكشف أنها لم تكن تهدف لخلق تفاعل مباشر أو فتح نقاشات، بل كانت تعمل على تراكم الصور الاحتجاجية لدى المتلقي بشكل غير مباشر. ويعكس ميلها للوسائط القابلة للضبط بدل الوسائط العفوية، على رغبتها في التحكم في الرسائل الاحتجاجية لا التفاعل اللحظي ما يعني تبنيها أسلوب إدارة محتوى موجه أكثر مما هو تفاعلي، وهي سمة من سمات الإدارة الاتصالية غير المعلنة للأزمات.
- كشفت المعطيات أن الفيديوهات المنشورة كانت بمعظمها مسجلة، ذات مدة متوسطة، ومرفقة بتعليق توجيهية. أي أن الصفحة خطّطت مسبقاً لرسائلها مما يعكس توجهاً نحو بناء وعي احتجاجي مؤطر وتراكمي، لا نحو تغطية لحظية أو بث مباشر، وبالتالي دور الصفحة انصب علتهئية وتوجيه متصفحها لا على تحريكهم الميداني.
- من خلال هذا التحليل، نفهم أن الشكل الخارجي للمحتوى (النصوص، الصور، الفيديوهات، الوسائط) في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم يأت بشكل اعتباطي، بل تبنت نمطا مدروسا في إدارة المحتوى الاتصالي خلال فترة ما قبل الحراك شكّل جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية اتصالية ضمنية لإدارة الأزمة في مرحلتها التمهيديّة، حيث سعت الصفحة إلى:
 - نقل الواقع الاجتماعي والسياسي بدقة
 - تأطير الرسائل وتوجيهها لتهيئة الرأي العام دون تصعيد مباشر أو مواجهة مع السلطة أو الاصطفاف مع تيار معين.
 - العمل على ترسيخ صور ومعان لدى المتابعين، بهدف الإسهام في تشكيل وعي جماعي احتجاجي قبل انفجار الأزمة بشكل علني.

II-الاستنتاجات العامة لمرحلة ما قبل الحراك من حيث مضمون المنشورات:

1-كزت الصفحة بشكل كبير على نقل مظاهر التوتر الاجتماعي والاقتصادي واحتجاجات، إضرابات، تدهور الخدمات...، وهو ما يُظهر وعيًا مبكرًا بتصاعد منسوب الأزمة، وسعيًا إلى إبرازها للرأي العام دون تبني صريح لأي موقف سياسي مباشر.

2-احتلت المواضيع الاجتماعية والسياسية مساحة واسعة من المنشورات، مما يدل على سعي الصفحة إلى إبراز اختلالات النظام القائم، من خلال التركيز على مظاهر الفساد، التهميش، والضغط المعيشي، مع استعمال رموز محلية (كرة القدم، الرموز الشبابية، الثقافة الشعبية...) لتمرير الرسائل بشكل مقبول شعبياً

3-المضمون المرافق للفيديوهات يعكس ميلاً لتوليد وعي جماعي، من خلال توثيق مظاهر التذمر الشعبي وهتافات مدرجات الملاعب ورسائل الجماهير، التي تحولت من انتقادات اجتماعية إلى شعارات سياسية (رفض العهدة الخامسة، انتقاد الفساد، الحديث عن الحرقه....

4-الصفحة لم تسع إلى لعب دور إعلامي احترافي أو دور مؤسسي، بل اكتفت بدور الوسيط الرقمي الحيادي ظاهراً، الناقل لصوت الشارع، وهو ما يُعفيها ظاهرياً من تهمة التحريض، لكن لا يعفيها من محاولة توسيع نطاق الوعي الاحتجاجي لدى متصفحها.

خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة ما قبل الحراك:

يتضح من مجموع المعطيات الخاصة بالشكل والمضمون أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لعبت خلال مرحلة ما قبل الحراك الشعبي دوراً اتصالياً رقمياً مركباً، يجمع بين التوثيق، التعبئة، وبلورة الوعي العام، دون أن تنخرط بشكل صريح كطرف سياسي أو فاعل مؤسسي.

وقد اعتمدت الصفحة في بناء رسائلها، على الأسلوب التالي:

- تكثيف النشر القصير والموجه.
 - الربط الذكي بين الصورة والنص.
 - توظيف الفيديوهات بشكل مدروس.
 - وتقديم المضمون ضمن سياقات واقعية تنقل الاحتجاج دون أن تُحرض عليه بشكل مباشر.
- هذا التوجه يجعل من الصفحة فاعلاً اتصالياً رقمياً، مارست نوعاً من إدارة الأزمة، من خلال نقل المؤشرات الأولية للاحتجاج، وتوسيع نطاق تداولها، مما جعلها فضاءً رقمياً، أدّى دوراً وظيفياً في كشف ملامح الأزمة، وتوجيه الرأي العام نحو قراءتها دون الوقوع في الاصطفاف المباشر، وهو ما يُعدّ شكلاً من أشكال إدارة الأزمات عبر الاتصال الرقمي البديل.

III-الاستنتاجات النهائية لمرحلة ما قبل الحراك الشعبي (مرحلة ما قبل الأزمة):

بناءً على تحليل محتوى منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك يمكن تسجيل الاستنتاجات الآتية:

1-الصفحة لم تكنف بنقل الأزمة، بل ساهمت في تهيئة وعي احتجاجي تراكمي: أظهرت المؤشرات أن منشورات الصفحة انخرطت بوضوح في بناء خطاب احتجاجي من خلال إبراز حجم الاختلالات الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والتربوية، وهو ما جعلها تشارك بشكل غير مباشر في إنتاج ديناميكيات ما قبل الأزمة، عوض الاكتفاء بتغطية محايدة أو مهنية.

2-هيمنة الأهداف الإخبارية والتوجيهية والتوعوية دون تحريض مباشر:أوضحت الجداول الخاصة بأهداف المنشورات أن الصفحة اتجهت أساساً إلى نقل المعلومات، توجيه الرأي العام، وتحفيز وعيه دون اللجوء إلى خطاب تحريضي مباشر، ما يعكس أسلوب إدارة خفية للأزمة تقوم على تعبئة تدريجية لا على التصعيد الفجائي.

3-الأسلوب الإقناعي الغالب هو الحجاج العقلي والعاطفي، لا الترهيب:اعتمدت الصفحة على الخطاب العقلي المدعوم بأمثلة واقعية واستمالات عاطفية، مع شبه غياب لأساليب التخويف أو التهويل. وهذا يُظهر محاولة توجيه الجمهور نحو إدراك عقلائي للأزمة الاجتماعية والسياسية، مما يعزز فكرة كونها فاعلاً اتصالياً واعياً بخياراته الخطابية.

4-خطاب الصفحة كان في غالبه معارضاً و متموقعاً ضد السلطة: أوضحت بيانات "فئة الاتجاه" أن النسبة الغالبة من المنشورات كانت تحمل اتجاهاً معارضاً بوضوح (70%)، ما يكشف أن الصفحة لم تكن فضاءً محايداً أو وسيلة رصد فقط، بل كانت تُبلور موقفاً سياسياً ضمناً تجاه السلطة وقراراتها.

5-تركيز قوي على القيم السلبية في وصف الواقع السياسي والاجتماعي:ظهر في فئة القيم حضور واسع لقيم القهر، الفساد، واللاعادلة، مما ساهم في تشكيل تصوّر مظلم للواقع العام، غدّى الشعور باللاجدوى وفقدان الثقة، وبالتالي مهد لظهور الحراك بوصفه فعلاً تحويلياً مشروعاً.

6-مضامين الصفحة غطّت مختلف أشكال وأسباب ومطالب الاحتجاجات بتدرج واضح:من خلال تحليل أنواع، طبيعة، وأسباب الاحتجاجات، ظهر أن الصفحة مارست توثيقاً تراكمياً لكل المؤشرات الاجتماعية والسياسية التي سبقت الحراك، بدءاً من قطاع الصحة والتربية، مروراً بالبطالة والسكن، وصولاً إلى المطالبة بإسقاط الرئيس والعهددة الخامسة. وهذا ما يُظهر أن شبكات التواصل الاجتماعي في هذه المرحلة لم تكن أداة تواصل فقط، بل فضاءً لنشر خطاب احتجاجي بديل.

7-ضعف في التوثيق والمصادر يعكس طغيان الطابع الشعبي على الإعلامي:أوضحت معطيات مصادر المعلومات أن الصفحة افتقرت للمصادر الموثوقة في معظم منشوراتها (84%)بدون مصدر، ما يُشير إلى اعتمادها على شهادات عفوية، محتوى غير موثق، وصور من الواقع الميداني، وهذا يعكس الطابع الشعبوي غير المؤسسي للمحتوى الرقمي.

8-الصفحة منحت أولوية لأطراف المجتمع المدني مقابل تراجع الجهات الرسمية: في فئة الأطراف الموظفة، تبين أن الصفحة ركزت على أصوات المجتمع المدني (بطالة، طلبة، أطباء، معلمون...)، فيما غاب الصوت الرسمي، ما يُعزز فرضية أن الصفحة كانت تنخرط في مشروع رمزي لإعادة ترتيب السلطة الرمزية في الفضاء الرقمي لصالح الجماهير المهمشة.

وكخلاصة عامة تعكس مرحلة ما قبل الحراك أن شبكات التواصل الاجتماعي، ممثلة في الصفحة المدروسة، لقد أدّت الصفحة دورًا في إدارة الأزمة قبل وقوعها، ليس عبر التهذئة أو المعالجة، بل عبر التأطير الرمزي للأزمة، من خلال تعرية الاختلالات، وخلق ترابط سردي بين الأحداث اليومية الصغيرة ومفهوم الأزمة الكبرى، وهو ما مهّد نفسيًا ومعرفيًا لتفجر الحراك الشعبي.

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك.

بعد أن أبرزت نتائج تحليل مرحلة ما قبل الحراك كيف أدّت الصفحة المدروسة دورًا اتصاليًا تعبويًا غير مباشر، سعت من خلاله إلى تشكيل وعي احتجاجي متناسل دون صدامية مع أي طرف، فإن هذه المرحلة الجديدة من الدراسة ستتركز على الكيفيات التي واصلت بها الصفحة أداء هذا الدور بعد اندلاع الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019، أي في ذروة الأزمة التي تحوّل فيها التعبير الرقمي من تسجيل التوترات إلى مواكبة حدث جماهيري فارق في التاريخ السياسي الجزائري المعاصر، نظرًا لطابعه السلمي الواسع، وانتشاره الجغرافي، واستمراريته، واستخدامه المكثف للوسائط الرقمية في التعبئة، فهي تمثل مرحلة اختبار فعلي لقدرة الصفحة على إدارة الأزمة رقميًا عبر وسائل الاتصال الاجتماعي غير الرسمي التي سعت إلى تغطية الحراك، تفسيره، من خلال تحليل محتوى الصفحة من حيث الشكل والمضمون.

حددت الدراسة مرحلة الأزمة من بداية الحراك في 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019 تضم 38 جمعة خاضعة للتحليل نحاول من خلالها معرفة حجم اهتمام الصفحة المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من الحراك سواء من حيث حجم استخدامها للصور وللوسائط التكنولوجية ولحجم النصوص المنشورة بها أو من حيث طبيعة مضامين منشوراتها وأهدافها واللغة الموظفة فيها ونوعية مصادرها وأسباب الحراك حسبها ونوعية الأساليب الإقناعية الموظفة فيها. ويأتي هذا التحليل للإجابة عن سؤال جوهري مفاده كيف تعاملت الصفحة مع الأزمة بعد تفجّرها؟ هل واصلت أداء دورها بوصفها أداة توثيق رقمي وتأطير غير مؤسسي؟ أم تبنت مواقف أكثر وضوحًا في سياق الحراك؟

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

01. فئة حجم النصوص

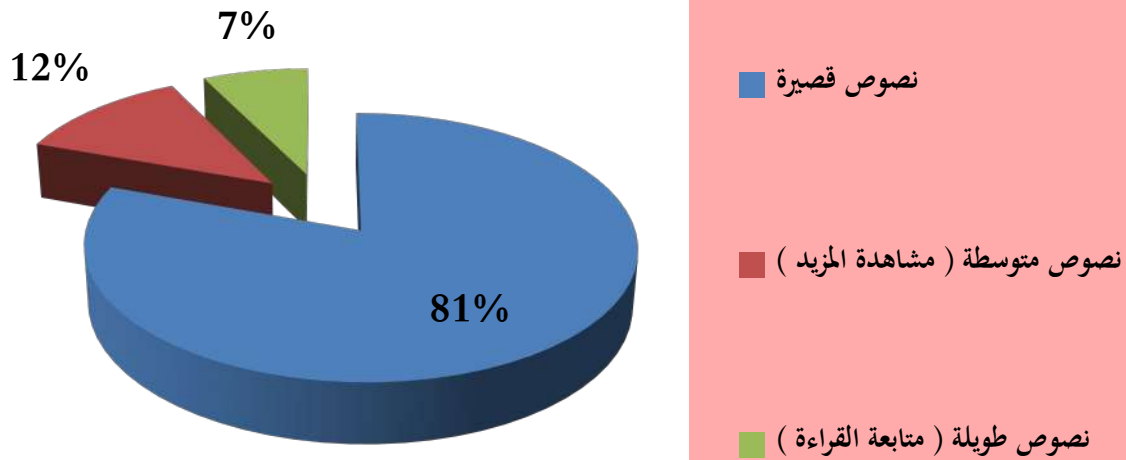
الجدول رقم 23: طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

نوع النصوص	عدد المنشورات	نسبة مئوية
نصوص قصيرة	1852	80,52%
نصوص متوسطة (مشاهدة المزيد)	280	12,17%
نصوص طويلة (متابعة القراءة)	168	07,30%
المجموع	2300	100%

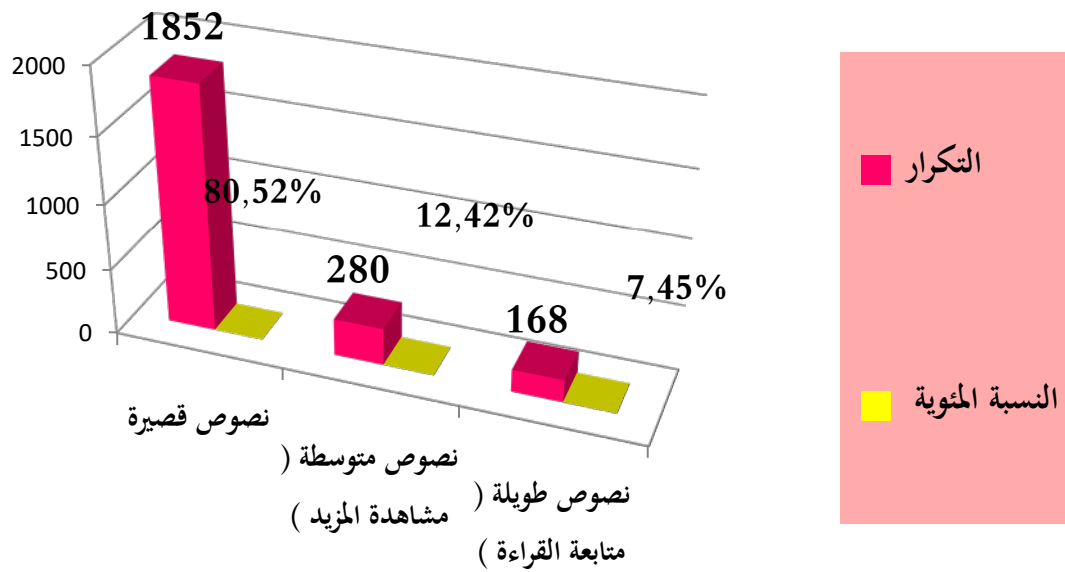
يتضح من خلال معطيات الجدولين رقم 23 و 24 الخاصين بطول النصوص في الصفحة المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك (من 22 فيفري إلى 08 نوفمبر 2019)، والتي تشمل 38 جمعة خاضعة منشوراتها للتحليل، أن الصفحة اعتمدت بشكل كبير على النصوص القصيرة بنسبة 80,52% بمجموع 1852 منشورا من أصل 2300 منشور خاضع للتحليل، وقد عادت فيها أعلى نسبة إلى الجمعة الخامسة عشر الموافقة لـ 31 ماي 2019 (أنظر الجدول رقم 24) حيث كتفت فيها الصفحة من النصوص القصيرة بـ 217 نصا آخذا نسبة 11,72% من مجموع المنشورات القصيرة لجمعات الحراك. وهي الجمعة نفسها التي أحرزت على أعلى نسبة منشورات بكل أنواعها (قصيرة، متوسطة وطويلة) بلغت 283 منشورا ما نسبته 12,30% (أنظر الجدول رقم 24). ومن أمثلة النصوص القصيرة الواردة في المنشورات الخاضعة للتحليل نذكر ما كتبه بتاريخ 26 فيفري 2019 «الأساتذة في بجاية ضد العهدة الخامسة»، بالإضافة إلى منشور آخر بتاريخ 23 فيفري 2019 «وهران أمام مقر الإذاعة الوطنية لا للعهد الخامسة». وهو ما يظهر استمرارية الصفحة في استراتيجيتها الاتصالية السابقة، القائمة على التكتيف والاختزال، كأسلوب لمخاطبة جمهورها.

ويبدو أن هذا التوجه لم يكن عشوائيًا، بل نابغًا من وعيها بخصوصيات الاتصال الرقمي، وضرورات إدارة الأزمات التي تتطلب أن تكون الرسائل مباشرة، مختصرة، وسهلة الانتشار. فالنصوص القصيرة التي نشرتها، مثل "الأساتذة في بجاية ضد العهدة الخامسة" (منشور 26 فيفري 2019)، لم تكتف فيه بوصف حدث، بل كانت تؤدي دورًا تعبويًا ضمنيًا عبر قوة النص القصير ووضوحه.

وتنسجم هذه الطريقة مع خصائص المحتوى الرقمي الفعّال، كما تشير إليه دراسات الإعلام الرقمي، حيث يُفضل المستخدمون المنشورات السريعة والفورية في سياق الأحداث المتسارعة.



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 24: الخاص بطول نصوص المنشورات خلال جمعات الحراك في الصفحة المدروسة أثناء جمعات

الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	رقم	قصير (أسطر قليلة)		متوسط (مشاهدة المزيد)		طويل (متابعة القراءة)		المجموع	
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
22 فيفري 2019	1	43	%2,32	1	%0.35	0	%0	44	%1,91
01 مارس 2019	2	15	%0,81	2	%0.71	1	%0.59	18	%0,78
08 مارس 2019	3	36	%1,94	2	%0.71	0	%0	38	%1,65
15 مارس 2019	4	52	%2,81	2	%0.71	1	%0.59	55	%2,39
22 مارس 2019	5	48	%2,59	1	%0.35	1	%0.59	50	%2,17
29 مارس 2019	6	21	%1,13	5	%1.78	4	%2.38	30	%1,30
5 أبريل 2019	7	10	%0,54	1	%0.35	1	%0.59	12	%0,52
12 أبريل 2019	8	80	%4,32	41	%14.64	40	%23.80	161	%7,00
19 أبريل 2019	9	25	%1,35	4	%1.42	0	%0	29	%1,26
26 أبريل 2019	10	24	%1,30	1	%0.35	0	%0	25	%1,09
30 ماي 2019	11	20	%1,08	2	%0.71	0	%0	22	%0,96
10 ماي 2019	12	18	%0,97	1	%0.35	0	%0	19	%0,83
17 ماي 2019	13	44	%2,38	2	%0.71	1	%0.59	47	%2,04
24 ماي 2019	14	60	%3,24	4	%1.42	1	%0.59	65	%2,83
31 ماي 2019	15	217	%11,72	25	%8.92	41	%24.40	283	%12,30
7 جوان 2019	16	90	%4,86	63	%22.5	59	%35.11	212	%9,22
14 جوان 2019	17	11	%0,59	0	%0	0	%0	11	%0,48
21 جوان 2019	18	9	%0,49	2	%0.71	4	%2.38	15	%0,65
28 جوان 2019	19	27	%1,46	1	%0.35	1	%0.59	29	%1,26
5 جويلية 2019	20	16	%0,86	2	%0.71	0	%0	18	%0,78
12 جويلية 2019	21	12	%0,65	0	%0	0	%0	12	%0,52
19 جويلية 2019	22	49	%2,65	2	%0.71	0	%0	51	%2,22
26 جويلية 2019	23	17	%0,92	1	%0.35	0	%0	18	%0,78
02 أوت 2019	24	16	%0,86	1	%0.35	0	%0	17	%0,74

09 أوت 2019	25	14	0,76%	0	0%	0	0%	14	0,61%
16 أوت 2019	26	12	0,65%	0	0%	0	0%	12	0,52%
23 أوت 2019	27	22	1,19%	0	0%	0	0%	22	0,96%
30 أوت 2019	28	14	0,76%	0	0%	0	0%	14	0,61%
6 سبتمبر 2019	29	21	1,13%	4	1,42%	3	1,78%	28	1,22%
13 سبتمبر 2019	30	51	2,75%	27	9,64%	4	2,38%	82	3,57%
20 سبتمبر 2019	31	155	8,37%	13	4,64%	2	1,19%	170	7,39%
27 سبتمبر 2019	32	150	8,10%	3	1,07%	0	0%	153	6,65%
04 أكتوبر 2019	33	10	0,54%	1	0,35%	0	0%	11	0,48%
11 أكتوبر 2019	34	120	6,48%	2	0,71%	2	1,19%	124	5,39%
18 أكتوبر 2019	35	130	7,02%	29	10,35%	0	0%	159	6,91%
25 أكتوبر 2019	36	100	5,40%	25	8,92%	2	1,19%	127	5,52%
10 نوفمبر 2019	37	50	2,70%	5	1,78%	0	0%	55	2,39%
08 نوفمبر 2019	38	43	2,32%	5	1,78%	0	0%	48	2,09%
المجموع		1852	80,52%	280	12,17%	168	7,30%	2300	100%

أما على مستوى جمعات الحراك فإن القراءة الظاهرية للجدول رقم (24) تبين أن الصفحة تركز على نشر المنشورات القصيرة 80,11% حيث نلاحظ أن الجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 أخذت أعلى نسبة قدرت بـ 11,72% بمجموع 217 تكراراً كونها كانت تعتمد على نشر أخبار فقد كانت مفصلة تعتمد على تكثيف الرسائل القصيرة من أجل تحنيد الحشود للخروج إلى الشارع حيث صادف ذلك النشر الكبير بتفاؤل وتمسك الشعب أكبر ومؤشراً بحسبهم على "بداية انفراج الأزمة السياسية فإن الحرب التي يقودها الجيش والعدالة على رموز الفساد وإلغاء الانتخابات الرئاسية وتأكيد ضرورة الحوار لحل الأزمة، شكلت كلها ضمانات للمتظاهرين"، وكانت له نتائج بقبول الحراك خارطة طريق الحوار الوطني، مع الإبقاء على الشارع كورقة ضغط لتحقيق المطالب الشعبية"، ومن أمثلته نورد ما نشرته الصفحة بتاريخ 31 ماي 2019 على الساعة 23:07 «الآن .. حراسة مشددة أمام المسجد الكبير بالعاصمة بعد حضور بن صالح لإحياء ليلة

القدر!!». أيضا على الساعة 16:23 «المظاهرون من ساحة البريد المركزي الآن: "نحننا الخامسة ومزال فرنسا"».

تلتها النصوص المتوسطة الحجم التي تشمل نسبة 12,17% بمجموع تكرارات بلغ 280 منشورا، ومن أمثلتهما نشر بتاريخ 25 فيفري 2019 «حفيظ دراجي: في الفاتح مارس سيقدم أبناء شعبنا الورد ويزعون الحلوى على رجال الأمن ويرفعون العلم الوطني على أكتافهم، ويهتفون بالحب "سلمية سلمية" تحيا الجزائر" و"لا للعهد الخامسة"».

ويسجل أن الجمعة السادسة عشرة، الموافق لـ 07 جوان 2019 كانت الأكثر كثافة في النشر، بنسبة 22.5% عن 63 منشورا من النصوص المتوسطة (أنظر الجدول رقم 24)، وهو ما يعكس تصاعدا لأحداث المهمة يومها، حيث كتبت الصفحة منشورا جاء فيه «يواصل الجزائريون للجمعة 16 المسيرات الشعبية التي بدأت يوم 22 فيفري الماضي، للتعبير عن رفضهم لبقاء رموز النظام في مناصبهم وإجراء انتخابات رئاسية تحت إشراف حكومة نور الدين بدوي».

أما النصوص الطويلة فقد بلغت نسبتها 7,30% بمجموع 168 منشورا، تصدرت فيها هي الأخرى الجمعة السادسة عشر أعلى نسبة بلغت 35.11% بمجموع 59 تكرارًا (أنظر الجدول رقم 24)، من أمثلتها ما ورد في منشور طويل «...فالمسيرات مستمرة في الجزائر العاصمة ومدن عدة، منها وهران وبجاية ومستغانم وباتنة وقسنطينة وتيزي وزو... الخ، للمطالبة برحيل بقايا نظام الرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة، ورفضاً لأي حوار أو انتخابات مع العصابات...».

ويمكن تفسير هذا التوزيع بكون أغلب منشورات الصفحة ذات طابع إخباري مباشر، يتماشى مع خاصية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تُعد النصوص القصيرة الأكثر جذبًا للمتابعين، وأسهل تداولًا، وتُسهّم في رفع التفاعل اللحظي حول المواضيع المطروحة. في المقابل، لم تُحمل الصفحة النصوص الطويلة، بل لجأت إليها في لحظات سياسية حرجة تستدعي توسيع زاوية النظر أو تقديم سرد شامل للأحداث، وهو ما يبرز أدائها الاتصالي المدروس، من خلال الاعتماد على كل ما هو مختصر ومؤثر.

وعليه يمكن القول أن توزيع النصوص بهذا الشكل، يعكس توجه الصفحة نحو استثمار خصائص الوسيط الرقمي من خلال اعتماد التكثيف والاختصار في النصوص القصيرة والمتوسطة، مقابل توظيف محدود ومنتقى للنصوص الطويلة. ويعزز هذا التوجه السعي إلى مواكبة الحراك الشعبي بأسلوب يتماشى مع سلوك الجمهور الرقمي، وتقديم

محتوى واضح، سريع الفهم، يسهل مشاركته وتداوله. وهو ما يُعدّ في جوهره ممارسة اتصالية رقمية فعّالة تُسهم في نقل الحراك وتأطيره، دون التورط في الخطاب السياسي المباشر أو الخطاب المؤسسي، مما يُمكن الصفحة من لعب دور إعلامي بديل ضمن ما يطلق عليه بصحافة المواطن.

2. فئة توظيف الصور

أ- نوع الصور

الجدول رقم: 25 نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).

"خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصور التكرار
18,84%	398	صور شخصية
70,17%	1482	صور موضوعاتية
10,08%	213	أرشيفية
0,89%	19	رسوم كاريكاتورية
100%	2112	المجموع

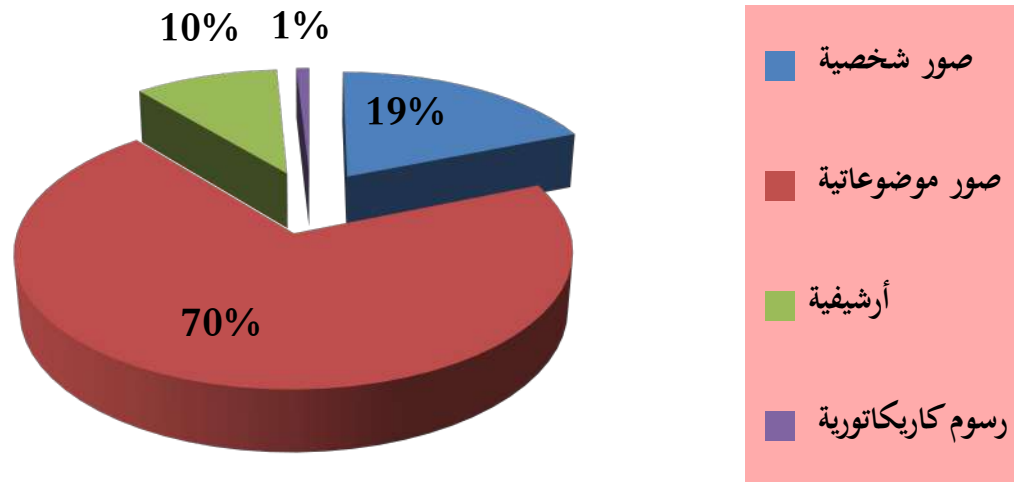
تشير معطيات الجدولين رقم 25 و 26 المتعلقان بطبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك أن أعلى نسبة، نالتها الصور الموضوعاتية التي تشمل نقل أحداث وطنية على الطريقة الإعلامية بلغت 70,17% بمجموع 1482 صورة. (أنظر الملحق رقم 17) ما يعكس توجّه الصفحة نحو أداء دور إعلامي ميداني يُحاكي وظائف "صحافة المواطن" في نقل هذا الحدث بشكل مكثّف لمتابعيها، وقد بلغت الصور الموضوعاتية ذروتها خلال الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) حيث تمّ توظيف 205 صورة، بنسبة 13,83% من إجمالي الصور الموضوعاتية، ما يبرز التفاعل البصري المكثف مع هذه الجمعة بالذات. (أنظر الجدول رقم 26).

أما الصور الشخصية فقد أخذت نسبة 18,84% بمجموع 398 تكرارات وشملت صور رموز سياسية وتاريخية، على عكس المرحلة السابقة التي لم توظف فيها نهائيا صورا لرموز تاريخية (أنظر الملحق رقم 18). وقد

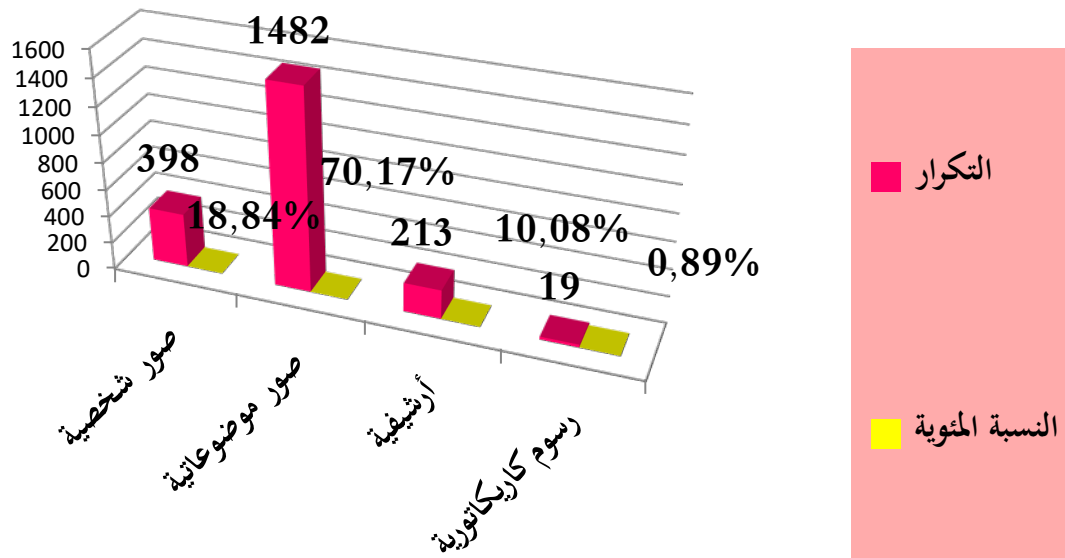
سجل أعلى توظيف لها الجمعة السادسة عشر (07 جوان 2019) بنسبة 12.56%، بما مجموعه 50 صورة (أنظر الجدول رقم 26). هذا النوع من التوظيف لصور الرموز التاريخية ورغم محدودية عددها، إلا أن حضورها يُفهم كخيار رمزي مقصود، يستند إلى استدعاء الشخصيات التاريخية لدعم شرعية الخطاب الاحتجاجي ضمن سردية وطنية أوسع، في محاولة لربط الوجوه بالحدث.

أما الصور الأرشيفية فقد احتلت نسبة 10,08% بمجموع 213 تكرارًا (أنظر الملحق رقم 20) وشملت صوراً لشعارات ومقولات رمزية أعيد تداولها مراراً خاصة خلال الجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019، وهو توظيف في المقابل، لم تحظ الصور الكاريكاتورية بحضور كبير، إذ لم يوظف إلا بنسبة 0,89% بمجموع 19 تكراراً فقط (أنظر الملحق رقم 19).

وتصدرت الجمعة السادسة عشر (07 جوان 2019) هذا النوع من الصور، بنسبة 15.78% بتكرار ثلاثة رسوم كاريكاتورية. إلا أن هذا التوظيف المحدود لا يلغي دلالاته، إذ تعكس هذه الرسوم بُعداً نقدياً ساخراً يسهم في تفريغ التوتر، كما يُعبر عن موقف سياسي ضمني بأسلوب رمزي وشعبي محبذ في البيئة الرقمية الجزائرية. كما أن معظم الصور المتداولة ملتقطة من قبل المجتمع المدني، مما يؤكد اعتمادها على صور المواطنين في نقل الأحداث، إذ لا يمكن نقل حقيقة الحركة الاحتجاجية، إلا من قلب الحدث وهكذا، لعبت الصور دوراً فاعلاً، من خلال نقلها رسالة واضحة وواقعية لأحداث الحراك الشعبي الجزائري، مما يعكس اهتمامها بهذا الحدث الهام. يتأكد مما سبق حرص الصفحة المدروسة على توظيف الصور بكل أنواعها، ولو بدرجات متفاوتة، ليس فقط إدراكاً منها لطابعها الجمالي من خلال زيادة جاذبية الصفحة، وإنما وعياً منها بأهمية الصورة، التي تدعم المحتوى وتعطي رسالة واضحة تجسّد المعنى وتوصل حدثاً مهماً، بالنسبة للجزائريين، فيحدث لديهم فهم أوسع وأكثر دقة لموضوع المسيرة السلمية، مستخدمة بدرجة أساسية الصور الموضوعاتية لتؤكد مسيرتها للأحداث الحاصلة مجسدة معالم صحافة المواطن بكل حذافرها.



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).
"خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).
"خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

الجدول رقم 26: نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	نوع الصورة	رسوم كاريكاتورية		صور موضوعاتية		صور شخصية		صور أرشيفية		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	0	0	19	1,28%	05	1,25%	2	0,93%	26	1,23%
01 مارس 2019	2	0	0	09	0,60%	03	0,75%	5	2,34%	17	0,80%
08 مارس 2019	3	0	0	18	1,21%	10	2,51%	4	1,87%	32	1,52%
15 مارس 2019	4	1	05,26%	38	2,56%	07	1,75%	5	2,34%	51	2,41%
22 مارس 2019	5	1	05,26%	35	2,36%	05	1,25%	6	2,81%	47	2,23%
29 مارس 2019	6	0	0	15	1,01%	13	3,26%	1	0,46%	29	1,37%
5 أبريل 2019	7	0	0	05	0,33%	01	0,25%	2	0,93%	8	0,38%
12 أبريل 2019	8	0	0	0	0	24	6,03%	0	0	161	7,62%
19 أبريل 2019	9	0	0	0	0	17	4,27%	1	0,46%	28	1,33%
26 أبريل 2019	10	0	0	20	1,34%	03	0,75%	1	0,46%	24	1,14%
30 ماي 2019	11	0	0	11	0,74%	01	0,25%	5	2,34%	17	0,80%
10 ماي 2019	12	0	0	09	0,60%	05	1,25%	1	0,46%	15	0,71%
17 ماي 2019	13	1	05,26%	28	1,88%	02	0,50%	4	1,87%	35	1,66%
24 ماي 2019	14	1	05,26%	35	2,36%	12	3,01%	10	4,69%	58	2,75%
31 ماي 2019	15	0	0	205	13,83%	13	3,26%	23	10,79%	241	11,41%
7 جوان 2019	16	3	15,78%	148	9,98%	50	12,56%	17	7,98%	218	10,32%
14 جوان 2019	17	0	0	04	0,26%	03	0,75%	1	0,46%	8	0,38%
21 جوان 2019	18	0	0	04	0,26%	07	1,75%	2	0,93%	13	0,62%
28 جوان 2019	19	0	0	18	1,21%	02	0,50%	9	4,22%	29	1,37%
5 جويلية 2019	20	1	05,26%	08	0,53%	03	0,75%	4	1,87%	16	0,76%
12 جويلية 2019	21	1	05,26%	05	0,33%	0	0	4	1,87%	10	0,47%
19 جويلية 2019	22	3	15,78%	22	1,48%	12	3,01%	14	6,57%	51	2,41%
26 جويلية 2019	23	0	0	03	0,20%	08	2,01%	8	3,75%	19	0,90%
02 أوت 2019	24	0	0	06	0,40%	04	1%	8	3,75%	18	0,85%
09 أوت 2019	25	0	0	06	0,40%	03	0,75%	5	2,34%	14	0,66%
16 أوت 2019	26	0	0	05	0,33%	02	0,50%	1	0,46%	8	0,38%
23 أوت 2019	27	0	0	19	1,28%	0	0	1	0,46%	20	0,95%
30 أوت 2019	28	0	0	1	0,06%	02	0,50%	3	1,40%	6	0,28%
6 سبتمبر 2019	29	0	0	19	1,28%	06	1,50%	1	0,46%	26	1,23%

13 سبتمبر 2019	30	1	%05,26	33	%2,22	37	%9,29	6	%2,81	77	%3,64
20 سبتمبر 2019	31	2	%10,52	94	%6.34	44	%11,05	14	%6,57	154	%7,29
27 سبتمبر 2019	32	0	%0	101	%06,81	47	%11,80	7	%3,28	155	%7,33
04 أكتوبر 2019	33	0	%0	04	%0,26	0	%0	0	%0	4	%0,18
11 أكتوبر 2019	34	2	%10,52	89	%06	08	%2,01	14	%6,57	113	%5,35
18 أكتوبر 2019	35	2	%10,52	135	%09,10	07	%1,75	7	%3,28	151	%7,14
25 أكتوبر 2019	36	0	%0	88	%05,93	23	%5,77	8	%3,75	119	%5,63
10 نوفمبر 2019	37	0	%0	47	%03,17	05	%1,25	4	%1,87	56	%2,65
08 نوفمبر 2019	38	0	%0	29	%01,95	04	%1	5	%2,34	38	%1,79
المجموع	19		%0,89	1482	%70,17	398	%18,84	213	%10,08	2112	100%

وعليه يتبين من خلال القراءة النوعية لبيانات الجدولين رقم 25 و 26 أن الصفحة المدروسة واصلت نفس النهج الاتصالي الذي تبنته منذ ما قبل الأزمة، ولكن هذه المرة بوتيرة أقوى وأدق. فقد شكّلت الصور الموضوعاتية العمود الفقري للرسائل البصرية بنسبة تفوق 70%، ما يدل على إدراك الصفحة لأهمية الصورة في التعبئة الرقمية ونقل لحظة الحراك من قلب الميدان. هذه الصور لم تكن اعتباطية، بل أنتجت في الغالب من طرف فاعلين من المجتمع المدني، أو متظاهرين، وهو ما يعزّز انخراط الصفحة في توظيف تقنيات "صحافة المواطن"، لنقل حقيقة الحراك. في حين عبّرت الصور الشخصية عن نية الصفحة في ربط الأحداث بأشخاص فاعلين في الوعي الجمعي، سواء رموز تاريخية أو سياسية أو فنية، ما يضيف بعداً رمزياً للرسائل. أما الصور الأرشيفية، فكان توظيفها مرتبطاً بالذاكرة الاحتجاجية، وأدت وظيفة مرجعية مهمة.

ورغم ندرة الكاريكاتير، إلا أن توظيفه في بعض الجماعات يعكس وعياً بأسلوب السخرية السياسية، الذي يُعدّ جزءاً من تقاليد التعبير في الثقافة الرقمية الجزائرية، خصوصاً في الأزمات. إن هذا التوظيف المتنوع والمدرّس للصور يؤكد أن الصفحة كانت تملك رؤية بصرية واضحة، جعلت منها فاعلاً رقمياً حقيقياً في إدارة لحظة جماهيرية حرجية، من خلال أدوات غير مؤسسية لكن فعالة.

ب- طباعة الصور

الجدول رقم 27: طباعة الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

"خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

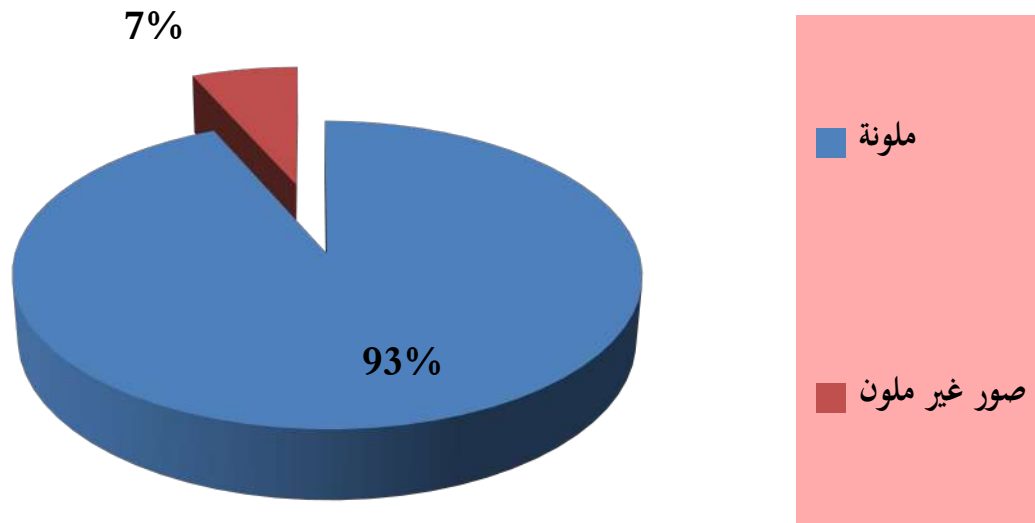
النسبة مئوية	عدد الصور	اللون / التكرار
93,41 %	1973	ملونة
6,58 %	139	صور غير ملونة
100%	2112	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 27 الخاص بلون الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك أنها اعتمدت بشكل أساسي على الصور الملونة التي بلغ حجم تكرارها 1973 صورة ما نسبته 93,41%، وقد جاء توزيعها مكثفا في الجمعة الخامسة عشر بمجموع 232 صورة ملونة متبوعة بالجمعة السادسة عشر بمجموع 206 صورة. وأدنى نسبة كانت للجمعة الثامنة والعشرون 30 أوت 2019 و الجمعة الثالثة والثلاثون 4 أكتوبر 2019 بنسبة 0,20% عن 4 تكرارات.

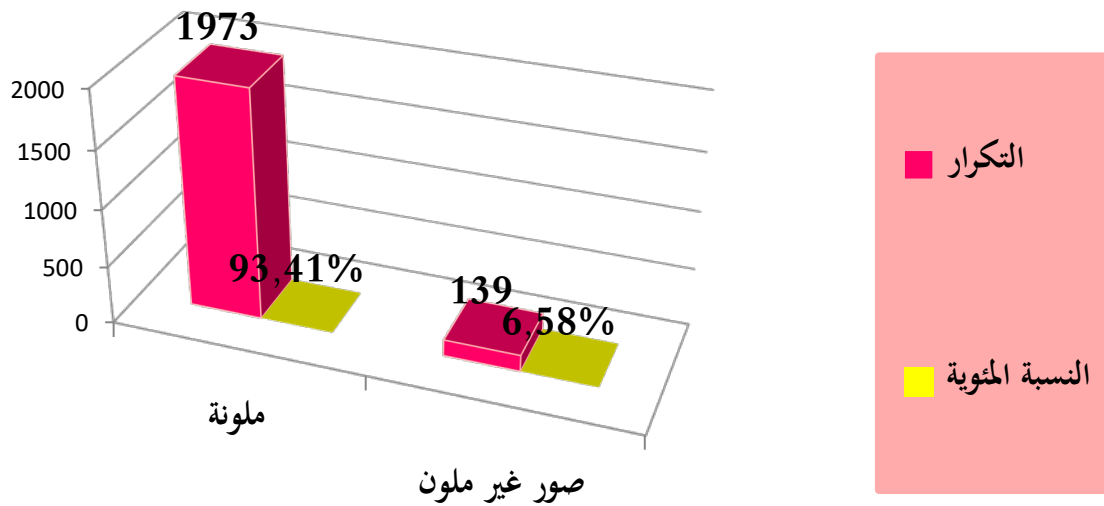
يُظهر هذا التوجه نحو الصور الملونة إدراكاً من الصفحة لأهمية التأثير البصري في التواصل الرقمي، حيث تعزز الألوان حضور الصور وتجذب انتباه المتلقين، خاصة في السياقات التشاركية والتفاعلية كالتي تتيحها منصات فايسبوك. ويمكن ربط هذا المعطى باستراتيجية الصفحة في إدارة الرسائل الاتصالية ضمن الأزمة، إذ تهدف الصور الملونة إلى نقل الزخم الشعبي والحيوية البصرية للمسيرات، بما يُعزز فاعلية التعبئة الرقمية ويقوّي الجانب الرمزي للحراك.

أما استخدام الصور غير الملونة والتي كانت بالأبيض والأسود فقط فقد كشف التحليل عن وجودها بنسبة ضعيفة لا تتجاوز 6,58%، عن 139 صورة. ورغم محدودية حضورها، فقد لوحظ تركزها النسبي في الجمعة السادسة عشر 7 جوان 2019 التي تم فيها نشر 12 صورة غير ملونة ما نسبته 8,63%.

كما كشف التحليل للجدول رقم 28 أن بعض الجماعات شهدت تراجعا في عدد الصور سواء الملونة أو غير الملونة، بسبب هجمات إلكترونية طالت الصفحة، كما هو الحال في الجمعة التاسعة عشر (19 أبريل 2019)،



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدرسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).
 "خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدرسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).
 "خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

الجدول رقم 28 خاص بطبيعة الصور من حيث اللون في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك
(أثناء الأزمة) "خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

المجموع		العناصر				الترتيب	التاريخ
		ملونة		غير ملونة (الأبيض والأسود)			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%1,23	26	%1,26	25	%0,71	1	1	22 فيفري 2019
%0,80	17	%0,81	16	%0,71	1	2	01 مارس 2019
%1,51	32	%1,46	29	%2,15	3	3	08 مارس 2019
%2,41	51	%2,48	49	%1,43	2	4	15 مارس 2019
%2,22	47	%2,07	41	%4,31	6	5	22 مارس 2019
%1,37	29	%1,41	28	%0,71	1	6	29 مارس 2019
%0,37	8	%0,35	7	%0,71	1	7	5 أبريل 2019
%7,62	161	%8,16	161	%0	0	8	12 أبريل 2019
%1,32	28	%1,36	27	%0,71	1	9	19 أبريل 2019
%1,13	24	%1,11	22	%1,43	2	10	26 أبريل 2019
%0,80	17	%0,81	16	%0,71	1	11	30 ماي 2019
%0,71	15	%0,70	14	%0,71	1	12	10 ماي 2019
%1,65	35	%1,57	31	%2,87	4	13	17 ماي 2019
%2,74	58	%2,78	55	%2,15	3	14	24 ماي 2019
%11,41	241	%11,75	232	%6,47	9	15	31 ماي 2019
%10,32	218	%10,44	206	%8,63	12	16	7 جوان 2019
%0,37	8	%0,35	07	%0,71	1	17	14 جوان 2019
%0,61	13	%0,55	11	%1,43	2	18	21 جوان 2019
%1,37	29	%1,26	25	%2,87	4	19	28 جوان 2019
%0,75	16	%0,65	13	%2,15	3	20	5 جويلية 2019
%0,47	10	%0,35	07	%2,15	3	21	12 جويلية 2019
%2,41	51	%2,23	44	%5,03	7	22	19 جويلية 2019
%0,89	19	%0,50	10	%6,47	9	23	26 جويلية 2019

02 أوت 2019	24	6	%4,31	12	%0,60	18	%0,85
09 أوت 2019	25	7	%5,03	07	%0,35	14	%0,66
16 أوت 2019	26	1	%0,71	07	%0,35	8	%0,37
23 أوت 2019	27	0	%0	20	%1,01	20	%0,94
30 أوت 2019	28	2	%1,43	04	%0,20	6	%0,28
6 سبتمبر 2019	29	0	%0	26	%1,31	26	%1,23
13 سبتمبر 2019	30	3	%2,15	74	%3,75	77	%3,64
20 سبتمبر 2019	31	10	%7,19	144	%7,29	154	%7,29
27 سبتمبر 2019	32	4	%2,87	151	%7,65	155	%7,33
04 أكتوبر 2019	33	0	%0	04	%0,20	4	%0,18
11 أكتوبر 2019	34	10	%7,19	103	%5,22	113	%5,35
18 أكتوبر 2019	35	7	%5,03	144	%7,29	151	%7,14
25 أكتوبر 2019	36	8	%5,75	111	%5,62	119	%5,63
10 نوفمبر 2019	37	2	%1,43	54	%2,73	56	%2,65
08 نوفمبر 2019	38	2	%1,43	36	%1,82	38	%1,79
المجموع	139	%6,58	1973	%93,41	2112	%100	

أما على مستوى جمعات الحراك يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (28) أن الصفحة حرصت على استخدام الصور الملونة خلال الجمعة الخامسة عشر المصادفة ليوم (31 ماي 2019) فقد تصدرتها نسبة 11,75% وأدنى نسبة كانت للجمعة الثامنة والعشرون (30 أوت 2019) والجمعة الثالثة وثلاثون (4 أكتوبر 2019) بنسبة 0,20% ومجموع 4 تكرارات.

أما فيما يخص الصور الغير ملونة (الأبيض والأسود) قد تصدرتها الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) بنسبة 8,63%.

ومنه الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) أكثر استخداما للصور بمعدل 241 صورة ملونة أما العادية (اللون الأبيض والأسود) 232 صورة. وجدير بالذكر أن الصفحة كان لها نشر متذبذب كونها كانت تتعرض للهجوم الإلكتروني قد كان هذا في الجمعة التاسعة 19 أفريل 2019 والجمعة العاشرة (26 أفريل) التي حُجبت

فيها الصفحة بالكامل)، إلى جانب الجمعة الحادية والعشرين المصادفة ليوم (12 جويلية 2019) والجمعة السابعة والثلاثين (01 نوفمبر 2019)، وهو ما يفسّر تذبذب توظيف الصور مقارنة مع باقي الأسابيع.

إن هذا التوظيف المدروس للألوان في الصور يعكس وعياً بصرياً لدى الصفحة المدروسة، ضمن استراتيجية اتصال رقمي هادفة، تجعل من المحتوى البصري أداة لنقل الحدث وتحقيق الأثر، بما يخدم إدارة الأزمة إعلامياً وجماعياً في آن واحد. حيث استخدمت الصور الملونة لتكثيف الجاذبية والانخراط العاطفي مع المحتوى، بينما جاءت الصور غير الملونة كأداة لخلق التباين البصري وكسر النمط المتكرر، بما يُعيد جذب الانتباه ويمنح بعض الرسائل طابعاً رمزياً أو تأملياً.

في المقابل، يُمكن تفسير توظيف الصور غير الملونة على أنه محاولة لخلق نوع من الجدّة أو الرمزية في بعض المضامين، لا سيما تلك التي توثق لحظات مؤثرة، أو تتناول رموزاً أو شعارات ذات طابع نضالي، حيث يسمح غياب الألوان بتركيز الانتباه على المعنى بدل الجمالية.

وقد لجأت الصفحة أيضاً إلى استخدام الصور غير الملونة في السياقات التاريخية أو التعبوية، كخلفيات سوداء بخط أبيض للإعلان عن نقاط التجمّع والتعبئة الشعبية، ما يُشير إلى برمجة بصرية مُخططة توظف الألوان لخلق شيفرات بصرية بين الصفحة وجمهورها (انظر الملحق رقم 14).

على ضوء ما سبق تؤكد معطيات الجدولين الخاضعين للتحليل أن الصفحة كانت واعية لأهمية الإخراج البصري في صياغة خطاب رقمي احتجاجي، من خلال التوازن بين الصور الملونة وغير الملونة، بما يخدم غرضها في إدارة الأزمة عبر أدوات مرئية مدروسة بدقة، تُمكن من التعبئة، التأثير، والتوجيه غير المباشر للوعي الجماعي.

ت- مدى اقتران الصور بالتعليق النصي

الجدول رقم 29: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

نوعية الصور	التكرار	نسبة مئوية
صورة مرفقة بعبارة أو فقرة	1973	93,41%
صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة	193	9,13%
المجموع	2112	100%

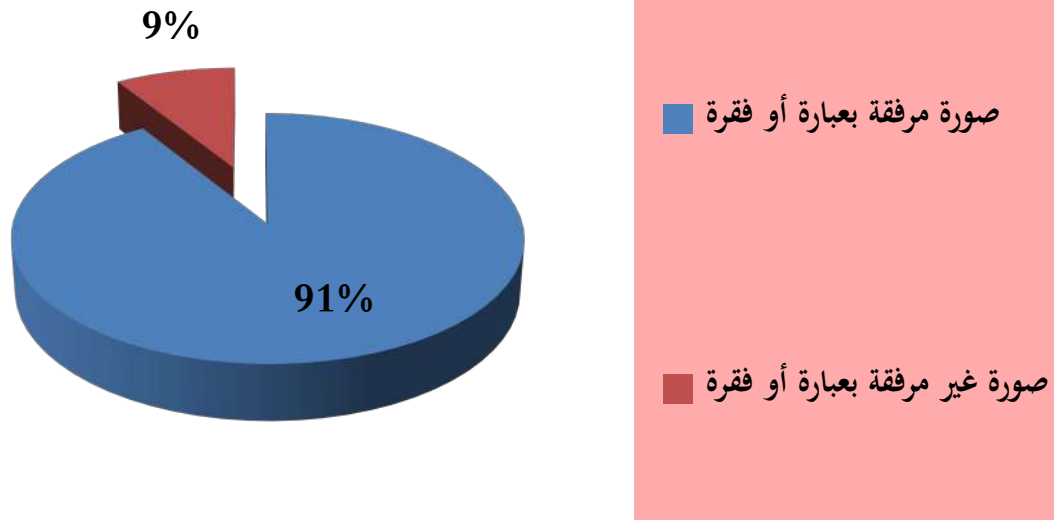
حرصت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" محل الدراسة على تقديم صور مرافقة إياها بتعليقات عبر جمل صغيرة توضيحية، إما لمكان التقاطها أو الجهات الصادرة عنها أو فحواها، إذ ضمت العينة المدروسة 1973 صورة من هذا النوع ما نسبته 93,41% من مجموع الصور. (أنظر الملحق رقم 21).

عادت أعلى نسبة استخدام للجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 بنسبة 11,76% بمجموع تكرار 232. (أنظر الجدول رقم 30).

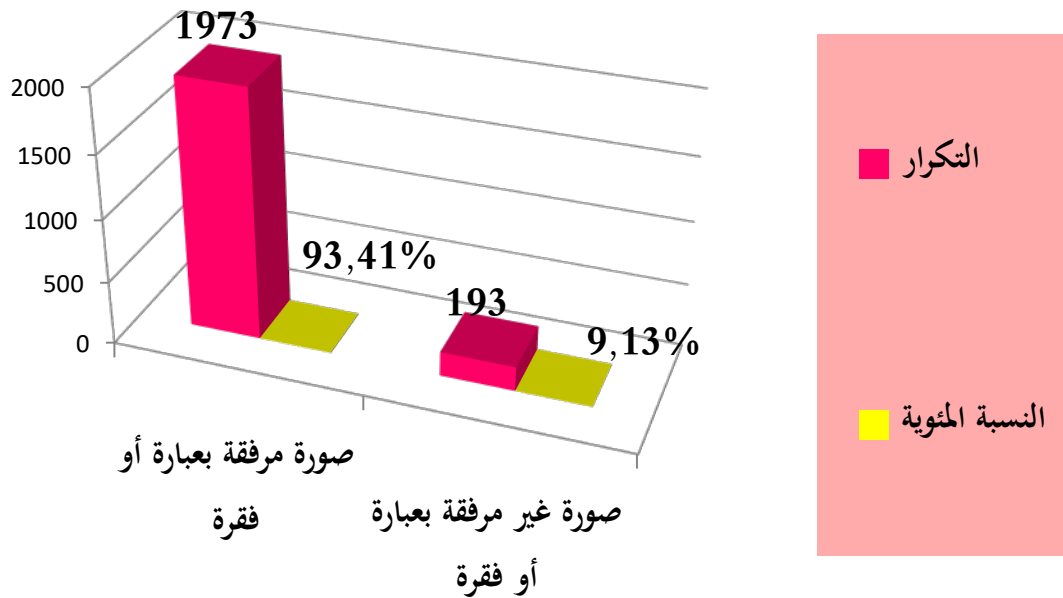
إن هذه المزاوجة المنتظمة بين الصورة والتعليق النصي تعكس ذروة التنسيق البصري النصي في تلك المرحلة الحساسة من الحراك. ويدل هذا الاستخدام المكثف للتعليق المصاحب على وعي اتصالي واضح لدى إدارة الصفحة، من خلال إدراكها لأهمية تفسير الصورة للمتلقي، بما يضمن عدم تأويلها خارج السياق، ويوجه المتلقي نحو قراءة مضبوطة للرسالة الإعلامية.

فالصورة هنا لم تُترك للمشاهد كي يفسرها بحريته المطلقة، بل تمّ تأطيرها بسياق لغوي أضفي عليها معنى محدداً، ما يعزز مصداقية الرسائل المرسلة ويدعم ثقة الجمهور في الصفحة.

أما الصور غير المصاحبة بفقرة أو جملة تعليلية، فقد جاءت محدودة العدد، لم تتجاوز 193 صورة فقط، آخذة نسبة 9,13%، ما يبرز قصيدة اتصالية في عدم ترك الصور بدون تفسير، باستثناء حالات نادرة قد تكون فيها الصورة بذاتها كافية لإيصال المعنى دون الحاجة إلى توضيح نصي. (أنظر الملحق رقم 22).



رسم توضيحي يبين مدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدرسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة). خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين مدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدرسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة). "خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

الجدول رقم 30 خاص بعدد الصور المصحوبة بتعليق أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة).
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	رقم	صورة مرفقة بعبارة أو فقرة		صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة		المجموع	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
22 فيفري 2019	1	1,26%	25	0,72%	1	1,23%	26
01 مارس 2019	2	0,81%	16	0,72%	1	0,80%	17
08 مارس 2019	3	1,52%	30	1,44%	2	1,52%	32
15 مارس 2019	4	2,48%	49	1,44%	2	2,41%	51
22 مارس 2019	5	2,12%	42	3,60%	5	2,23%	47
29 مارس 2019	6	1,36%	27	1,44%	2	1,37%	29
5 أبريل 2019	7	0,35%	7	0,72%	1	0,38%	8
12 أبريل 2019	8	8,16%	161	0,00%	0	7,62%	161
19 أبريل 2019	9	1,36%	27	0,72%	1	1,33%	28
26 أبريل 2019	10	1,16%	23	0,72%	1	1,14%	24
30 ماي 2019	11	0,86%	17	0,00%	0	0,80%	17
10 ماي 2019	12	0,76%	15	0,00%	0	0,71%	15
17 ماي 2019	13	1,72%	34	0,72%	1	1,66%	35
24 ماي 2019	14	2,79%	55	2,16%	3	2,75%	58
31 ماي 2019	15	11,76%	232	6,47%	9	11,41%	241
7 جوان 2019	16	10,39%	205	9,35%	13	10,32%	218
14 جوان 2019	17	0,30%	6	1,44%	2	0,38%	8
21 جوان 2019	18	0,56%	11	1,44%	2	0,62%	13
28 جوان 2019	19	1,22%	24	3,60%	5	1,37%	29
5 جويلية 2019	20	0,71%	14	1,44%	2	0,76%	16
12 جويلية 2019	21	0,35%	7	2,16%	3	0,47%	10
19 جويلية 2019	22	2,08%	41	7,19%	10	2,41%	51
26 جويلية 2019	23	0,51%	10	6,47%	9	0,90%	19
02 أوت 2019	24	0,66%	13	3,60%	5	0,85%	18
09 أوت 2019	25	0,46%	9	3,60%	5	0,66%	14

16 أوت 2019	26	6	%0,30	2	%1,44	8	%0,38
23 أوت 2019	27	20	%1,01	0	%0,00	20	%0,95
30 أوت 2019	28	4	%0,20	2	%1,44	6	%0,28
6 سبتمبر 2019	29	25	%1,27	1	%0,72	26	%1,23
13 سبتمبر 2019	30	71	%3,60	6	%4,32	77	%3,65
20 سبتمبر 2019	31	143	%7,25	11	%7,91	154	%7,29
27 سبتمبر 2019	32	149	%7,55	6	%4,32	155	%7,34
04 أكتوبر 2019	33	3	%0,15	1	%0,72	4	%0,19
11 أكتوبر 2019	34	107	%5,42	6	%4,32	113	%5,35
18 أكتوبر 2019	35	145	%7,35	6	%4,32	151	%7,15
25 أكتوبر 2019	36	112	%5,68	7	%5,04	119	%5,63
10 نوفمبر 2019	37	54	%2,74	2	%1,44	56	%2,65
08 نوفمبر 2019	38	34	%1,72	4	%2,88	38	%1,80
المجموع	1973	% 6,58	139	% 93,42	2112	%100	

يتضح من خلال قراءة الجدول رقم 30 الخاص بفئة الصور المستخدمة في جماعات الحراك كانت غالبيتها مرفقة بعبارة أو فقرة حيث سجلت الجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 أعلى نسبة وصلت إلى 11,76%.

في حين نجد أن الجمعة السادسة عشر 7 جوان 2019 سجلت أعلى نسبة للصور غير مرفقة بعبارة أو فقرة بنحو 13 صورة.

مما يؤكد حرص الصفحة على وضع التعليقات لصورها من باب تفسير الصورة للمتلقي، بما يضمن عدم تأويلها خارج السياق، ويوجه المتلقي نحو قراءة مضبوطة للرسالة الإعلامية، كما يمنح مصداقية أكثر لصورها لتحقيق التأثير المرغوب على المتصفح لها. وبالتالي، يُظهر هذا التوظيف المدروس للصورة والتعليق قدرة الصفحة على إدارة محتواها البصري في سياق أزمة سياسية واجتماعية حساسة. فالصورة المرفقة بتعليق تُسهم في:

- 1- تأطير الأحداث وخلق وعي جماعي موجه، يتمشى مع المواقف التي تبنتها الصفحة منذ بدايات الحراك.
- 2- ضمان تداول مضمون بصري موثوق ومفهوم، وهو عنصر أساسي في ظل بيئة رقمية مشحونة بالإشاعات والتأويلات.

3 - تحقيق سرعة في الانتشار مع الحفاظ على المعنى، وهي استراتيجية فعّالة ضمن أدوات إدارة الأزمة في البيئة الرقمية. وعليه، فإن اقتران الصورة بالتعليق لم يكن تفصيلاً تقنياً فقط، بل شكّل خياراً اتصالياً له بعد وظيفي مباشر في التوجيه والتأثير، وفي دعم دور الصفحة كمصدر رقمي بديل في إدارة الأزمة إعلامياً وتواصلياً.

3. فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك
الجدول رقم 31 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

نوع الوسائط	التكرار	نسبة مئوية
صور	2112	85,78%
فيديوهات	257	10,44%
فقرات	47	1,91%
روابط الكترونية	30	1,22%
الاستفتاء	16	0,65%
المجموع	2462	100 %

تشير معطيات الجدول رقم 31 المتعلق بنوع الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك الشعبي (من 22 فيفري إلى 08 نوفمبر 2019) إلى هيمنة الصورة كوسيط بصري مركزي في استراتيجية الاتصال الرقمي للصفحة. فقد بلغت نسبة استخدام الصور 85,78% بمجموع 2112 تكراراً. ما يكشف عن إيمان الصفحة بقوة الصورة كأداة فاعلة في التأثير والاقناع، خاصة في سياق الأزمات الذي يُفضل فيه المتلقي المحتوى البصري السريع والمباشر.

وتمثل هذه النسبة المرتفعة انعكاساً لطبيعة الحراك ذاته، باعتباره حدثاً جماهيرياً حياً تتصدّره المسيرات والاحتجاجات الشعبية، ما يجعل الصورة أداة أساسية لتوثيق اللحظة ونقلها. وقد شملت هذه الصور مختلف أنماط التعبير: من صور الحشود وكذا الصور الداعية للمقاطعة، بدءاً من مقاطعة المنتجات إلى المقاطعة السياسية

سواء، بالنسبة للأحزاب أو مقاطعة الانتخابات الرئاسية في الجزائر أ وحتى مقاطعة الإعلام. تليها مباشرة صور لافتات المحتجين وشعاراتهم، وصولاً إلى صور المسيرات الداعمة للانتخابات. وهو ما يؤكد توجه الصفحة نحو ملء الفراغ الاتصالي الذي خلفه الإعلام التقليدي، عبر أداء دور "صحافة المواطن".

لقد جاءت معظم صور الحراك الشعبي تقدّم ما عجزت وسائل الإعلام التقليدية عن تقديمه لجمهورها، التي تجاهلت لحدّ التعتيم تغطية مسيرات الجمعة، وتظاهرات الطلاب كل ثلاثاء، ليقصر الأمر على جلسات نقاش حول مواضيع تندرج في سياق تمرير رسائل السلطة والترويج لمبادراتها وأفكارها بعيداً عن مطالب الشعب، ما دفع الحراك إلى التساؤل حول خلفيات وأسباب التراجع الإعلامي وخصوصاً السعي البصري، وهي الأمور التي حرصت الصفحة على إظهارها عبر الصور لمتصفحها.

تليها استخدام الصفحة لخاصية الفيديوهات بنسبة 10,43% بمجموع 257 تكراراً، وقد شكّلت بدورها أداة تعبيرية قوية، حيث مكّنت من نقل نبض الشارع وتجسيد الواقع وتعزيز حسّ المشاركة، رغم أن عددها بقي أقل مقارنة بالصور. يعود هذا على الأرجح إلى القيود التقنية المتعلقة بسرعة النشر أو ضعف الشبكات، أو إلى كون الصورة الثابتة أكثر قدرة على الانتشار والتفاعل في هذه المرحلة.

وبدرجة أقل، وظّفت الصفحة النصوص (الفقرات) بنسبة 1,91% ما يعادل 47 تكراراً، ما يعكس اقتصارها على النصوص المختصرة المكملّة للوسائط البصرية. لتحلّ الروابط الإلكترونية في المرتبة الرابعة بمجموع 30 تكراراً، آخذة ما نسبته 1,22%، مما يشير إلى محدودية الاعتماد على المحتوى الخارجي، والتركيز على إنتاج داخلي مستقل يعكس رؤية الصفحة.

في المقابل، شكّل توظيفها للتطبيقات التفاعلية على غرار الاستفتاء الذي أخذ بنسبة 0,64% بمجموع 16 تكراراً، أداة جديدة أدرجتها الصفحة لاستقراء رأي متصفحها في الأحداث الجارية، فجعلت منها آلية من آليات إشراك المواطن البسيط في القرارات الحاسمة، وهو ما يُعدّ لافتاً من حيث الوظيفة لا من حيث الكم. فقد تجاوزت الصفحة خلال هذه المرحلة أدوار التعبئة والتوثيق، إلى التمكين والمشاركة الرقمية، من خلال جعل المتابعين جزءاً من صناعة الرأي، وتحويلهم من مجرد مستقبلين إلى فاعلين في توجيه النقاشات.

اللافت في طبيعة الاستفتاءات المطروحة أنّها لم تكن موجهة أو مؤدلجة، بل عكست تساؤلات الناس وهمومهم اليومية والمصرية: من تقييم الحراك، إلى بدائل المشاريع الوطنية، إلى مواقفهم من الشخصيات السياسية والمرشحين للانتخابات، إلى تقييمهم لأداء السلطة.

ومن أمثلة ذلك الاستفتاء الذي طرحته في الجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 المتعلق بإجراء استفتاء تضمن تقييم المتصفحين الحراك الشعبي السلمي خلال شهر رمضان وكانت نتائجه: 17% يعتقدون أنه فاشل و 83% منهم يرون أنه ناجح.

كما طرحت الصفحة استفتاء آخر يتعلق بطبيعة المشروع الذي يريد الشعب الجزائري أن يراه في الصحراء الجزائرية؟ وكانت نتائجه كالآتي: 3% من المتصفحين مع الغاز الصخري و 97% مع الزراعة والصناعة والطاقة الشمسية واستغلال المياه الجوفية.

تليها الجمعة الخامسة والعشرون الموافق ل 9 أوت 2019 من خلال إجراء استفتاء جاء بصيغة هل أنت مع انتخابات رئاسية يكون بدوي حاضرا فيها كوزير أول أو ضد؟ وكانت نتائجه 13% نعم مع انتخابات بدوي و 87% لا انتخابات مع بدوي.

أما الجمعة الثلاثون 13 سبتمبر 2019 فقد وجهت الصفحة استفتاء يتنحاو قاع نفوطو قاع (رحيل بدوي والآفلان والأرندي وجماعة التوفيق).... موافق؟ وبلغت نسبة المشاركة فيه نسبا معتبرة قال 15% أنهم غير موافقين وقال 85% منهم يتنحاو قاع و 02 منهم قالوا يتنحاو قاع نفوطو قاع.

يقابلها تساؤل آخر هل أنت قابل وراض على السلطة الوطنية المستقلة لتنظيم الانتخابات برئاسة محمد شرفي؟ وكانت نتائجه لست قابل وغير راض 58% نعم قابل و راض 42%.

وفي تاريخ 13 أوت 2019 أصدرت الصفحة إستفتاء آخر مفاده هل الحراك الشعبي السلمي بالنسبة لك الآن هو في مساره الصحيح أو خرج عن مساره ويجب التصحيح من إنجازه؟ وكانت نتائج الاستفتاء خرج عن المسار ويجب تصحيحه 56% يجب وضعه في مساره الصحيح 44%.

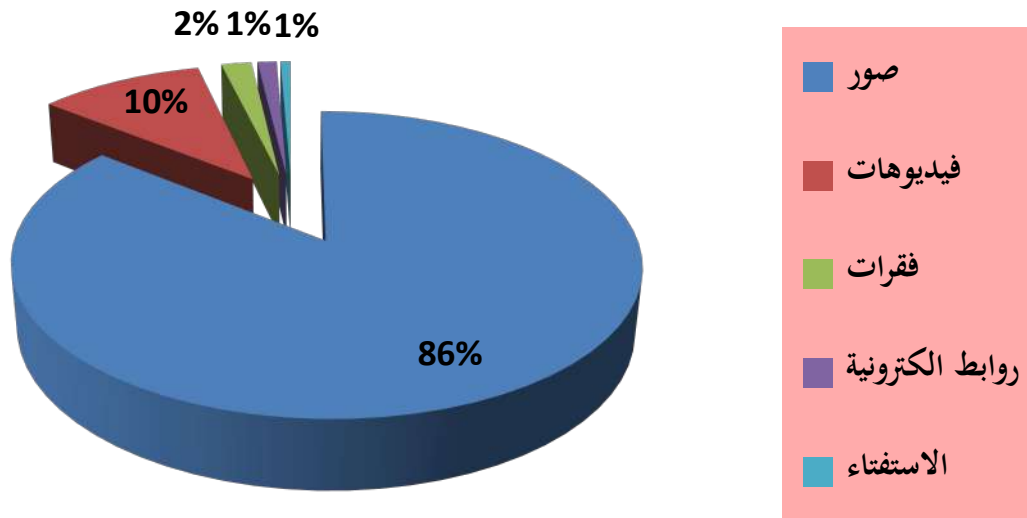
أما الجمعة الواحد والثلاثون 20 سبتمبر 2019 جاء الاستفتاء يحمل تساؤلا مهما هل أنت راض ومقتنع بالشخصيات التي ترشحت إلى حد الآن لمنصب رئيس الجمهورية؟ وكانت نتائجه 86% قالوا لا و 14% قالوا نعم أما عن تساؤل ما هو الحل الأنسب بالنسبة لك؟ 31% من المصوتين قالوا الحل في مقاطعة الانتخابات و 62% منهم يعتقدون بضرورة التفاف الشعبي حول شخصية وطنية نزيهة لم تعمل مع النظام من قبل.

تليها الجمعة الثالثة والثلاثون الموافق ليوم 4 أكتوبر 2019 التي حملت استفتاء تحت عنوان هل أنت مع انتخابات 12 ديسمبر أم ضد انتخابات 12 ديسمبر؟ وكانت النتائج حسب ما قدمته الصفحة 38% من المشاركين ضد و 62% منهم مع.

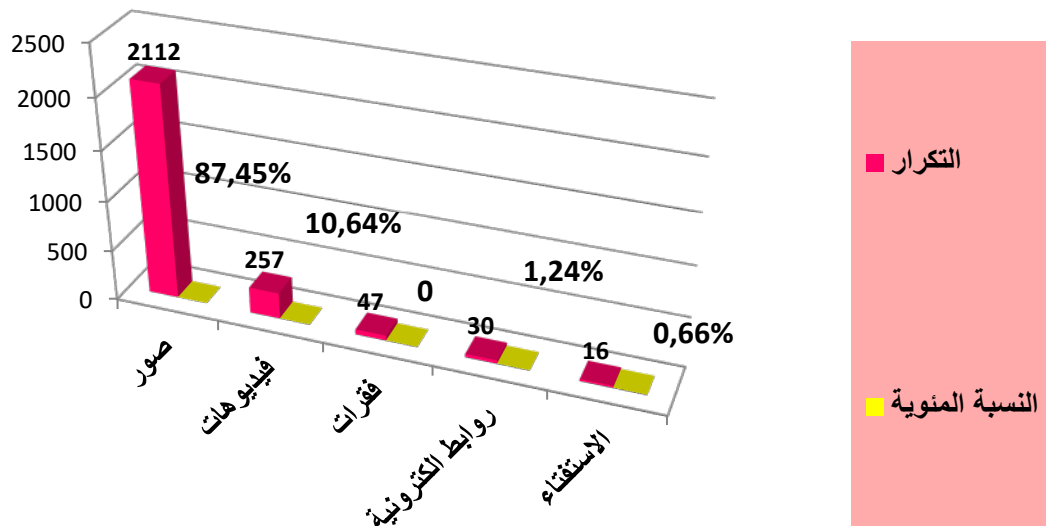
وأخيرا حملت الجمعة السادسة والثلاثون الموافق ل 25 أكتوبر 2019 هي الأخر باستفتاء جاء فيه هل وقعت استمارة لأي مترشح؟ وحصل هذا الاستفتاء على نتيجة 5% قالوا نعم و 95% قالوا لا.

أما التساؤل "السلطة تقول قد تم الاستماع إلى مطالب الشعب وتم تلبية أغلبية مطالب الشعب هل هذا صحيح بالنسبة لك ؟ فقد أجاب 79% ب لا و 21% بنعم.

هذا التوجه في الاستفتاءات يفسر لنا أهداف الصفحة التي تغيّرت أثناء فترة الحراك وباتت أعمق حيث انتقلت من دعوة المتظاهرين للتعبة وتنظيم الصفوف تحضيراً لحراك الجمعة إلى المشاركة وتقديم استفتاءات من أجل إشراك الشعب في اتخاذ القرارات، ما يعني أنها لم تكن تفرض آراءها الشخصية بل تشارك آراء المتبعين كون الأزمة واحدة تحتاج إلى التفاف وطني لحلها.



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 32 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعيات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الترتيب	الصور		فيديو		فقرات		الروابط الالكترونية		إستفتاء		المجموع	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	ك	نسبة	ك	نسبة	ك	نسبة	ك
22 فيفري 2019	1	%1,23	26	%6,61	17	%2,13	1	%0	0	%0	0	%1,79	44
01 مارس 2019	2	%0,80	17	1,17%	3	%4,26%	2	%0	0	%0	0	%0,89	22
08 مارس 2019	3	%1,52	32	%1,17	3	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%1,46	36
15 مارس 2019	4	%2,41	51	%2,33	6	%2,13%	1	6,67%	2	%0	0	%2,44	60
22 مارس 2019	5	%2,23	47	%0,78	2	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%2,03	50
29 مارس 2019	6	%1,37	29	%0,78	2	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%1,30	32
5 أفريل 2019	7	%0,38	8	%1,17	3	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%0,49	12
12 أفريل 2019	8	%7,62	161	%3,89	10	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%6,99	172
19 أفريل 2019	9	%1,33	28	%0,39	1	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%1,22	30
26 أفريل 2019	10	%1,14	24	%0,39	1	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%1,06	26
30 ماي 2019	11	%0,80	17	%1,95	5	%2,13%	1	3,33%	1	%0	0	%0,97	24
10 ماي 2019	12	%0,71	15	%1,56	4	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%0,81	20
17 ماي 2019	13	%1,66	35	%4,28	11	%2,13%	1	%0	0	%0	0	%1,91	47
24 ماي 2019	14	%2,75	58	%3,89	10	%2,13%	1	%13,33	4	%0	0	%2,97	73
31 ماي 2019	15	%11,41	241	%3,89	10	%10,64	5	%10	3	%12,50	2	%10,60	261
7 جوان 2019	16	%10,32	218	%2,72	7	%2,13	1	%10	3	%0	0	%9,30	229
14 جوان 2019	17	%0,38	8	%0,78	2	%2,13	1	%0	0	%0	0	%0,45	11
21 جوان 2019	18	%0,62	13	%1,17	3	%2,13	1	%0	0	%0	0	%0,69	17
28 جوان 2019	19	%1,37	29	%0,39	1	%2,13	1	%0	0	%0	0	%1,26	31
5 جويلية 2019	20	%0,76	16	%0,39	1	%2,13	1	%0	0	%0	0	%0,73	18
12 جويلية 2019	21	%0,47	10	%0	0	%4,26	2	%0	0	%0	0	%0,49	12
19 جويلية 2019	22	%2,41	51	%0	0	%2,13	1	%3,33	1	%0	0	%2,15	53
26 جويلية 2019	23	%0,90	19	%0	0	%4,26	2	%3,33	1	%0	0	%0,89	22
02 أوت 2019	24	%0,85	18	%0	0	%2,13	1	%0	0	%0	0	%0,77	19
09 أوت 2019	25	%0,66	14	%0	0	%2,13	1	%3,33	1	%6,25	1	%0,69	17
16 أوت 2019	26	%0,38	8	%0,78	2	%4,26	2	%0	0	%0	0	%0,49	12
23 أوت 2019	27	%0,95	20	%0,78	2	%2,13	1	%0	0	%0	0	%0,93	23
30 أوت 2019	28	%0,28	6	%0,39	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0,28	7
6 سبتمبر 2019	29	%1,23	26	%0,78	2	%6,38	3	%0	0	%0	0	%1,26	31

13 سبتمبر 2019	30	77	%3,65	11	%4,28	2	%4,26	2	%6,67	4	%25	96	%3,90
20 سبتمبر 2019	31	154	%7,29	31	%12,06	1	%2,13	5	%16,67	2	%12,50	193	%7,84
27 سبتمبر 2019	32	155	%7,34	13	%5,06	1	%2,13	4	%13,33	2	%12,50	175	%7,11
04 أكتوبر 2019	33	4	%0,19	5	%1,95	0	%0	1	%3,33	1	%6,25	11	%0,45
11 أكتوبر 2019	34	113	%5,35	29	%11,28	1	%2,13	2	%6,67	0	%0	145	%5,89
18 أكتوبر 2019	35	151	%7,15	21	%8,17	1	%2,13	0	%0	2	%12,50	175	%7,11
25 أكتوبر 2019	36	119	%5,63	23	%8,95	1	%2,13	0	%0	2	%12,50	145	%5,89
10 نوفمبر 2019	37	56	%2,65	5	%1,95	1	%2,13	0	%0	0	%0	62	%2,52
08 نوفمبر 2019	38	38	%1,80	10	%3,89	1	%2,13	0	%0	0	%0	49	%1,99
المجموع	2112	%87,45	257	%10,64	47	%1.90	30	%1,24	16	%0,66	2462	%100	

يوضح الجدول رقم (32) نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك، حيث تظهر المعطيات أن الصور تصدرت الوسائط المستخدمة، وبلغت ذروتها خلال الجمعة الخامسة عشر الموافق 31 ماي 2019، بنسبة استخدام تقدر بـ 11,41%، بمجموع 241 تكرارًا.

أما الوسيط الثاني من حيث الحضور فهو الفيديو، حيث سجل أعلى نسبة له خلال الجمعة الواحدة والثلاثين (20 سبتمبر 2019) بنسبة 12,06%، بما يعادل 31 تكرارًا.

فيما يخص النصوص المنشورة في شكل فقرات، فقد بلغت أقصى نسبة لها خلال الجمعة الخامسة عشر الموافقة لـ 31 ماي 2019 أيضًا، بنسبة بلغت 10,64%، بمجموع 5 منشورات، ما يعكس تركيزًا استثنائيًا في هذه الجمعة على تنوع الوسائط. أما الروابط الإلكترونية، فقد سجلت أعلى حضور لها خلال الجمعة الواحدة والثلاثين (20 سبتمبر 2019) بنسبة 16,67%. وفي المرتبة الأخيرة، نجد الاستفتاءات، التي بلغت أقصى نسبة لها خلال الجمعة الثلاثين (13 سبتمبر 2019)، حيث شكّلت نسبة 25% من مجمل استخدام هذه الأداة التفاعلية في تلك المرحلة.

وتأسيسًا على ما سبق، فإن شبكات التواصل الاجتماعي، كما يتجلى من خلال الصفحة المدروسة، باتت تؤدي وظيفة إعلامية لا يمكن إنكارها أو الاستغناء عنها في سياق الأزمات، حيث يتيح التدفق الحر للمعلومات والتحكم في تنوع الوسائط المستخدمة إمكانية بناء نظام إعلامي بديل، جمعي وتفاعلي، يتجاوز الأطر التقليدية للنشر.

وهكذا، يظهر من خلال توظيف مجمل الوسائط أن الصفحة كانت حريصة على اختيار أشكال تعبير تتماشى مع خصائص شبكات التواصل، ومع طموحات جمهورها. حيث وقّرت له صوراً تعبّر عنه، وفيديوهات تنقل صوته، ونصوصاً توضّح مواقفه، واستفتاءات تعكس وعيّه وخياراته. كل ذلك جعل منها مساحة افتراضية تعوّض غياب التمثيل الإعلامي والسياسي الذي كان يعانيه الشارع الجزائري خلال فترة الأزمة.

وبالتالي تعكس نسب التوظيف السابقة، سواء للصور أو الفيديوهات أو النصوص، تحول الصفحة إلى فضاء إعلامي رقمي حقيقي يستخدم قوالب صحفية متنوعة، خاصة القالب الإخباري، من أجل تغطية تطورات الحراك الشعبي والتفاعل السريع مع الأحداث. الأمر الذي يشير إلى أن الصفحة لم تكن فقط تنقل الحدث، بل تشاركه وتؤطره، مما يعزّز دورها بوصفها فاعلاً في إدارة الأزمة، لا مجرد وسيط ناقل لها.

ب- نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

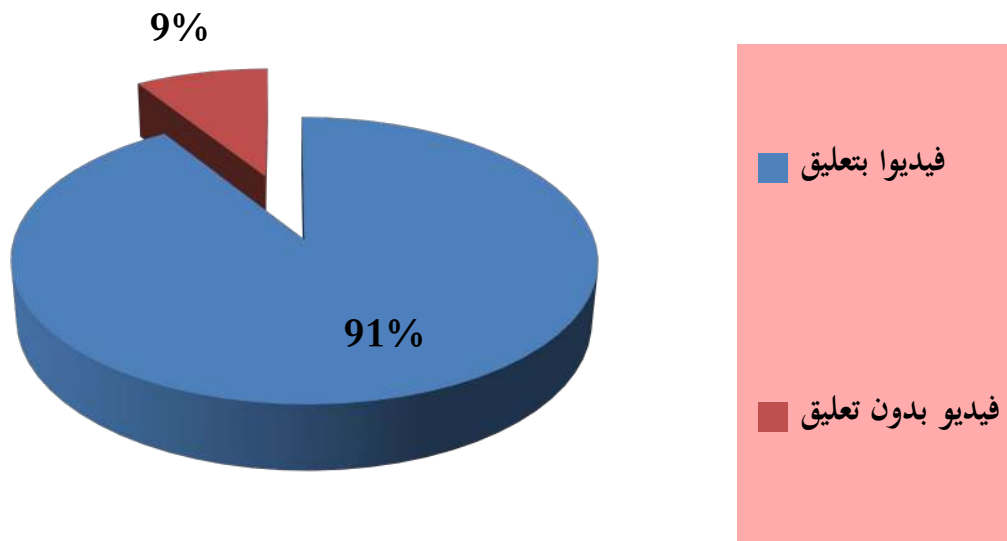
الجدول رقم 33 يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

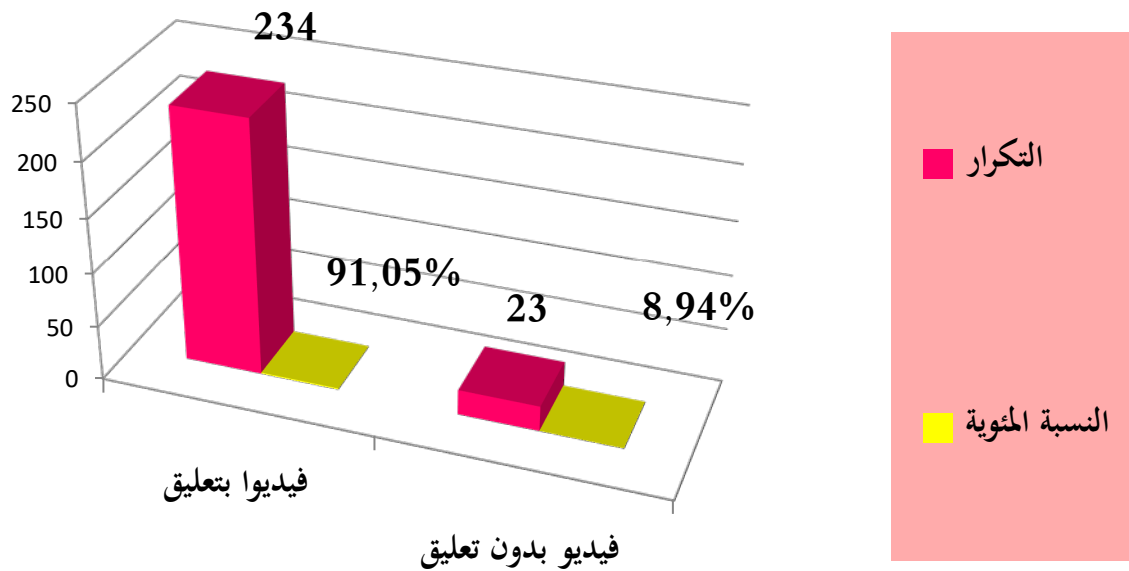
أنواع الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديو بتعليق	234	91,05 %
فيديو بدون تعليق	23	8,94 %
المجموع	257	100 %

يبرز الجدول رقم 33 الخاص بنوع الفيديوهات المقدمة اعتماد الصفحة بشكل كبير على الفيديوهات المصحوبة بتعليق توضيحي، حيث شكّلت نسبة 91,05% من مجموع الفيديوهات بمجموع 234 فيديو من أصل 257 فيديو تم بثّه، ما يعكس رغبة واضحة في توجيه المتلقي من خلال التعريف بمحتواه عبر تقديم عنوان أو جملة مكثفة تسهّل استهلاك المحتوى. وهذا يتماشى تماما مع توجه الصفحة نحو المعالجة الانتقائية المؤطرة للأحداث. أما الفيديوهات غير المصحوبة بتعليق، فقد بلغت نسبتها 8,94% بمجموع 23 فيديو، وجاءت غالبيتها على شكل بث مباشر، ما يعني أن الصفحة هنا تراهن على نقل حي وآني للحدث، دون تدخل أو تأطير نصي، ما يسمح بتقديم مشهد خام يحقق شعورًا بالمصادقية والواقعية لدى المتابع، خاصة في سياق التظاهرات.

إن كثافة توظيف الصفحة للفيديوهات (257 فيديو سواء بالتعليق أو بدون) أثناء مرحلة الحراك، يعكس من جهة، اهتمامها بهذا الوسيط التكنولوجي المهم في نقل أحداث الحراك الشعبي الجزائري، حتى تزيد من مصداقية منشوراتها، كما يفهم منه من جهة أخرى، إدراك الصفحة ووعيتها بدور الوسائط السمعية البصرية في التأثير على الرأي العام، وفي دعم المشاركة الرقمية في الحراك، من خلال تمكين المتابعين من "رؤية" الواقع كما هو، دون انتظار التغطية الإعلامية التقليدية، التي عُرفت في تلك المرحلة بالتحقّظ أو الغياب كما أشارت إلى ذلك انتقادات الصفحة لوسائل الإعلام. وبالتالي، فإن اعتماد الصفحة على الفيديوهات، لا سيما المعلقة منها، يظهر وعيًا اتصالياً ورغبة في نقل الحراك بأسلوب يجمع بين التوثيق والموقف، ويعزّز في الوقت نفسه من مصداقيتها كمنصة رقمية بديلة تقوم مقام الإعلام التقليدي في إدارة الأزمة.



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 34 يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الترتيب	فيديو بتعليق		فيديو بدون تعليق		المجموع	
		ك	ن	ك	ن	ك	ن
22 فيفري 2019	1	17	7,26%	0	0%	17	6,61%
01 مارس 2019	2	2	0,85%	1	4,35%	3	1,17%
08 مارس 2019	3	3	1,28%	0	0%	3	1,17%
15 مارس 2019	4	3	1,28%	3	13,04%	6	2,33%
22 مارس 2019	5	2	0,85%	0	0%	2	0,78%
29 مارس 2019	6	2	0,85%	0	0%	2	0,78%
5 أبريل 2019	7	3	1,28%	0	0%	3	1,17%
12 أبريل 2019	8	8	3,42%	3	13,04%	11	4,28%
19 أبريل 2019	9	1	0,43%	0	0%	1	0,39%
26 أبريل 2019	10	1	0,43%	0	0%	1	0,39%
30 ماي 2019	11	5	2,14%	0	0%	5	1,95%
10 ماي 2019	12	3	1,28%	1	4,35%	4	1,56%
17 ماي 2019	13	8	3,42%	3	13,04%	11	4,28%
24 ماي 2019	14	7	2,99%	3	13,04%	10	3,89%
31 ماي 2019	15	9	3,85%	1	4,35%	10	3,89%
7 جوان 2019	16	7	2,99%	0	0%	7	2,72%
14 جوان 2019	17	1	0,43%	1	4,35%	2	0,78%
21 جوان 2019	18	3	1,28%	0	0%	3	1,17%
28 جوان 2019	19	0	0%	1	4,35%	1	0,39%
5 جويلية 2019	20	1	0,43%	0	0%	1	0,39%
12 جويلية 2019	21	0	0%	0	0%	0	0%
19 جويلية 2019	22	0	0%	0	0%	0	0%
26 جويلية 2019	23	0	0%	0	0%	0	0%
02 أوت 2019	24	0	0%	0	0%	0	0%
09 أوت 2019	25	0	0%	0	0%	0	0%

16 أوت 2019	26	2	0,85%	0	0%	2	0,78%
23 أوت 2019	27	2	0,85%	0	0%	2	0,78%
30 أوت 2019	28	1	0,43%	0	0%	1	0,39%
6 سبتمبر 2019	29	2	0,85%	0	0%	2	0,78%
13 سبتمبر 2019	30	11	4,70%	0	0%	11	4,28%
20 سبتمبر 2019	31	29	12,39%	1	4,35%	30	11,67%
27 سبتمبر 2019	32	13	5,56%	0	0%	13	5,06%
04 أكتوبر 2019	33	5	2,14%	0	0%	5	1,95%
11 أكتوبر 2019	34	28	11,97%	1	4,35%	29	11,28%
18 أكتوبر 2019	35	21	8,97%	0	0%	21	8,17%
25 أكتوبر 2019	36	19	8,12%	4	17,39%	23	8,95%
10 نوفمبر 2019	37	5	2,14%	0	0%	5	1,95%
08 نوفمبر 2019	38	10	4,27%	0	0%	10	3,89%
المجموع	234	91,05%	23	8,95%	257	100%	

يُظهر الجدول رقم 34 أن الصفحة المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت بدرجة كبيرة على الفيديوهات المرفقة بتعليق أثناء الحراك الشعبي 22 فيفري 2019 في أغلب الجماعات المدروسة بنسبة 91,05% وقد بلغت ذروتها في الجمعة الواحد والثلاثين الموافق 20 سبتمبر 2019 بنسبة 12,39% عن 29 تكرارا. ويُقصد بالفيديوهات المرفقة بتعليق تلك التي تحتوي على عنوان أو جملة توضيحية تساعد المتلقي في تحديد مضمون الفيديو وسياقه.

غير أن الملاحظة الجديرة بالاهتمام هي غياب هذا النوع من الفيديوهات في عدد من الجماعات، منها: الجمعة التاسعة عشر (28 جوان 2019)، والجمعة الحادية والعشرون (12 جويلية 2019)، والثانية والعشرون (19 جويلية 2019)، وصولاً إلى الجمعة الخامسة والعشرون (9 أوت 2019). ما قد يعكس، إما عوائق تقنية (كحجب الصفحة أو الهجوم الإلكتروني)، أو تحوُّلاً في الأولويات الاتصالية للصفحة في تلك الفترات.

أما الفيديوهات غير المرفقة بتعليق، والتي غالباً ما جاءت في شكل بث مباشر، فقد بلغت نسبتها 8,95% وتصدّرتها الجمعة السادسة والثلاثون (25 أكتوبر 2019) بنسبة 17,39% عن أربعة فيديوهات بثتها ذاك اليوم. وقد خلت العديد من الجماعات من هذا النوع من الفيديوهات، منها: الجمعة الأولى (22 فيفري 2019)،

والجمعة الثالثة (8 مارس 2019)، والخامسة والسادسة والسابعة، والعاشر، والحادية عشر، والثامنة عشر، كما لم توظفها من الجمعة الواحد والعشرين يوم 12 جويلية 2019 لغاية الجمعة الخامسة وعشرين يوم 9 أوت 2019.

كما كشفت الدراسة عن انعدام أي نسبة لاستخدام الفيديوهات في الجمعة السابعة والثلاثون والثامن والثلاثون ويفسر الأمر بتوجه الصفحة إلى الاستخدام المكثف للصور حينها.

إن هذا التوظيف المرتفع للفيديوهات، خاصة تلك المؤطرة بتعليق، يعكس وعي الصفحة بدور الوسائط البصرية في إدارة الأزمات، حيث يعمل الفيديو كوثيقة حيّة تؤرّخ للأحداث، وتسمح للمستخدمين بمتابعة تفاصيل الحراك الشعبي ميدانياً. كما يُعدّ التعليق المرفق وسيلة لتوجيه فهم الجمهور للحدث، مما يعكس وظيفة إعلامية-تأطيرية تضطلع بها الصفحة في غياب الإعلام التقليدي أو تقاعسه.

إن استخدام الصفحة وبهذه الكثافة للفيديوهات يعكس رغبتها في توثيق الأحداث منذ بداية الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019، وهذا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايس بوك الذي بلغ عدد مستخدميه في الجزائر آنذاك أكثر من 26 مليون مستخدم.

فقد كانت الصفحة على غرار كل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي منبرا لنشر الفيديوهات بمختلف أشكالها في التغطية الميدانية لمظاهرات الحراك الشعبي منذ بدايته، كإعلام بديل وميداني ومباشر يسمح لهم بالتعبير الآني عن الموقف واللحظة والمطالب والانشغال. ما يعدّ تحولا نوعيا في العلاقة مع السلطة، كما أنّه كسر كل القيود والخطوط الحمراء والرقابة التي تفرضها السلطة على الإعلام الرسمي، من خلال استخدام هواتفهم في تصوير فيديوهات حيّة تؤرّخ لتلك اللحظات التاريخية عن بداية الحراك.

ت- مدّة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 35 يبين مدة الفيديوهات في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التكرار	مدة الفيديو	التكرار
قصير (أقل من دقيقة)	10	3,89%
متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)	224	87,15%
طويل (أكثر من خمس دقائق)	23	08,94%
المجموع	257	100%

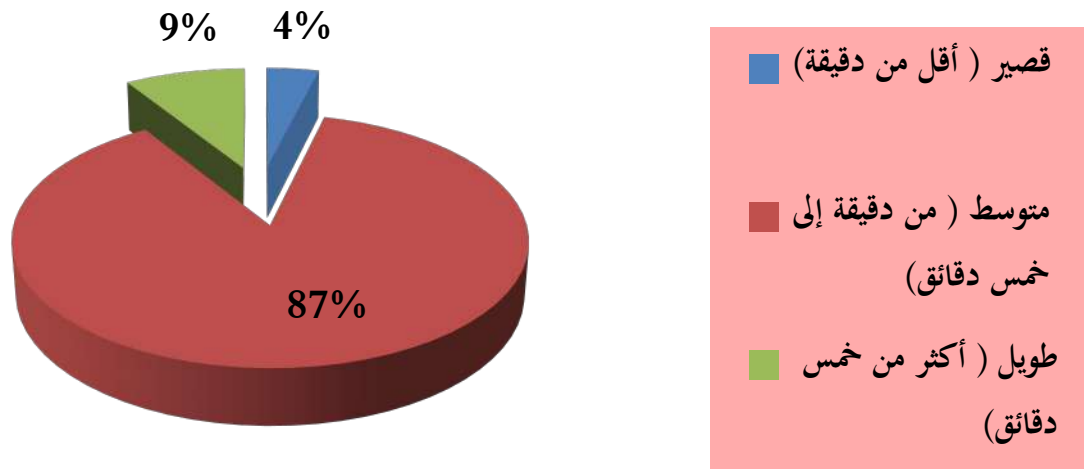
يعرض الجدول رقم (35) توزيع الفيديوهات المنشورة على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بحسب مدّتها خلال فترة الحراك (من 22 فيفري إلى 08 نوفمبر 2019)، ويتضح من خلاله تفوق الفيديوهات المتوسطة المدة (من دقيقة إلى خمس دقائق) بنسبة 87,15% بمجموع 224 تكراراً، تليها الفيديوهات الطويلة (أكثر من خمس دقائق) وهذا بنسبة 8,94% بمجموع 23 تكراراً وأخيراً الفيديوهات القصيرة (أقل من دقيقة) بـ 10 تكرارات بلغت نسبته 3,89%.

إن هيمنة الفيديوهات المتوسطة تشير إلى استراتيجية اتصالية مدروسة من قبل الصفحة، حيث تسمح هذه الفئة من الفيديوهات بتحقيق التوازن بين الإيجاز والعمق، الجمع بين الاختصار والفاعلية في التبليغ فهي مدة كافية لتقديم محتوى غني ومركّز، دون الإخلال بمبدأ العرض السريع الذي تفرضه طبيعة المنصات الرقمية لجذب المتلقي، وخاصة في سياق الأزمة. وهذا يتماشى مع خصائص جمهور الفايسبوك، الذي يفضل عادة المحتوى السمعي البصري متوسط الطول، خاصةً حين يتعلق بمواضيع آنية وساخنة كالحراك الشعبي. كما أن هذا النوع من الفيديوهات غالباً ما يُستخدم في توثيق مقتطفات من المسيرات، مداخلات المتظاهرين، أو تصريحات رمزية في الميدان، مما يخدم وظيفتي التوثيق والتحفيز، ويحقق نشر الرسائل بشكل فعال دون إطالة مملة.

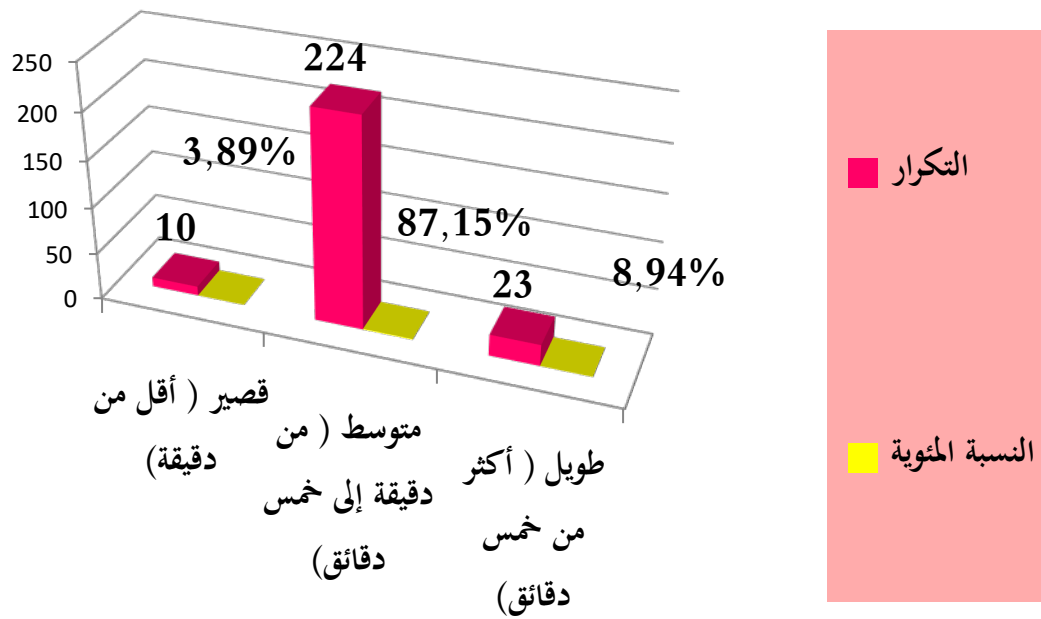
أما بخصوص توظيف الفيديوهات الطويلة فإنه وبالرغم من انخفاض نسبتها (8,94%)، إلا أن الفيديوهات الطويلة تحمل في الغالب حمولة تفسيرية أو تحليلية أكبر، مثل بث خطابات مطولة، حلقات نقاش، أو نقل مباشر لأحداث تمتد زمنًا، ما يعكس وجود توجه انتقائي لهذا الاستخدام، على اعتبار أن الصفحة لم تكتف بالتغطية السريعة، بل فسحت المجال في بعض اللحظات المفصلية من الحراك، لتقديم محتويات تحليلية أو توثيقية ذات أهمية، من شأنها الحفاظ على اهتمام الجمهور، وفي نفس الوقت تقديم محتوى مضمون ومتناسك يخدم أهداف الحراك ويساهم في بناء فهم جماعي وتحليل سياسي أعمق للأزمة.

وتشكل الفيديوهات القصيرة أقل نسبة بلغت 3,89%، تتمثل في لقطات سريعة من الحدث أو مقتطفات فنية رمزية. ضعف استخدامها قد يعكس حرص الصفحة على تقديم محتوى يُعَوَّل عليه في التفسير والتوجيه، أكثر من مجرد الإثارة أو التشويق، خصوصًا في ظل غياب الإعلام التقليدي الجاد. ومع ذلك، يمكن اعتبار هذا النوع مفيدًا لأغراض التحفيز العاطفي أو الإخبار العاجل، لكن دون الاكتفاء به. في حين حافظت الصفحة على حضور محدود للفيديوهات القصيرة، التي لم تكن محورية في استراتيجيتها الاتصالية، عكس الصور أو النصوص المختصرة.

إن هذا التوجه يشير إلى وجود وعي اتصالي رقمي لدى الصفحة، وحرصها على تحقيق التوازن بين جذب الانتباه وتقديم محتوى متناسك وهادف، للجمهور، وهو ما يتماشى مع كفاءات إدارة الأزمة رقميًا، دون توظيف خطاب مباشر أو صدامي، بل من خلال أدوات رقمية مرئية تلعب دورًا في التعبئة والتوجيه وبناء التصورات وتؤسس لوعي جماعي وتفاعلي بالحراك الشعبي.



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 أكتوبر 2019



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 أكتوبر 2019

الجدول رقم 36 يبين مدة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

المجموع		مدة الفيديو						الترتيب	التاريخ
		طويل (أكثر من خمس دقائق)		متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)		قصير (أقل من دقيقة)			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%6,61	17	%0,00	0	%6,70	15	%20	02	1	22 فيفري 2019
%1,17	3	%4,35	1	%0,89	2	%0	0	2	01 مارس 2019
%1,17	3	%0,00	0	%1,34	3	%0	0	3	08 مارس 2019
%2,33	6	%13,04	3	%1,34	3	%0	0	4	15 مارس 2019
%0,78	2	%0,00	0	%0,89	2	%0	0	5	22 مارس 2019
%0,78	2	%0,00	0	%0,89	2	%0	0	6	29 مارس 2019
%1,17	3	%0,00	0	%1,34	3	0%	0	7	5 أفريل 2019
%4,28	11	%13,04	3	%3,57	8	%0	0	8	12 أفريل 2019
%0,39	1	%0,00	0	%0,45	1	%0	0	9	19 أفريل 2019
%0,39	1	%0,00	0	%0,45	1	%0	0	10	26 أفريل 2019
%1,95	5	%0,00	0	%2,23	5	%0	0	11	30 ماي 2019
%1,56	4	%4,35	1	%1,34	3	%0	0	12	10 ماي 2019
%4,28	11	%13,04	3	%3,57	8	%0	0	13	17 ماي 2019
%3,89	10	%13,04	3	%3,13	7	%0	0	14	24 ماي 2019
%3,89	10	%4,35	1	%4,02	9	%0	0	15	31 ماي 2019
%2,72	7	%0,00	0	%3,13	7	%0	0	16	7 جوان 2019
%0,78	2	%4,35	1	%0,45	1	%0	0	17	14 جوان 2019
%1,17	3	%0,00	0	%1,34	3	%0	0	18	21 جوان 2019
%0,39	1	%4,35	1	%0,00	0	%0	0	19	28 جوان 2019
%0,39	1	%0,00	0	%0,45	1	%0	0	20	5 جويلية 2019
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	21	12 جويلية 2019
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	22	19 جويلية 2019
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	23	26 جويلية 2019
%0,00	0	%0,00	0	%0,00	0	%0	0	24	02 أوت 2019

09 أوت 2019	25	0	0%	0	0,00%	0	0,00%
16 أوت 2019	26	0	0%	2	0,89%	0	0,78%
23 أوت 2019	27	0	0%	2	0,89%	0	0,78%
30 أوت 2019	28	0	0%	1	0,45%	0	0,39%
6 سبتمبر 2019	29	0	0%	2	0,89%	0	0,78%
13 سبتمبر 2019	30	0	0%	11	4,91%	0	4,28%
20 سبتمبر 2019	31	02	20%	27	12,05%	1	4,35%
27 سبتمبر 2019	32	01	10%	12	5,36%	0	0,00%
04 أكتوبر 2019	33	0	0%	5	2,23%	0	0,00%
11 أكتوبر 2019	34	02	20%	26	11,61%	1	4,35%
18 أكتوبر 2019	35	01	10%	20	8,93%	0	0,00%
25 أكتوبر 2019	36	01	10%	18	8,04%	4	17,39%
10 نوفمبر 2019	37	0	0%	5	2,23%	0	0,00%
08 نوفمبر 2019	38	01	10%	09	4,02%	0	0,00%
المجموع	10	3,89%	224	87,16%	23	8,95%	257
							100%

إن القراءة الظاهرية للجدول رقم (36) المتعلقة بفئة مدة الفيديوهات المتعلقة بالحراك الشعبي تبين أن الصفحة تركز على نشر الفيديوهات المتوسطة التي تتراوح مدتها (من دقيقة إلى خمس دقائق) بنسبة 87,16%، والملاحظ أن الجمعة الواحد والثلاثون 20 سبتمبر 2019 أخذت أعلى نسبة قدرت بـ 12,05% كونها كانت تعتمد على نشر المسيرات الشعبية التي بدأت يوم 22 فيفري الماضي، للتعبير عن رفضهم لبقاء رموز النظام في مناصبهم وإجراء انتخابات رئاسية تحت إشراف حكومة نور الدين بدوي.

أما الفيديوهات الطويلة التي تستغرق (أكثر من خمس دقائق) فقد بلغت نسبتها 8,95% تصدرت الجمعة السادس والثلاثين أعلى نسبة توظيف بلغت 17,39% وكانت عن طريق البث المباشر فالمسيرات مستمرة في الجزائر في العاصمة ومدن عدة، منها وهران وبجاية ومستغانم وباتنة وقسنطينة وتيزي وزو... الخ للمطالبة برحيل بقايا نظام الرئيس المستقيل الراحل عبد العزيز بوتفليقة، ورفضاً لأي حوار أو انتخابات مع ما وصفوهم "بالعصابات".

وبخصوص الفيديوهات القصيرة التي تستغرق مدتها (أقل من دقيقة) فقد تذيّلت الترتيب بنسبة قدّرت بـ 3,89% عادت أعلى نسبة فيها للجمعتين الواحد والثلاثون 20 سبتمبر 2019 والرابع والثلاثون 11 أكتوبر 2019 بنفس النسبة والمقدرة بـ 20%.

وبالتالي فإن موضوع الحركات الاحتجاجية في الصفحة كان من خلال الاعتماد على مدة معينة في الغالب كانت متوسطة لكونها كانت إخبارية بالدرجة الأولى وأيضاً نلاحظ أن المتلقي وخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي ينجذب إلى كل ما هو مختصر ودقيق مما يساعد على إبراز الموضوع ولفت الانتباه وعليه يجب إعادة النظر في قوالب النشر في منصات التواصل الاجتماعي من خلال الاعتماد على كل ما هو مختصر ومؤثر وهذا دليل على اهتمام الصفحة و إعطاء أهمية للمتلقى من خلال جعله محور العملية الاتصالية أما الفيديو الطويل المباشر زاد من مصداقية المعلومة لتكون الرسالة والتأثير أبلغ.

وعليه يظهر من خلال تحليل توزيع الفيديوهات وفق مدتها خلال جمعات الحراك، أن الصفحة المدروسة تبنت نمطاً اتصالياً قائماً على الفيديوهات متوسطة المدة، في دلالة على حرصها على تقديم مضامين ذات محتوى إخباري وتوثيقي مكثف، دون الإخلال بسلاسة التلقي الرقمي. إذ تميل هذه المدة إلى تحقيق التوازن بين الإيجاز والعمق، ما يجعلها أكثر انسجاماً مع طبيعة وسلوك جمهور شبكات التواصل الاجتماعي الذي يفضل المحتوى المباشر والمباشر.

أما الفيديوهات الطويلة فقد كان اعتمادها في لحظات خاصة، تصدرتها الجمعة السادسة والثلاثون (25 أكتوبر 2019)، من خلال البث المباشر لمسيرات متعددة في مختلف ولايات الوطن، ما يدل على إدراك الصفحة لأهمية هذا الشكل في نقل اللحظة الآنية وتعزيز شعور التشاركية بين المتابعين والميدان.

وبخصوص الفيديوهات القصيرة جداً (أقل من دقيقة)، فقد ظلت هامشية، وهو ما يعكس توجه الصفحة نحو تقديم محتوى أكثر استيعاباً وتحليلاً، دون التفريط في عنصر الجذب. لكنها وُظِّفت بنسب أعلى نسبياً في جمعات محددة مثل الجمعة الواحدة والثلاثين والرابعة والثلاثين، لتقديم لقطات افتتاحية سريعة للحدث.

وبذلك، نخلص إلى أن خيار المدة لم يكن عشوائياً، بل يعكس وعياً اتصالياً بتباين اللحظات واحتياجات المتلقي؛ فالفيديوهات المتوسطة كانت الأنسب للتقارير الإخبارية، بينما مكّنت الطويلة من رصد الحراك ميدانياً، وعزّزت من مصداقية الرسائل، في حين حُصِصت القصيرة للشّدّ البصري والإثارة اللحظية. وهو ما يدل على أن الصفحة كانت تدير المحتوى السمعي البصري ضمن رؤية مدروسة تنسجم مع متطلبات الإعلام الرقمي في سياق الأزمة.

ث - طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

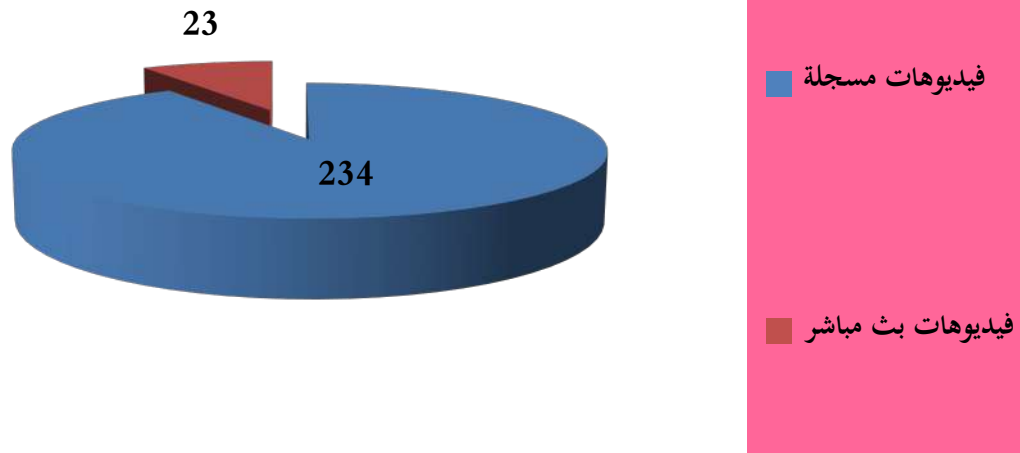
الجدول رقم 37 يبين طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

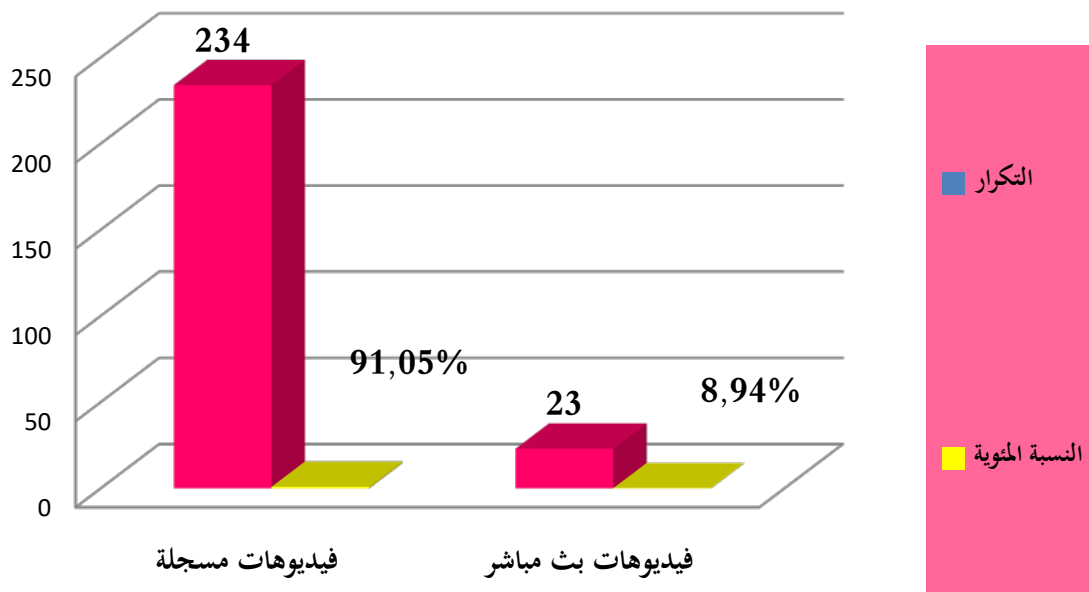
طبيعة الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديوهاات مسجلة	234	91,05%
فيديوهاات بث مباشر	23	8,94%
المجموع	257	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (37) الخاص بطبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت بشكل أساسي على الفيديوهاات المسجلة التي أخذت نسبة 91,05% ما مجموعه 234 تكرارا، في حين جاء اعتمادها على البث المباشر بدرجة أقل حددت بـ 23 تكرارا ما نسبته 8,94%. ويُفسّر هذا التفاوت في التوظيف بعدة اعتبارات متداخلة، أبرزها أن نقل المسيرات الشعبية مباشرة عبر البث الحي في سياق الأزمة السياسية والأمنية آنذاك، شكّل تحدياً حقيقياً، سواء من الناحية التقنية أو الميدانية، خاصة في ظل التضييق الأمني على تصوير التجمعات الكبيرة، والتخوف من استغلال الفيديوهاات الحية ضد المشاركين. هذا ما أكدته الباحثة ميدانياً، من خلال اتصالها بأحد مسؤولي الصفحة، الذي كشف أن الآدمن المكلف بإدارتها كان معتقلاً خلال الفترة محل الدراسة، وهو ما يعزّز فرضية وجود عراقيل ميدانية حالت دون التوظيف المكثف لخيار البث المباشر.

ورغم ذلك، يُلاحظ أن الصفحة عوّضت عن غياب النقل الحي بالفيديوهاات المسجلة عالية التركيز والدلالة، ما يشير إلى خيار اتصالي واعٍ يميل إلى تقديم مادة بصرية مدروسة، خالية من أي تشويش أو محتوى غير مرغوب فيه، وموجهة بدقة نحو الرسائل التي أرادت الصفحة إيصالها لجمهورها. وعليه، فإن اختيار الصفحة لفيديوهاات مسجلة يعكس استراتيجيتها في ضبط الرسالة الاتصالية وتحريرها قبل النشر بما يخدم أهدافها في تغطية الحراك، وإبراز مطالبه، وتجنّب أي مخرجات قد تُستخدم لتشويه الحراك أو استغلاله سياسياً.



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 38 يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

المجموع		طبيعة الفيديو				الترتيب	
		فيديوهات بث مباشر		فيديوهات مسجلة			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
6,61%	17	0,00%	0	7,26%	17	1	22فيفري2019
1,17%	3	4,35%	1	0,85%	2	2	01مارس2019
1,17%	3	0,00%	0	1,28%	3	3	08مارس2019
2,33%	6	13,04%	3	1,28%	3	4	15مارس2019
0,78%	2	0,00%	0	0,85%	2	5	22مارس2019
0,78%	2	0,00%	0	0,85%	2	6	29مارس2019
1,17%	3	0,00%	0	1,28%	3	7	5أفريل2019
4,28%	11	13,04%	3	3,42%	8	8	12أفريل2019
0,39%	1	0,00%	0	0,43%	1	9	19أفريل2019
0,39%	1	0,00%	0	0,43%	1	10	26أفريل2019
1,95%	5	0,00%	0	2,14%	5	11	30ماي2019
1,56%	4	4,35%	1	1,28%	3	12	10ماي2019
4,28%	11	13,04%	3	3,42%	8	13	17ماي2019
3,89%	10	13,04%	3	2,99%	7	14	24ماي2019
3,89%	10	4,35%	1	3,85%	9	15	31ماي2019
2,72%	7	0,00%	0	2,99%	7	16	7جوان2019
0,78%	2	4,35%	1	0,43%	1	17	14جوان2019
1,17%	3	0,00%	0	1,28%	3	18	21جوان2019
0,39%	1	4,35%	1	0,00%	0	19	28جوان2019
0,39%	1	0,00%	0	0,43%	1	20	5جويلية2019
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	21	12جويلية2019
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	22	19جويلية2019
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	23	26جويلية2019
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	24	02أوت2019
0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	25	09أوت2019
0,78%	2	0,00%	0	0,85%	2	26	16أوت2019
0,78%	2	0,00%	0	0,85%	2	27	23أوت2019

0,39%	1	0,00%	0	0,43%	1	28	30 أوت 2019
0,78%	2	0,00%	0	0,85%	2	29	6 سبتمبر 2019
4,28%	11	0,00%	0	4,70%	11	30	13 سبتمبر 2019
11,67%	30	4,35%	1	12,39%	29	31	20 سبتمبر 2019
5,06%	13	0,00%	0	5,56%	13	32	27 سبتمبر 2019
1,95%	5	0,00%	0	2,14%	5	33	4 أكتوبر 2019
11,28%	29	4,35%	1	11,97%	28	34	11 أكتوبر 2019
8,17%	21	0,00%	0	8,97%	21	35	18 أكتوبر 2019
8,95%	23	17,39%	4	8,12%	19	36	25 أكتوبر 2019
1,95%	5	0,00%	0	2,14%	5	37	10 نوفمبر 2019
3,89%	10	0,00%	0	4,27%	10	38	08 نوفمبر 2019
100%	257	8,95%	23	91,05%	234	المجموع	

يكشف الجدول رقم (38) المتعلق بتوزيع طبيعة الفيديوهات حسب جمعات الحراك أن صفحة "الجزائر ومأدراكما الجزائر" اعتمدت بالدرجة الأولى على الفيديوهات المسجلة، والتي شكّلت 91,05% من مجموع الفيديوهات الموظفة خلال الفترة المدروسة، بمجموع 234 تكراراً، وقد بلغت ذروتها في الجمعة الواحد والثلاثين الموافق 20 سبتمبر 2019 بنسبة 12,39%، أي ما يعادل 29 فيديو مسجلاً. ويعود هذا التركيز إلى الطابع الميداني القوي لمسيرات تلك الجمعة، التي عبّر فيها المتظاهرون بوضوح عن رفضهم لبقاء رموز النظام والمضي في تنظيم انتخابات تحت إشراف حكومة بدوي، وهو ما حرصت الصفحة على توثيقه بصرياً بشكل مكثف.

في حين غاب هذا النوع من الفيديوهات في كل من الجمعة التاسعة عشر يوم 28 جوان 2019 والجمعة الواحد والعشرون يوم 12 جويلية 2019 والجمعة الاثنان والعشرون يوم 19 جويلية 2019 وصولاً إلى الجمعة الخامس والعشرون 9 أوت 2019. ما قد يُفسّر إما بانشغال الصفحة في تلك الفترات بالأنماط الأخرى من الوسائط، أو بتعرضها لصعوبات ميدانية وأمنية أو تقنية، مثل التضيق على المصورين أو العطب الرقمي، وهي فرضيات سبق دعمها من خلال إشارات سابقة في الدراسة.

أما فيما يخص الفيديوهات عبر البث المباشر (Live)، فقد جاءت بنسبة 8,95%، وكان توظيفها الأكثر وضوحاً في الجمعة السادسة والثلاثين الموافق 25 أكتوبر 2019، بنسبة 17,39% عن أربعة فيديوهات مباشرة.

تميّزت تلك الفيديوهات بنقل حيّ وميداني لمسيرات شعبية امتدت عبر ولايات متعددة، وقد شكّل هذا الاستخدام الاستثنائي نوعاً من التصعيد الاتصالي من طرف الصفحة، عبر كسر الطابع المسجل وتقديم محتوى آني أكثر تفاعلية، رغم محدودية هذا الخيار في باقي الجماعات، لأسباب سبق توضيحها.

ج- أهداف الفيديوهات المنشورة "أثناء الحراك"

تحدّد الأهداف الاتصالية للفيديوهات المنشورة خلال مرحلة "أثناء الحراك" فيما يلي:

- 1- التوثيق الحي للمظاهرات والأحداث الميدانية: ويظهر ذلك من خلال إبراز حجم المشاركة الشعبية في الحراك ونقل الصورة من قلب الحدث إلى جمهور أوسع، بما يخلق إحساساً بالانخراط الجماعي ويعزّز من مشروعية الحراك.
 - 2- الرد أو التعليق على الخطاب الرسمي: استخدمت بعض الفيديوهات لعرض وجهات نظر مغايرة للخطاب الإعلامي الحكومي أو لتفنيد روايات رسمية عبر مشاهد من الواقع أو تصريحات مباشرة.
 - 3- تحفيز التفاعل الشعبي والمساهمة في التعبئة: إذ تعمل الفيديوهات على رفع منسوب التعبئة العاطفية والحماسة الشعبية، من خلال مشاهد الهتافات، أو الشعارات المرفوعة، أو لقطات تُظهر التلاحم بين المواطنين.
 - 4- نقل رسائل رمزية وشعارات الحراك: استُخدم الفيديو كوسيلة لتعميم بعض الشعارات الرمزية أو اللافتات المؤثرة، ما يساهم في نشرها وتعزيز حضورها في الوعي الجمعي.
 - 5- منح صوت للمهمشين والفاعلين الميدانيين: وتم ذلك عبر تقديم شهادات لمواطنين ومدّخلاتهم، تم منح مساحة للفاعلين "العاديين" للتعبير عن مواقفهم، مما يكرّس ديمقراطية الرسالة الرقمية ويعزّز مصداقية الخطاب.
 - 6- خلق سردية بديلة من داخل المجتمع: توظيف الفيديوات شكّل ركيزة في بناء رواية بديلة تعكس حقيقة الحراك كما يراها المتظاهرون والمشاركون، لا كما تنقلها الجهات الرسمية أو الإعلام التقليدي.
 - 7- كسر الرقابة الإعلامية وتعويض غياب التغطية المهنية: لعبت الفيديوهات دور "الإعلام البديل"، في ظل تغييب تغطية مهنية مستقلة أو محايدة من طرف وسائل الإعلام التقليدية.
- بناءً على ما سبق، يمكن القول أن الفيديوهات المنشورة شكّلت خلال مرحلة الحراك ركيزة أساسية في البناء الاتصالي للخطاب الرقمي داخل الصفحة المدروسة، إذ تزايد حضورها بشكل لافت مقارنة بالمرحلة السابقة، ما يعكس تحوّلاً في الاستراتيجية التعبيرية نحو وسيط بصري أكثر تأثيراً. وقد تنوعت وظائف هذه الفيديوهات بين التوثيق الميداني للمظاهرات ونقل صور المشاركين، وتقديم شهادات مباشرة تعبّر عن نبض الشارع، إضافة إلى الرد على الخطابات الرسمية من خلال مشاهد معيشة تنقل الواقع كما هو. كما أدت دوراً تعبويًا مهمًا عبر تحفيز التفاعل الشعبي، وتعميم الرموز والشعارات السياسية والاجتماعية المرتبطة بالحراك. ومن خلال التركيز على الفاعلين الميدانيين ومنحهم صوتاً رقمياً، ساهمت هذه الفيديوهات في بناء سردية بديلة تعبّر عن رواية الشارع،

وتملأ فراغ التغطية الإعلامية المهنية في تلك الفترة. وبالتالي، فإن توظيف الفيديوها لم يكن فقط أداة إعلامية، بل وسيلة للمشاركة السياسية والتأثير في الرأي العام ضمن مناخ رقمي اتسم بحرية نسبية، وساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والمعلومة في زمن الأزمة.

ثانيا: فئات المحتوى ماذا قيل؟

04- فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 39 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة مئوية	التكرار	طبيعة اللغة التكرار
75.04%	1726	اللغة العربية
7,39%	170	لهجة عامية (الدارجة)
17,39%	400	لغة هجينة
0,17%	04	لغة أجنبية (فرنسية - انجليزية)
100%	2300	المجموع

يتضح من خلال قراءة الجدول (رقم 39) المتعلق بفئة طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك أن الغالبية العظمى من المنشورات تمت صياغتها باللغة العربية بنسبة 75.04% من مجموع المنشورات المدروسة بمعدل 1726 تكراراً، تليها المنشورات المصاغة بلغة هجينة (تداخل بين العربية والعامية أو لغات أخرى)، بنسبة 17,39% أي ما يعادل 400 تكراراً، في حين جاءت اللغة العامية (الدارجة) في المرتبة الثالثة بنسبة 7,39% بمجموع 170 تكراراً. أما اللغات الأجنبية (الفرنسية أو الإنجليزية) فقد كانت شبه غائبة عن الخطاب، بنسبة 0,17% فقط بـ 04 تكرارات.

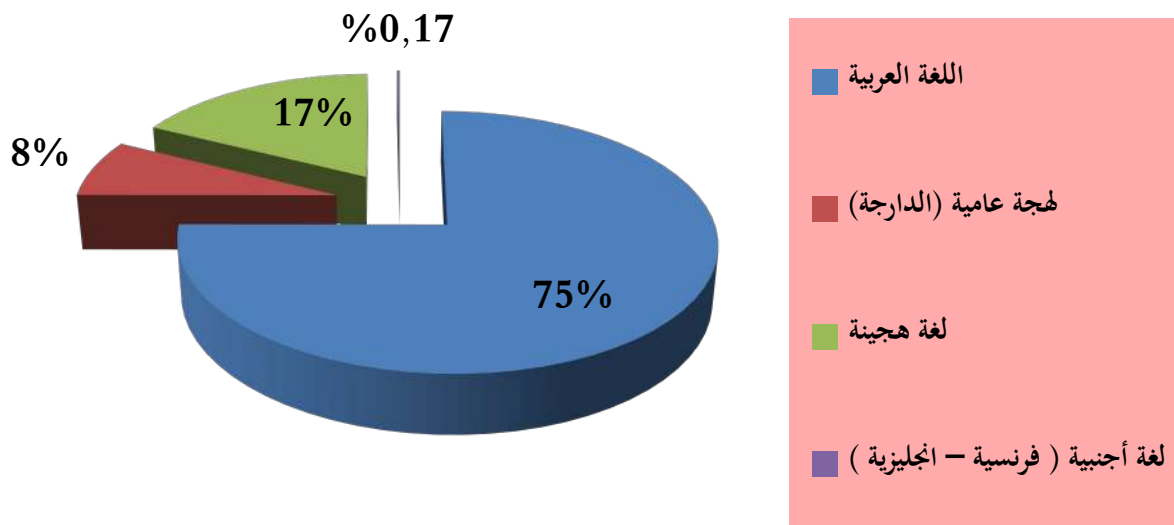
وهذا ما يفسر لنا أن القائم على الصفحة ذو مستوى تعليمي يؤهله لتسيير الصفحة، فنشره مضامين باللغة العربية يعكس رغبته في مخاطبة جميع مستويات المجتمع لضمان أوسع تغطية اجتماعية وثقافية للرسائل المنشورة، واستقطاب فئات متعددة من المتابعين خاصة الفئات المثقفة، أو على الأقل المهتمة بالشأن السياسي العام. ما يعني أنه انتقى أدواته التعبيرية بما يخدم أهدافه الاتصالية، فاللغة الفصحى تمتاز بالوضوح والجدية في الخطاب، لذلك راهن عليها كثيرا.

أما اللغة الهجينة، التي شكلت نسائية معتبرة، فتعكس نوعاً من التكيّف مع الواقع الاتصالي الرقمي، حيث تكون الكتابة مزيجاً بين فصحي مبسطة ولهجة دارجة أو مفردات مألوقة أو حتى استعارات من لغات أجنبية، وهي لغة باتت منتشرة في الفضاء الفيسبوكي الجزري، ما يجعلها فعالة في شدّ انتباه المتلقي، وتخفيف حدّة الجدية أحياناً دون فقدان الرسالة.

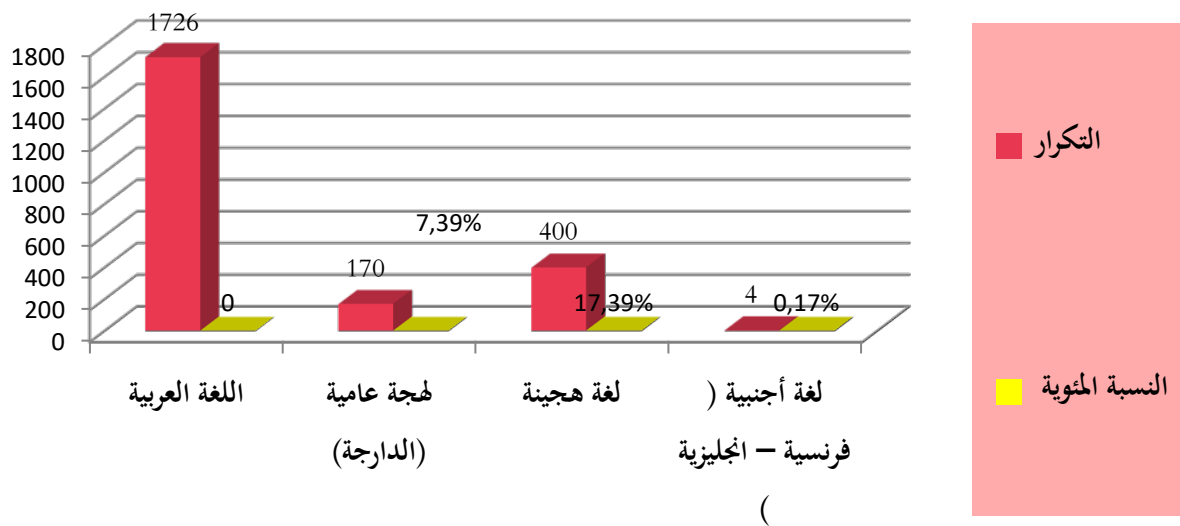
أما العامية الدارجة، فقد استُخدمت بنسبة أقل، و تمّ توظيفها في منشورات ذات طابع تعبوي، هزلي، ساخر، أو في تلك الموجهة لخلق نوع من القرب الحميمي من الجمهور، لكن دون الاعتماد الكلي عليها، ما يدل على انضباط لغوي نسبي يعكس محاولة الصفحة الحفاظ على صورة اتصالية مقبولة لدى جمهورها.

في المقابل، يكشف الحضور الضئيل⁶ جداً للغات الأجنبية (فرنسية – إنجليزية) عن توجّه واضح نحو تموقع وطني خالص في الخطاب، وتجنّب التقسيمات الثقافية أو اللغوية التي قد تشتت أو تحدّد من فعالية التأثير، كما قد يكون مردّ ذلك أيضاً إلى الرغبة في تجنب التأويلات أو ربط الصفحة بأي توجه إيديولوجي معيّن، أو ربما توخي البساطة والوضوح.

وبالتالي، فإن تحليل هذه الفئة يكشف عن إستراتيجية لغوية واضحة اعتمدتها الصفحة في إدارتها للأزمة، تقوم على استخدام الفصحى كلغة مرجعية أساسية، مع توظيف نسبي للهجينة والدارجة لتليين الخطاب ومراعاة التنوع الثقافي والاجتماعي، ما يكرّس الفكرة التي أشرنا إليها سابقاً وهي أن الصفحة تعمل على جعل المتلقي محور العملية الاتصالية من خلال مخاطبته بلغته، مع الحرص في الوقت ذاته على أن لا يُفقد الخطاب طابعه الجاد والموثوق.



رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 40 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

اللغة										المجموع	التاريخ
المجموع		لغة أجنبية (فرنسية – انجليزية)		لغة هجينة		لغة دارجة عامية		اللغة العربية			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%1,91	44	%75	3	%1,00	4	%4,12	7	%1,74	30	1	22 فيفري 2019
%0,78	18	%0	0	%0,50	2	%0,00	0	%0,93	16	2	01 مارس 2019
%1,61	37	%0	0	%3,25	13	%1,18	2	%1,27	22	3	08 مارس 2019
%2,43	56	%0	0	%0,75	3	%1,18	2	%2,95	51	4	15 مارس 2019
2,17%	50	%0	0	%3,00	12	%2,94	5	%1,91	33	5	22 مارس 2019
%1,30	30	%0	0	%2,50	10	%0,00	0	%1,16	20	6	29 مارس 2019
%0,48	11	%0	0	%0,25	1	%0,00	0	%0,58	10	7	5 أفريل 2019
%7,04	162	%0	0	%5,50	22	%0,00	0	%8,11	140	8	12 أفريل 2019
%1,26	29	%0	0	%3,75	15	%0,59	1	%0,75	13	9	19 أفريل 2019
%1,09	25	%0	0	%2,25	9	%0,00	0	%0,93	16	10	26 أفريل 2019
%0,96	22	%0	0	%2,00	8	%0,59	1	%0,75	13	11	30 ماي 2019
%0,78	18	%0	0	%0,00	0	%0,59	1	%0,98	17	12	10 ماي 2019
%2,00	46	%0	0	%1,75	7	%0,59	1	%2,20	38	13	17 ماي 2019
%2,39	55	0%	0	%2,25	9	%3,53	6	%2,32	40	14	24 ماي 2019
%9,91	228	%0	0	%18,75	75	%1,76	3	%8,69	150	15	31 ماي 2019
%9,26	213	%0	0	%15	60	%13,53	23	%7,53	130	16	7 جوان 2019
%0,39	9	%0	0	%0,50	2	1,76%	3	%0,23	4	17	14 جوان 2019
%0,74	17	%25	1	%0,50	2	%1,76	3	%0,64	11	18	21 جوان 2019
%1,26	29	%0	0	%3,00	12	%1,18	2	%0,87	15	19	28 جوان 2019
%0,78	18	%0	0	%0,75	3	%0	0	%0,87	15	20	5 جويلية 2019
%0,39	9	%0	0	%0,50	2	%0	0	%0,41	7	21	12 جويلية 2019
%2,22	51	%0	0	%1,75	7	%11,76	20	%1,39	24	22	19 جويلية 2019

26	جويلية 2019	23	9	%0,52	4	%2,35	5	%1,25	0	%0	18	%0,78
02	أوت 2019	24	10	%0,58	2	%1,18	5	%1,25	0	%0	17	%0,74
09	أوت 2019	25	9	%0,52	0	%0,00	5	%1,25	0	%0	14	%0,61
16	أوت 2019	26	7	%0,41	2	%1,18	1	%0,25	0	%0	10	%0,43
23	أوت 2019	27	20	%1,16	1	%0,59	2	%0,50	0	%0	23	%1,00
30	أوت 2019	28	4	%0,23	1	%0,59	2	%0,50	0	%0	7	%0,30
6	سبتمبر 2019	29	23	%1,33	0	%0,00	5	%1,25	0	%0	28	%1,22
13	سبتمبر 2019	30	50	%2,90	17	%10	18	%4,50	0	%0	85	%3,70
20	سبتمبر 2019	31	140	%8,11	15	%8,82	20	%5,00	0	%0	175	%7,61
27	سبتمبر 2019	32	114	%6,60	12	%7,06	30	%7,50	0	%0	156	%6,78
04	أكتوبر 2019	33	9	%0,52	0	%0,00	0	%0	0	%0	9	%0,39
11	أكتوبر 2019	34	100	%5,79	7	%4,12	23	%5,75	0	0%	130	%5,65
18	أكتوبر 2019	35	207	%11,99	2	%1,18	2	%0,50	0	%0	211	%9,17
25	أكتوبر 2019	36	110	%6,37	21	%12,35	4	%1,00	0	%0	135	%5,87
10	نوفمبر 2019	37	52	%3,01	5	%2,94	0	%0	0	%0	57	%2,48
08	نوفمبر 2019	38	47	%2,72	1	%0,59	0	%0	0	%0	48	%2,09
المجموع		1726	%75.04	170	7,55%	400	17,75%	4	0,18%	2300	100%	

اعتمادا على معطيات الجدول رقم 40 الخاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال جمعات الحراك يظهر أن التوزيع اللغوي على الصفحة كان لصالح اللغة العربية التي أخذت مكانة الريادة في النشر حيث بلغت نسبة 75.04% بمجموع 1726 تكرارا.

إن هذا التوظيف الواسع للغة العربية يتماشى تماما مع ظاهرة الاستخدام الواسع للفيسبوك من قبل الشباب الجزائري وغالبيتهم ممن يتقنون العربية فهي قاسمهم المشترك مهما تعددت ولاياتهم كما أنها اللغة الرسمية للدولة وهو ما يفسر اهتمام الصفحة بها. كما يجدر الذكر أن عدد مستخدمي الانترنت باللغة العربية في تزايد مستمر، وهو من المؤشرات الايجابية عن واقع اللغة العربية على شبكة الانترنت فمعدل زيادة مستخدميها هو الأعلى بين مجموع اللغات العشر الأولى على الانترنت.

وقد تصدرت الجمعة الخامسة والثلاثون ليوم 18 أكتوبر 2019 توظيف اللغة العربية في منشوراتها بنسبة **11.99%** بمجموع **207** تكرارا. ويفسر هذا التوظيف الكبير للعربية إلى تصادفه مع خروج الآلاف من المتظاهرين في عدة مدن جزائرية، رافعين شعارات متجددة تطالب بتغيير جذري للنظام ورفض مشروع قانون جديد للمحروقات، وبينما تقول الحكومة إن مشروع القانون يهدف إلى تحفيز الاستثمارات في قطاع النفط، فقد رآه الشارع تنازلا عن ثروات البلاد السيادية، ما زاد من زخم التفاعل والاحتجاج، وهو ما انعكس على اللغة المختارة للنشر.

يليهما توظيف اللغة المهجينة بنسبة **17,75%** بمجموع **400** تكرارا، وقد بلغت ذروتها في الجمعة الخامسة عشرة ليوم 31 ماي 2019 أعلى نسبة بلغت **18,75%** بمجموع **75** تكرارا، وهي الجمعة التي عرفت استمرار المظاهرات للأسبوع الـ 16 على التوالي، وسط تصاعد الرفض الشعبي لإجراء انتخابات رئاسية دون رحيل رموز النظام السابق، ما جعل الخطاب المهجين وسيلة لتقريب الرسائل من الفئة الشبابية المتفاعلة عبر المنصات الرقمية، بحكم طبيعته التلقائية ومزيجيه بين الفصحى والدارجة أو بين العربية والفرنسية.

ولم تخل الصفحة من توظيف اللهجة العامية لقربها من يوميات المواطن إذ تكرر استعمالها **170** مرة آخذة نسبة **7,55%** وقد تصدرت الجمعة السادسة والثلاثون ليوم 25 أكتوبر 2019 المشهد بنسبة **12,35%** عن **21** تكرارا. ويُعزى هذا الظهور إلى وظيفتها التفاعلية القريبة من يوميات المواطن، خاصة في المنشورات الساخرة أو التي تنقل انطباعات مباشرة من الشارع، ما يجعلها وسيلة ذات طابع تعبوي وشعبي في آنٍ واحد.

أما توظيف اللغة الأجنبية سواء (الفرنسية - الإنجليزية) فقد وردت بشكل شبه رمزي، بمجموع أربع تكرارات فقط بلغت نسبتها **0,17%** تصدرتها الجمعة الأولى (22 فيفري 2019) بنسبة **75%** عن ثلاث تكرارات. ما يدل على ابتعاد الصفحة عن الخطاب النخبوي الفرنكفوني، في محاولة للحفاظ على الانغراس المجتمعي للخطاب الاتصالي، خصوصًا في بداية الحراك حيث كان الزخم الشعبي عاليًا ومحاولة توسيع قاعدة الوصول ضرورة اتصالية.

يتبين من خلال تحليل طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة "أثناء الحراك"، أن الصفحة تبنت استراتيجية لغوية واعية تُراعي السياق الاجتماعي والسياسي للمرحلة، وتسعى إلى تعزيز التفاعل الشعبي عبر اعتماد اللغة الأقرب للمتلقي. فالهيمنة الكاسحة للغة العربية تعكس توجهًا مقصودًا نحو توحيد الخطاب الاتصالي وتعزيزه بلغة ذات بعد وطني ورمزية ثقافية جامعة، حتى تكون الخطابات قريبة من وجدان الشعب ووعيه

الجمعي. وتُظهر ذروة استخدام العربية في الجمعات المفصلية (ك 18 أكتوبر 2019) إدراكًا من صاحب الصفحة لضرورة تبني لغة التعبئة السياسية في اللحظات الحاسمة، خاصة عند التطرق لقضايا حساسة مثل قانون المحروقات.

أما **اللغة الهجينة**، التي ظهرت بنسبة معتبرة، فقد مثّلت وسيلة للمرونة التواصلية، خصوصًا مع فئة الشباب الذين اعتادوا هذه اللغة المختلطة في بيئتهم الرقمية واليومية، ما أضفى طابعًا حيًا وتلقائيًا على الخطاب، مع الحفاظ على مضمونها النقدي والجاد. أما حضور **الدارجة** في منشورات محدّدة، وخاصة في **الجمعة 36**، يشير إلى توظيفها في سياقات ذات طابع شعبي أو تعبيرى مباشر، ما يُعزز فكرة القرب من المواطن والشارع، سواء من خلال منشورات ذات طابع ساخر أو خطاب وجداني موجّه.

بالمقابل، فإن **ضعف استخدام اللغة الأجنبية** يُفهم في سياق مقاطعة اللغة النخبوية وتبني هوية لغوية وطنية واضحة. كما يعكس توجه الصفحة نحو مخاطبة الجمهور العريض داخل الوطن، وليس النخب فقط أو الجمهور الناطق بالفرنسية.

05- فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 41 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك

(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019 "

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المصطلحات التكرار
2,66%	74	إضرابات
3,34%	93	تسونامي
30,48%	849	مليونية الجمعة
30,05%	837	الحراك الشعبي السلمي
16,48%	459	المسيرات السلمية الشعبية
3,12%	87	فخامة الشعب
0,86%	24	جمعة الصومود/ جمعة أول نوفمبر
5,57%	155	سلمية حضارية/ أحرار الجزائر
3,34%	93	مسيرات الطلبة / احتجاجات
2,19%	61	حراك الجمعة/ حشود
0,79%	22	ثورة الكرامة والأخلاق والتغيير
1,11%	31	جمعة النصر والاستقلال
100%	2785	المجموع

يعرض الجدول رقم (41) توزيع طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك الشعبي الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019، وقد بلغ عدد المصطلحات الموثقة 2785 مصطلحاً.

تُظهر البيانات هيمنة واضحة للمصطلحات ذات الطابع السلمي، حيث جاءت عبارة "مليونية الجمعة" في الصدارة بنسبة 30.48%، بمجموع 849 تكراراً، متبوعة مباشرة بعبارة "الحراك الشعبي السلمي" بنسبة 30.05%، يقابلها 837 تكراراً. وتشير هذه النسب إلى حرص صاحب الصفحة في الخطاب الرقمي على

التأكيد المستمر على سلمية الحراك وهويته المدنية الجامعة. كما احتلت عبارة "المسيرات السلمية الشعبية" نسبة 16.48%، بمجموع 459 تكراراً، ما يعكس إبراز البعد الميداني المنظم والواعي للحركة الاحتجاجية. في ذات السياق، شكّلت مصطلحات مثل "سلمية حضارية وأحرار الجزائر" نسبة 5.57%، يقابلها 155 تكراراً، مما يدل على استثمار الصفحة للبعد الأخلاقي والقيمي في الخطاب، وتقديم الحراك كفعل احتجاجي راقٍ ومتحضر.

أما المصطلحات ذات الطابع السياسي المباشر، مثل "تسونامي" (3.34%)، بمجموع 93 تكراراً، ومصطلحات "مسيرات الطلبة واحتجاجات" بنفس النسبة، فقد عكست انخراط الصفحة في التعبئة السياسية ضد خيارات السلطة. في حين حملت مصطلحات مثل "فخامة الشعب" (3.12%)، يقابلها 87 تكراراً، شحنة نضالية مركزة تؤكد مشروعية الفعل الاحتجاجي دون الدعوة إلى العنف أو الصدام، كما نجد مصطلح "إضرابات" بمجموع 74 تكراراً قدرت نسبتها بـ (2.66%)، (أنظر الملحق رقم 27)، ثم مصطلح حراك الجمعة وحشود بلغت نسبتها 2.19% بمجموع 61 تكراراً.

و"جمعة النصر والاستقلال" (1.11%) بمجموع تكرار 31، وهو ما يعبر عن حرص الصفحة على ضبط الخطاب والابتعاد عن المصطلحات التي قد تفسح المجال للتأويلات أو تهدد وحدة الصف. كما لوحظ استدعاء الرمزية التاريخية الوطنية (جمعة أول نوفمبر، جمعة الصمود) بنسبة 0.86% بمجموع 24 تكراراً، وهو استدعاء وظيفي لتعزيز شرعية الحراك وربطه بالذاكرة التحريرية. من جهة أخرى، لاحظنا الحضور المحدود لمصطلحات ذات شحنة ثورية عالية أو جدلية، مثل "ثورة الكرامة والأخلاق والتغيير" (0.79%) يقابلها 22 تكراراً.

بناءً على ما سبق يكشف التحليل الضمني لهذه الفئة عن هيمنة المصطلحات السلمية مثل "مليونية الجمعة" و"الحراك الشعبي السلمي" و"المسيرات السلمية الشعبية" التي شكّلت أكثر من 75% من مجموع المصطلحات المستعملة، مما يدلّ عن وجود استراتيجية لغوية واضحة لتثبيت الهوية السلمية للحراك في الوعي الجماعي، وتحصينه ضد محاولات التشويه المفتعلة.

كما أن توظيف عبارات مثل "سلمية حضارية" و"أحرار الجزائر" يبرز الترويج لصورة راقية ومسؤولة للمتظاهرين، ويجعل من الحراك فعلاً احتجاجياً نبيلاً منسجماً مع قيم المواطنة، ما يعكس استثمار الصفحة للبعد القيمي والأخلاقي في خطاب منشوراتها.

بموازاة ذلك، كشف التحليل عن ابتكار الصفحة لمصطلحات جديدة تحمل شحنة رمزية قوية مثل تعبيرات "فخامة الشعب" و"ثورة الكرامة والأخلاق" وهي تمثل محاولات لتجاوز اللغة الرسمية، وإعطاء الحراك طابعاً سيادياً وأخلاقياً.

كما أن اعتماد الصفحة على أسلوب التكرار المنتظم لمفردات معينة جعل منها شعارات تعبئة رمزية فعّالة ساهمت في ضمان استمرارية الحراك، وتوفير هوية لغوية موحدة للمحتوى المنشور على الصفحة. ومن ضمن الاستنتاجات المسجلة استدعاء الصفحة لمصطلحات من الذاكرة الوطنية مثل "جمعة أول نوفمبر" و"جمعة النصر والاستقلال" ما يعكس محاولتها ربط الحراك بالشرعية التاريخية لحركات التحرر الوطني، لكسب قاعدة جماهيرية أوسع وتعزيز البعد الوطني للحراك.

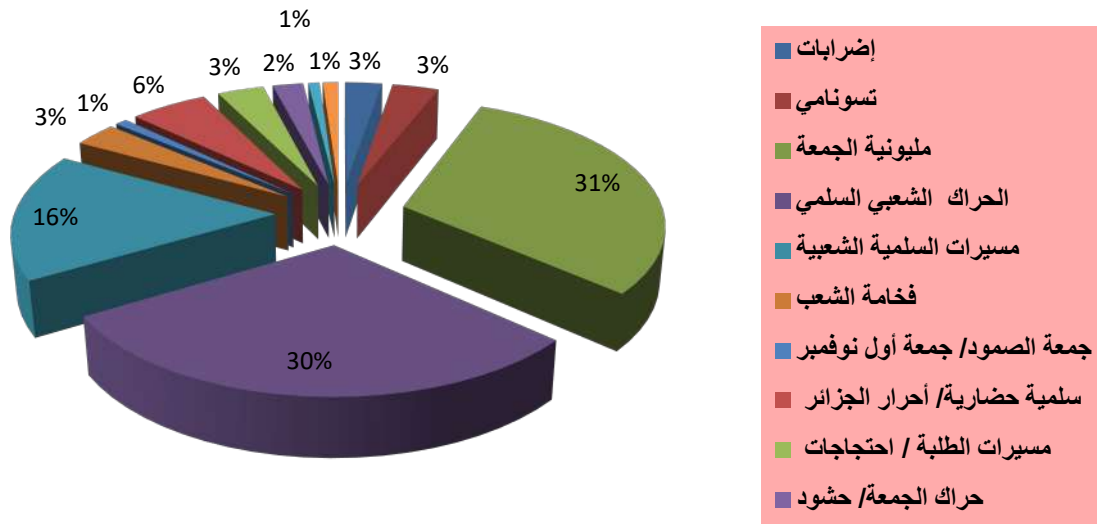
الملاحظ أيضاً أنه وبالرغم من وجود كلمات ذات طابع تعبوي مثل "تسونامي" و"احتجاجات الطلبة"، إلا أن توظيفها كان مضبوطاً وغير صدامي، ما يشير إلى محاولة موازنة التعبئة السياسية مع الحفاظ على الخطاب اللاعنفي، والذي يظهر أكثر في ضالة استعمال عبارات مثل "ثورة التغيير" أو "إضرابات" ما يعكس تجنب الصفحة لأي توصيف قد يُفهم كدعوة صريحة للقطيعة أو المواجهة العنيفة.

وعليه، يتضح أن إدارة الخطاب الرقمي عبر الصفحة المدروسة مثّلت استراتيجية اتصالية واعية لإدارة الأزمة، جمعت بين التعبئة الشعبية، والتأكيد على القيم السلمية، وتثبيت شرعية الحراك أخلاقياً وتاريخياً، مع تجنب المصطلحات التي قد تُستغل لتشويه الحركة أو الانحراف بها عن مسارها السلمي.

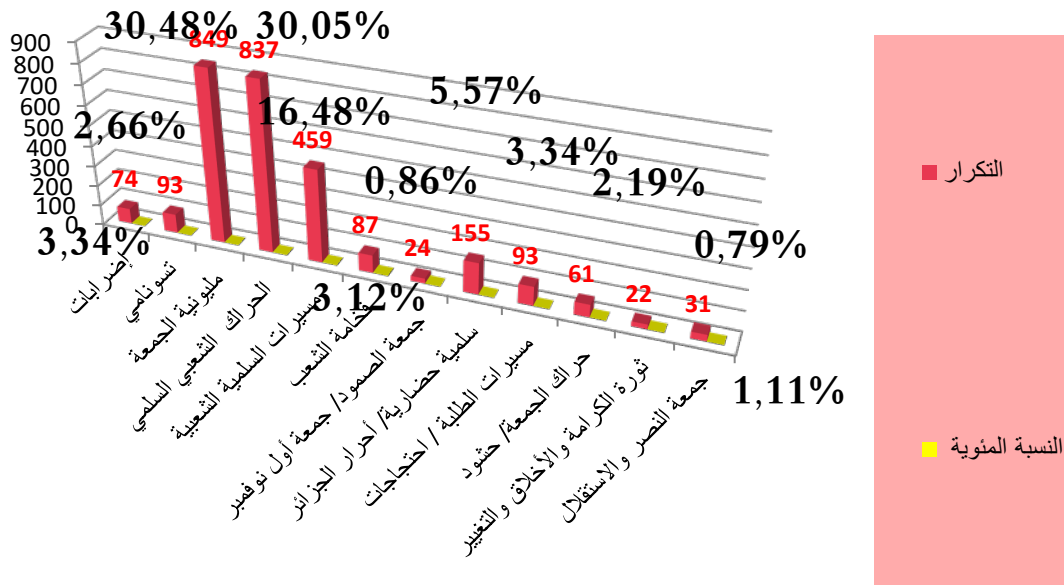
وبالتالي يمكن القول أن إصرار الصفحة المدروسة على تكرار نشر هذه الألفاظ والمصطلحات بالمعاني التي تحملها لم يكن عبثاً أو من محض الصدفة، وإنما كان لتكريس أفكار محدّدة، فقد جاءت بمثابة شعارات تحفيزية للحشود من أجل إعطاء دفعة قوية لمواصلة الحراك والنضال.

وبناء على ما سبق من تحليل لفئة طبيعة المصطلحات الموظفة أثناء الحراك نصل لتأكيد ما يلي:

1. هيمنة المصطلحات السلمية مثل "مليونية الجمعة" و"الحراك الشعبي السلمي" و"المسيرات السلمية الشعبية".
2. استثمار البعد القيمي والأخلاقي في الخطاب.
3. حضور تعبوي مقنّن للمصطلحات السياسية.
4. ابتكار مصطلحات جديدة تحمل شحنة رمزية قوية.
5. توظيف الرمزية التاريخية بشكل مدروس.
6. تفادي المصطلحات الثورية الراديكالية.
7. إعادة إنتاج المصطلحات كأدوات تحفيزية للحشد.



رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 42 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جماعات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

صور الحركات الاحتجاجية														الجماعات	التاريخ
الجموع		فخامة الشعب/ الشعب هو السلطة		المسيرة السلمية الشعبية		الحراك الشعبي السلمي		مليونية الجمعة		تسونامي		إضرابات			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
0,79%	22	0%	0	4,79%	22	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	22فيفري2019
0,54%	15	0%	0	3,27%	15	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	2	01مارس2019
0,97%	27	0%	0	2,61%	12	0%	0	1%	12	0%	0	4%	3	3	08مارس2019
1,62%	45	0%	0	6,32%	29	2%	15	0%	0	1%	1	0%	0	4	15مارس2019
2,44%	68	0%	0	6,32%	29	2%	15	2%	21	1%	1	3%	2	5	22مارس2019
1,65%	46	0%	0	2,40%	11	2%	17	2%	13	5%	5	0%	0	6	29مارس2019
0,97%	27	0%	0	0,00%	0	2%	14	2%	13	0%	0	0%	0	7	5أفريل2019
1,51%	42	0%	0	2,83%	13	2%	14	2%	14	1%	1	0%	0	8	12أفريل2019
2,41%	67	0%	0	0,22%	1	3%	25	4%	33	9%	8	0%	0	9	19أفريل2019
3,34%	93	0%	0	0,22%	1	3%	24	7%	57	10%	9	3%	2	10	26أفريل2019
2,26%	63	0%	0	5,23%	24	2%	15	3%	24	0%	0	0%	0	11	30ماي2019
1,80%	50	0%	0	3,70%	17	2%	17	2%	16	0%	0	0%	0	12	10ماي2019
2,37%	66	0%	0	5,66%	26	2%	20	2%	18	2%	2	0%	0	13	17ماي2019
1,72%	48	0%	0	6,32%	29	2%	19	0%	0	0%	0	0%	0	14	24ماي2019
7,65%	213	2%	2	11,11%	51	16%	133	3%	27	0%	0	0%	0	15	31ماي2019
10,16	283	23%	20	9,59%	44	11%	90	5%	42	22%	20	91%	67	16	7جوان2019
0,79%	22	9%	8	0,00%	0	2%	14	0%	0	0%	0	0%	0	17	14جوان2019
0,54%	15	0%	0	0,00%	0	2%	14	0%	0	1%	1	0%	0	18	21جوان2019
2,05%	57	5%	4	3,70%	17	2%	18	2%	17	1%	1	0%	0	19	28جوان2019
1,72%	48	2%	2	2,61%	12	2%	17	2%	14	3%	3	0%	0	20	5جويلية2019
0,50%	14	1%	1	0,00%	0	2%	13	0%	0	0%	0	0%	0	21	12جويلية2019
1,40%	39	0%	0	2,40%	11	2%	16	1%	12	0%	0	0%	0	22	19جويلية2019
1,26%	35	9%	8	0,00%	0	3%	27	0%	0	0%	0	0%	0	23	26جويلية2019
1,22%	34	0%	0	2,61%	12	1%	8	2%	14	0%	0	0%	0	24	02أوت2019
1,83%	51	9%	8	0,00%	0	3%	22	2%	21	0%	0	0%	0	25	09أوت2019
0,47%	13	0%	0	0,00%	0	2%	13	0%	0	0%	0	0%	0	26	16أوت2019
0,90%	25	0%	0	0,00%	0	0%	0	3%	25	0%	0	0%	0	27	23أوت2019
0,61%	17	0%	0	0,00%	0	0%	0	2%	17	0%	0	0%	0	28	30أوت2019
1,80%	50	9%	8	0,00%	0	3%	24	2%	18	0%	0	0%	0	29	6سبتمبر2019
1,29%	36	5%	4	0,00%	0	2%	16	2%	16	0%	0	0%	0	30	13سبتمبر2019
3,52%	98	1%	1	3,05%	14	3%	23	7%	60	0%	0	0%	0	31	20سبتمبر2019
2,87%	80	1%	1	2,83%	13	3%	25	0%	0	44%	41	0%	0	32	27سبتمبر2019
1,72%	48	0%	0	2,61%	12	2%	20	2%	16	0%	0	0%	0	33	4أكتوبر2019

6,86%	191	11%	10	3,49%	16	4%	31	%16	134	0%	0	0%	0	34	11 أكتوبر 2019
4,99%	139	11%	10	3,49%	16	6%	51	7%	62	0%	0	0%	0	35	18 أكتوبر 2019
3,84%	107	0%	0	0,00%	0	4%	32	9%	75	0%	0	0%	0	36	25 أكتوبر 2019
1,26%	35	0%	0	0,00%	0	2%	17	2%	18	0%	0	0%	0	37	1 نوفمبر 2019
2,51%	70	0%	0	2,61%	12	2%	18	5%	40	0%	0	0%	0	38	8 نوفمبر 2019
المجموع		3,12%	87	16,48%	459	30,05%	837	30,48%	849	3,34%	93	2,66%	74	الجمعيات	التاريخ
		جمعة النصر والاستقلال		ثورة الكرامة والأخلاق والتغيير		حراك الجمعة/ حشود		مسيرات الطلبة / احتجاجات		سلمية حضارية/ أحرار الجزائر		جمعة الصومود/ جمعة أول نوفمبر			
0%	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	1	22فيفري 2019
0%	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	2	01مارس 2019
0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	3	08مارس 2019
0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	4	15 مارس 2019
0,22%	6	0%	0	0,00%	0	3,28%	2	0,00%	0	2,58%	4	0,00%	0	5	22 مارس 2019
0,07%	2	0 %	0	0,00%	0	1,64%	1	0,00%	0	0,00%	0	4,17%	1	6	29 مارس 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	7	5 أفريل 2019
0,11%	3	0%	0	0,00%	0	4,92%	3	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	8	12 أفريل 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	9	19 أفريل 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	10	26 أفريل 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	11	30ماي 2019
0,79%	22	35,48	11	0,00%	0	18,03%	11	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	12	10 ماي 2019
0,18%	5	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	5,38%	5	0,00%	0	0,00%	0	13	17 ماي 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	14	24 ماي 2019
3,20%	89	0 %	0	0,00%	0	49,18%	30	0,00%	0	32,90%	51	33,33%	8	15	31ماي 2019
1,80%	50	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	32,26%	50	0 %	0	16	7 جوان 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0 %	0	17	14 جوان 2019
0,39%	11	35,48	11	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	18	21 جوان 2019
1,18%	33	16,13	5	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	18,06%	28	0,00%	0	19	28 جوان 2019
0,22%	6	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	5,38%	5	0,65%	1	0,00%	0	20	5 جويلية 2019
0,22%	6	12,90	4	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	1,29%	2	0,00%	0	21	12 جويلية 2019
0,32%	9	0 %	0	0,00%	0	8,20%	5	0,00%	0	0,00%	0	16,67%	4	22	19 جويلية 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	23	26 جويلية 2019
1,26%	35	0 %	0	0,00%	0	3,28%	2	22,58%	21	7,74%	12	0,00%	0	24	02 أوت 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	25	09أوت 2019
0,25%	7	0 %	0	0,00%	0	0%	0	7,53%	7	0,00%	0	0,00%	0	26	16 أوت 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	27	23 أوت 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	28	30أوت 2019
0,00%	0	0 %	0	0,00%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	29	6سبتمبر 2019
0,32%	9	0 %	0	9,09%	2	0%	0	0,00%	0	4,52%	7	0,00%	0	30	13 سبتمبر 2019
1,22%	34	0 %	0	90,91%	20	0%	0	15,05%	14	0,00%	0	0,00%	0	31	20 سبتمبر 2019

1,47%	41	0 %	0	0 %	0	0%	0	44,09%	41	0,00%	0	0,00%	0	32	27 سبتمبر 2019
0,00%	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	33	4 أكتوبر 2019
0,04%	1	0 %	0	0 %	0	1,64%	1	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	34	11 أكتوبر 2019
0,22%	6	0 %	0	0 %	0	9,84%	6	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	35	18 أكتوبر 2019
0,00%	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0,00%	0	36	25 أكتوبر 2019
0,39%	11	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	45,83%	11	37	1 نوفمبر 2019
0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0,00%	0	38	8 نوفمبر 2019
100%	2785	1,11%	31	0,79%	22	2,19%	61	3,34%	93	5,57%	155	0,86%	24	المجموع	

يعكس تحليل مضمون الجدول رقم (42) المتعلق بالمصطلحات الموظفة في الخطاب الرقمي للحراك الشعبي الجزائري حضوراً مقصوداً وموجّهاً لمفاهيم تعبّر عن طبيعة الحراك وأهدافه الاتصالية. وتبيّن النسب المرتفعة لتكرار بعض المصطلحات أن الصفحة المدروسة تبنت خطاباً يتسم بالاتزان والسلمية، ويهدف إلى بناء صورة جماعية موحّدة للحراك. فقد تصدر مصطلح "مليونية الجمعة" بنسبة (30.48% يقابلها 849 تكراراً)، حيث يُمثل هذا المصطلح العمود الفقري للخطاب الرقمي خلال الأزمة، وفي دلالة واضحة على التركيز على الطابع المنتظم والكتلي للحراك، وهو ما تجلّى بشكل خاص في الجمعة الرابعة والثلاثون بتاريخ 11 أكتوبر 2019 ب التي تصدرت هذا الاستخدام بنسبة 16% بمجموع 134 تكراراً. وتزامن هذا الحدث مع مرحلة حساسة من الحراك، حيث بدأت بعض ملامح الإرهاق تظهر، فكان التركيز على "المليونية" بمثابة رسالة تعبئة جماهيرية لتأكيد الاستمرارية والقوة العددية رغم مرور أشهر على انطلاقه.

كما حلّ مصطلح "الحراك الشعبي السلمي" في المرتبة الثانية بنسبة 30,05% بمجموع 837 تكراراً، متصدراً في الجمعة الخامس عشر بتاريخ 31 ماي 2019 بنسبة 16% وبمجموع 133 تكراراً، حيث يعزّز مفهوم السلمية بوصفها السمة الجوهرية للحراك ويكرس آداءها لوظيفة مزدوجة هي الدفاع عن شرعية الحركة، ونفي صفة الفوضى أو العنف التي حاولت بعض الأطراف إلصاقها بها ويؤكد على الهدف الاتصالي لها وهو حماية الحراك من خطاب التخوين والاثام، وبناء صورة حضارية لدى الداخل والخارج، ما يعكس توجّهاً واعياً نحو تكريس السلمية كمبدأ تأسيسي للحراك، خاصة مع تصاعد محاولات التشويه من قبل بعض الأطراف التي سعت لربطه بالفوضى أو العنف. وهنا كان الخطاب الرقمي يعمل كآلية دفاع رمزي وأخلاقي، يثبت مشروعية الحراك داخلياً ويصنع صورة حضارية له خارجياً.

تليها تأكيد هوية الحركة الاحتجاجية كـ "حراك" وليس "ثورة" أو "انتفاضة"، أي أنه فعل شعبي مستمر ومنظم وغير عنيف، له طابع مدني. يهدف إلى الحفاظ على الطابع الجامع والتشاركي للحركة، وخلق هوية موحدة.

ويتضح كذلك أن الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) شكّلت لحظة مفصلية، حيث تصدرت استخدامات متعددة لمصطلحات دالة، منها "المسيرة السلمية الشعبية" بنسبة 11,11% عن (51 تكراراً)، ويكرّز هذا المصطلح على الطابع الميداني (المسيرات) مع التأكيد على السلمية وتوجيه الرأي العام لتصور المسيرات كأداة شرعية للمطالبة بالتغيير، بعيدة عن العنف أو الفوضى، و"سلمية حضارية" و"أحرار الجزائر" بنسبة 32.90%، يقابلها (51 تكراراً)، وهي تعبير مركب يجمع بين السلمية والرقى الأخلاقي نقلته الصفحة على لسان المحتجين للدلالة على دفاع الحراك عن نفسه أمام الداخل والخارج بأنه ليس مجرد حركة مطالب، بل حركة ذات قيم حضارية راقية كما سعت من ورائه لتحقيق هدف اتصالي وهو صناعة صورة إيجابية للحراك، تؤكد وعيه ونضجه، ويكشف هذا التراكم الدلالي في تلك الجمعة عن استراتيجية لغوية تهدف إلى تثبيت الهوية الأخلاقية والمدنية للحراك، بالتزامن مع مرحلة بدأت فيها السلطة طرح مبادرات سياسية تُفهم كخطط التفاف. لذا، شكّل الخطاب في تلك اللحظة محاولة لترسيخ وحدة الصف والتأكيد على سلمية التحرك الشعبي كوسيلة ضغط شرعية. من ناحية أخرى، فإن الحضور اللافت لمصطلح "تسونامي" في الجمعة الثانية والثلاثين (27 سبتمبر 2019) بنسبة 3,34% عن 93 تكراراً، يشير إلى رد فعل رقمي على عودة الزخم الجماهيري بقوة بعد فترة من التراجع النسبي، فجاءت الاستعارة الطبيعية (تسونامي) لتضفي طابعاً حركياً واندفاعياً يعزز المعنويات ويعيد الثقة في استمرارية الحراك.

أما تعبيرات مسيرات الطلبة واحتجاجات بنسبة 44,09% بمجموع 41 تكراراً وهي تعبير مباشر عن موقف سياسي للحراك يظهر انتقال الخطاب الرقمي من مرحلة المطالب العامة إلى اتخاذ مواقف سياسية ملموسة وله أيضاً هدف اتصالي هو تعبئة الجمهور ضد ما يعتبره الحراك محاولة لإعادة إنتاج نفس النظام. بعدها يأتي توظيف مصطلح "فخامة الشعب" الذي تفتنت الصفحة في إظهاره بخط كبير فقد تكرّر استخدامه 87 مرة آخذاً نسبة 3,12%، في مقدمتها جاءت الجمعة السادسة عشر بتاريخ 7 جوان 2019 آخذة نسبة 23% عن 20 تكراراً، وهو مصطلح يحمل شحنة نضالية قوية، لكنه ظل محدود الاستخدام وهو مصطلح له دلالة علمية تتمثل في استحضار فكرة المقاومة لتأكيد مشروعية الرفض الشعبي، مع البقاء ضمن إطار النضال السلم، كما له هدف اتصالي يتمثل في إعطاء الحراك بُعداً كفاحياً دون الدعوة للعنف. يليها مصطلح "الإضرابات" بنسبة 2,66% ما مجموعه 74 تكراراً، وهو مصطلح عام أقل شحنة من مصطلح "الحراك" أو "المقاومة" لكنه ينبي على دلالة علمية فاستخدامه يعبر عن حالات التعبير الجماهيري غير المنظمة أو غير المنضوية بالضرورة تحت شعار الحراك. كما ينبي على هدف اتصالي يظهر من خلال توصيف حالات الفعل الميداني دون صبغها بهوية موحدة وقد عادت فيها النسبة الأكبر للجمعة السادسة عشر بتاريخ 7 جوان 2019 قدرت بـ 91% بمجموع 67 تكراراً.

ثم مصطلح حراك الجمعة وحشود بنسبة 2,19% بمجموع 61 تكرارا. وهو مصطلح طموحي يُعبر عن المشروع البديل الذي يطرحه الحراك وهو يتضمن دلالة علمية تتمثل في الانتقال من رفض الواقع إلى طرح رؤى بديلة كما له هدف اتصالي يتمثل في تقديم الحراك كقوة اقتراح وليس مجرد قوة رفض تصدرتها الجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 بنسبة 49,18% بمجموع 30 تكرارا.

أما مصطلح جمعة النصر والاستقلال فقد أخذ نسبة 1.11% بمجموع 31 تكرارا، وفيه استدعاء للرمزية الوطنية والتاريخية، إذ يربط المصطلح الحراك بكفاح الأجداد، وتأكيد استمرارية النضال الوطني، ما يشحنه برمزية تاريخية تضيف عليه شرعية تاريخية وأخلاقية، تصدرت فيها كل من الجمعة الثاني عشر والسابعة عشر المشهد بنسبة قدرت بـ 35,48% بمجموع 11 تكرارا.

كما لوحظ استدعاء الرمزية التاريخية الوطنية أيضا في توظيفها لمصطلح (جمعة أول نوفمبر، جمعة الصومود) بنسبة 0.86% بمجموع 24 تكرارا، في مقدمتها جاءت الجمعة السابعة والثلاثون بتاريخ 1 نوفمبر 2019 التي أخذت نسبة 45,83% بمجموع 11 تكرارا. وهو استحضار مباشر للذاكرة الثورية الجزائرية لبناء جسور رمزية بين الماضي والحاضر، الهدف منه رفع المعنويات، وتعزيز وحدة الصف، وربط الحراك بالنضال التاريخي.

كما لاحظنا الحضور المحدود لمصطلحات ذات شحنة ثورية عالية أو جدلية، مثل ثورة الكرامة والأخلاق والتغيير "تصدرتها الجمعة الواحدة والثلاثين (20 سبتمبر 2019) بنسبة 90,91% بمجموع (20 تكرارا). وهو مصطلح ذو شحنة ثورية عالية، يعكس خطابا أقل حضورا في الصفحة المدروسة، ربما لتجنبه خشية التسبب في انقسام أو تأويلات خاطئة وأيضا للتعبير عن الغضب والكرامة المهذورة دون الانزلاق إلى خطاب يهدد الوحدة الوطنية أو سلمية الحراك.

وبالتالي تكشف القراءة التحليلية لترتيب المصطلحات أن إدارة الخطاب الرقمي عبر صفحة الدراسة أنبتت على استراتيجية واعية لتعزيز السلمية والشرعية الأخلاقية للحراك الشعبي، مع الابتعاد عن المصطلحات الصدامية أو المثيرة للجدل، والاكتفاء باستخدامها بشكل محدود ومحسوب. هذا يبرز كيف لعبت شبكات التواصل دورا محوريا في ضبط الخطاب وتوجيهه بما يخدم إدارة الأزمة بصورة عقلانية وسلمية".

من خلال ما سبق يمكن القول أن التسميات المتداولة كانت تتماشى وطبيعة الأحداث المرافقة للحراك حيث تعتبر كوصف لكل جمعة وتلك المسيرات ففي البداية كان التركيز على سلمية وشعبية وحضارية المسيرات. كما أنها تعطي لفئة الطلبة تسمية خاصة يعني لم تكن مطلقة يمكن تغييرها لجذب المتلقي، ثم بدأ الوعي بإشراك المصطلح العلمي "الحراك الشعبي" داخل المنشورات مما يدل على الوعي الاجتماعي الذي تملكه الصفحة من خلال مشاركة الوعي المشترك لكل شرائح ومكونات المجتمع، وهو ما نلمسه من خلال إدراك القائمين على الصفحة

بالمشكلات المختلفة التي تواجهها الجزائر وما يحدث كل جمعة وفق ما توظفه من وصف شبه دائم مثل "مليونية الجمعة" "تسونامي" وهي كلها مصطلحات تشير إلى الكم الهائل للمتظاهرين بصفة يومية. في المجمل، يمكن القول إن توظيف هذه المصطلحات جاء متناغمًا مع السياقات السياسية والميدانية لكل جمعة، وأن الخطاب الرقمي شكل أداة فاعلة لتوجيه الرأي العام وتدعيم الحراك من خلال تأطير لغوي واعٍ، يعمل على تثبيت المشروعية، وتعبئة الجمهور، وصناعة صورة حضارية وسلمية تُناسب السياق الوطني والدولي. وبالتالي يمكن القول أن الصفحة لعبت دورا هاما في أحداث الحراك وإحداث التفاعل بصرف النظر عن طبيعة الدور.

06- فئة الموضوع:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك

الجدول رقم 43 خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشورات التكرار
80,09%	1972	منشورات سياسية
6,41%	158	منشورات اقتصادية
5,97%	147	منشورات اجتماعية
2,84%	70	منشورات تربوية
3,65%	90	منشورات مهنية بيداغوجية (الصحة)
0,97%	24	منشورات رياضية
0,04%	01	منوعات
100%	2462	المجموع

من خلال الجدول رقم (43) الخاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك يتضح أن أغلب المنشورات الموجودة في الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك كانت ذات طابع سياسي وبالتالي جاءت على شكل

منشورات سياسية بنسبة 80,09% بمجموع 1972 تكرارًا. ما يكشف تموضع الصفحة في قلب النقاش العام المتعلق بالأزمة السياسية، وتأكيدا على أولوية التغيير السياسي كمطلب شعبي جامع.

تلتها مباشرة المنشورات الاقتصادية التي حازت على نسبة 6,41% بمجموع 158 تكرارًا. (أنظر الملحق رقم 24) وهو ما يؤشر على وعي الصفحة بوجود علاقة بين الأزمة السياسية والوضع الاقتصادي، ومحاولة ربط الأبعاد المعيشية بالمطالب السياسية من أجل دعم خطاب التغيير.

أما المنشورات الاجتماعية التي جاءت بمجموع 147 تكرارًا، آخذة نسبة 5,97% (أنظر الملحق رقم 23) فقد حملت دلالة أساسية وهو أن الحراك لم يكن حركة نخبوية أو فئوية بل ظاهرة مجتمعية شاملة، والصفحة سعت لتجسيد هذا الامتداد عبر إبراز جوانب التضامن والحياة اليومية للمواطنين. جاءت متبوعة بالمنشورات التربوية التي تخص قطاع التعليم بكل أطواره الثلاثة، إذ تضمنت العينة المدروسة 70 منشورًا خاصًا بهذا النوع آخذًا نسبة 2,84%. ويعكس حضور المنشورات التربوية والصحية انفتاح الصفحة على قضايا حساسة تمس قطاعات التعليم والصحة، ما يبرز بعدًا خدميًا توعويًا موازيًا للخطاب السياسي وبالتالي كانت لها وظيفة تربوية وتوعوية. (أنظر الملحق رقم 25).

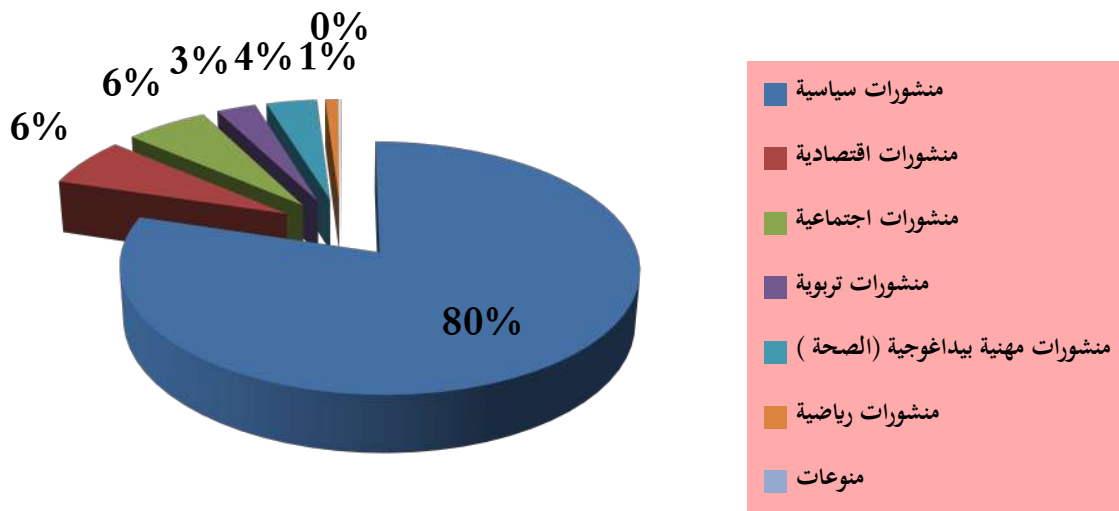
وتجدر الإشارة إلى أن الصفحة أولت اهتمامًا معتبرًا بالمنشورات المهنية البيداغوجية المرتبطة بالصحة، حيث بلغت نسبتها 3.65% بمجموع 90 تكرارًا، (أنظر الملحق رقم 26). وهو ما يعكس سعيها لتقديم محتوى توعوي موجّه للجمهور خلال الأزمة. ولم تهتم الصفحة خلال الفترة المدروسة بالمنشورات الرياضية إلا بقدر ضئيل، إذ لم تأخذ إلا نسبة 0,97% بمجموع 24 منشورًا. أما المرتبة الأخيرة فقد عادت للمنشورات المتنوعة بنسبة 0.04%، بمجموع تكرار واحد لا غير. إن النسبة الضئيلة للمحتوى الرياضي وغياب شبه تام للمنوعات يكشفان التوجه الجاد للصفحة خلال الأزمة، ورفضها الانخراط في الخطابات الملهية أو غير المرتبطة بالسياق النضالي.

إن هذه النسب تفسّر تنوّع مضامين منشورات الصفحة ولو بدرجات متفاوتة، كما تؤكد على أن مطالب الشعب الجزائري كانت بالدرجة الأولى سياسية نتيجة الوعي بضرورة التغيير السياسي والبحث في السبل نحو انفراج الأزمة، وبيّنت معطيات هذا الجدول أنه وبالرغم من السيطرة الواضحة للمواضيع السياسية، إلا أن الصفحة لم تحمل كليًا المواضيع الأخرى، ما يعكس حرصًا على الحفاظ على صلة متعددة الأبعاد بالجمهور، عبر مداخل اقتصادية، اجتماعية، وصحية. كما يستخلص منها أن الصفحة من خلال تنويع المضامين ومواكبة الأحداث بطريقة تحليلية

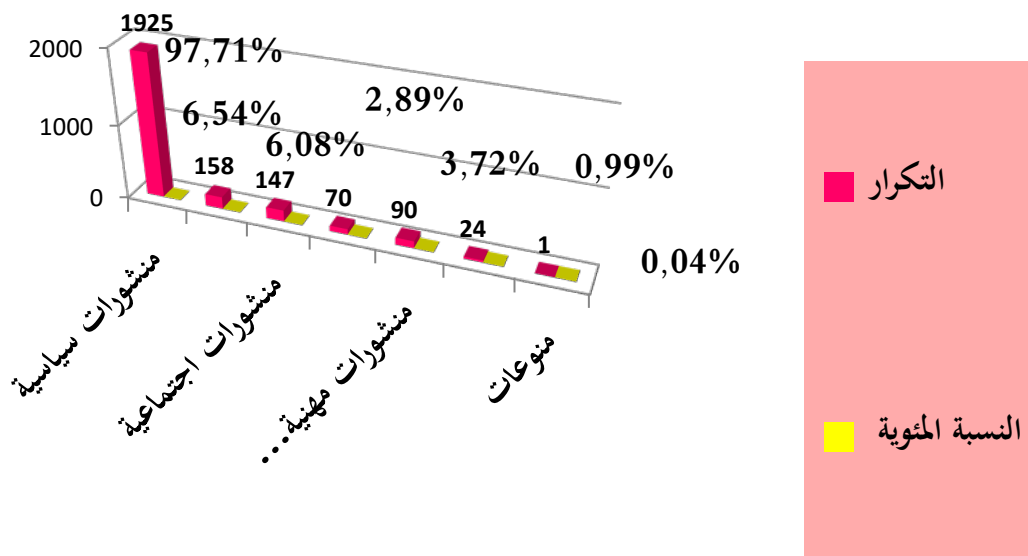
وراصدة، قامت بدور شبيه بالصحافة البديلة، موظفة أدوات الإعلام الرقمي لخدمة أجندة الحراك دون انتساب مؤسسي أو حزبي.

ويمكن في نهاية تحليل هذه فئة "طبيعة المضامين" (الجانب المضموني) تأكيد ما يلي:

1. الهيمنة الواضحة للمحتوى السياسي
2. ربط الأزمة السياسية بالوضع الاقتصادي، أي ربط الأبعاد المعيشية بالمطالب السياسية دعماً للتغيير
3. المنشورات الاجتماعية عكست الامتداد المجتمعي للحراك
4. حضور المنشورات التربوية والصحية يعكس انفتاح الصفحة على قضايا حساسة تمس قطاعات التعليم والصحة، ما يبرز بعداً خدمائياً-توعوياً موازياً للخطاب السياسي.
5. النسبة الضئيلة للمحتوى الرياضي وغياب شبه تام للمنوعاتي ككشفان التوجه الجاد للصفحة خلال الأزمة، ورفضها الانخراط في الخطابات الملهية أو غير المرتبطة بالسياق النضالي.
6. التنوع النسبي للمضامين رغم الطابع السياسي الغالب يعكس حرصاً على الحفاظ على صلة متعددة الأبعاد بالجمهور، عبر مداخل اقتصادية، اجتماعية، وصحية.
7. من خلال تنويع المضامين ومواكبة الأحداث بطريقة تحليلية وراصدة، قامت الصفحة بدور شبيه بالصحافة البديلة، موظفة أدوات الإعلام الرقمي لخدمة أجندة الحراك دون انتساب مؤسسي أو حزبي.



رسم توضيحي يبين طبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 44 خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الجمعات	منشورات		منشورات اقتصادية	منشورات اجتماعية	منشورات تربوية	منشورات مهنية بيداغوجية (الصحة)	منشورات رياضية		مجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	35	1,77%	0,63%	0,68%	4	5,71%	3	3,33%	44	1,79%
01 مارس 2019	2	17	0,86%	1,27%	0,68%	0	0	0	0	20	0,81%
08 مارس 2019	3	33	1,67%	0,63%	0,68%	3	4,29%	2	2,22%	40	1,62%
15 مارس 2019	4	59	2,99%	0,63%	0,68%	0	0	0	0	61	2,48%
22 مارس 2019	5	46	2,33%	0,63%	0,68%	5	7,14%	1	1,11%	54	2,19%
29 مارس 2019	6	29	1,47%	0	0	0	0	0	0	29	1,18%
5 أبريل 2019	7	12	0,61%	0	0	0	0	0	0	12	0,49%
12 أبريل 2019	8	156	7,91%	0	0	1	1,43%	0	0	157	6,38%
19 أبريل 2019	9	30	1,52%	0	0	0	0	0	0	30	1,22%
26 أبريل 2019	10	23	1,17%	0,63%	0,68%	0	0	0	0	25	1,02%
30 ماي 2019	11	21	1,06%	0	0	0	0	0	0	21	0,85%

%0,49	%0,77	%0,81	%1,10	%2,48	%0,49	%0,77	%1,42	%0,77	%0,49	%10,84	%9,91	%2,84	%2,07	%0,81
12	19	20	27	61	12	19	35	19	12	267	244	70	51	20
%0	%0	%0	%0	0%	100%	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%0	%0	%0	%0	54,17%	12,50%	%0	%0	%0	%0	20,83%	12,50%	%0	%0	%0
0	0	0	0	13	3	0	0	0	0	5	3	0	0	0
%1,11	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%31,11	%0	%0	%0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	0	0
2,86%	%0	%0	%0	2,86%	1,43%	0%	%0	%0	%0	%0	17,14%	20,00%	7,14%	14,29%
2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	12	14	5	10
%0,68	%0	0%	%0	%0	%0	0%	%0	%1,36	%0,68	%2,04	%3,40	%2,04	%0	%0
1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	5	3	0	0
%1,27	%0	%0	%0	%0	%0,63	%0	%0	%1,27	%0,63	%1,90	%3,16	%1,90	%0	%0
2	0	0	0	0	1	0	0	2	1	3	5	3	0	0
0,30%	0,96%	1,01%	1,37%	2,33%	0,30%	0,96%	1,77%	0,76%	0,51%	12,98%	9,69%	2,54%	2,33%	0,51%
6	19	20	27	46	6	19	35	15	10	256	191	50	46	10
26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12
16 أوت 2019	09 أوت 2019	02 أوت 2019	26 جويلية 2019	19 جويلية 2019	12 جويلية 2019	5 جويلية 2019	28 جوان 2019	21 جوان 2019	14 جوان 2019	7 جوان 2019	31 ماي 2019	24 ماي 2019	17 ماي 2019	10 ماي 2019

%100	2,11	%2,56	%5,56	%6,86	%5,61	%0,41	%7,07	%7,51	%3,82	%1,10	%0,37	%0,93
2462	52	63	137	169	138	10	174	185	94	27	9	23
%0,04	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%0,97	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0
24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%3,65	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%61,11	%0	%0	%0	%0
90	0	0	0	0	0	0	0	55	0	0	0	0
%2,81	%0	%0	%0	%0	8,57%	%0	%0	1,43%	2,86%	%0	2,86%	%0
70	0	0	0	0	6	0	0	1	2	0	2	0
%5,97	%3,40	%6,80	%3,40	18,37%	%7,48	%1,36	27,21%	%4,08	%6,80	%4,08	%0,68	%2,04
147	5	10	5	27	11	2	40	6	10	6	1	3
%6,41	%3,16	%6,33	%3,16	%17,09	%6,96	%1,90	%25,32	%3,80	%10,76	%3,80	%0,63	%1,90
158	5	10	5	27	11	3	40	6	17	6	1	3
%80,09	2,13%	2,18%	6,44%	5,83%	5,58%	0,25%	4,77%	5,93%	3,30%	0,76%	0,25%	0,86%
1972	42	43	127	115	110	5	94	117	65	15	5	17
المجموع	38	37	36	35	34	33	32	31	30	29	28	27
	08 2019	10 2019	25 2019	18 2019	11 2019	04 2019	27 2019	20 2019	13 2019	6 2019	30 2019	23 2019

أما بخصوص توزيع نوعية مضامين المنشورات على كل الجماعات الخاضعة للتحليل، يكشف الجدول رقم 44 أن المنشورات السياسية جاءت في المقدمة بنسبة 80,09% وقد شملت الحديث عن الديمقراطية وضرورة التغيير السلمي للنظام السياسي الجزائري، حرصت فيها الصفحة على التأكيد أن الحراك الجزائري بدأ مجتمعياً مستقلاً، بعيداً عن التأطير، حيث روجت عبر منشوراتها رفض الشباب المتظاهر لمعظم رموز الأحزاب السياسية، حتى

المعارضة منها، وعدم السماح لهم بالمشاركة في التظاهرات أو محاولة أدلتها، أو تطويعها، تكتب في إحدى منشوراتها "تم طرد عدد من قادة الأحزاب والمرشحين المحتملين للرئاسة من الساحات، على عكس مظاهرات الربيع العربي التي كانت تحتفي بانضمام أيّ أحزاب وفعاليات سياسية، وترى ذلك ضماناً أكيدة لانتصارها". ويدخل ضمن هذا النوع من المضامين المنشورات التي تتحدث عن رفض ترشح بوتفليقة لولاية خامسة في الانتخابات التي كانت ستجرى في أبريل 2019، وإنهاء فترة حكمه التي دامت عقدين، كما يدخل ضمن هذا النوع من المنشورات كل الدعوات الخاصة بتكريس استقلالية العدالة، وتحرير الإعلام والصحافة من قبضة المؤسسة الرسمية، ومحاربة الفساد، ومحاسبة رموز السلطة والعدالة الاجتماعية. وقد تصدرت الجمعة السادسة عشر الموافقة ليوم 7 جوان 2019 هذا النوع من المنشورات بما نسبته 12,98% عن 256 تكراراً.

إن الهيمنة السياسية على الخطاب الرقمي للصفحة تعكس تركيزها على التأطير السياسي غير المباشر للحراك، دون أن يعتليه أي تنظيم حزبي أو تمثيل سياسي، وهو ما يعبر عن استراتيجية تواصلية تسعى لإبراز طابع الحراك كمبادرة شعبية خالصة. هذا التوجه يعكس تبني الصفحة لرؤية نقدية شاملة للنظام السياسي بحكم تركيز مضامينها السياسية على مفاهيم مثل: الديمقراطية، التغيير السلمي، رفض ترشح بوتفليقة، محاربة الفساد، استقلالية القضاء، تحرير الإعلام، هذا التنوع الموضوعي في الخطاب السياسي يترجم إدراكاً لدى الشعب كما نقلته الصفحة بأن الأزمة لا تتعلق فقط بشخص الرئيس، بل ببنية نظام كامل يتطلب الإصلاح أو التغيير الجذري. كما تضمنت المنشورات التأكيد على رفض الأحزاب السياسية، حتى المعارضة منها، ما يعكس موقفاً واضحاً من تدخل النخب السياسية التقليدية في الحراك، ويؤشر على تمسك الصفحة بإبراز الحراك كتعبير عن "الشعب"، وتمثلت هذه الرؤية في منشورات تنقل طرد السياسيين من الساحات.

تليها المنشورات ذات الطابع الاقتصادي وهي تتعلق بالمنشورات الخاصة بقانون المالية 2020 التي أخذت نسبة 6,41% وقد عادت أعلى نسبة لهذا النوع للجمعة الاثنان والثلاثين الموافقة ليوم 27 سبتمبر 2019 التي أخذت 25,32% والتي تمّ فيها الحديث عن مشروع قانون المالية 2020 حيث جاء في إحدى المنشورات "مشروع قانون المالية 2020 تاع الحكومة غير الشرعية: العودة إلى الإستدانة من الخارج لتمويل المشاريع الاقتصادية المربحة .. ربح أين الأموال لي نهبها العصابة؟؟ ما شي كنتو تصدقو للدول الأفريقية وتسمحوهم حسبنا الله ونعم الوكيل". واللافت أن الاقتصاد في منشورات الصفحة لم يُطرح كموضوع مستقل بقدر ما تم توظيفه لتعزيز نقد النظام، ما يدل على التقاء الأبعاد الاقتصادية مع السياق السياسي للحراك.

تليها المنشورات الاجتماعية بنسبة 5,97% وجاءت في مقدمتها الجمعة الاثنان والثلاثون ليوم 27 سبتمبر 2019 بنسبة 27,21%، متبوعة بالجمعة الخامسة والثلاثون المصادفة ليوم 18 أكتوبر 2019

بنسبة 18,37% كأقوى الجماعات المنددة بالوضع الاجتماعي. مما يعني وجود تعامل انتقائي مع القضايا الاقتصادية والاجتماعية

تليها الموضوعات المهنية التي لها علاقة بقطاع الصحة بنسبة 3,65% تصدرها الجمعة الواحد والثلاثون 20 سبتمبر 2019 بنسبة 61,11% بتكرار 55 منشورا له علاقة بالموضوعات الصحية، كان أبرزها الموضوع المتعلق بحادثة الحريق الذي نشب في حدود الساعة 03 سا و 52 د صباحا، بمستشفى الأمومة والطفولة بوادي سوف و تسبب في وفاة 8 أطفال رضع بين محترفين ومختنيين، في حين تم إنقاذ 76 شخصا. وقد نتج عنه تدمير شعبي واسع على المسؤولين الذين تم تحميلهم مسؤولية ما حدث. وزادت هذه الحادثة من حدة الحراك لأنها أكدت فشل المسؤولين لذلك أسفرت الاحتجاجات على قرارات هامة منها إعلان وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات عن قرار توقيف كل من "مدير الصحة بولاية الوادي ومدير المؤسسة الاستشفائية المتخصصة بالأم والطفل ومدير المناوبة بذات المؤسسة.

وبهذا الشكل نستطيع القول أن الصفحة عمدت إلى ربط القضايا القطاعية بالفشل المؤسسي العام فتناول حادثة وفاة الرضع في واد سوف كان فرصة للصفحة لربط الإهمال الإداري بمطلب التغيير الجذري، ما يدل على مقاربة نسقية للفساد والقصور الإداري. والملاحظ أن الصفحة لم تُقدّم الحادثة كخطأ محلي بل كدليل على عمق الأزمة المؤسسية، ما يعزز الخطاب الشامل للحراك.

أما المنشورات التربوية فقد أخذت نسبة 2,84% تصدرتها الجمعة الخامسة عشر 31 ماس 2019 بنسبة 17,14% قدمت فيها الصفحة تصريحات سابقة لوزير التربية والتي قال فيها أن المدارس منذ بداية الحراك الشعبي في 22 فيفري المنصرم عملت بشكل عادي والإضرابات فيها تعد على الأصابع لهذا لا أظن أنه تم تسييس المدرسة.

تليها المنشورات الرياضية بنسبة 0,97% تصدرها الجمعة الاثنان والعشرون 19 جويلية 2019 بنسبة 54,17%، والتي تحدثت فيها المنشورات عن فوز المنتخب الجزائري بكأس إفريقيا وكان استغلال المنشورات بطابع سياسي مثال ذلك ما جاء في المنشور على الساعة 17:50 " اللهم ارزقنا رئيس جمهورية مثل جمال بلماضي و وزراء ومسؤولين مثل محاري الصحراء ". ما يعني استغلال الحراك اللحظات الإعلامية الكبرى لأهداف سياسية كفوز المنتخب الوطني بكأس إفريقيا مثلاً، تم توظيفه لتعزيز مطالب التغيير السياسي من خلال منشورات رمزية ("نريد رئيساً مثل بلماضي"). هذا التكتيك الاتصالي يدل على ذكاء في توجيه العواطف الجماعية نحو مطالب سياسية، في لحظات يحتمل فيها عادة التراجع السياسي لصالح الفرح الجماعي، وهو ما نقلته

الصفحة عن قصد ووعي منها لطبيعة هذا الخطاب حتى لا ينسى الحراك أهدافه وسط فرحة الانتصار للعبة شعبية يمكن أن تستغل سياسيا.

وأخيرا منشورات متنوعة بنسبة 0,04% تصدرها الجمعة الواحد وعشرون 12 جويلية 2019 بنسبة 100%، تحدثت عن تحضيرات المنتخب الوطني الجزائري لحفل ختام البطولة الإفريقية 2019، مع نشر شعارات تشجيعية وحملات توعوية مفادها الاحتفال بدون سيارات تفاديا لحدوث حوادث المرور الخطيرة، ومنشورات تتحدث عن الفساد مثال ذلك: " لا مكان للفساد والمفسدين الآن في الجزائر لا مكان للغة الجهل الفرنسية في الجزائر العربية لغة القرآن الكريم والانجليزية لغة العالم " وهذا كرد عن خبر تم نشره يتحدث عن "فرنسا تعترض استبدال اللغة الفرنسية بالإنجليزية"، وفي منشور آخر " الفساد هو السرطان تطهير الجزائر من الفساد البونفليقي والمفسدين هي قضية الشعب الجزائر بدون فساد جنة فوق الأرض ومستقبل أفضل لنا قاع نعيشو غاية راك فاهم".

الملاحظ أنه وبالرغم من وجود منشورات تربوية ورياضية، ومنشورات متنوعة إلا أن حضورها كان انتقائياً ووظيفياً، يخدم غالباً تمثيل الحراك أو دعم مطالبه (مثل حضور الطلبة، أو رمزية الانتصارات الرياضية)، كما يشير هذا إلى أن الصفحة لا تهدف إلى الترفيه أو التنوع الإعلامي بقدر ما تستغل هذه القضايا لتقوية الإجماع حول مطلب التغيير السياسي.

و تشير المعطيات إلى أن نسب تفاعل صفحة 'الجزائر وما أدراك ما الجزائر' مع الأحداث شهدت تراجعاً نسبياً في النشر مع بداية شهر جويلية، وهو ما يمكن ربطه بحالة من التشبع الرقمي أو الفتور المؤقت في الخطاب التواصل. وقد تفاقم هذا التراجع ابتداءً من 12 جويلية، حينما تعرضت الصفحة للحجب، مما أدى إلى توقف النشاط الرقمي تماماً لمدة ثلاثة أيام. هذا الانقطاع المؤقت أسهم في تقليص الحضور الرقمي للصفحة وفقدان جزء من الزخم الذي كانت تحققه. غير أن العودة القوية للنشر بتاريخ 16 جويلية عكست قدرة الصفحة على استعادة موقعها بسرعة، حيث لوحظ ارتفاع ملحوظ في وتيرة النشر والتفاعل، خصوصاً مع اقتراب موعد الانتخابات. وتميزت هذه العودة بخطاب تعبوي واضح يرفض مخرجات السلطة ويدعو إلى استمرارية الحراك. ويؤكد هذا المسار الديناميكي أنّ شبكات التواصل الاجتماعي، رغم التحديات التقنية والسياسية، تظل أداة فعالة في التعبئة، والحشد، وتوجيه الرأي العام.

إن تنوع مضامين المنشورات خلال مرحلة الحراك تظهر وعياً واضحاً لدى القائمين على الصفحة بالسياق السياسي والاجتماعي الذي يحيط بالحراك الشعبي. فقد جمع الخطاب الرقمي للصفحة بين نقل الوقائع وتحليلها، مع التركيز على رموز السيادة والمطالب الشعبية، في أداء إعلامي تعبوي يعكس انخراطاً فعلياً في النقاش العمومي.

كما أن استمرار النشر بوتيرة مرتفعة رغم فترات الحجب المؤقت يبيّن تمسك الصفحة بخطها التحريري وسعيها الدائم للعودة إلى ساحة التأثير الرقمي. وعلى هذا الأساس، فإن المضمون الرقمي المعروض عكس ديناميكية خطافية حية، تسعى إلى مواكبة تطورات الحراك وتقديم رواية بديلة أو موازية للخطاب الرسمي السائد.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 45 يتعلق بالقوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	القوالب التعبيرية التكرار
25,50%	628	إعطاء معلومات خبرية
23,31%	574	تعليقات عن أحداث وطنية
47,40%	1167	نقل الأحداث الحية والآنية
0,08%	02	سيرة ذاتية
3,69%	91	حوارات
100%	2462	المجموع

يُظهر الجدول رقم (45) أن الصفحة المدروسة قد تبنت طيلة فترة الحراك الشعبي الممتدة من 22 فيفري إلى 08 نوفمبر 2019، أنماطاً تعبيرية محدّدة في تقديم منشوراتها، تعكس بشكل مباشر استراتيجيتها الاتصالية وأهدافها التحريرية. ونستخلص من توزيع الأنماط ما يلي:

عمدت الصفحة إلى تبنيها أسلوب نقل الأحداث الحية والآنية والذي جاء في صدارة خصائص المنشورات، بنسبة 47,40% بمجموع 1167 تكراراً، (أنظر الملحق رقم 29)، ويدخل ضمن هذا النوع من المنشورات نقلها المباشر والآني لجمعات الحراك من الشوارع الأساسية للعاصمة، ما يعني محاكاتها لآليات العمل الصحفي الميداني، واعتمادها على فن كتابة التقارير الصحفية في الصحافة التقليدية، وهو ما يعزّز من مصداقية الصفحة بوصفها "شاهدة عيان" على ما يجري في الواقع، ويمنح المتابعين شعوراً بالمشاركة الآنية، ويخلق لديهم نوعاً من الارتباط

الوجداني والمباشر مع الحدث. كما يعكس رغبة القائمين على الصفحة في تقديم رواية بديلة أو مضادة للخطاب الرسمي، من خلال عرض ما لا تُظهره وسائل الإعلام التقليدية.

يأتي بعدها نشر الأخبار والمعلومات الموجزة بنسبة 25,50% بمجموع 628 تكراراً، أي ما يمثل حوالي ربع المنشورات، وهو ما يدل على أن الصفحة لم تكتفِ بالتغطية البصرية والآنية، بل سعت كذلك إلتزويد الجمهور بالمعلومة المؤكدة والمركزة، انسجماً مع منطق "الخبر العاجل" أو المختصر، بما يناسب سرعة الوسيط الرقمي.

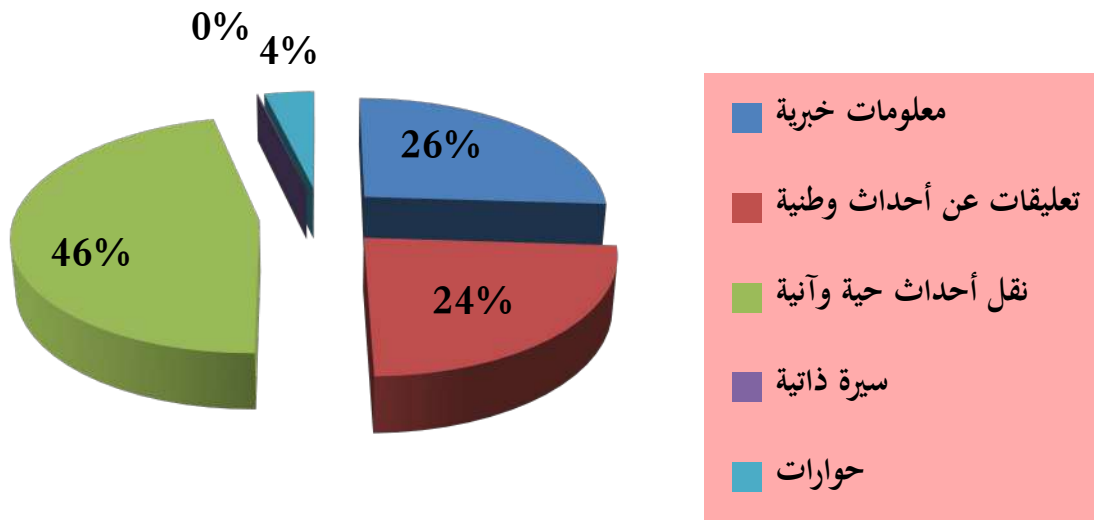
ما جعل منها مساحة للنقاش حول مختلف القضايا الداخلية، السياسية منها و الصحية و التربوية، بل وحتى الدولية الراهنة ليجعل صوتها مسموعاً، حاولت من خلالها تشخيص الحلول للخروج من الأزمة، وهذا بتقديم مطالب الشعب الداعية إلى جزائر أفضل. وقد يرجع تبنيها لهذا القالب الفني إلى رغبتها في تحفيز المتصفحين لها على قراءة منشوراتها بصفة مستمرة، خاصة وأنه أكثر أنواع أساليب الكتابة المنسجمة مع خصائص الوسائط التكنولوجية. وبالتالي ينم عن رغبتها في إضفاء طابع صحفي على المنشورات، يعزز التمتع كـ"منصة بديلة للإعلام"، وليس فقط كصفحة حركية أو تعبيرية. تليها منشورات تحمل تعليقات عن أحداث وطنية وهذا بنسبة 23,31% تحصلت على 574 تكراراً، وتكشف هذه الفئة عن توظيف الصفحة لمنشورات تحليلية - تفسيرية، وهي تمثل قرابة ربع العينة، وتُظهر وجود رؤية تحليلية لدى القائمين على الصفحة، لا تكتفي بنقل الحدث، بل تسعى لتفسيره وتوجيه معانيه.

كما تشير لاعتمادها على خطاب تعبوي هادف، يتفاعل مع المتغيرات الوطنية ويُسهم في توجيه الرأي العام ضمن سياق الحراك. مما يعني أنها تسعى لآداء مزدوج يجمع بين الإخبار والتحليل، في تقاطع واضح مع ممارسات الإعلام البديل. وأخيراً منشورات تحمل حوارات مع أطراف معينة بنسبة 3,69%، حازت على 91 تكراراً فقط، ورغم محدودية عددها، إلا أن وجود الحوارات يشير إلى المحاولة بناء مضمون نوعي يقدم صوت الفاعلين أو المتخصصين وفتح المجال للآراء المختلفة وتوسيع هامش التعبير، وهو ما يعكس مستوى معيناً من التعددية داخل الصفحة، إلى جانب سعيها لتوثيق شهادات أو آراء قد لا تجد طريقها إلى الإعلام الرسمي.

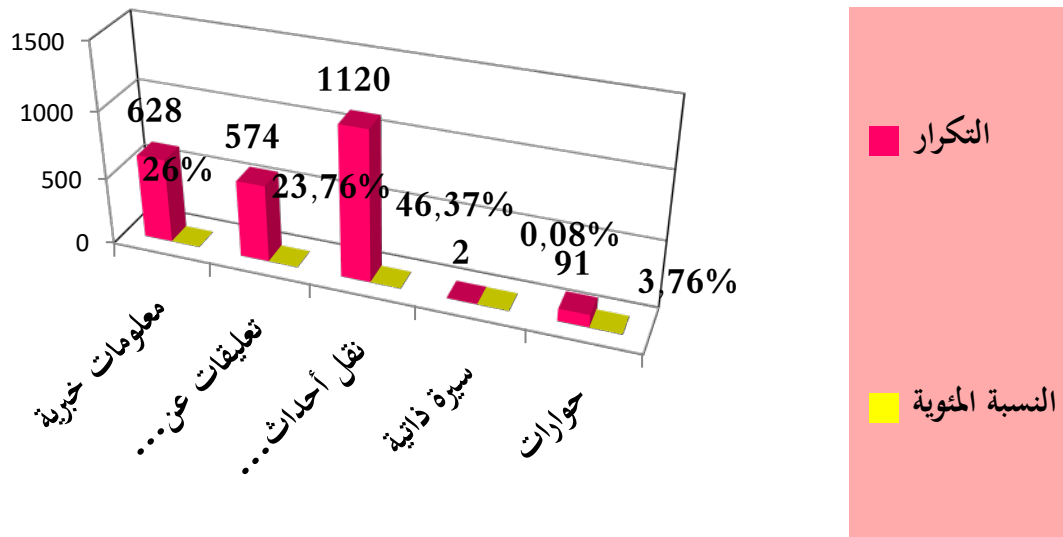
في حين وظفت الصفحة منشورين تقدم سيرة ذاتية لشخصيات وهذا بنسبة 0,08%. ويمثل توظيف السيرة الذاتية حضوراً رمزياً يُفهم ضمن منطلقاً احتفاء ببعض الرموز المرتبطة بالحراك أو بتاريخ النضال وتعزيز الروح الوطنية من خلال التذكير بشخصيات نموذجية في سياق تعبوي عام.

يتبين من خلال تحليل القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة خلال فترة الحراك أن هذه الأخيرة تبنّت تنوعاً فيها، يعكس وعياً بوظائف الإعلام التقليدي وأساليبه. فقد غلب على منشوراتها طابع نقل الأحداث الآنية، بما يحاكي فن التقرير الصحفي، تلاه اعتمادها على المنشورات الإخبارية الموجزة القريبة من فن الخبر، إضافة إلى تعليقات تفسيرية فيها أبدت فيها مواقفها عاكسة وظيفية التعليق الصحفي. كما حضرت الحوارات بنسب أقل، وأدرجت

السير الذاتية بشكل نادر، في تقاطع واضح مع قالب كل من الحديث والبورترية الصحفي. هذا التنوع يدلّ على رغبة الصفحة في أداء دور إعلامي بديل. وعليه يُظهر تحليل القوالب التعبيرية أن الصفحة لم تكتفِ بمجرد التفاعل مع الحدث، بل سعت إلى أداء وظيفة إعلامية بديلة عبر تنويع أساليب النشر، من تغطيات مباشرة وأخبار موجزة إلى تعليقات تفسيرية. هذا التنوع يعكس وعيًا اتصاليًا لدى القائمين عليها، وحرصًا على بناء خطاب رقمي متماسك يجمع بين الإعلام والتعبئة، بأسلوب تحريري احترافي يتقاطع مع القوالب الصحفية، لكن في إطار رقمي تفاعلي يخدم سياق الحراك ويواكب تطورات.



رسم توضيحي يبين القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 46 متعلق بالقوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعيات الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الترتيب	معلومات خبرية		تعليقات عن أحداث وطنية		نقل أحداث حية وآنية		سيرة ذاتية		حوارات		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	19	3,03%	11	1,92%	30	2,57%	0	0%	3	3,30%	63	2,56%
01 مارس 2019	2	6	0,96%	11	1,92%	16	1,37%	0	0%	1	1,10%	34	1,38%
08 مارس 2019	3	17	2,71%	12	2,09%	23	1,97%	0	0%	4	4,40%	56	2,27%
15 مارس 2019	4	13	2,07%	30	5,23%	45	3,86%	0	0%	4	4,40%	92	3,74%
22 مارس 2019	5	15	2,39%	14	2,44%	38	3,26%	0	0%	2	2,20%	69	2,80%
29 مارس 2019	6	6	0,96%	17	2,96%	16	1,37%	0	0%	4	4,40%	43	1,75%
5 أبريل 2019	7	3	0,48%	5	0,87%	9	0,77%	0	0%	1	1,10%	18	0,73%
12 أبريل 2019	8	50	7,96%	35	6,10%	86	7,37%	0	0%	3	3,30%	174	7,07%
19 أبريل 2019	9	9	1,43%	14	2,44%	11	0,94%	0	0%	7	7,69%	41	1,67%
26 أبريل 2019	10	12	1,91%	6	1,05%	17	1,46%	0	0%	2	2,20%	37	1,50%
30 ماي 2019	11	6	0,96%	3	0,52%	13	1,11%	0	0%	1	1,10%	23	0,93%
10 ماي 2019	12	2	0,32%	7	1,22%	16	1,37%	0	0%	1	1,10%	26	1,06%
17 ماي 2019	13	18	2,87%	11	1,92%	31	2,66%	0	0%	0	0%	60	2,44%
24 ماي 2019	14	27	4,30%	19	3,31%	39	3,34%	0	0%	1	1,10%	86	3,49%
31 ماي 2019	15	49	7,80%	54	9,41%	100	8,57%	0	0%	13	14,29%	216	8,77%
7 جوان 2019	16	44	7,01%	48	8,36%	84	7,20%	0	0%	0	0%	176	7,15%
14 جوان 2019	17	1	0,16%	5	0,87%	5	0,43%	0	0%	0	0%	11	0,45%
21 جوان 2019	18	6	0,96%	5	0,87%	6	0,51%	0	0%	1	1,10%	18	0,73%
28 جوان 2019	19	10	1,59%	6	1,05%	21	1,80%	0	0%	0	0%	37	1,50%
5 جويلية 2019	20	5	0,80%	7	1,22%	9	0,77%	0	0%	0	0%	21	0,85%
12 جويلية 2019	21	2	0,32%	4	0,70%	1	0,09%	0	0%	0	0%	7	0,28%
19 جويلية 2019	22	10	1,59%	23	4,01%	16	1,37%	2	100%	0	0%	51	2,07%
26 جويلية 2019	23	2	0,32%	7	1,22%	2	0,17%	0	0%	2	2,20%	13	0,53%
02 أوت 2019	24	4	0,64%	8	1,39%	1	0,09%	0	0%	0	0%	13	0,53%
09 أوت 2019	25	2	0,32%	6	1,05%	2	0,17%	0	0%	0	0%	10	0,41%
16 أوت 2019	26	2	0,32%	5	0,87%	6	0,51%	0	0%	0	0%	13	0,53%

23 أوت 2019	27	19	3,03%	2	0,35%	13	1,11%	0	0%	1	1,10%	35	1,42%
30 أوت 2019	28	3	0,48%	1	0,17%	1	0,09%	0	0%	0	0%	5	0,20%
6 سبتمبر 2019	29	16	2,55%	1	0,17%	2	0,17%	0	0%	2	2,20%	21	0,85%
13 سبتمبر 2019	30	18	2,87%	28	4,88%	22	1,89%	0	0%	0	0%	68	2,76%
20 سبتمبر 2019	31	45	7,17%	29	5,05%	148	12,68%	0	0%	8	8,79%	230	9,34%
27 سبتمبر 2019	32	31	4,94%	48	8,36%	85	7,28%	0	0%	18	19,78%	182	7,39%
04 أكتوبر 2019	33	6	0,96%	1	0,17%	4	0,34%	0	0%	2	2,20%	13	0,53%
11 أكتوبر 2019	34	29	4,62%	30	5,23%	82	7,03%	0	0%	0	0%	141	5,73%
18 أكتوبر 2019	35	30	4,78%	27	4,70%	70	6,00%	0	0%	3	3,30%	130	5,28%
25 أكتوبر 2019	36	49	7,80%	18	3,14%	41	3,51%	0	0%	3	3,30%	111	4,51%
10 نوفمبر 2019	37	25	3,98%	11	1,92%	32	2,74%	0	0%	2	2,20%	70	2,84%
08 نوفمبر 2019	38	17	2,71%	5	0,87%	24	2,06%	0	0%	2	2,20%	48	1,95%
المجموع	628		25,50%	574		23,76%	47,40%	2	0,08%	91	3,69%	2462	100%

إن القراءة الظاهرة للجدول المتعلقة بقوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة على أساس جمعات الحراك تبين أن نقل الأحداث الحية والآنية في المرتبة الأولى في أغلب الجمعات وذلك بنسبة **46,37%**، حيث تصدرت الجمعة الواحد والثلاثون (20 سبتمبر 2019) بنسبة **12,68%**، بمجموع **148** تكراراً، ويُحاكي هذا النمط فن التقرير الميداني، من خلال تصوير التظاهرات، ووصف الأجواء لحظة بلحظة فتجدها تقدم مادة وصفية وتحليلية تنقل الواقع بعيون المواطن لا الصحفي الرسمي. هذا يعكس تحوّل الصفحة إلى مراسل افتراضي للحراك، يقدم مضموناً يغيب عن وسائل الإعلام الرسمية. وقد عرفت هذه الجمعة تصعيداً في الشعارات، وبداية بروز خطاب التخوين والتشكيك في الصفوف. ويعود استخدام الصفحة النقل الآني لتأكيد استمرار الحراك ميدانياً، والرد ضمنياً على حملات التشكيك، عبر الصور الحية والمباشرة التي تعكس حجم التعبئة الشعبية.

تليها في المرتبة الثانية نشر المعلومات الخيرية بنسبة **26%** جاءت في مقدمتها الجمعة الثامنة 12 أفريل 2019 بنسبة **7,96%** بتكرار **50** مرة، وضمت منشورات قصيرة ومركزة، تقدّم الحدث بصيغته الأولية: ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ ولماذا؟ وقد تزامنت مع فترة ما بعد استقالة بوتفليقة (2 أفريل)، حيث شهدت الساحة تكثيفاً للأخبار العاجلة عن مواقف الجيش، ونقل خطوات التغيير، وتحديد جلسات المجلس الدستوري، لذلك تبنت الصفحة خلالها نمطاً خبرياً سريعاً لتلبية حاجة الجمهور لفهم المستجدات، وهو ما يبرر ارتفاع الخبر كقالب تعبيرى خلال

هذه الفترة. كما أنه يخدم الحاجة إلى المعلومة السريعة لدى الجمهور، ويتمشى مع منطق النشر في الوسائط الاجتماعية ما يدل على وعي الصفحة بوظيفتها الإعلامية الأولى وهينقل الخبر.

أما المرتبة الثالثة كانت للتعليق عن الأحداث الوطنية بنسبة **23,76%**، الحصة الأكبر عادت للجمعة الخامسة عشر 31 ماي 2019 بنسبة **9,41%** بمجموع **54** تعليقا. ويمكن مقارنتها بمقالات الرأي أو التحليل في مجال الإعلام، وهو قالب يعكس انتقال الصفحة من مجرد وسيط إلى فاعل في الرأي العام، عبر تقديم رؤى أو مواقف وليس فقط معلومات. وقد تزامن توظيف التعليق خلال هذه الفترة مع بداية شهر رمضان، وأين كان الحراك قد دخل في مرحلة نقاش حول مآله واستمراره، لذلك تحولت الصفحة من النقل إلى التعليق، لتفسير الحدث ووضعه في سياقه وشرح المواقف، والتحفيز على الاستمرار، ومواجهة دعوات التهدة أو التخوين والتعبير عن موقف الصفحة من القضايا الوطنية، وهو ما يمنحها طابعًا تحريريًا وقياديًا في آن واحد ليعزز بذلك فكرة القيادة الرقمية.

أما المرتبة الخامسة كانت للحوارات بنسبة **3,76%** تنصدها الجمعة الاثنان والثلاثون 27 سبتمبر 2019 بنسبة **2,20%** بمجموع **18** تكرارا. ويمثل هذا النوع من القوالب التعبيرية محاولات الصفحة عرض آراء فاعلين اجتماعيين أو سياسيين أو حتى مواطنين عاديين لتؤكد طابعها التعددي وتثري محتواها بـ"صوت الآخر"، وهو أحد مقومات صحافة الرأي الجادة.

وأخيرا نشر سير ذاتية بنسبة **0,08%** تأتي في مقدمتها الجمعة الاثنان والعشرون 19 جويلية 2019 بنسبة **100%** ما يعادل سيرتين فقط. وقد صادف توظيفهما مرحلة تشهد هدوءًا نسبيًا ومراجعة لمسار الحراك، لذلك نشرت الصفحة بورترية رمزية لتجديد الروح المعنوية ولتكريم شخصيات مؤثرة لها رمزية داخل الحراك وحتى تضيف بعدًا إنسانيًا وتاريخيًا للصفحة، يتجاوز نقل الحدث إلى استحضار رموزه ومعانيه.

إن توزيع القوالب التعبيرية في منشورات الصفحة لم يكن اعتباطيًا، بل كان يعكس درجة التفاعل مع تطورات الواقع السياسي والميداني، فالصفحة كانت تغير من أدائها التحريرية بحسب المرحلة: إخبارية في لحظات الغموض، تحليلية في لحظات النقاش، وتعبوية في لحظات المواجهة أو التراجع، ما يعزز فرضية دورها كفاعل رقمي سياسي – إعلامي، يتقاطع دوره بين الإخبار، والتحليل، والتأريخ، ويعبر عن وعي وظيفي مرن، قادر على التكيف مع التحولات الظرفية للحراك دون أن يفقد بوصلته التحريرية.

07. فئة طبيعة المضامين

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجات في الخطاب الرقمي أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
الجدول رقم 47 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	أنواع الاحتجاجات التكرار
12,38%	305	احتجاجات اجتماعية واقتصادية
2,84%	70	احتجاجات تربوية
3,65%	90	احتجاجات صحية
80,09%	1972	احتجاجات سياسية
0,97%	24	احتجاجات رياضية
0,04%	01	الصراعات اللغوية
00%	00	الصراعات العرقية
100%	2462	المجموع

تعكس البيانات الواردة في الجدول رقم 47 الخاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك أن الصفحة المدروسة تحدثت عن الاحتجاجات السياسية وذلك بنسبة 80,09% بمجموع (1972 تكراراً)، إذ نقلت على ألسنة المحتجين قضية غياب الحريات الأساسية، وانعدام المشاركة في العملية السياسية، فضلاً عن القمع والتهميش في الحياة السياسية. ويظهر هذا التركيز البارز على الشأن السياسي إدراكاً واعياً من الصفحة بأن الحراك الشعبي لم يكن مجرد تعبير عن أزمات معيشية أو خدمية، وإنما هو تمظهر لأزمة نظام سياسي بكامله. لذلك، فإن تناولها المكثف للاحتجاجات ذات البعد السياسي يعكس اصطفاً مع الرؤية العامة التي تبناها الحراك، القائمة على رفض بنية الحكم القائمة والدعوة إلى إرساء نظام جديد قائم على الحريات والمشاركة والعدالة. ومن هذا المنظور، لا يمكن اعتبار هذا الحضور السياسي القوي في المنشورات محض صدفة أو تغطية محايدة، بل يُعد مؤشراً على انخراط الصفحة بشكل غير مباشر في إنتاج خطاب سياسي ناقد، يُسهم في تعزيز التعبئة الجماهيرية نحو مشروع تغيير شامل.

تليها تركيزها على تناول **الاحتجاجات الاجتماعية والاقتصادية** التي حازت على نسبة بلغت **12,38%** بمجموع **305 تكراراً**، فاجتماعياً نجدها نقلت على ألسنة المحتجين قولهم بانتشار الفقر والفساد الإداري والمادي والرشوة على نطاق واسع وارتفاع الأسعار، مقابل تدني الأجور، معطية الانطباع بأن الحشود كانت تسعى للبحث عن سيادة مبادئ الديمقراطية والحرية والعدالة والمساواة وتكافؤ الفرص التعليمية والوظيفية بين جميع أبناء الوطن وأن غيابها أدى إلى حالة من الغضب العام لدى الفئات المهمشة في شكل حركات احتجاجية سلمية، طالبت بتحسين هذه الأوضاع من خلال القضاء على البطالة والفقر والمطالبة بالحقوق كالحق في السكن اللائق وتوفير ظروف العيش اللازمة.

أما اقتصادياً فقد نقلت الصفحة الاحتجاجات المتعلقة بانعدام العدالة في توزيع الثروات وانتشار الفساد، والفقر والقهر، فكانت المطالب تبحث إصلاح قانون معاشات التقاعد، وإصلاح قانون الصحة، والضرائب وبالتالي الصراع كان سياسياً اجتماعياً نحو بناء مشروع ثقافي يرمي إلى الوعي.

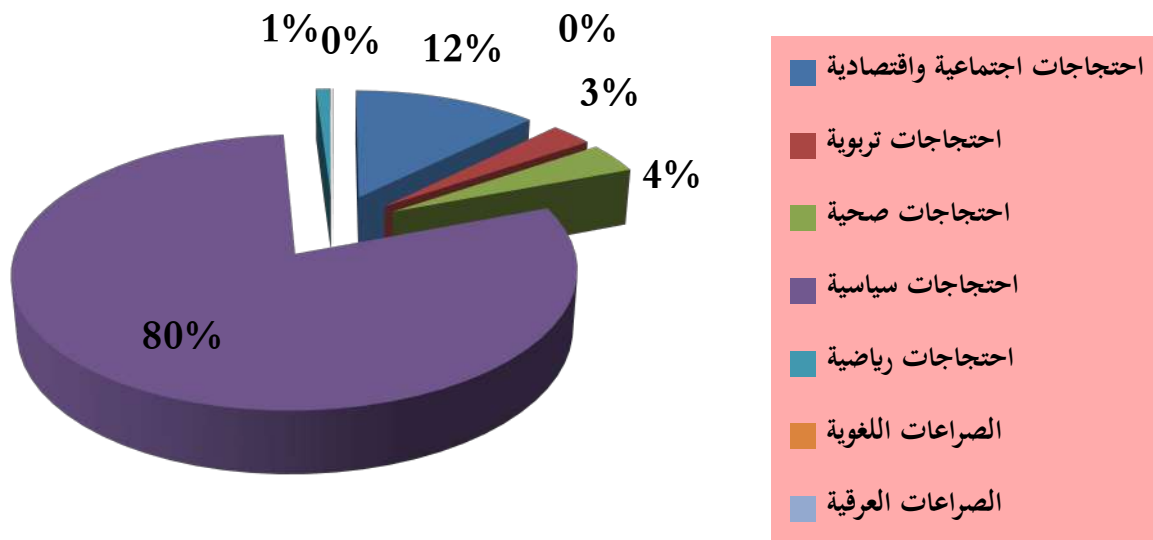
ويُشير هذا الحضور الواضح للاحتجاجات ذات الطابع الاقتصادي والاجتماعي إلى وعي الصفحة بأن الأزمة كانت شاملة مست جميع مناحي الحياة. كما يعكس هذا الاهتمام إدراكاً بأن الحراك الشعبي لم ينبثق فقط من مطالب سياسية مجردة، وإنما من واقع اجتماعي ضاغط يتمثل في الإقصاء والتهميش وغياب العدالة الاقتصادية. وقد برزت هذه المضامين في منشورات الصفحة لتؤكد أن المطالبة بالتغيير السياسي لا يمكن فصلها عن إصلاح المنظومة الاقتصادية والاجتماعية، وأن الحراك - كما رصدته الصفحة - كان يسير في اتجاه بناء تصور بديل لمجتمع عادل يرفض الفساد وبطال بالكرامة الاجتماعية والعدالة التوزيعية. ومن هنا، يظهر أن الصفحة ساهمت في إبراز البعد البنيوي للأزمة، مما يعكس وظيفة إعلامية تعبويه تنخرط في إنتاج الوعي الجماعي بمسببات الأزمة وتداعياتها.

تلتها المضامين المتعلقة بمشاكل قطاع الصحة التي تكرر الحديث عنها في **90 منشوراً** آخذة نسبة **3,65%**. ويعكس هذا الحضور اهتمام الصفحة بتسليط الضوء على البعد الخدمي المرافق للأزمة السياسية، إذ تم رصد اختلالات كبيرة في المنظومة الصحية، أبرزها ضعف الخدمات العمومية، ونقص التجهيزات، وسوء التسيير، ما أدى إلى موجات احتجاجية خاصة بالقطاع. ويظهر هذا التناول وعياً ضمنياً بأن الصحة هي جزء من الحاجات الأساسية التي تُقاس بها شرعية الدولة ومصداقية السياسات العمومية. كما يترجم هذا الحضور مدى ارتباط الحراك بمطالب تحسين جودة الحياة، وأن الشعور بالتدهور الصحي ساهم بدوره في تغذية مشاعر السخط العام.

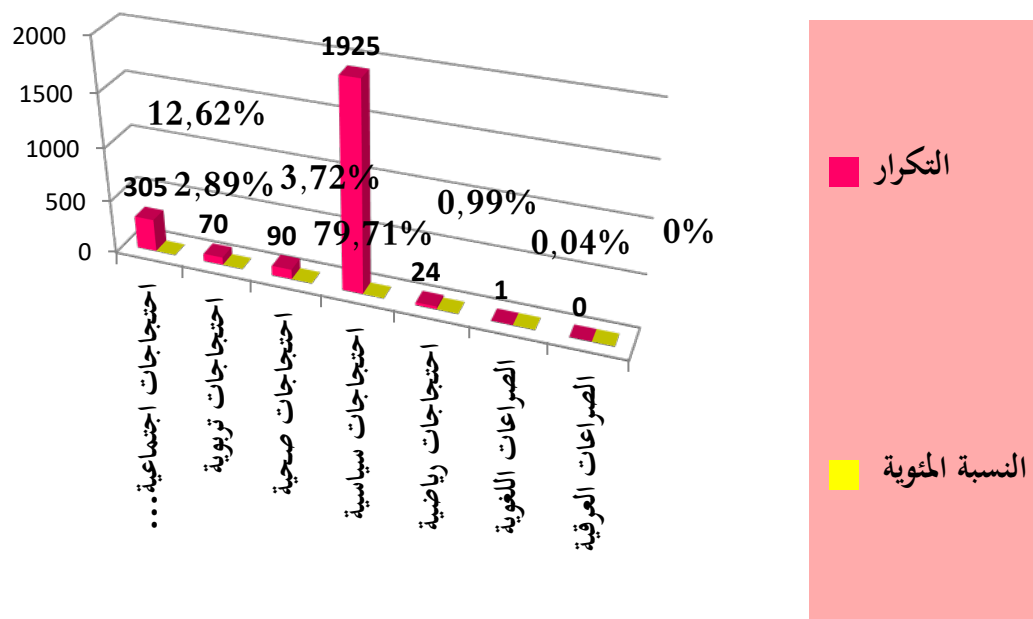
أعقبتها المشاكل التربوية التي حازت على المرتبة الرابعة بـ **70 تكراراً** ما نسبته **2,84%**. وهو ما يعكس اهتماماً لافتاً من قبل الصفحة بقضية التعليم التي شكّلت على مدار سنوات طويلة بؤرة توتر في الجزائر، سواء بسبب الإضرابات المتكررة، أو تدهور البنية التحتية، أو ضعف المناهج. ويؤشر هذا التناول إلى أن الحراك الشعبي، كما صورته الصفحة، لم يكن مجرد انفجار سياسي، بل كان أيضاً حراكاً يحمل في طياته مطالب اجتماعية أعمق، ترى في إصلاح التعليم مدخلاً لبناء مجتمع جديد.

أما المضامين المتعلقة بالجانب الرياضي، فتمثلت في الانتقادات التي بدأ يطلقها بعض الشباب من وسط الملاعب، لطرح فكرة إعادة بناء نظام جديد بدون الوجوه القديمة. وقد ظهرت هذه الفئة من الاحتجاجات ضمن ما يُعرف بـ"الحراك الرياضي" الذي أخذ نسبة 97,0% عن 24 تكرارًا. ويُظهر هذا التناول أن الصفحة كانت تتابع تطور الحراك في مختلف فضاءاته التعبيرية، بما فيها الملاعب التي تحوّلت إلى منصات احتجاج شعبي، عبّر فيها الشباب عن آرائهم السياسية باستخدام الشعارات والهتافات، في شكل من أشكال الرفض للواقع التي تكشف عن تنوع أدوات التعبير في الحراك.

في حين لم تحتل مشكلات الصراع اللغوي إلا نسبة ضئيلة بلغت 0,04% عن تكرار واحد، وانعدمت نهائيا مشكلات الصراع العرقي والإيديولوجي التي لم تأخذ أي نسبة، وهو ما قد يدل على حرص الصفحة على تجنب الانزلاق نحو القضايا الهويةية المثيرة للانقسام، والتركيز بدلاً من ذلك على المضامين التوحيدية التي تجمع الجزائريين حول مطالب عامة وشاملة تمس الجميع بغض النظر عن الخلفيات الثقافية أو الجهوية. تكشف المعطيات السابقة أن الصفحة المدروسة أولت اهتمامًا كبيرًا بالحركات الاحتجاجية ذات الطابع السياسي، معتبرة إياها جوهر الأزمة التي عبّر عنها الحراك الشعبي، وهو ما يعكس إدراكًا عميقًا منها لطبيعة المرحلة كأزمة شرعية ومشاركة سياسية. وفي المقابل، تم توظيف المطالب الاجتماعية والاقتصادية كامتدادات داعمة لهذا الطرح، تعزز من شرعية الحراك وتُظهر وعيًا استراتيجيًا بتوسيع قاعدته الشعبية عبر ربط السياسي بالمعيشي اليومي. كما أن تراجع تمثيل القضايا اللغوية والعرقية يُبرز حرص الصفحة على إنتاج خطاب تعبوي موحد، يتفادى الانقسامات الهويةية، ويشتغل على بناء سرديّة وطنية جامعة تُعلي من أولوية التغيير السياسي وتُبقي الحشود ضمن منطق المطالب المشتركة. بهذا التوجه، تضع الصفحة نفسها كفاعل رقمي يسعى لتأطير الحراك ضمن رؤية عقلانية، مركزية، وشاملة.



رسم توضيحي يبين انواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين انواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 48 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	ت	احتجاجات اجتماعية واقتصادية		احتجاجات تربوية		احتجاجات صحية		احتجاجات سياسية		احتجاجات رياضية		الصراعات العرقية		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	2	0,66%	4	5,71%	3	3,33%	35	1,77%	0	0%	0	0%	44	1,79%
01 مارس 2019	2	3	0,98%	0	0,00%	0	0,00%	17	0,86%	0	0%	0	0%	20	0,81%
08 مارس 2019	3	2	0,66%	3	4,29%	2	2,22%	33	1,67%	0	0%	0	0%	40	1,62%
15 مارس 2019	4	2	0,66%	0	0,00%	0	0,00%	59	2,99%	0	0%	0	0%	61	2,48%
22 مارس 2019	5	2	0,66%	5	7,14%	1	1,11%	46	2,33%	0	0%	0	0%	54	2,19%
29 مارس 2019	6	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	29	1,47%	0	0%	0	0%	29	1,18%
5 أبريل 2019	7	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	12	0,61%	0	0%	0	0%	12	0,49%
12 أبريل 2019	8	0	0,00%	1	1,43%	0	0,00%	156	7,91%	0	0%	0	0%	157	6,38%
19 أبريل 2019	9	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	30	1,52%	0	0%	0	0%	30	1,22%
26 أبريل 2019	10	2	0,66%	0	0,00%	0	0,00%	23	1,17%	0	0%	0	0%	25	1,02%
30 ماي 2019	11	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	21	1,06%	0	0%	0	0%	21	0,85%
10 ماي 2019	12	0	0,00%	10	14,29%	0	0,00%	10	0,51%	0	0%	0	0%	20	0,81%
17 ماي 2019	13	0	0,00%	5	7,14%	0	0,00%	46	2,33%	0	0%	0	0%	51	2,07%
24 ماي 2019	14	6	1,97%	14	20,00%	0	0,00%	50	2,54%	0	0%	0	0%	70	2,84%
31 ماي 2019	15	10	3,28%	12	17,14%	28	31,11%	191	9,69%	3	12,50	0	0%	244	9,91%
7 جوان 2019	16	6	1,97%	0	0,00%	0	0%	256	12,98%	5	20,83	0	0%	267	10,84%
14 جوان 2019	17	2	0,66%	0	0,00%	0	0%	10	0,51%	0	0%	0	0%	12	0,49%
21 جوان 2019	18	4	1,31%	0	0,00%	0	0%	15	0,76%	0	0%	0	0%	19	0,77%
28 جوان 2019	19	0	0,00%	0	0,00%	0	0%	35	1,77%	0	0%	0	0%	35	1,42%
5 جويلية 2019	20	0	0,00%	0	0,00%	0	0%	19	0,96%	0	0%	0	0%	19	0,77%
12 جويلية 2019	21	1	0,33%	1	1,43%	0	0%	6	0,30%	3	12,50	1	100	12	0,49%
19 جويلية 2019	22	0	0%	2	2,86%	0	0%	46	2,33%	13	54,17	0	0%	61	2,48%
26 جويلية 2019	23	0	0%	0	0%	0	0%	27	1,37%	0	0%	0	0%	27	1,10%
02 أوت 2019	24	0	0%	0	0%	0	0%	20	1,01%	0	0%	0	0%	20	0,81%
09 أوت 2019	25	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	19	0,96%	0	0%	0	0%	19	0,77%
16 أوت 2019	26	3	0,98%	2	2,86%	1	1,11%	6	0,30%	0	0%	0	0%	12	0,49%
23 أوت 2019	27	6	1,97%	0	0,00%	0	0,00%	17	0,86%	0	0%	0	0%	23	0,93%

0,37%	9	0%	0	0%	0	0,25%	5	0,00%	0	2,86%	2	0,66%	2	28	30 أوت 2019
1,10%	27	0%	0	0%	0	0,76%	15	0,00%	0	0,00%	0	3,93%	12	29	6 سبتمبر 2019
3,82%	94	0%	0	0%	0	3,30%	65	0,00%	0	2,86%	2	8,85%	27	30	13 سبتمبر 2019
7,51%	185	0%	0	0%	0	5,93%	117	61,11%	55	1,43%	1	3,93%	12	31	20 سبتمبر 2019
7,07%	174	0%	0	0%	0	4,77%	94	0,00%	0	0,00%	0	26,23%	80	32	27 سبتمبر 2019
0,41%	10	0%	0	0%	0	0,25%	5	0,00%	0	0,00%	0	1,64%	5	33	04 أكتوبر 2019
5,61%	138	0%	0	0%	0	5,58%	110	0,00%	0	8,57%	6	7,21%	22	34	11 أكتوبر 2019
6,86%	169	0%	0	0%	0	5,83%	115	0,00%	0	0,00%	0	17,70%	54	35	18 أكتوبر 2019
5,56%	137	0%	0	0%	0	6,44%	127	0,00%	0	0,00%	0	3,28%	10	36	25 أكتوبر 2019
2,56%	63	0%	0	0%	0	2,18%	43	0,00%	0	0,00%	0	6,56%	20	37	10 نوفمبر 2019
2,11%	52	0%	0	0%	0	2,13%	42	0,00%	0	0,00%	0	3,28%	10	38	08 نوفمبر 2019
100%	2462	0,04%	01	0,97%	24	80,09%	1972	3,65%	90	2,84%	70	12,38%	305	المجموع	

يوضح الجدول رقم (48) المتعلق بأنواع الحركات الاحتجاجية التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة جمعات الحراك كيف اختلفت طبيعة الاحتجاجات التي نقلتها الصفحة من جمعة إلى أخرى، تبعًا لتطورات الحراك وظروف كل أسبوع والملاحظ أن الاحتجاجات السياسية التي هيمنت بنسبة 80,09% صدرت في مقدمة كل الجمعات تقريبًا، لكنها بلغت ذروتها خلال الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) بنسبة 12,98% والجمعة الواحد والثلاثون (20 سبتمبر 2019) بنسبة 5,93%، وهذان التاريخان شهدا تصعيدًا شعبيًا واضحًا الأولى عقب إعلان المجلس الدستوري عن تنظيم انتخابات رئاسية خارج سقف مطالب الحراك، والثانية مع بروز خطاب التخوين ومحاولات السلطة استغلال الانقسامات، فاهتمت الصفحة بتوثيق هذا التصعيد السياسي ولغة الشارع الميداني. كما ركزت الصفحة بالحديث عن جهود "الخبير الدبلوماسي الجزائري" الأخضر الإبراهيمي لحل الأزمة.

أما الاحتجاجات الاجتماعية والاقتصادية التي نالت نسبة 12.38% فقد تفجرت في الجمعة الثانية والثلاثون (27 سبتمبر 2019) بنسبة 26,23%، وهو موعد تصاعد فيه النقاش حول قانون المالية الجديد وصدور قرارات حكومية أثارت موجة من الغضب بسبب زيادات ضريبية واستمرار البطالة. هنا اختارت الصفحة إبراز هذا البعد المعيشي للحراك، لتوضح أن سبب استمرار الضغط الشعبي لم يكن سياسيًا بحتًا،

بل نتج عن أزمة معيشية متفاقمة، فالمطالب السياسية تحمل في طياتها مطالب اجتماعية واقتصادية بالفقر والبطالة والفساد هما محرك الشعب، فمتى وجدت هذه المظاهر إلا ولازمها عدم الاستقرار السياسي، وبالتالي حسب توضيح الصفحة عدم الرضا عن الأوضاع السياسية وانعكاساتها السلبية على الأوضاع الحياتية والمعيشية، هي التي أخرجت الملايين من الجزائريين إلى الشوارع عبر مختلف ولايات الوطن منددين "للالعهد الخامسة" والمطالبة برحيل النظام وحكومته وإجراء انتخابات حرة ونزيهة.

تليها الحديث عن احتجاجات قطاع الصحة بنسبة 3,65% ما يعادل 90 تكرارا، سجلت حضوراً ملحوظاً في الجمعة الواحد والثلاثون (20 سبتمبر 2019) بنسبة 61,11%، حين اندلعت إضرابات جديدة للأطباء المقيمين بالتوازي مع المسيرات الرئيسية، وفضح النقابات الصحية إخلالات الحكومة في تأمين المستشفيات. لذلك ركزت الصفحة على نقل هذه التحركات كدليل على تداخل الأزمة السياسية مع فشل المنظومة الصحية.

ثم احتجاجات قطاع التربية والتعليم بنسبة 2,84% ما يعادل 70 تكرارا، وقد حازت على تركيز استثنائي خلال الجمعة الرابعة عشر (24 ماي 2019) بنسبة 20%، إذ تصاعدت إضرابات الأساتذة وطلبة المدارس العليا فور الإعلان عن تأجيل الدروس والامتحانات، فاهتمت الصفحة بنقل احتجاجات هذا القطاع لدورها الرمزي في تشكّل الوعي الجمعي وارتباطها بمستقبل الأجيال، حيث واصلت الصفحة في نقل المسيرات الاحتجاجية عبر شوارع ولايات الوطن منذ مسيرة 13 مارس 2019، التي خرج فيها أساتذة التعليم العالي ومسيرات الطلبة المتكررة بساحة البريد المركزي بالجزائر العاصمة، لتلتحق بذلك مختلف النقابات المستقلة من أجل المطالبة بإصلاح التعليم وتحسين ظروف العمل.

تليها نقلها للاحتجاجات الرياضية بنسبة 0,97% بمجموع 24 تكرارا، ظهرت بشكل لافت خلال الجمعة الثاني والعشرين (19 جويلية 2019) بنسبة 54,17%، حين خرجت جماهير الملاعب تنادي بالتغيير عبر الهتافات داخل المدرجات، ما حوّل الرياضة إلى مساحة احتجاجية رمزية. فقد تغلبت حينها مظاهر الرياضة على المشهد العام، مع انتشار طاولات بيع الألبسة الرياضية والأعلام الجزائرية وقمصان اللاعبين الجزائريين، وسط انتشار كثيف لقوات مكافحة الشغب. هذه الظاهرة لفتت انتباه الصفحة فأعطتها مساحة معتبرة في تغطيتها.

في حين لم تحتل مشكلات الصراع اللغوي إلا نسبة ضئيلة بلغت 0,04% على منشور واحد في الجمعة الواحد والعشرون (12 جويلية 2019)، عن تكرار واحد، وانعدمت نهائيا مشكلات الصراع العرقي والإيديولوجي التي لم تأخذ أي نسبة. مما يعني حرص الصفحة على تجنب الانزلاق في صراعات الهوية التي قد تُفرّق الحراك وتحدد وحدته، فتفضل إبقاء التركيز على البعدين السياسي والمعيشي.

بذلك، يتبين أنّ كل قالب احتجاجي صادف مرحلة محددة من الحراك، السياسة في أوقات المواجهة المباشرة، والاقتصاد والاجتماع حين تستدعي الأزمات المعيشية التفسير والتنوير، والتربية والصحة في أعقاب تحرك القطاعات المهنية المضربة، والرياضة عندما تتحوّل الملاعب إلى ساحات رمزية. هذا الربط يوضح المنطق التحريري

للصفحة «المراسل الافتراضي»، الذي يكتف تركيزه وفق تطورات الميدان ومطالب المتظاهرين، مع الحرص الدائم على وحدة سردية تجمع بين السياسي والمعيشي في خطاب تعبوي متماسك.

ب- طبيعة الحركات الاحتجاجية:

الجدول رقم 49 خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الاحتجاجات التكرار
24,49	603	مقاطعة الانتخابات الرئاسية
30,34%	747	رحيل ومحاسبة العصابة
0,89%	22	الدعوة إلى تحرير الإعلام
19,82%	488	التصدي للخطابات التخويفية الترهيبية
14,86%	366	الدعوة إلى الخروج للشارع
9,58%	236	مسيرة داعمة للانتخابات
100%	2462	المجموع

تعكس معطيات الجدول رقم 49 الخاص بتوزيع منشورات الصفحة ضمن فئة "طبيعة الاحتجاجات" مدى تركيزها على المطالب الجوهرية للحراك الشعبي، وسعيها إلى توجيه الخطاب الرقمي بما يخدم التعبئة السياسية ورفض النظام القائم آنذاك. فقد تصدرت الدعوة إلى رحيل ومحاسبة العصابة صدارة المضامين بنسبة 30,34%، بمجموع 747 تكرار. ما يعكس توقع الصفحة في قلب المطالب السياسية للحراك، وتبنيها خطاباً ثورياً مباشراً

يحمل السلطة القائمة مسؤولية الأزمة، ويشدد على ضرورة المحاسبة لا مجرد الرحيل الرمزي. وتُظهر هذه النسبة انخراط الصفحة في بناء سردية تستند إلى الذاكرة الجماعية المرتبطة بالفساد والاستبداد، وتعزيز مطلب التغيير الجذري للنظام.

وجاءت في المرتبة الثانية دعوات مقاطعة الانتخابات الرئاسية بنسبة 24,49% حائزة على 603 تكرارًا. ما يترجم موقفًا مبدئيًا للصفحة من المسارات الانتخابية التي طُرحت آنذاك، بوصفها محاولات لشرعنة استمرار النظام القائم دون تغيير حقيقي. ويؤشر هذا على تبني الصفحة لخطاب الحراك المناهض لأي تسوية من داخل السلطة، ورفض المشاركة في مسارات لا تعكس الإرادة الشعبية الحقيقية.

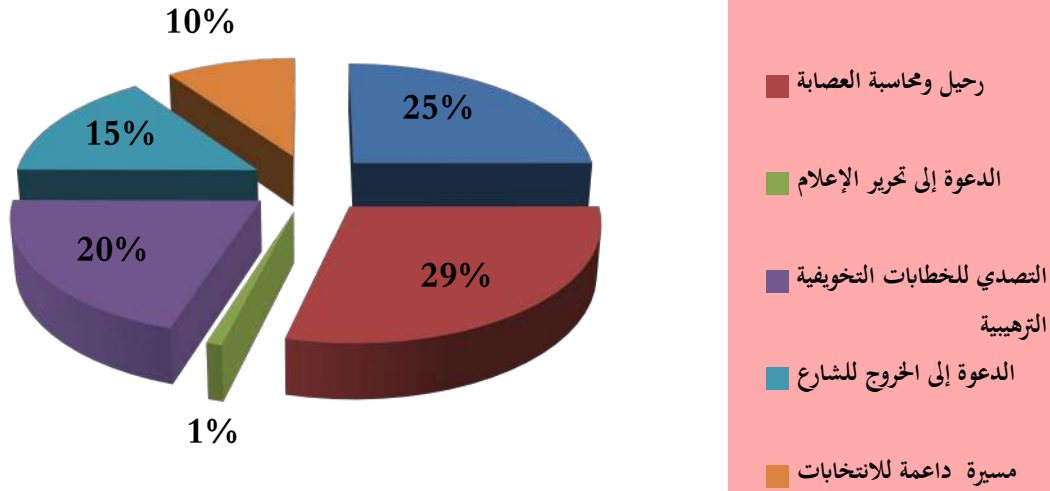
تليها التصدي للخطابات التخويفية والترهييبية التي شكّلت نسبة معتبرة بلغت 19,82% عن 488 تكرارًا، وهو مؤشر على الوعي الاتصالي للصفحة بضرورة تفكيك الخطابات المضادة التي روّجتها السلطة آنذاك لتقليص زخم الحراك، عبر اللعب على وتر الفوضى أو التهديد بالأمن والاستقرار. وتُظهر هذه النسبة انشغال الصفحة بالمعركة الرمزية والإعلامية إلى جانب المعركة الميدانية، ومساهمتها في الحفاظ على المعنويات العالية للمشاركين.

في السياق ذاته، سجلت الدعوات للخروج إلى الشارع نسبة 14,86% بمجموع 366 تكرارًا، بما يعكس وظيفة التعبئة وحشد الجماهير الواضحة التي أدتها الصفحة، وهو ما يعزز دورها كفاعل رقمي يسعى إلى ضمان استمرارية الزخم الاحتجاجي وتوسيع المشاركة الشعبية.

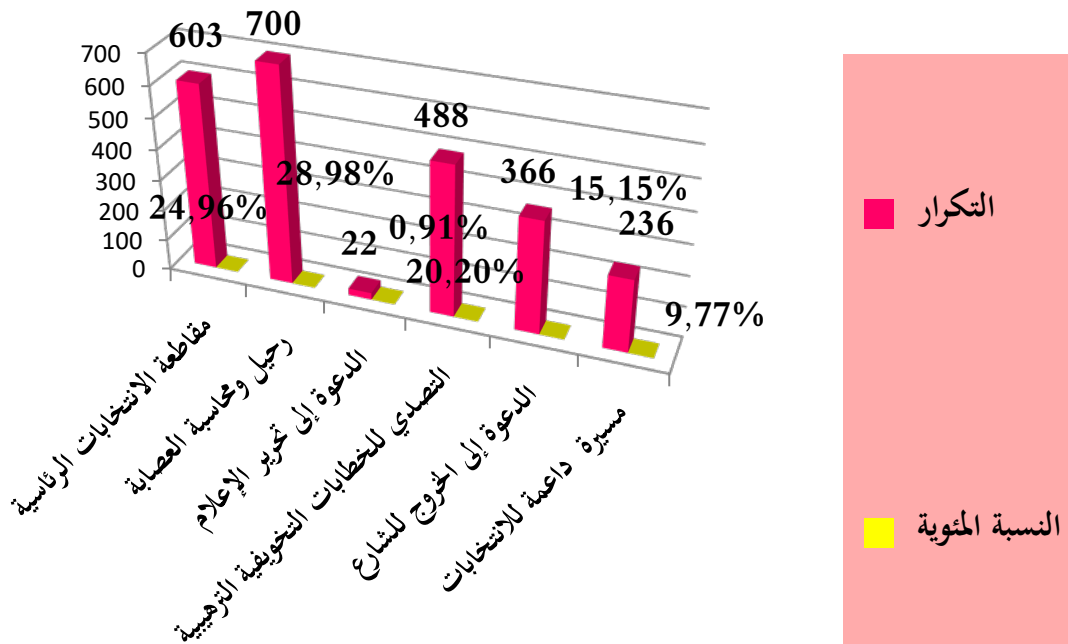
أما المسيرات الداعمة للانتخابات، فقد شكلت نسبة أقل بلغت 9,58% بمجموع 236 تكرارًا، ما يدل على نقل الصفحة أيضًا ولو بدرجة محدودة لبعض الأصوات المغايرة أو الفاعلين المعارضين للحراك، إما من باب التوثيق أو التفنيد، وربما بهدف إبراز التباين في المشهد السياسي وتأكيد مشروعية الخط الثوري الرفض.

أما أضعف تمثيل فكان لفئة الدعوة إلى تحرير الإعلام بنسبة 0,89% ومجموع 22 تكرارًا. فقط، وهو ما يمكن تفسيره بانشغال الصفحة أولاً بالمطالب السياسية الكبرى، أو بإدراكها أن معركة الإعلام الرقمي باتت تُخاض عبر منصات مثلها، مما خفف من المطالبة بتحرير الإعلام التقليدي بوصفه لم يعد القناة الوحيدة للتأثير.

وعليه يظهر تحليل طبيعة الاحتجاجات في منشورات الصفحة خلال هذه المرحلة تحوّلًا لافتًا من التركيز على الدعوة العامة للتظاهر والخروج إلى الشارع إلى إبراز مطالب سياسية أكثر تحديدًا وعمقًا، كالمطالبة برحيل ومحاسبة العصابة، ما يعكس نضجًا في مسار الحراك الشعبي وتطورًا في خطاب الصفحة المواكب له. فقد أصبحت المنشورات تعبّر عن وعي متزايد بلبّ الأزمة السياسية، وتبني بشكل أوضح مطالب التغيير الجذري، مما يدل على انتقال الصفحة من التحشيد نحو التأطير السياسي المباشر، وتكريس وظيفة رقمية تقوم على التنظيم الرمزي للمطالب وتوجيه الوعي الجماعي.



رسم توضيحي يبين طبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 50 خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	ت	مقاطعة الانتخابات الرئاسية		رحيل ومحاسبة العصابة		الدعوة إلى تحرير الإعلام		التصدي للخطابات التخويفية الترهيبية		الدعوة إلى الخروج للشارع		مسيرة داعمة للانتخابات		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	5	0,83%	0	0,00%	1	4,55	5	1,02%	18	4,92%	2	0,85%	31	1,26%
01 مارس 2019	2	0	0,00%	0	0,00%	0	0	5	1,02%	10	2,73%	2	0,85%	17	0,69%
08 مارس 2019	3	6	1,00%	0	0,00%	0	0	4	0,82%	12	3,28%	1	0,42%	23	0,93%
15 مارس 2019	4	5	0,83%	5	0,67%	0	0	11	2,25%	12	3,28%	2	0,85%	35	1,42%
22 مارس 2019	5	5	0,83%	12	1,61%	2	9,09%	5	1,02%	18	4,92%	4	1,69%	46	1,87%
29 مارس 2019	6	6	1,00%	6	0,80%	3	13,64%	6	1,23%	7	1,91%	10	4,24%	38	1,54%
5 أفريل 2019	7	1	0,17%	1	0,13%	0	0	1	0,20%	4	1,09%	2	0,85%	9	0,37%
12 أفريل 2019	8	5	0,83%	4	0,54%	4	18,18%	4	0,82%	23	6,28%	13	5,51%	53	2,15%
19 أفريل 2019	9	11	1,82%	37	4,95%	0	0	13	2,66%	11	3,01%	7	2,97%	79	3,21%
26 أفريل 2019	10	3	0,50%	8	1,07%	1	4,55%	2	0,41%	15	4,10%	1	0,42%	30	1,22%
30 ماي 2019	11	4	0,66%	19	2,54%	1	4,55%	7	1,43%	9	2,46%	0	0,00%	40	1,62%
10 ماي 2019	12	1	0,17%	5	0,67%	0	0	4	0,82%	4	1,09%	4	1,69%	18	0,73%
17 ماي 2019	13	6	1,00%	10	1,34%	0	0	13	2,66%	13	3,55%	3	1,27%	45	1,83%
24 ماي 2019	14	16	2,65%	8	1,07%	2	9,09%	16	3,28%	28	7,65%	9	3,81%	79	3,21%
31 ماي 2019	15	90	14,93%	55	7,36%	0	0	31	6,35%	35	9,56%	11	4,66%	222	9,02%
7 جوان 2019	16	83	13,76%	56	7,50%	0	0	50	10,25%	23	6,28%	18	7,63%	230	9,34%
14 جوان 2019	17	5	0,83%	8	1,07%	0	0	6	1,23%	3	0,82%	6	2,54%	28	1,14%
21 جوان 2019	18	7	1,16%	9	1,20%	0	0	7	1,43%	4	1,09%	6	2,54%	33	1,34%
28 جوان 2019	19	7	1,16%	31	4,15%	0	0	8	1,64%	6	1,64%	2	0,85%	54	2,19%
5 جويلية 2019	20	6	1,00%	9	1,20%	0	0	7	1,43%	1	0,27%	4	1,69%	27	1,10%
12 جويلية 2019	21	6	1,00%	5	0,67%	0	0	6	1,23%	1	0,27%	0	0,00%	18	0,73%
19 جويلية 2019	22	26	4,31%	42	5,62%	0	0	29	5,94%	5	1,37%	8	3,39%	110	4,47%
26 جويلية 2019	23	15	2,49%	28	3,75%	0	0	7	1,43%	4	1,09%	10	4,24%	64	2,60%
02 أوت 2019	24	11	1,82%	20	2,68%	2	9,09%	1	0,20%	1	0,27%	7	2,97%	42	1,71%
09 أوت 2019	25	8	1,33%	14	1,87%	0	0	5	1,02%	2	0,55%	6	2,54%	35	1,42%
16 أوت 2019	26	2	0,33%	5	0,67%	0	0	2	0,41%	3	0,82%	6	2,54%	18	0,73%
23 أوت 2019	27	3	0,50%	4	0,54%	0	0	7	1,43%	1	0,27%	6	2,54%	21	0,85%
30 أوت 2019	28	4	0,66%	3	0,40%	0	0	4	0,82%	1	0,27%	4	1,69%	16	0,65%
6 سبتمبر 2019	29	11	1,82%	13	1,74%	2	9,09%	5	1,02%	1	0,27%	17	7,20%	49	1,99%
13 سبتمبر 2019	30	35	5,80%	47	6,29%	0	0	40	8,20%	1	0,27%	16	6,78%	139	5,65%
20 سبتمبر 2019	31	22	3,65%	107	14,32%	0	0	43	8,81%	13	3,55%	13	5,51%	198	8,04%

27 سبتمبر 2019	32	34	5,64%	59	7,90%	0	0%	37	7,58%	18	4,92%	0	0,00%	148	6,01%
04 أكتوبر 2019	33	4	0,66%	5	0,67%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	3	1,27%	12	0,49%
11 أكتوبر 2019	34	5	0,83%	46	6,16%	0	0%	12	2,46%	15	4,10%	7	2,97%	85	3,45%
18 أكتوبر 2019	35	76	12,60%	7	0,94%	0	0%	45	9,22%	10	2,73%	8	3,39%	146	5,93%
25 أكتوبر 2019	36	30	4,98%	16	2,14%	4	18,18%	20	4,10%	12	3,28%	13	5,51%	95	3,86%
10 نوفمبر 2019	37	28	4,64%	21	2,81%	0	0%	10	2,05%	12	3,28%	2	0,85%	73	2,97%
08 نوفمبر 2019	38	11	1,82%	22	2,95%	0	0%	10	2,05%	10	2,73%	3	1,27%	56	2,27%
المجموع	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

من خلال استعراض بيانات الجدول الخاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في الصفحة المدروسة أن الصدارة أخذها مطلب رحيل ومحاسبة العصابة التي أخذت نسبة 30,34% بمجموع 747 تكرارا، عادت الذروة فيها للجمعة الواحد وثلاثون (20 سبتمبر 2019) بنسبة 14,32%، تليها مباشرة الجمعة اثنان وثلاثون (27 سبتمبر 2019) بنسبة 7,90%، ما يعكس تطورا نوعيا في طبيعة الخطاب الاحتجاجي. فقد جاءت هذه الذروة في أعقاب تصاعد الغضب الشعبي من ممارسات السلطة، وخاصة بعد تصاعد حملات الاعتقال والمحاكمات الانتقائية التي طالت بعض رموز النظام، ما اعتُبر محاولة لامتصاص الغضب بدل الاستجابة الجادة للمطالب. كما تزامن ذلك مع قرب موعد الانتخابات الرئاسية التي قوبلت بالرفض الشعبي الواسع، فصعد المحتجون لهجتهم، مؤكدين أن رحيل الأشخاص ليس كافيا دون محاسبة حقيقية. هذا ما التقطته الصفحة بدقة، فعززت حضور هذا المطلب مركزيا في تغطيتها، مما يعكس إدراكا لتصاعد سقف الوعي الشعبي وضرورة تثبيت هذا الخطاب في الفضاء الرقمي. يليها مطلب مقاطعة الانتخابات الرئاسية في المرتبة الثانية بنسبة 24,49% بمجموع 603 تكرارا، وقد برز هذا المطلب بشكل لافت في الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) بنسبة 14,93% عن مجموع 90 تكرارا، تليها الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) بنسبة 13,76% بمجموع 83 تكرارا. تعكس هذه الذروة في التفاعل الرقمي مع هذا المطلب تنامي الوعي الشعبي بأهمية التغيير السياسي العميق، ورفض الحلول المفروضة من السلطة. ففي هذا التوقيت، شهدت المظاهرات في مختلف ولايات الوطن زخما كبيرا، رفعت خلالها شعارات تطالب بتغيير جذري للنظام، مدنية الدولة، ورفض تنظيم الانتخابات تحت إشراف حكومة بدوي، إلى جانب المطالبة بإطلاق سراح معتقلي الحراك كما ساهمت التطورات الخارجية، مثل لقاء عبد القادر بن صالح بالرئيس الروسي فلاديمير بوتين، في تغذية الشعور بعدم استقلالية القرار السياسي، ما زاد من حدة الشعارات الراضية للمسار الانتخابي القائم، ويكشف هذا التركيز في المطالب عن وعي شعبي بأن المشاركة السياسية لا تعني القبول بأي استحقاق انتخابي، بل ترتبط بشرعية السياق وضمانات الانتقال الديمقراطي.

يأتي التصدي للخطابات التخويفية الترهيبية في المرتبة الثالثة بنسبة 19,82% عن 488 تكراراً، جاءت في مقدمتها الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) بنسبة 10,25% عن 50 تكراراً. وهو ما يعكس تفاعلاً شعبياً واضحاً مع محاولات السلطة احتواء الحراك عبر بث خطابات تحذيرية من الفوضى أو التشكيك في نواياه. ففي هذه المرحلة، اتّسع تداول رسائل إعلامية رسمية وغير رسمية تحذّر من الانزلاق نحو العنف أو الانهيار، وهي أساليب كلاسيكية يُراد بها إضعاف الزخم الشعبي وضرب الثقة في استمرارية الحراك. وجاءت منشورات الصفحة كردّ فعلي على هذه الحملات، لتُبرز وعياً سياسياً جماعياً يسعى إلى تنفيذ الخطابات التخويفية، والتأكيد على سلمية الحراك ووطنية مطالبه. كما شكّلت هذه المنشورات جزءاً من استراتيجية رمزية هدفها تحصين الرأي العام وتثبيت شرعية الحراك في مواجهة محاولات وصمه أو تشويهه.

تليها الدعوة إلى الخروج للشارع في المرتبة الرابعة بنسبة 14,86% بمجموع 366 تكراراً تصدرتها الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) بـ 35 تكراراً من خلال تحفيز المتظاهرين وتعبئتهم بنشر منشورات تعطيهم دفعا قويا للاستمرار في الحراك من أجل تحقيق المطالب السياسية، وهو ما يعكس تجدد الدعاوات إلى التظاهر رغم استقالة عبد العزيز بوتفليقة في 2 أبريل 2019، وتولّى عبد القادر بن صالح رئاسة الدولة مؤقتاً. ففي هذه المرحلة، أعادت منشورات الصفحة تأكيد أهمية مواصلة الضغط الشعبي، من خلال نشر شعارات تحفيزية تعبّ الجماهير وتحثّها على التمسك بالمطالب الأساسية للحراك، وعلى رأسها رحيل رموز النظام السابق كافة، وليس فقط رأسه. هذا التوظيف يعكس وعياً سياسياً لدى القائمين على الصفحة بضرورة الحفاظ على زخم الشارع، خصوصاً في ظل محاولات السلطة احتواء الحراك عبر التغييرات الشكلية.

وأخذت مسيرة داعمة للانتخابات نسبة 9,58% بـ 236 تكراراً، تصدرتها الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) بـ 18 تكراراً، وقد أبرزت خطاباً مغايراً داخل المشهد السياسي، خاصة من بعض الأطراف التي رأت في تنظيم الانتخابات مخرجاً للأزمة، سواء من بقايا أحزاب السلطة أو بعض التشكيلات المعارضة التي فقدت الكثير من مصداقيتها بسبب مشاركتها السابقة في السلطة، مستغلة الفراغ السياسي الناتج عن تفكك أحزاب الموالة، وطرحت نفسها بديلاً ممكناً في الانتخابات المقبلة. غير أن الحراك الشعبي، منذ أساييعه الأولى، رفض انخراط هذه الأحزاب في صفوفه وعبر عن ذلك بوضوح، لأنه رأى أن مواقفها التقت مع رغبة السلطة في تجاوز المرحلة الانتقالية بسرعة، دون الذهاب نحو تغيير جذري، واعتبر أن مشاركتها تعني التفافاً على مطالبه الحقيقية، وعلى رأسها تغيير النظام وليس فقط الوجوه.

أما فئة "الدعوة إلى تحرير الإعلام"، فرغم أنها لم تشكّل نسبة كبيرة (0,89% فقط، بـ 22 تكراراً)، إلا أن ظهورها في الجمعة الثامنة (12 أبريل 2019) والجمعة السادسة والثلاثين (25 أكتوبر 2019) بـ 4 تكرارات لكل منهما، يُفسّر بارتباطها المباشر بمحطات مفصلية في الحراك، حيث بدأت تبلور الشكوك حول التغطية الإعلامية الرسمية وغياب التعددية في نقل صوت الشارع. فقد اتّجهت بعض المنشورات في الصفحة إلى

المطالبة بفتح المجال الإعلامي، كضمانة أساسية لمواكبة تطورات الحراك بشفافية، ومواجهة محاولات التعتيم أو التضليل. وهذا المطلب يتقاطع مع رهانات الانتخابات الرئاسية لاحقاً، إذ لا يمكن تصوّر انتخابات نزيهة دون إعلام حر ومسؤول. وهو ما يجعل هذه الفئة، رغم محدودية حضورها الكمي، مؤشراً على وعي سياسي متقدم في صفوف المتظاهرين، واهتمام متزايد بآليات ضمان الانتقال الديمقراطي الحقيقي.

يُظهر تحليل طبيعة المضامين التي نشرتها الصفحة خلال مرحلة الأزمة تركيزها الواضح على تتبع محطات الحراك، وتحولاته النوعية، من الدعوة إلى التجمهر والخروج إلى الشارع، إلى تركيز أكبر على المطالب السياسية الجوهرية. حيث برزت كما أوضحت الصفحة ضمن منشوراتها بقوة شعارات تطالب برحيل ومحاسبة رموز السلطة السابقة، ورفض الانتخابات الرئاسية، مع التأكيد على ضرورة بناء دولة مدنية ديمقراطية.

كما عبّرت هذه الشعارات المنشورة عن وعي شعبي متزايد بخطورة الخطابات التخويفية الرسمية، وبالمقابل، أظهرت رغبة واضحة في فرض مسار سياسي بديل يعبر عن الإرادة الشعبية. هذا الاهتمام المتزايد من قبل الصفحة بالشعارات السياسية الجوهرية (مثل رحيل العصابة، مدنية الدولة، رفض الانتخابات المفروضة...) لم يكن مجرد رصد تلقائي لتحولات الحراك، بل يعكس استراتيجية إعلامية واعية تهدف إلى مرافقة زخم الشارع دون التدخل المباشر كفاعل سياسي مباشر.

كما كشفت المنشورات عن التباين القائم بين توجهات الحراك الشعبي ومواقف بعض القوى السياسية التقليدية، مما جعل مسألة تمثيل الحراك محلّ صراع رمزي وإعلامي. وفي المقابل، أظهرت مضامين أخرى دعوات لتحرير الإعلام وضمان نزاهة الانتخابات، بوصفها شروطاً ضرورية لتحقيق انتقال فعلي نحو الديمقراطية.

إنّ تجميع هذه التوجهات ونقلها عبر منشورات الصفحة يعكس حرصاً على تبني مضامين تعبّر عن الإرادة الجماعية وإعادة إنتاجها رقمياً، لتوحيد الخطاب الشعبي وتوجيهه نحو مطالب سياسية واضحة.

وبذلك، اتخذت الصفحة موقع «المؤطر الرمزي» للحراك، حيث حافظت على توازن دقيق بين الحياد الظاهري (فهي لم تستدرج إلى الصراع المباشر)، والمشاركة الفعلية من خلال إدارة النقاش وتوجيه المحتوى المنشور نحو تعزيز شرعية المطالب وتوسيع دائرة الوعي السياسي وبالتالي بلورة سردية بديلة تتحدى الروايات الرسمية (الترهيب، الشرعية، الاستقرار)، وتؤسس لمسار ديمقراطي شعبي مستقل.

وعليه يتبيّن من خلال تحليل طبيعة المضامين التي نشرتها الصفحة المدروسة خلال مرحلة الأزمة أن المحتوى الرقمي لم يكن حيادياً أو عشوائياً، بل جاء محكوماً بخيارات تعكس استراتيجية واعية في التفاعل مع الحراك الشعبي. فقد انتقلت الصفحة من مواكبة الدعوات إلى التجمهر، نحو تركيز واضح على المطالب الجوهرية المرتبطة بالتغيير السياسي، عبر نشر شعارات رافضة للانتخابات ومطالبة برحيل رموز النظام السابق، مع تأكيد متكرر على مطلب الدولة المدنية. كما أبرزت المضامين وعياً جماعياً بتضليل الخطابات الرسمية، وسعت إلى تأكيد شرعية بديلة

قائمة على الإرادة الشعبية. هذا التوجه في بناء المحتوى يدل على سعي الصفحة إلى تأطير الحراك داخل الفضاء الرقمي، دون أن تنخرط كفاعل سياسي مباشر، وهو ما منحها موقع "المؤطر الرمزي" الذي يدير النقاش العام ويعيد إنتاج المطالب بصورة تعزز وحدة الخطاب الشعبي وترسخ بعده الديمقراطي.

ت- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 51 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	أسباب الاحتجاجات
24,49%	603	تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة)
12,38%	305	تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية
4,02%	99	فشل مؤسسات الدول في بناء الثقة
7,47%	184	المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري
30,34%	747	انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي
21,28%	524	التهميش السياسي
100%	2462	المجموع

حددت مضامين منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة أثناء الأزمة (أثناء الحراك) خمسة أسباب أساسية للاحتجاجات، يأتي في صدارتها انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي بنسبة 30,34% بـ 747 تكراراً. ما يعكس تركيزاً مقصوداً على الفساد باعتباره أحد أبرز مسببات الغضب الشعبي. لم يكن تقديم هذا العامل بشكل مكثف مجرد استجابة لما يتداوله الشارع، بل يدلّ على وعي الصفحة بأن تفكيك شرعية السلطة القديمة يبدأ من فضح منظومتها الفاسدة، خاصة بعد عقود من التعتيم على الفساد. هذا التركيز يحمل وظيفة تعبئة وتوحيد جماعي حول مطلب المحاسبة، ويجعل من مقاومة الفساد مدخلاً رمزياً لإعادة بناء الدولة.

تلتها تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة) بنسبة 24,96% بمجموع 603 تكراراً، ورغم أن هذه المطلبية الشّرارة الأولى التي فجّرت الحراك، فإن احتلاله المرتبة الثانية في المنشورات يكشف إدراك الصفحة بأن رفض العهد

الخامسة لم يكن سوى بداية مسار أطول، ومدخلا إلى مطالب أعمق تتعلق ببنية النظام السياسي ككل. وأنه لا يُحتزل في شخص الرئيس وحده. ومع ذلك، حافظت الصفحة على حضور هذا المطلب في خطابها، ربما لما يحمله من قوة رمزية وقدرة على التعبئة، ما يدل على وعيها بأهمية المزج بين الشعارات المباشرة والدلالات الأعمق في صناعة التأييد الجماهيري.

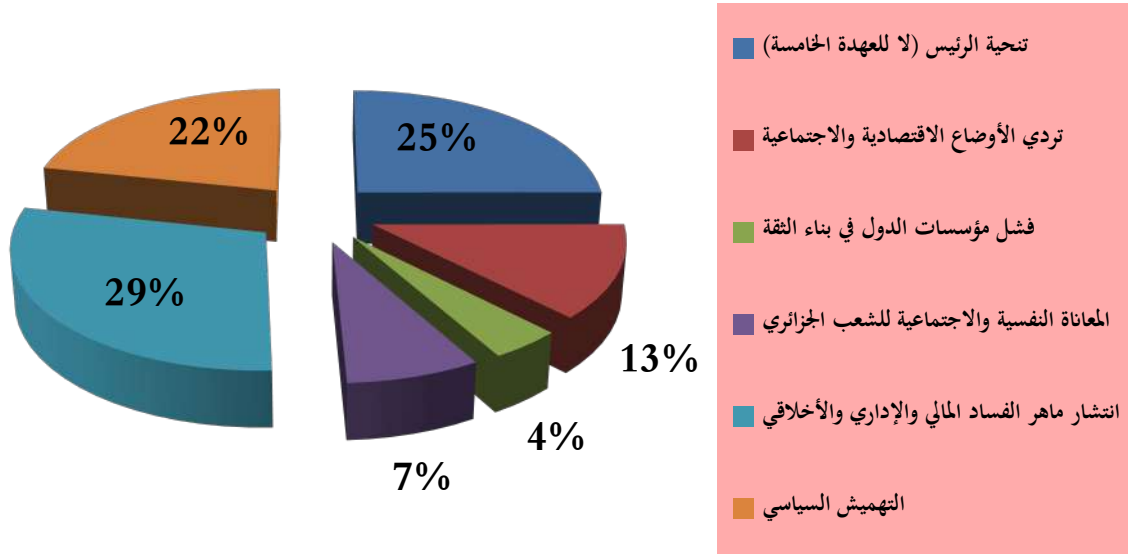
تلاها في المرتبة الثالثة التهميش السياسي بنسبة 21,28% بمجموع 524 تكرارا، ما يعني أن الصفحة سعت لتسليط الضوء على البعد النبوي للأزمة، وهو شعور المواطن بالإقصاء من القرار السياسي لعقود. ويبرز هذا التركيز محاولة إعادة الاعتبار للمشاركة السياسية كمطلب أساسي، وتغذية الوعي الجمعي بأن الحراك ليس فقط ردة فعل على سياسات طارئة بل على نظام حكم إقصائي أنتج أزمة تمثيل مزمنة.

ثم تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي أخذت نسبة 12,38%، يقابلها 305 تكراراً. رغم أهمية العامل الاقتصادي، لم تولِ الصفحة له نفس الحجم الذي يحتله في الخطاب الاحتجاجي التقليدي، ما يوحي برغبة في تفكيك الانطباع السائد بأن الحراك ذو طابع معيشي فقط. ويبدو أن الصفحة سعت إلى إبراز الطابع السياسي للأزمة دون نفي البعد الاقتصادي، بل تقديمه كعرض لأزمة أعمق في منظومة الحكم.

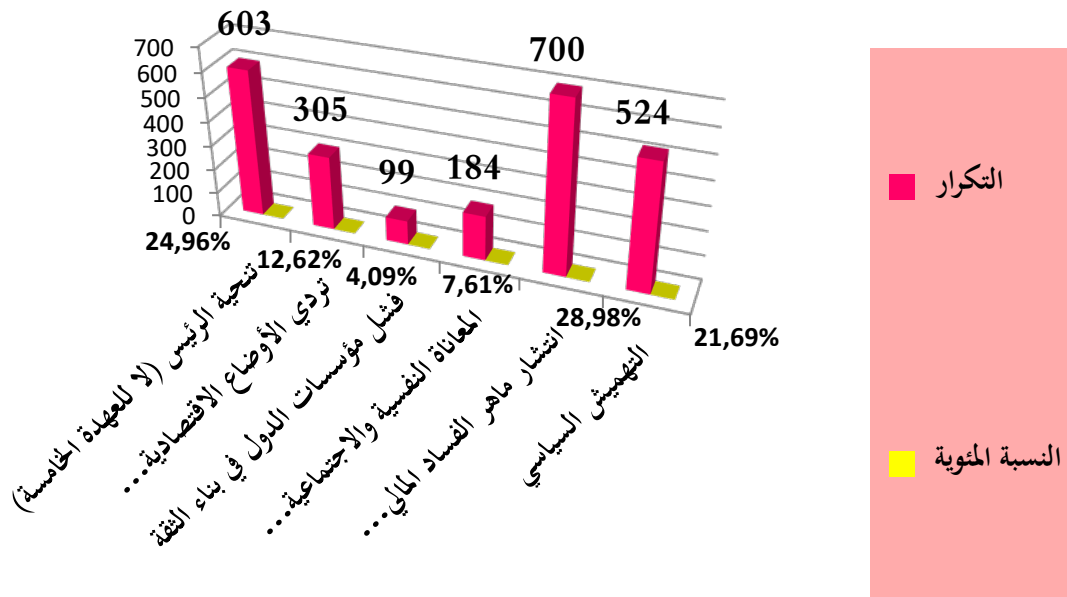
لتأتي بعدها المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري بنسبة بلغت 7,47% يقابلها 184 تكراراً، ويعكس تسليط الضوء على هذا البُعد اهتماماً نادراً في النقاش العام، إذ قدّمت الصفحة الحراك كحالة تحرّر جماعي من القلق الاجتماعي. هذا التناول يُظهر فهماً عميقاً لبنية الأزمة التي عاشها المواطن الجزائري، ويحوّل الحراك إلى فعل استرجاع الحقوق، لا مجرد فعل احتجاجي ظرفي.

أما فشل مؤسسات الدول في بناء الثقة التي أخذت نسبة 4,09% بمجموع 99 تكراراً، فإنها وبالرغم من قلة تكراراتها مقارنة بسابقتها فإن ذكر هذا السبب يعكس إدراكاً دقيقاً لوظيفة الثقة السياسية كمقوم أساسي للاستقرار. فاهتمام الصفحة به - ولو بنسبة أقل - يُشير إلى سعيها لتغذية وعي جديد يقوم على شرط المحاسبة والشفافية كمدخل لإعادة بناء علاقة شرعية بين الدولة والمواطن.

من خلال توزيع هذه الأسباب وطريقة تقديمها، يتبين أن الصفحة المدروسة لم تكتفِ بنقل المطالب بل مارست نوعاً من «الهندسة الرمزية» للوعي العام، بتوجيه المتصفحين نحو فهم الحراك كفعل سياسي شامل يتجاوز لحظة الرفض الأولى. لقد اشتغلت الصفحة على ترسيخ سردية توظّر الأزمة كمحصلة لمسار طويل من الفساد والإقصاء، وليس فقط كنتيجة لعهد خامسة مرفوضة. هذا التوجيه يخدم هدفاً أعمق وهو توسيع أفق الفعل السياسي الشعبي من مطلب التغيير الفوري إلى إعادة التفكير في طبيعة الدولة والعلاقة بين الحاكم والمحكوم. بذلك، لعبت الصفحة دور «المؤطر الرمزي» الذي يصوغ أسباب الغضب في قالب يُحفّز على الفعل الجماعي المستمر، لا على التنفيس العاطفي العابر.



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 52 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك

(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	ت	تنحية الرئيس (لا للمعدة الخامسة)		تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية		فشل مؤسسات الدول في بناء الثقة		المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري		انتشار الفساد المالي والإداري والأخلاقي		التهميش السياسي		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	0,83%	5	0,66%	2	3,03%	3	3,80%	7	0,00%	0	1,34%	7	0,97%	24
01 مارس 2019	2	0,00%	0	0,98%	3	1,01%	1	0%	0	0,00%	0	0,19%	1	0,20%	5
08 مارس 2019	3	1,00%	6	0,66%	2	5,05%	5	2,72%	5	0,00%	0	1,72%	9	1,10%	27
15 مارس 2019	4	0,83%	5	0,66%	2	4,04%	4	0%	0	0,67%	5	1,91%	10	1,06%	26
22 مارس 2019	5	0,83%	5	0,66%	2	4,04%	4	3,26%	6	1,61%	12	1,91%	10	1,58%	39
29 مارس 2019	6	1,00%	6	0,00%	0	5,05%	5	0%	0	0,80%	6	0,76%	4	0,85%	21
5 أبريل 2019	7	0,17%	1	0,00%	0	1,01%	1	0%	0	0,13%	1	0,57%	3	0,24%	6
12 أبريل 2019	8	0,83%	5	0,00%	0	6,06%	6	0,54%	1	0,54%	4	4,20%	22	1,54%	38
19 أبريل 2019	9	1,82%	11	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	4,95%	37	0,76%	4	2,11%	52
26 أبريل 2019	10	0,50%	3	0,66%	2	2,02%	2	0%	0	1,07%	8	0,38%	2	0,69%	17
30 ماي 2019	11	0,66%	4	0,00%	0	1,01%	1	0%	0	2,54%	19	0,76%	4	1,14%	28
10 ماي 2019	12	0,17%	1	0,00%	0	2,02%	2	5,43%	10	0,67%	5	1,34%	7	1,02%	25
17 ماي 2019	13	1,00%	6	0,00%	0	0,00%	0	2,72%	5	1,34%	10	3,05%	16	1,50%	37
24 ماي 2019	14	2,65%	16	1,97%	6	1,01%	1	7,61%	14	1,07%	8	2,67%	14	2,40%	59
31 ماي 2019	15	14,93%	90	3,28%	10	30,30%	30	23,37%	43	7,36%	55	5,15%	27	10,36%	255
7 جوان 2019	16	13,76%	83	1,97%	6	0,00%	0	2,72%	5	7,50%	56	5,73%	30	7,31%	180
14 جوان 2019	17	0,83%	5	0,66%	2	0,00%	0	0%	0	1,07%	8	0,57%	3	0,73%	18
21 جوان 2019	18	1,16%	7	1,31%	4	0,00%	0	0%	0	1,20%	9	0,76%	4	0,97%	24
28 جوان 2019	19	1,16%	7	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	4,15%	31	2,48%	13	2,07%	51
5 جويلية 2019	20	1,00%	6	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	1,20%	9	1,72%	9	0,97%	24
12 جويلية 2019	21	1,00%	6	0,33%	1	0,00%	0	2,17%	4	0,67%	5	0,19%	1	0,69%	17
19 جويلية 2019	22	4,31%	26	0,00%	0	0,00%	0	8,15%	15	5,62%	42	3,82%	20	4,18%	103
26 جويلية 2019	23	2,49%	15	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	3,75%	28	1,53%	8	2,07%	51
02 أوت 2019	24	1,82%	11	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	2,68%	20	0,19%	1	1,30%	32
09 أوت 2019	25	1,33%	8	0,00%	0	1,01%	1	0%	0	1,87%	14	1,15%	6	1,18%	29
16 أوت 2019	26	0,33%	2	0,98%	3	0,00%	0	1,63%	3	0,67%	5	0,76%	4	0,69%	17
23 أوت 2019	27	0,50%	3	1,97%	6	1,01%	1	0%	0	0,54%	4	1,91%	10	0,97%	24
30 أوت 2019	28	0,66%	4	0,66%	2	0,00%	0	1,09%	2	0,40%	3	0,19%	1	0,49%	12
6 سبتمبر 2019	29	1,82%	11	3,93%	12	3,03%	3	0%	0	1,74%	13	0,95%	5	1,79%	44
13 سبتمبر 2019	30	5,80%	35	8,85%	27	1,01%	1	1,09%	2	6,29%	47	2,29%	12	5,04%	124
20 سبتمبر 2019	31	3,65%	22	3,93%	12	0,00%	0	30,43%	56	14,32%	101	9,54%	50	10,03%	247
27 سبتمبر 2019	32	5,64%	34	26,23%	80	20,20%	20	0%	0	7,90%	59	5,73%	30	9,06%	223
04 أكتوبر 2019	33	0,66%	4	1,64%	5	0,00%	0	0%	0	0,67%	5	0,57%	3	0,69%	17
11 أكتوبر 2019	34	0,83%	5	7,21%	22	0,00%	0	3,26%	6	6,16%	46	7,63%	40	4,83%	119

7,51%	185	8,21%	43	0,94%	7	0%	0	5,05%	5	17,70%	54	12,60%	76	35	18 أكتوبر 2019
4,79%	118	11,26%	59	2,14%	16	0%	0	3,03%	3	3,28%	10	4,98%	30	36	25 أكتوبر 2019
3,61%	89	3,82%	20	2,81%	21	0%	0	0,00%	0	6,56%	20	4,64%	28	37	10 نوفمبر 2019
2,23%	55	2,29%	12	2,95%	22	0%	0	0,00%	0	3,28%	10	1,82%	11	38	08 نوفمبر 2019
%100	2415	%21,28	524	%30,34	747	%7,47	184	%4,02	99	%12,38	305	%24,49	603		المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (52) إلى أسباب الحركات الاحتجاجية كما تم عرضها في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، فمن خلال قراءة الأرقام الإحصائية يتبين أن انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي بنسبة 30,34% بمجموع (747 تكراراً)، تصدرتها الجمعية الواحد وثلاثون (20 سبتمبر 2019) بنسبة 14,32% بمجموع (107 تكراراً).

يمكن القول إن تسليط الصفحة الضوء على الفساد تحديداً في هذه الجمعية لم يكن عشوائياً، بل هو جزء من خطاب استراتيجي يهدف إلى تحويل النقاش من مظاهر الأزمة إلى أسبابها العميقة، وربط الحراك بمطلب التغيير البنوي، لا السطحي، فقد تزامن هذا التاريخ مع دخول الحراك شهره السابع، وهي فترة كانت فيها السلطة قد بدأت تتجه أكثر نحو "خيار الانتخابات" رغم غياب ضمانات التغيير الحقيقي، مما دفع الصفحة إلى تسليط الضوء مجدداً على الجذور العميقة للأزمة، وعلى رأسها الفساد، لتذكير المتصفحين بأن المشكلة ليست إدارية أو تقنية، بل تتعلق ببنية الحكم وممارساته.

هذا التركيز يتماشى مع استراتيجية الصفحة في تعميق الوعي السياسي وربط اللحظة الراهنة بتاريخ طويل من الفساد المتجذر، مما يجعل المطالب الشعبية مشروعة وغير قابلة للاختزال في مجرد تغيير رمزي أو جزئي. كما أن الكم الهائل من الفساد الذي كُشف عنه خلال الأشهر الأولى من الحراك (محاكمات، اعتقالات، فضائح...) وقر مادة خصبة للصفحة لإعادة تأكيد أن هذا السبب لم يكن مجرد اتهام بل حقيقة موثقة، تستوجب المعالجة الجذرية. والملاحظ أن الجمعية الواحدة والثلاثون شهدت أيضاً ارتفاعاً عاماً في عدد المنشورات المرتبطة بالمطالب الجوهرية، ما يعكس رغبة واضحة في إعادة تأطير النقاش العام نحو "جذر الأزمة" بدل انشغاله بالحلول الظرفية.

تلتهاتنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة) بنسبة 24,49% بمجموع تكرار 603، وقد تصدرت الجمعية الخامسة عشر بتاريخ 31 ماي 2019 حجم التناول بنسبة 14,93% بمجموع 90 تكراراً، في ظرف سياسي حساس تميّز بدخول الجزائر في مرحلة انتقالية، وتعيين عبد القادر بن صالح رئيساً للدولة بالنيابة يوم 9 أفريل 2019، بعد استقالة الرئيس بوتفليقة، تطبيقاً للمادة 102 من الدستور. ورغم أن هذا التعيين جاء ضمن مسار دستوري، إلا أن الحراك رفضه بشدة لكونه يمثل استمرارية للنظام نفسه الذي يُحمّله المتظاهرون مسؤولية الأزمة، إذ

اعتُبر تعيين بن صالح التفافاً على المطلب الأساسي المتمثل في القطيعة مع رموز المرحلة السابقة، وعلى رأسها من كانوا في هرم السلطة التشريعية. هذا ما يفسّر عودة التركيز على شعار "لا للعهد الخامسة" حتى بعد استقالة الرئيس، لأن المسألة - في منظور الحراك ومنشورات الصفحة - لا تتعلق بشخص الرئيس فقط، بل بضرورة تفكيك البنية السياسية القديمة بكل رموزها.

ونلاحظ من خلال توزع التكرارات أن النشر المرتبط بهذا السبب كان يتصاعد كلما اقتربت مواعيد الانتخابات، ما يعكس حرص الصفحة على التذكير بمطلب القطيعة مع رموز النظام، وتحسيد التغيير الحقيقي، وتحفيز الجمهور على رفض إعادة إنتاج النظام السابق بأدواته القديمة.

تأتي بعد ذلك فئة التهميش السياسي بنسبة 21,28% بمجموع تكرار 524، تصدرتها الجمعة السادسة والثلاثون بتاريخ 25 أكتوبر 2019 بنسبة 11,26% (59 تكراراً). وقد برزت خلالها المطالب المرتبطة بالديمقراطية والتغيير العميق للنظام السياسي القائم. يُلاحظ أن هذا التوقيت تزامن مع لحظة فارقة اتّضح فيها أن الحراك بات يرفض مجرد التغيير الرمزي، بل يطرح مطالب سياسية تمسّ بنية النظام، مثل تكريس استقلالية القضاء، تحرير الإعلام، محاربة الفساد، ومحاسبة رموز السلطة والمطالبة بعدالة اجتماعية حقيقية. وقد عكست هذه المرحلة وعياً متزايداً لدى الصفحة بأن التهميش السياسي لم يكن يقتصر على الإقصاء من مؤسسات الدولة، بل كان أيضاً موجّهاً نحو القوى المجتمعية والسياسية التي حاولت التفاعل مع الحراك. ويتجلى ذلك في تمسك المحتجين - كما أبرزته منشورات الصفحة - باستقلالية الحراك، ورفضهم انحراط رموز الأحزاب، حتى المعارضة منها، في صفوفه، بما يعكس وعياً جماعياً لدى المحتجين بأهمية الفصل بين التغيير الشعبي ومحاولات التوظيف الحزبي، تجنّباً لإعادة إنتاج المنظومة نفسها بوجوه جديدة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول أن الصفحة لم تكن مجرد ناقل لما يحدث على الأرض، بل مارست دوراً انتقائياً في التغطية، حيث اختارت ما تُبرزه وما تُغفله، بما يعكس زاوية نظر محدّدة، قد تتقاطع مع روح الحراك الشعبي، لكنها في جوهرها تبقى مُوجّهة وهادفة. فعندما تُسلّط الضوء على رفض الحراك لانحراط الأحزاب وتكرّر ذلك، فهي تُسهم في ترسيخ خطاب جمعي يؤكّد على استقلالية الحراك، حتى وإن لم تكن هي من أنتج هذا الخطاب. هذا ما تُعرّفه أدبيات الإعلام بـ "تأطير الواقع" (Framing). وبتركيزها المستمر على موقف الحراك الرافض للسياسيين، فإن الصفحة تُعزّز اتجاهًا معيّنًا داخل الحراك على حساب اتجاهات أخرى، كالدعوات التي نادى بتنظيم سياسي أو مرحلة انتقالية تؤطّر قوى حزبية. كما أنّ إبرازها المتكرّر لجذور الأزمة السياسية، من فساد وتهميش واستبداد رموز النظام، ساهم في إعادة توجيه النقاش العام من معالجة الأعراض إلى طرح أسباب الأزمة الجوهرية.

إلى جانب ذلك، قامت الصفحة بعملية توثيق انتقائية ومتواصلة، أدت إلى إنتاج سردية معيّنة عن الحراك، تصوّره على أنه حركة عفوية، شعبية، غير مؤطرة، ورافضة للأحزاب. وهي سردية سيكون لها أثر بالغ في تشكيل الذاكرة الجمعية حول تلك المرحلة.

انطلاقاً من هذه المعطيات، يتبيّن أن الصفحة لم تكن تكتفي بوظيفة النقل التقني أو الإعلامي البحث، بل مارست دوراً تأطيرياً غير مباشر، أسهم في إعادة تشكيل النقاش العام، وساهم في بناء وعي جماعي حول طبيعة الأزمة وحدود الحلول الممكنة.

ورغم أنها لا تنتج خطاباً سياسياً موجهاً، إلا أن انتقائية التغطية وتوقيت النشر جعل منها فاعلاً رقمياً ذا تأثير في مسار التغيير الشعبي، وحامياً - ضمناً - لاستقلالية الحراك من محاولات الاختراق الحزبي، لتتجاوز بذلك دور الوسيط المحايد، وتصبح طرفاً معنوياً في تشكيل المشهد الاتصالي للأزمة.

أعقبها تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي حازت على نسبة 12,38% من مجمل أسباب الاحتجاج، بما يعادل 305 تكراراً، وتصدّرت الجمعة الثانية والثلاثون بتاريخ 27 سبتمبر 2019 هذه الفئة بنسبة 26,23% بمجموع 80 تكراراً. وقد تميّزت تلك الفترة بتراكم الأسباب منها البيداغوجية-التربوية والمهنية، التي تداخلت مع السياق السياسي العام. فعلى المستوى البيداغوجي، جاءت تصريحات وزير التربية آنذاك بأن "المدارس منذ بداية الحراك الشعبي في 22 فيفري المنصرم عملت بشكل عادي، والإضرابات تُعد على الأصابع، ولهذا لا أظن أنه تم تسييس المدرسة"، لتُقابل على أرض الواقع بزخم احتجاجي في الوسط الجامعي والتعليمي، من خلال خروج الطلبة والأساتذة بمسيرات منتظمة، أبرزها استحداث مسيرة يوم الثلاثاء المخصصة للطلبة، ما يعكس تلاقي المطالب الاجتماعية والمهنية مع المسار السياسي العام. أما في قطاع الصحة، فقد شكّل حادث مستشفى واد سوف (الذي أدى إلى وفاة 8 رضع بين محترقين ومختنقين، مقابل إنقاذ 76 شخصاً) لحظة صادمة، فجّرت موجة تنديد واسعة بالفساد والإهمال، محمّلة المسؤولين تبعات الحادث. وقد تسببت هذه الحادثة في قرارات رسمية بإقالة مدير الصحة لولاية الوادي، ومدير المؤسسة الاستشفائية، ومدير المناوبة، ما زاد من حدة الغضب الشعبي، وساهم في توسيع قاعدة المشاركين في الحراك، ومن ضمنهم الأطباء، والطلبة، ووسائل الإعلام.

هذا التداخل بين المعاناة الاجتماعية والمهنية وبين المطالب السياسية يُظهر أن فئات واسعة من المجتمع شعرت بأن لا أمل في تحسين الأوضاع القطاعية دون تغيير على مستوى النظام السياسي. وهكذا، أدّت الحوادث الاقتصادية والاجتماعية الكبرى إلى تسريع عملية تسييس الحراك لدى فئات جديدة، وأسهمت في توحيد المطالب نحو هدف مركزي هو التغيير الجذري في منظومة الحكم.

وهكذا، فإن اختيار الصفحة لتسليط الضوء على هذه الحوادث ونشرها في توقيتات حساسة، يعكس دورها في إعادة تأطير الأزمة من زوايا متعددة: اجتماعية، مهنية، وسياسية، ويظهر سعيها لتوسيع قاعدة المطالب الشعبية

عبر إبراز معاناة فئات مهنية مختلفة. وبهذا، فقد ساهمت في بناء سردية تُظهر أن التغيير لا يمكن أن يكون قطاعيًا أو جزئيًا، بل يجب أن يكون شاملاً وجذريًا.

من خلال هذا التناول، يتضح أن الصفحة لم تكن تنقل فقط ما يحدث على الأرض، بل كانت تختار ما تُبرزه، وتربطه بسياق أوسع، مما يجعلها فاعلاً اتصالياً يُعيد توجيه الغضب المهني والاجتماعي نحو مطالب سياسية، ويُسهّم في بلورة وعي جماعي بأن المشكلات اليومية هي انعكاس مباشر لطبيعة النظام الحاكم، وبالتالي لا حل دون تغييره.

لتأني بعدها المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري بنسبة بلغت 7,47% يقابلها 184 تكرارًا، تصدرتها الجمعة الواحد والثلاثون بتاريخ 20 سبتمبر 2019 بنسبة 30,43% بمجموع 56 تكرارًا. يُظهر إبراز الصفحة لفئة المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري، من خلال منشورات متكررة في الجمعة الحادية والثلاثين على وجه الخصوص، وعيًا بأهمية هذه الأبعاد كعنصر تعبوي غير مباشر. فطرح هذه المعاناة - كالشعور بالذل، الانسحاب من الفعل السياسي، الإحساس بغياب الأفق - لا يُقدّم كحالة فردية، بل يُعاد تأطيره كأثر جماعي لسياسات فاشلة ومنظومة فاسدة.

وهذا ما يكشف عن زاوية نظر الصفحة التي لا تكتفي بتصوير الواقع، بل تمنح هذه المعاناة شرعية احتجاجية، وتربطها بما هو سياسي واجتماعي في آنٍ واحد. وبهذا المعنى، فإن الصفحة لا تستحضر البعد النفسي والاجتماعي كمجرد عرض جانبي، بل كمكوّن مكمل يُبرز استمرار الحراك، ويمنحه بعدًا إنسانيًا وشعبيًا يُخاطب شرائح أوسع من الجمهور.

وبهذا الشكل تُعتبر هذه الفئة من الفئات المكتملة للفئات الأخرى ذات الطابع الهيكلي، مثل "الفساد"، "الرموز السياسية"، و"التهميش". فهي لا تُناقضها، بل تُمثّل نتائجها الإنسانية والمعيشية، وهو ما يساهم في تعميق أثر التأطير الذي تقوم به الصفحة، أي الانتقال من تشخيص الفساد كواقعة إلى تصوير نتائجه على الحياة اليومية والنفسية للمواطن.

ويُظهر تكرار منشورات الصفحة لفئة فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة بنسبة 4,02% ومجموع 99 تكرارًا، خاصةً في الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) التي أحرزت فيها على نسبة 30,30% ما يعادل 30 تكرارًا، أنها جاءت كردّ ضمني على خطاب السلطة الذي دعا إلى حوار من دون تغيير فعلي، مما أبرز الهوة بين الخطاب والممارسة.

إن هذه الفئة كانت تُعامل كأحد الأسباب العميقة والمركّبة للأزمة، لا كأزمة ظرفية فقط. إذ لم يكن الحراك كما يبيّنه الصفحة مجرد رد فعل على قرارات آنية، بل كان نتيجة تراكم طويل من الخيبة الجماعية من قدرة الدولة على إحداث تغيير حقيقي أو تقديم ضمانات ذات مصداقية.

ومن خلال إبراز هذا السبب، ساهمت الصفحة في تفسير دوافع الاحتجاجات بلغة عقلانية تُحمّل المؤسسات مسؤولية فقدان الثقة بدلاً من تحميلها للشارع أو المواطن وتأطير النقاش العام حول جدوى الحلول المطروحة من طرف السلطة، عبر تذكير الجمهور بأن الأزمة لم تكن في الأشخاص فقط، بل في فقدان الشرعية والثقة في المؤسسات التي يمثلونها وبالتالي دفع الجمهور نحو وعي مؤسسي، إذ تُصبح مطالب التغيير شاملة للمنظومة القانونية والإدارية، لا مقتصرة على وجوه سياسية. إن هذه الفئة تُعتبر نقطة تقاطع مع عدد من الفئات الأخرى فهي تُمثّل نتيجة من نتائج الفساد السياسي، وامتداداً لأزمة التمثيل وفقدان الشرعية التي ظهرت في فئة الرموز السياسية. كما تُكَمّل فئة المعاناة النفسية والاجتماعية من حيث كون فقدان الثقة في الدولة يُفضي إلى الشعور بالعجز والانسحاب من الفعل السياسي وتُهدّد الطريق لفهم ظهور مطالب بديلة تُعبّر عن الرغبة في بناء نظام جديد يقوم على المساءلة والاستحقاق بدل الولاء.

وعليه أظهرت الصفحة هذا الفشل كسبب بنيوي للأزمة، وكمؤشر على فقدان الدولة للشرعية والقدرة على التمثيل الفعلي للشعب.

يتضح من خلال نتائج هذه المرحلة أن السبب السياسي كان هو المحور الجامع لكل المطالب التي سبق التعبير عنها، حيث توحدت مختلف الدعوات الاجتماعية والمهنية والاقتصادية تحت مطلب مركزي هو "تغيير النظام السياسي". ويؤكد هذا التحول أن الوعي السياسي الافتراضي قد لعب دوراً أساسياً في ولادة الحراك واستمراره، إذ أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مصدراً رئيسياً لنشر الوعي بمختلف مستوياته.

وتبرز هذه النتائج أيضاً تعدد القراءات تجاه الحراك، فهناك من يراه انعكاساً مباشراً لهذا الوعي الاجتماعي الجديد الذي غدّته وسائل التواصل، وهناك من يعتبر المنصات مجرد أداة، لا الفاعل الأساسي في تحريك الجماهير. بينما يرى اتجاه ثالث أن ما حدث كان تعبيراً عن وعي شعبي فطري وغير مؤطر، لكنه وعي مشروع، تؤكد في تلك الأسابيع الأولى التي بدأ فيها المواطنون يهتفون بمطالب دستورية واضحة ويرفعون شعارات قانونية تطالب بتطبيق ما يكفله لهم الدستور، في مؤشر على ارتفاع مستوى الوعي السياسي الشعبي، لا سيما لدى فئة الشباب.

ث- أنواع المطالب الاحتجاجية كما عكستها منشورات الصفحة أثناء الحراك الشعبي (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 53 يبين مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	المطالب التكرار
26,40%	650	تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة)
1,99%	49	تطبيق المادتين (7 و 8) و المادة (102)
5,19%	128	فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة
52,15%	1284	تنحية رموز الفساد (العصابة)
12,38%	305	حقوق اجتماعية، اقتصادية... الخ)
1,86%	46	لم يرد فيها مطالب
100%	2462	المجموع

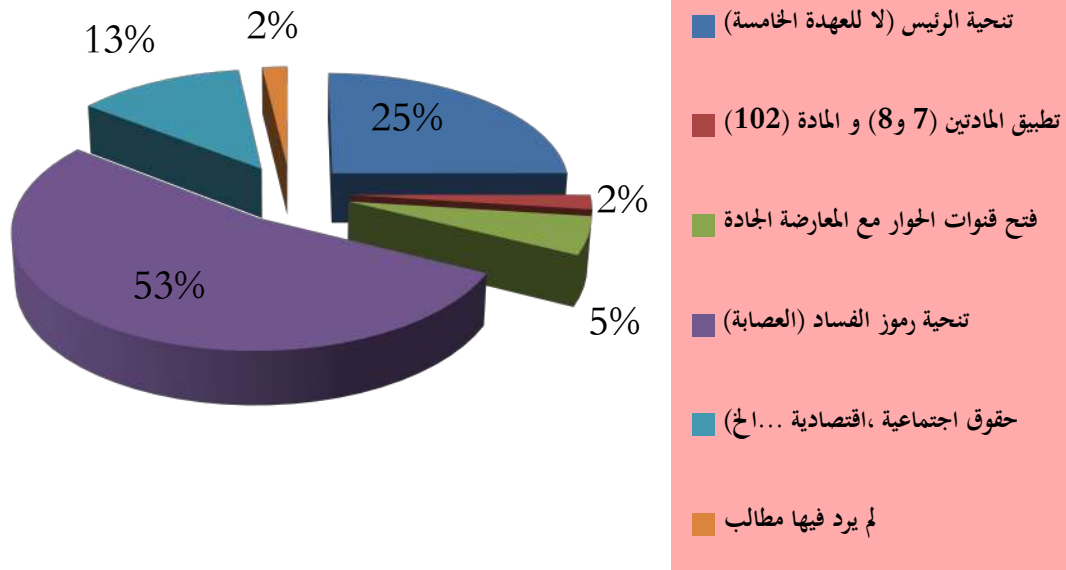
أظهر الجدول رقم (53) المتعلق بفئة مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الأزمة أن الصفحة ركزت بشكل لافت على البعد السياسي للأزمة، وجعلت من مطلب تنحية رموز الفساد أو "العصابة" العنوان الأبرز لمطالب الحراك، بنسبة تجاوزت نصف مجموع التكرارات (52,15%) بمجموع 1284 تكرارا. هذا التوجه يكشف عن رؤية تأطيرية متعمدة للصفحة، حيث عملت على توجيه النقاش العام نحو تفكيك منظومة الحكم لا الاكتفاء برفض العهد الخامسة فقط. وهو ما يتضح أيضاً من المرتبة الثانية التي احتلها شعار "لا للعهد الخامسة" بنسبة 26,40% ما يقابل 650 تكراراً، والذي رغم مركزته في بدايات الحراك، لم تحتفظ له الصفحة بالصدارة، بل تجاوزته نحو المطالبة بمحاسبة النظام بأكمله، وهو ما يعكس تحولا واعياً للأولويات.

أما التركيز على المطالب الاجتماعية والاقتصادية، فرغم أهميته، بقي محدوداً من حيث النشر، مما يبين أن الصفحة انخرطت بوضوح في تأطير الحراك ضمن بعد سياسي مركزي، تجاوز المطالب الاجتماعية التي كانت أكثر حضوراً في مرحلة ما قبل الأزمة، والتي لم تتجاوز في هذه المرحلة 12,38% بمجموع 305 تكراراً.

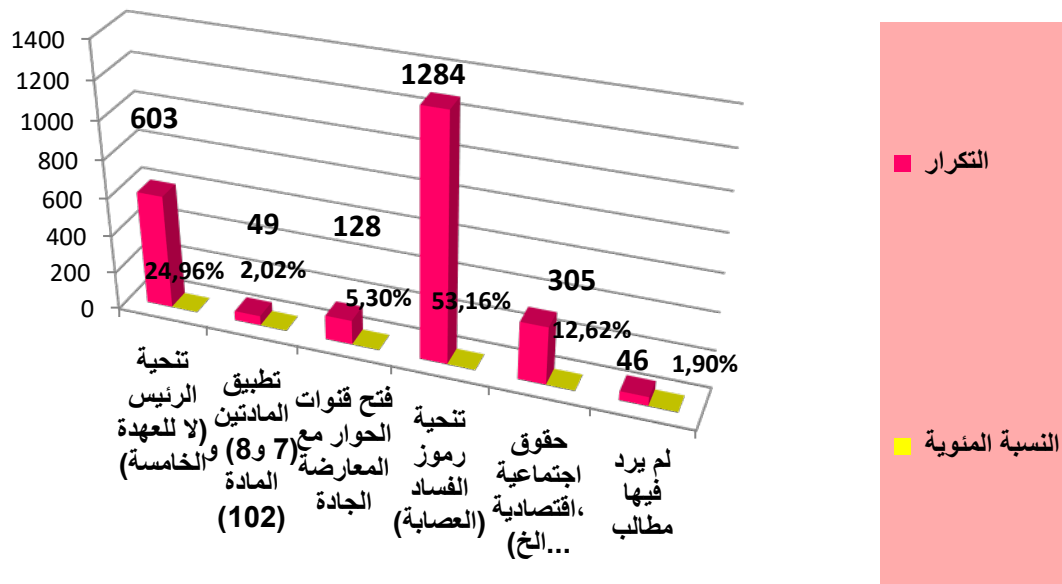
مما يدل على أن الصفحة لم تكن تتابع الأزمة من زاوية احتياجات معيشية فقط، بل كانت تُعيد تشكيل الوعي الجماعي نحو أسباب الأزمة السياسية الجوهرية، وبالتالي نقلت الحراك من احتجاجات مطلّبية إلى مسار سياسي عميق.

من جهة أخرى، فإن نسبة المطالب المتعلقة بفتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة والتي بلغت 5,19% بمجموع 128 تكراراً، وتلك المتعلقة بتطبيق الدستور (خاصة المواد 7، 8، 102) التي أخذت نسبة 1,99% عن 49 تكراراً، تكشف عن وعي مؤسسي لدى الصفحة، لكنها لم تدفع بهذه المطالب إلى الواجهة بنفس قوة المطالب المتعلقة بإسقاط العصابة، ما يُظهر أنها كانت تُوازن بين إبراز بعض المخارج السياسية، وبين الإبقاء على سقف مرتفع من المطالب الجذرية.

أما نسبة المنشورات التي لم تشر إلى مطالب مباشرة ومحدّدة فقد بلغت 1,86% بمجموع 46 تكراراً، فهي تُظهر أن الصفحة لم تكن فقط تُطلق شعارات أو تُعيد نشر المطالب، بل لعبت دوراً شبيهاً بـ "الإعلام البديل" الذي يُواكب تطورات الأزمة بطريقة مهنية نسبياً لكونها تجنبت التحيز لوظيفة واحدة (التحريض أو التعبئة)، بل حافظت على "هامش من المهنية الإعلامية"، أي أنها وازنت بين التأطير السياسي (عبر نشر المطالب)، والتغطية الإخبارية للأحداث (المواكبة الإعلامية). وبالتالي قامت بتأطير الأزمة سياسياً دون السقوط في التوجيه الأعمى أو التحريض العشوائي. فهذا التوازن يُبرز الدور المزدوج الذي لعبته الصفحة من جهة كفاعل تعبوي سياسي، دعم الحراك عبر نشر المطالب ومن جهة أخرى كمنصة تواكب تطورات الأزمة بصورة تُعزّز مصداقيتها كمصدر بديل موثوق، دون أن تخرج عن المسار العام الداعم للحراك. وهذا يدل على وعي استراتيجي في إدارة محتوى الصفحة.



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 54 يبين مطالب الاحتجاجات أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الجملة	تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة)		تطبيق المادتين (7 و 8) والمادة (102)		فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة		تنحية رموز الفساد (العصابة)		حقوق اجتماعية اقتصادية (... الخ)		لم يرد فيها مطالب		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	5	0,77%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,08%	2	0,66%	0	0,00%	8	0,32%
01 مارس 2019	2	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	0,98%	0	0,00%	3	0,12%
08 مارس 2019	3	6	0,92%	2	4,08%	4	3,13%	4	0,31%	2	0,66%	0	0,00%	18	0,73%
15 مارس 2019	4	5	0,77%	0	0,00%	1	0,78%	45	3,50%	2	0,66%	2	4,35%	55	2,23%
22 مارس 2019	5	5	0,77%	3	6,12%	0	0,00%	15	1,17%	2	0,66%	0	0,00%	25	1,02%
29 مارس 2019	6	6	0,92%	1	2,04%	4	3,13%	22	1,71%	0	0,00%	0	0,00%	33	1,34%
5 أفريل 2019	7	1	0,15%	1	2,04%	0	0,00%	2	0,16%	0	0,00%	0	0,00%	4	0,16%
12 أفريل 2019	8	5	0,77%	1	2,04%	0	0,00%	133	10,36%	0	0,00%	0	0,00%	139	5,65%
19 أفريل 2019	9	11	1,69%	1	2,04%	0	0,00%	22	1,71%	0	0,00%	0	0,00%	34	1,38%
26 أفريل 2019	10	3	0,46%	1	2,04%	0	0,00%	20	1,56%	2	0,66%	0	0,00%	26	1,06%
30 ماي 2019	11	4	0,62%	1	2,04%	0	0,00%	9	0,70%	0	0,00%	1	2,17%	15	0,61%
10 ماي 2019	12	1	0,15%	1	2,04%	0	0,00%	12	0,93%	0	0,00%	0	0,00%	14	0,57%

0,93%	1,10%	1,14%	1,75%	2,84%	0,61%	0,73%	1,62%	0,85%	0,65%	11,37%	13,53%	2,68%	1,14%
23	27	28	43	70	15	18	40	21	16	280	333	66	28
0,00%	4,35%	0,00%	2,17%	2,17%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,52%	10,87%	8,70%	0,00%
0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	3	5	4	0
0,98%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,33%	0,00%	0,00%	1,31%	0,66%	1,97%	3,28%	1,97%	0,00%
3	0	0	0	0	1	0	0	4	2	6	10	6	0
1,17%	1,17%	1,17%	1,40%	3,27%	0,55%	0,86%	2,49%	0,70%	0,62%	8,10%	13,78%	2,41%	1,56%
15	15	15	18	42	7	11	32	9	8	104	177	31	20
1,56%	0,78%	0,78%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	64,84	2,34%	6,25%	0,78%
2	1	1	8	0	0	0	0	0	0	83	3	8	1
2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
0,31%	1,23%	1,69%	2,31%	4,00%	0,92%	0,92%	1,08%	1,08%	0,77%	12,77	21,08	2,46%	0,92%
2	8	11	15	26	6	6	7	7	5	83	137	16	6
26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13
16 أوت 2019	09 أوت 2019	02 أوت 2019	26 جويلية 2019	19 جويلية 2019	12 جويلية 2019	5 جويلية 2019	28 جوان 2019	21 جوان 2019	14 جوان 2019	7 جوان 2019	31 ماي 2019	24 ماي 2019	17 ماي 2019

%100	2,52%	4,39%	6,21%	5,89%	1,99%	0,97%	5,40%	6,54%	5,81%	1,95%	0,73%	1,46%
2462	62	108	153	145	49	24	133	161	143	48	18	36
%1,86	0,00%	0,00%	4,35%	4,35%	4,35%	4,35%	13,04%	15,22	13,04%	0,00%	0,00%	0,00%
46	0	0	2	2	2	2	6	7	6	0	0	0
%12,38	3,28%	6,56%	3,28%	17,70%	7,21%	1,64%	26,23%	3,93%	8,85%	3,93%	0,66%	1,97%
305	10	20	10	54	22	5	80	12	27	12	2	6
%52,15	3,12%	4,60%	8,57%	0,93%	1,48%	0,93%	0,93%	8,10%	5,30%	1,87%	0,70%	2,02%
1284	40	59	110	12	19	12	12	104	68	24	9	26
%5,19	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,13%	4,69%	0,00%	1,56%	0,00%
128	0	0	0	0	0	0	0	4	6	0	2	0
%1,99	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%	24,49%	2,04%	2,04%	2,04%	2,04%
49	1	1	1	1	1	1	1	12	1	1	1	1
%26,40	1,69%	4,31%	4,62%	11,69	0,77%	0,62%	5,23%	3,38%	5,38%	1,69%	0,62%	0,46%
650	11	28	30	76	5	4	34	22	35	11	4	3
	38	37	36	35	34	33	32	31	30	29	28	27
المجموع	08 نوفمبر 2019	10 نوفمبر 2019	25 أكتوبر 2019	18 أكتوبر 2019	11 أكتوبر 2019	04 أكتوبر 2019	27 سبتمبر 2019	20 سبتمبر 2019	13 سبتمبر 2019	6 سبتمبر 2019	30 أوت 2019	23 أوت 2019

يتضح من بيانات الجدول 54 أن هناك عدة مطالب تم نشرها في الصفحة في مقدمتها تنحية رموز الفساد (رحيل العصاة) بنسبة 52,15% بمجموع تكرار 1284 مرة، في مقدمتها الجمعة الخامسة عشر بتاريخ 31 ماي 2019 بنسبة 13,78% بمجموع 177 تكراراً.

يتضح من بيانات الجدول رقم (54) أن أبرز المطالب التي روجت لها الصفحة خلال مرحلة الأزمة تمثل في الدعوة إلى تنحية رموز الفساد أو ما يُعرف في الخطاب الشعبي بـ"رحيل العصاة"، وذلك بنسبة بلغت 52,15% من مجموع المطالب المنشورة، أي ما يعادل 1284 تكراراً. وقد سُجّلت الذروة في التداول خلال الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019)، بنسبة 13,78% بمجموع 177 تكراراً. ويُشير هذا التوقيت إلى لحظة سياسية مفصلية، إذ جاءت هذه الجمعة بعد قرابة شهر من استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة (2 أبريل 2019)، وهو ما شكّل نقطة تحوّل في طبيعة الحراك الشعبي، حيث انتقلت المطالب من التركيز على إسقاط رأس النظام إلى طرح مطلب أكثر عمقاً وهو "القطيعة الجذرية" مع منظومة الحكم القائمة.

وقد ساهمت الأحداث المتسارعة نهاية شهر ماي، خاصة بعد توقيف عدد من الشخصيات البارزة في السلطة السابقة، مثل السعيد بوتفليقة، والجنرالين محمد مدين (توفيق) وعثمان طرطاق، إلى جانب رجال أعمال محسوبين على السلطة مثل الإخوة كونيناف وعلي حداد، في تحفيز النقاش العام وترسيخ مطلب المحاسبة الجذرية. مما يعني أن الصفحة كانت واعية بتحوّلات المرحلة، فركّزت على مطلب اجتثاث جذور النظام وليس فقط تغيير الواجهة. وهنا لعبت دوراً تأطيرياً حاسماً بتحويل الوعي الشعبي نحو عمق الأزمة وليس فقط شعاراتها الأولى (مثل رفض العهدة الخامسة).

يتبيّن من معطيات الجدول رقم 54 أن المرتبة الثانية من حيث التكرار عادت لمطلب "تنحية الرئيس" تحت شعار "لا للعهد الخامسة"، بنسبة 26,40% من مجموع المطالب، بـ 650 تكراراً. وقد بلغ ذروته أيضاً في الجمعة الخامسة عشر بتاريخ 31 ماي 2019، آخذاً نسبة 21,08% بمجموع 137 تكراراً.

مما يوضح أن الحراك كان يراهن في هذه المرحلة على تكثيف الضغط الرمزي ضد منظومة بوتفليقة حتى بعد رحيله الرسمي، في 02 أبريل 2019، لتأكيد مطلب "القطيعة الجذرية" مع النظام، لا مجرد تغييرات شكلية. فاستمرار تداول هذا الشعار بكثافة بعد نهاية العهدة الخامسة يُشير إلى تحوّله من مجرد مطلب مباشر مرتبط بشخص الرئيس، إلى رمز سياسي أعمق يجسد رفض امتدادات النظام القديم ومقاومة محاولات إعادة إنتاجه في شخصيات جديدة، مثل الوزير الأول نور الدين بدوي، أو الرئيس المؤقت عبد القادر بن صالح، أو حتى القائد صالح قائد أركان الجيش آنذاك. إن تبني الصفحة إبراز عودة هذا الشعار بقوة خلال الجمعة الخامسة عشر، وما واكبها من مؤشرات على إعادة ترتيب النظام لأوراقه، يكشف عن دور تأطيري واضح للصفحة في ترسيخ فكرة أن الأزمة لم تنتهِ برحيل الرئيس، بل إن جذورها ما تزال قائمة. فقد تعمّدت الصفحة إبراز شعار "لا للعهد الخامسة" خارج سياقه الزمني المباشر، لتوظيفه كأداة رمزية لتأكيد مطلب ضرورة التغيير الجذري، وعدم الاكتفاء

بالتحولات الشكلية. وبهذا المعنى، يظهر أن الصفحة لم تكن تواكب الحراك فحسب، بل كانت تساهم في توجيه النقاش العام نحو عمق الأزمة، وهو رفض المنظومة السياسية ككل.

في المرتبة الثالثة من حيث التكرار، جاءت المطالب ذات الطابع الاجتماعي والاقتصادي بنسبة 12,38% بـ 305 تكراراً، وقد تصدرتها الجمعة الثانية والثلاثون (27 سبتمبر 2019) بنسبة 26,23% بـ 80 تكراراً، وهو ما يشير إلى تحوّل جزئي في سلم الأولويات لدى الشارع بعد أكثر من سبعة أشهر من الحراك. هذا الارتفاع لم يكن معزولاً عن السياق السياسي والاجتماعي؛ فالجمعة الـ 32 تزامنت مع الإعلان عن فتح باب الترشح لرئاسيات ديسمبر، في ظل انسداد سياسي وتجاهل رسمي لمطالب التهذئة، ما خلق حالة من الإحباط الشعبي. ومع شعور متزايد بالإرهاق، عادت القضايا المعيشية والمهنية لتفرض نفسها في الخطاب الاحتجاجي، خاصة لدى الفئات المتوسطة والهشة.

وهنا يُبرز الخط التحريري للصفحة الذي لعب دوراً مهماً في إبراز هذا التحوّل؛ إذ لم تكتفِ الصفحة بإعادة إبراز المطالب السياسية الكبرى، بل أظهرت قدرة على تأطير المشاغل اليومية ضمن مسار الحراك، ففتحت المجال للمطالب الاجتماعية مثل التشغيل وتحسين الرواتب وتسوية الأوضاع المهنية، دون أن تخرج عن الخط العام الرفض للمسار السياسي المفروض. هذا التفاعل يعكس مرونة تحريرية ووعياً بتطور مطالب الشارع، ويظهر كيف لعبت الصفحة دوراً مزدوجاً: من جهة، وسّعت هوامش التعبير الشعبي، ومن جهة أخرى، حافظت على الربط بين تحسين الواقع المعيشي والتغيير السياسي الجذري.

سجّلت فئة "فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة" نسبة 5,19% بمجموع 128 تكراراً، وتجلّت ذروتها في الجمعة السادسة عشرة (7 جوان 2019) بنسبة لافتة بلغت 64,84% بمجموع 83 تكراراً، وهي نسبة مهيمنة وغير معتادة، إذ تمثل وحدها أكثر من نصف تكرارات هذه الفئة.

هذه النتيجة تحمل دلالات سياسية بالغة الأهمية، لأنها تعكس لحظة فارقة في تطور الخطاب الشعبي داخل الحراك، وتكشف عن تفاعل الصفحة مع سياقات دقيقة كانت تجري على الأرض في ذلك الوقت. إذ تميّزت المرحلة بدخول خطاب الحوار إلى واجهة النقاش السياسي، فقد جاءت هذه الجمعة مباشرة بعد إعلان رئيس المجلس الشعبي الوطني السيد بن صالح في بداية جوان 2019، نية السلطة فتح حوار سياسي للخروج من الأزمة، لكن دون تقديم ضمانات حقيقية. في المقابل، أبدت بعض الشخصيات الوطنية والمعارضة قبولاً مبدئياً بفكرة الحوار، لكن بشرط أن يكون حواراً جاداً وشاملاً وليس مجرد آلية لتمرير الانتخابات. في حين عبّر الشارع عن موقف مزدوج تمثل في رفض التفاوض مع السلطة في شكلها القديم، لكن دون رفض مطلق لفكرة الحوار. في هذا السياق السياسي ظهرت الدعوات بوضوح تطالب بـ "الحوار مع المعارضة الجادة"، ما يعني شخصيات أو تنظيمات تحظى بشرعية سياسية أو تاريخية وليست جزءاً من السلطة الفعلية أو من حواشي النظام. وقد لعبت الصفحة المدروسة في هذه الجمعة دوراً مهماً في إبراز هذا النقاش السياسي المسؤول. من خلال ما تضمنته من تفاعل مع

هذا التحول في مسار الحراك، فمنشوراتها في هذه الفترة عكستوعياً بضرورة التفكير في مخارج للأزمة وأبانت عن رغبة في الحفاظ على زخم الحراك دون الوقوع في الجمود أو القطيعة التامة. مع ترسيخ فكرة أن المعارضة الجادة ليست خصماً بل شريك في تحقيق التغيير. هذا التركيز المكثف في أسبوع واحد يعكس نضجاً في وعي الصفحة ومحاولتها ضمان التأطير السياسي الواعي للأزمة، عبر طرح البدائل المقبولة شعبياً مثل المعارضة الجادة، لا السلطة المرفوضة.

وعليه يمكن القول أن الصفحة لعبت دوراً تأطيرياً حاسماً، إذ ساهمت في نقل النقاش من مستوى الرفض المطلق إلى التفكير العملي في حلول سياسية مشروطة، مما يعكس وعياً متقدماً داخل الحراك ومرونة تحريرية سمحت بتوجيه الرأي العام نحو مقارنة واقعية دون التخلي عن المطالب الجوهرية.

رغم محدودية الحضور العددي لمطلب "إعادة الدستور" ومراجعة (قانون المالية 2018)، بنسبة 1,99% بمجموع 49 تكراراً، إلا أن دلالاته النوعية كانت لافتة، خصوصاً في الجمعة الواحدة والثلاثين (20 سبتمبر 2019) التي سجلت نسبة 24,49% من هذا المطلب بمجموع 12 تكراراً.

يكشف هذا المعطى، عن تصاعد ملموس في الوعي المؤسسي داخل الحراك، في مرحلة متقدمة من تطوره، مع نضوج الخطاب العام الذي صار يتجاوز الشعارات السياسية العامة (رحيل النظام، رفض الانتخابات، لا لحكم العسكر...) لي طرح أسئلة أكثر عمقاً حول البنية الدستورية والقانونية للنظام السياسي وليس فقط لأشخاصه وعلاقتها بالأزمة السياسية العامة.

فالدعوة إلى "إعادة الدستور" لم تكن مجرد مطلب إصلاحي شكلي، بل مثلت تشخيصاً جذرياً لجوهر الأزمة السياسية، المرتبطة بصلاحيات الرئيس، وغياب التوازن بين السلطات، والتضييق على الحريات، إلخ، ما يعكس رغبة في التأسيس لنظام سياسي جديد يقوم على قواعد واضحة تضمن الفصل بين السلطات، كما أن ربط هذا المطلب بقانون المالية لسنة 2018، الذي كان محط انتقاد واسع بسبب تحميله المواطن أعباء التقشف وتكريسه أولويات اقتصادية لا تخدم التنمية الاجتماعية مع تمريره دون رقابة شعبية أو مساءلة برلمانية حقيقية. وعليه فالمطالبة بإعادة النظر فيه ترمز إلى رفض السياسات الاقتصادية الريعية أو اللاشرعية مع التشكيك في شرعية مؤسسة البرلمان التي صادقت عليه أصلاً. فشكّل هذا المطلب عنواناً لسياسات اقتصادية غير عادلة، عاكسا اندماجاً واعياً بين المطالب السياسية والاقتصادية في نقد بنيوي شامل للنظام.

في هذا السياق، أدّت الصفحة دوراً تأطيرياً نوعياً، فإبراز هذا المطلب ولو بنسبة ضئيلة يُظهر أن الصفحة لم تقتصر على نقل المطالب، ومواكبة تطور النقاش داخل الحراك من شعارات إلى مطالب مؤسسية، ولم تكتفِ بلعب دور التعبئة العاطفية أو الشعاراتية، بل حرصت مضامينها حرصاً واضحاً على تأطير النقاش العام ضمن أطر دستورية وقانونية، مما يمنحها طابعاً أكثر رصانة وتوجّهاً تأطيرياً قانونياً على مستوى الخطاب.

فيما يخص النسبة الأخيرة 1,86% (46 تكراراً)، التي تمثل منشورات غير مباشرة في طرح مطالب الحراك، والتي عادت فيها أعلى نسبة إلى الجمعة الواحد والثلاثون بتاريخ 20 سبتمبر 2019 بنسبة 15,22% بمجموع 07 تكرارات.

عكست تلك المضامين أصداً عامة للحراك وأبعاده المتداولة، كما حملت دلالة نوعية بارزة، إذ لم تتناول مطالب الحراك بشكل مباشر، بل عبّرت عن أبعاد فكرية ومجتمعية أعمق. وتمثلت هذه المضامين في مواضيع تمس قضايا مركزية كالدولة الوطنية، الهوية، السيادة، التنمية، العدالة الاجتماعية، وبناء دولة القانون، وهي إشارات واضحة أرادت الصفحة تمريرها وهي أن الحراك لم يكن مجرد تعبير احتجاجي عابر، بل حمل دعوة تتجاوز تغيير الوجوه نحو إعادة تأسيس النظام برؤية مجتمعية شاملة. وقد تجلّى هذا الوعي المتراكم في شعارات مثل "العدالة فوق الجميع"، "نريد جزائر جديدة قوية اقتصادياً وعلمياً"، و"نبنو بلادنا قاع"، التي رافقت مختلف

جمعات الحراك، وإن بنسب متفاوتة. وفي هذا الإطار، أدّت الصفحة محل الدراسة دوراً واضحاً في تأطير هذا الأفق الفكري من خلال عدم الاكتفاء بنقل المطالب الآنية، بل فتحت النقاش حول مشروع بديل، تُوج بصياغة رؤية موسومة بـ"هذا هو المشروع الذي نريد تحقيقه"، وهو ما يعكس تحولاً نوعياً في طبيعة المضامين المتداولة من الاحتجاج إلى الاقتراح، ومن المطالبة إلى التخطيط، معتبرة إياه حراكاً مجتمعياً ذا أبعاد حضارية، وليس مجرد رد فعل على أزمة ظرفية.

هذه المعطيات تعكس أن الصفحة لم تكن حريصة على التفاعل مع الوعي الجماعي للحراك ولا بنقل المطالب فقط، وإنما بتوسيع أفق النقاش إلى حلول واقعية، تحت رؤيا أعطتها عنوان، "هذا هو المشروع الذي نريد تحقيقه"، مما يدل على تحوّل المحتوى لأفق أوسع.

وعليه، تكشف طبيعة المطالب التي ركّزت عليها الصفحة المدروسة خلال مرحلة الحراك عن دور يتجاوز مجرد نقل الشعارات المتداولة، نحو أداء تأطيري فعال يهدف إلى ترتيب الخطاب الاحتجاجي وتوجيهه. فقد حرصت الصفحة على تقديم المطالب ضمن سياقاتها الزمنية، وعلى توسيع نطاقها من شعارات ظرفية ترتبط بأشخاص (مثل الرئيس ورموز النظام) إلى قضايا أكثر عمقاً تمسّ جوهر بنية النظام، كالدعوة إلى مرحلة انتقالية وتغيير طبيعة النظام السياسي.

بهذا، أدّت الصفحة وظيفة بارزة في رسم أولويات الخطاب الاحتجاجي الرقمي، عاكسة وعياً سياسياً بالسياق وتحولاته. كما تنوّعت مضامينها بين مطالب سياسية، قانونية (مثل الدستور)، اقتصادية (محرارة الفساد)، ومؤسسية (إعادة بناء الدولة)، بما يعكس تصوراً شمولياً للأزمة. ومع ذلك، ظلّ الطابع السياسي السيادي حاضراً كأولوية في معالجتها، ما يدل على خط تحريري منحاز بوضوح إلى مطلب التغيير الجذري، مع استبعاد القضايا الهامشية أو الثانوية.

واللافت أن بعض الجمع عرفت تكتيقيًا واضحًا في تناول مطالب محددة، في توقيتات حسّاسة، مما يشير إلى وجود نية تحريرية في إعادة توجيه النقاش العام وترسيخ أولويات معيّنة داخل الوعي الاحتجاجي الرقمي. وعليه تكشف طبيعة المطالب التي ركّزت عليها الصفحة المدروسة خلال مرحلة الحراك عن دور فاعل في بلورة الخطاب الاحتجاجي الرقمي وتأثيره، بما يتجاوز التغطية الانفعالية أو إعادة نشر ما يُداول شعبياً. فقد ساهمت الصفحة في ترتيب المطالب السياسية وفق منطق تدريجي يأخذ بعين الاعتبار تطور السياق السياسي، متجاوزة المطالب الظرفية المرتبطة بالأشخاص (كرحيل الرئيس أو رموز النظام)، نحو قضايا أكثر بنيوية تمس جوهر النظام السياسي، كالمطالبة بمرحلة انتقالية وتغيير طبيعة الحكم. كما لم يقتصر مضمونها على الجانب السياسي، بل انفتح على أبعاد قانونية واقتصادية ومؤسسية، في محاولة لصياغة تصور تحليلي شامل لطبيعة الأزمة ومداخل حلها. ويلاحظ أن بعض الجمع عرفت تركيزًا مكثفًا على مطالب معينة، بما يُظهر انخراط الصفحة في توجيه النقاش العام وتثبيت أولويات المرحلة داخل النقاش العام الرقمي، وهو ما يعكس وعيًا سياسيًا واضحًا ومقاربة تحريرية لا تخلو من بعد استراتيجي وهو توجيه الخطاب الاحتجاجي وتشكيل مضمونه.

08. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 55 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	نوع الأطراف
19,37%	477	أطراف رسمية، حكومية
0,89%	22	الإعلاميين
2,84%	70	أطراف من قطاع التربية
3,66%	90	أطراف من قطاع الصحة
69,54%	1712	أطراف من المجتمع المدني
0,85%	21	رجال القانون
2,84%	70	ناشطين سياسيين
100%	2462	المجموع

تعكس البيانات الواردة في الجدول رقم (55) المتعلق بفئة الأطراف الموظفة في المنشورات توجه الصفحة المدروسة نحو تركيز الاهتمام على فاعلي المجتمع المدني، الذين شكّلوا نسبة 69,54% بمجموع 1712 تكراراً، أي ما يقارب 70% من مجموع الأطراف الموظفة في منشوراتها. هذا يعني أن الصفحة لم تكتفِ بتغطية الأحداث، بل أولت أهمية خاصة لصوت الشارع من داخله، أي للمواطنين والمجموعات غير الرسمية التي نشطت ميدانياً أو حتى رقمياً في سياق الحراك. فحرصت على نقل أصواتهم لمتصفحها. ويتجلى من خلال هذا التركيز الدور الواضح الذي لعبته الصفحة في تعزيز حضور المجتمع المدني كمصدر أساسي للخطاب الرقمي الاحتجاجي، بدلاً من الاعتماد التقليدي على النخب أو الجهات الرسمية. و هي بهذا التوجه الجديد عملت على إعادة تشكيل خريطة الفاعلين في الخطاب العام، بما يُبرز المواطن كفاعل رئيسي، ويقلّل من سلطة الخطاب الرسمي أو حتى الإعلامي. مما يعني تحييزها لصوت الشعب بدل السلطة الحاكمة.

تليها نسبة 19,37% يقابلها 477 تكرارًا نالتها الأطراف الرسمية والحكومية والشخصيات التي ترشحت لمنصب الرئاسة، حيثصدر رشيد نكاز، رجل الأعمال الشهير، الكثير من العناوين في حملته المنافسة لبوتفليقة، خاصة مع قدرته الواضحة على الحشد وإصراره على المشاركة في المظاهرات رغم ملاحقة الأمن له ما جعله محط تغطية إعلامية، لكن دون أن يقدم كسلطة رسمية، بل كشخصية مثيرة للجدل تسعى للتأثير في الحراك. وهذا يعكس ميل الصفحة لتغطية المواقف التي تستثير الجمهور أو تثير الجدل السياسي العام، وهو ما يعزز التفاعل دون الانحياز الصريح.

كما ضمت منشوراتها الحديث عن علي بن فليس، رئيس حزب طلائع الحريات، الذي كان حضوره أكثر تحفظًا، إذ لم يعلن ترشحه رسميًا، وركز على دعم المسيرات بموقف سياسي حذر، ما جعل الصفحة توظف تصريحه ضمن إطار تغطية الرأي السياسي المعارض، دون أن يتحول إلى مرجع للخطاب. وكذا تصريحات المرشح علي غديري، الذي رغم خلفيته العسكرية، ظل خطابه متوازنًا و"هادئًا"، ما يُحتمل أن الصفحة لجأت لتوظيفه في سياق تقديم الحراك كحركة عابرة للمؤسسات الرسمية، لكنها تستقطب تعاطف أطراف داخل النظام نفسه.

ورصدت الصفحة أيضًا مواقفًا لأحزاب الإسلامية المعارضة، مثل حركة مجتمع السلم، وجبهة العدالة والتنمية، التي اغتنمت الحراك للتأكيد على رفضها المستمر لنظام بوتفليقة، وسعت إلى إحياء مطلب التكتل خلف مرشح موحد. كما وثقت نشاط رموز محسوبة على تيارات دينية محظورة مثل علي بن حاج، نائب رئيس جبهة الإنقاذ الإسلامية المحظورة مما يشير إلى تتبع الصفحة لكل الفاعلين بغض النظر عن موقعهم القانوني أو السياسي. وامتد هذا الحضور إلى الأحزاب اليسارية، إذ اهتمت بتصريحات كل من لويضة حنون، الأمانة العامة لحزب العمال الجزائري، في الاحتجاجات، وهو الحزب المصنّف منذ سنوات جزءاً من مُعسكر معارض للسلطة، شأنه شأن جبهة القوى الاشتراكية، أحد أقدم أحزاب البلاد، الذي أكد في بيان له أنه "اختار الاصطفاف إلى جانب الشعب"، معلناً تعليق نشاطاته في البرلمان.

الملاحظ أن تمثيل الأطراف الحكومية في المنشورات لم يكن بوصفها مصدرًا أساسيًا للخطاب، بل جاء في الغالب ضمن سياقات نقدية أو تحليلية، أي أن الصفحة كانت توظف تصريحات أو ممارسات الجهات الرسمية لتفسير سياق الأزمة أو إبراز مفارقات الواقع السياسي، لا بهدف تأييدها أو اعتمادها كمصدر رئيسي. ويكشف تحليل هذه الفئة أن الصفحة لم تكتفِ بتغطية مواقف السلطة الرسمية، بل وسّعت نطاق خطابها ليشمل فاعلين سياسيين متنوعين، على رأسهم مرشحو الرئاسة والمعارضة الحزبية، على غرار (رشيد نكاز، علي غديري، علي بن فليس...) وهو ما يعكس اهتمامًا بتوثيق كل محاولات التفاعل مع الحراك الشعبي، سواء من داخل النظام أو من خارجه كما يدل على رغبتها في توسيع خريطة الأصوات السياسية المتفاعلة مع الحراك، سواء عبر تغطية تصريحاتهم أو رصد تحركاتهم، راسمة بذلك نوعًا من التنوع في التغطية.

مما يعني أن الصفحة لم توظف الخطاب الرسمي كمصدر شرعي أو مؤثر، بل ركزت على الفاعلين السياسيين القريبين من الحراك ولو جزئياً، ممن حاولوا ركوب موجته أو الظهور كجزء منه.

كل هذا يعكس رغبة الصفحة في رسم مشهد سياسي متعدد الأصوات، دون أن تنحاز بالضرورة لأي طرف، مما يجعل محتواها أقرب إلى التوثيق الانتقائي منه إلى الخطاب الحزبي، وهو ما يُبرز دورها في متابعة تطورات الأزمة والتقاط مؤشرات التحول في الاصطفافات السياسية الوطنية.

أما الفئات المهنية مثل **الصحة والتربية**، فقد وُظفت بنسبة محدودة، لكنها تعبر عن لحظات احتجاجية نوعية أو رمزية - كتوقفات العمال أو مسيرات الأساتذة والأطباء - ما يشير إلى سعي الصفحة إلى إبراز اتساع رقعة الفاعلين الاجتماعيين ضمن الحراك، حتى داخل القطاعات الحساسة. إذ لم يتجاوز توظيفها للأطراف المرتبطة بقطاع **الصحة 3,66%** بمعدل **90 تكراراً** وهي نسبة تبقى منخفضة مقارنة ببقية الفاعلين، إلا أن حضور هذا القطاع يُعدّ لافتاً في ضوء الطبيعة الاحتجاجية العامة التي طغت على الخطاب في تلك الفترة، فبعض منتسبي قطاع الصحة - مثل الأطباء والمرضى وحتى نقابات الصحة - استغلت الظروف وخرجت للمطالبة بتحسين واقعهم المهني لتتقاطع مع مطالب الحراك الداعية لتحسين الظروف الاجتماعية والمهنية للموظفين، وهو ما التقطته الصفحة ضمن تغطيتها، ليبرز امتداد الحراك إلى قطاعات مهنية حساسة، فبعض التكرارات قد ربطت الوضع السياسي المتأزم بالتدهور الحاصل في قطاع الصحة، كمظهر من مظاهر فشل الحكم، ما جعل من الحديث عن الصحة جزءاً من الخطاب الانتقادي للنظام.

وعليه فحضور قطاع الصحة، رغم محدوديته الكمية، يحمل دلالة رمزية ومهنية مهمة، ويعكس سعي الصفحة إلى رصد امتدادات الحراك إلى مجالات اجتماعية حيوية. كما يُبرز هذا المعطى حرصها على توثيق التأييد المتنامي من قطاعات يُفترض فيها الحياد المهني، بما يعزز من مصداقية الحراك أمام الرأي العام.

تليها **أطراف من قطاع التربية والنشطاء السياسيين** اللتين نالتا بنسبة **2,84%** بمجموع **70 تكراراً** لكل منهما، وهي نسبة محدودة في الظاهر، إلا أن حضورهما يُظهر مدى التنوع المجتمعي والسياسي الداعم للحراك، ويكشف عن طابعه الشامل. فقد عكس انخراط الطلبة وخاصة من خلال مظاهرات 26 فيفري 2019 إدراكاً شبايباً بخطورة الوضع، لم تفلح معها محاولات المنع الأمنية، من إيصال احتجاجاتهم خارج أسوار الجامعات.

أما **النشطاء السياسيين**، من شخصيات مستقلة أو منتمية إلى تيارات معارضة، فقد شكّلوا أحد روافع الحراك الأساسية، من خلال الدعوة للاستمرار في النضال السلمي والمرافعة العلنية لمطالبه ومن بين الشخصيات البارزة التي نقلت الصفحة تصريحاتهم في تلك الفترة، **المعارض كريم طابو** أحد أبرز وجوه الحراك (عضو في حزب الأفاّاس) والذي دعا إلى "عملية سياسية حقيقية" و**أمير بلعري**، و**سليمان حميطوش** وتعد الأسماء الثلاثة من أبرز ناشطي الحراك الشعبي في البلاد، وأيضاً سفيان جيلالي، رئيس حزب جيل جديد أحد أهم وجوه "حركة مواطنة

التي تأسست حسب بيانها بهدف المطالبة بإحداث تغيير جذري لنظام الحكم من خلال إرساء دولة القانون بالطرق الديمقراطية وإنماء روح المواطنة "والناشطة السياسية البارزة أميرة بوراوي و الأستاذ الجامعي فضيل بومالة، وإسلام طبوش المعروف بمواقفه الداعمة للحراك السلمي والمطالبة بمواصلة الخروج للشارع وعدم الكف عن المطالبة بالحقوق عبر الطرق السلمية، من خلال التجمهر والمسيرات حتى الاستجابة لجميع مطالب الشارع وأيضا الناشط طارق سالمي الذي كان يدعو إلى "مواصلة النضال من أجل الإفراج عن كافة أبناء الحراك الشعبي، واعتبر حريتهم حقاً من حقوقهم وليست مكرومة من أحد"، كما جاء في تدوينة له على صفحته الشخصية على موقع "فيسبوك" نقلتها الصفحة المدروسة لمتابعيها، في إشارة منه إلى أحكام العفو بحق بعض النشطاء الذين تم اعتقالهم بسبب آرائهم السياسية و ودعوتهم الجزائريين للخروج ومواصلة الاحتجاجات السلمية ما يعرف بسجناء رأي.

وكذا الحديث عن مشاركة الحركة الأمازيغية في المسيرات بكثافة، في منطقة لطالما شهدت علاقتها توترا مع السلطة المركزية والكثير من الفعاليات والأحزاب الجزائرية المدافعة عن المكون الأمازيغي دعت بدورها للاحتجاجات، خاصة حزب التجمع من أجل الثقافة.

كل هذا الاهتمام بتقديم نشاط الحراك والحركات السياسية المشاركة والداعمة له يُبرز حرص الصفحة على توثيق هذا التنوع الفاعل، كجزء من تأريخ لحظة استثنائية في وعي المجتمع المدني والسياسي الجزائري.

كما وظفت تصريحات الإعلاميين الذين نقلت أصواتهم المؤيدة للحراك بنسبة 0,89% بمجموع 22 تكرار، حيث برز العديد من الصحفيين في تلك الفترة أمثال الناشط الإعلامي مرزوق تواتي، وعمار البيري وأنيس عجيلة، ونجيب بلحمير، وكذلك خالد درارني، سعيد بودور، حسن بوراس، عبد الحكيم ستوان، عثمان لحياي، وغيرهم كثير. كما نقلت خروج الكثير من الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الرسمية، للاحتجاج على الرقابة الممارسة عليهم في تغطية الاحتجاجات.

وعليه يمكن القول أنه وبالرغم من محدودية التمثيل الكمي لفئة الإعلاميين، إلا أن حضورهم في الحراك كان ذا رمزية قوية، عكست انخراط جزء من الجسم الإعلامي في المعركة من أجل حرية التعبير والحق في الوصول إلى المعلومة. وقد جسدت الأسماء البارزة التي تم تداولها هذا التوجه، حيث شكلوا صوتاً ناقداً للسلطة، وداعماً للمطالب الشعبية، ما عرّض العديد منهم للمضايقات والمتابعات القضائية. ويشير اهتمام الصفحة بتوثيق نشاطهم إلى حرصها على إبراز الدور المهني والوطني الذي اضطلع به الإعلام خاصة الخاص منه خلال الأزمة، رغم القيود المفروضة عليه.

وأخيرا أطراف رجال القانون بنسبة 0,85% يقابلها 21 تكراراً، وضمن هذا السياق قدّمت الصفحة النشطاء الحقوقيين من أمثال الناشط الحقوقي عبد الغني بادي المعروف بمساندته للمعتقلين خلال الحراك الشعبي، والناشط والمحامي الجزائري مصطفى بوشاشي حيث أكد أنّ الحراك الشعبي المتواصل ببلاده منذ 22 فيفري

2019 ليس بحاجة أبداً إلى حوار أو مشاورات سياسية مع أيّ جهة حزبية أو تمثيلية أو حتى شخصية وطنية وكانت له عدة تدخلات في الأحداث المرافقة أثناء فترة الحراك .

كما أبرزت مواقف النقابات المهنية عقب خروج العديد من المحامين في مسيرة خاصة لتأكيد رفضهم ترشح بوتفليقة، ودعوة 13 نقابة مستقلة إلى حماية المتظاهرين وتوفير الأجواء السلمية للتظاهر، في وقت أكدت فيه المركزية النقابية مساندتها الرئيس بوتفليقة، وهو موقف لم يفاجئ المتبعين.

كما تحدثت عن معارضين مستقلين وشخصيات تاريخية وازنة مثل حضور المناضلة جميلة بوحيرد في المسيرات التي أعطت بحضورها دفعا كبيرا للمتظاهرين، بحكم رصيدها التاريخي والشعبي الكبير. كما حضر رجل الأعمال يسعد ربراب الذي توترت علاقته مع السلطة منذ سنوات، فضلاً عن نقلها لمشاركة المثقفين والفنانين وأكاديميين الذين تجاوز عددهم المئتين.

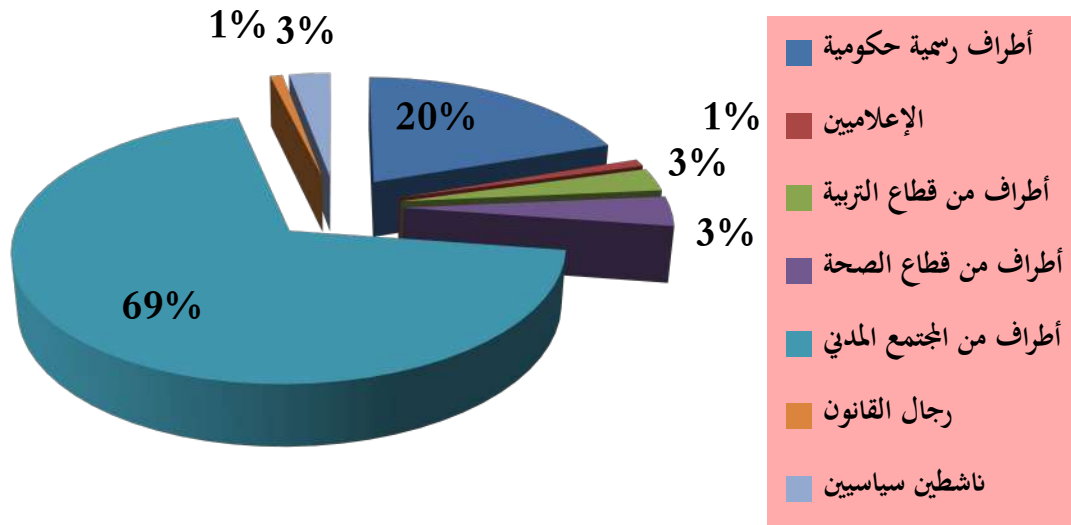
والملاحظ أن فئات مثل الإعلاميين (0,89%)، ورجال القانون (0,85%) إضافة إلى الشخصيات المستقلة والمثقفين والنقابات المهنية، التي سبق ذكرها حتى وإن لم تسجل نسباً مرتفعة من حيث التكرار، وهو ما يمكن أن يُفسّر إما بخيار تحريري واعٍ من الصفحة بتقليل الاعتماد على النخب، أو بعدم فاعلية هذه الفئات ضمن السياق الاحتجاجي آنذاك كما عكسته المادة المنشورة، إلا أن حضورها جاء محمّلاً بدلالات رمزية بالغة الأهمية حاولت الصفحة إبرازها، لتأكيد توسّع القاعدة الرمزية والاجتماعية للحراك، وما صار يحتله من زخم سياسي وأخلاقي مضاعف.

تكشف خريطة الفاعلين أثناء الحراك كما بيّنتها الصفحة المدروسة عن طيف متنوع من القوى، يجمع بين الأفراد والمؤسسات، وبين من ينتمي إلى منظومة السلطة ومن يتموضع خارجها أو في مواجهتها. ويبرز من خلال تحليل التكرارات والنسب أن المجتمع المدني، بمختلف تشكيلاته، شكّل القوة المحركة الأبرز داخل الحراك، ليس فقط عددياً بل أيضاً من حيث رمزية الحضور وديناميكية الفعل، مؤكداً بذلك مركزية الشارع كمصدر للشرعية السياسية والاجتماعية.

كما عكست المعطيات تنوعاً في الخلفيات الأيديولوجية والتنظيمية للفاعلين، حيث تداخلت مشاركات الإسلاميين واليساريين، إلى جانب النقابات، والنخب القانونية والإعلامية، والشخصيات المستقلة. هذا التنوع لم يُضعف الطابع الجماهيري للحراك، بل عزز تماسكه، وعكس قدرة غير مسبوقة على تجاوز الانقسامات السياسية لصالح مطلب جامع هو رفض التمديد للنظام القائم والمطالبة بالانتقال السياسي.

في المقابل، ورغم محاولات أحزاب السلطة وبعض مؤسسات الدولة إحداث اختراق أو احتواء للحراك، إلا أن الحضور القوي للمعارضة والنخب المستقلة ساهم في تأكيد الطابع الشعبي للحركة، وفضح التناقض بين الخطاب الرسمي وإرادة الشارع.

ومن خلال تحليل كل الأطراف الموظفة، يتضح أيضا أن الصفحة مارست دورًا تطوريًا يتجاوز نقل الحدث إلى بناء خطاب يركز على الفاعل الجماعي الشعبي، مع إبراز حضور المجتمع المدني باعتباره الطرف الأهم في معادلة الحراك. وهو ما يشير إلى توجه تحرير يعكس رؤية قاعدية للحراك، ويؤطر النقاش العام بعيدًا عن مركزية السلطة أو النخب السياسية.



رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 56 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

المجموع	ناشطين سياسيين		رجال القانون		أطراف من المجتمع المدني		أطراف من قطاع الصحة		أطراف من قطاع التربية		الإعلاميين		أطراف رسمية حكومية		المجموع	التاريخ	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك			
1,75%	45	1,43%	1	0%	0	1,75%	30	3,33%	3	5,71%	4	4,55%	1	1,26%	6	1	22فيفري2019
1,05%	20	0,00%	0	0%	0	1,05%	18	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	0,42%	2	2	01مارس2019
1,29%	43	2,86%	2	9,52%	2	1,29%	22	2,22%	2	4,29%	3	0%	0	2,52%	12	3	08مارس2019
2,98%	63	2,86%	2	0%	0	2,98%	51	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	2,10%	10	4	15مارس2019
2,39%	55	0,00%	0	9,52%	2	2,39%	41	1,11%	1	7,14%	5	9,09%	2	0,84%	4	5	22مارس2019
1,11%	32	0,00%	0	0%	0	1,11%	19	0,00%	0	0,00%	0	13,64	3	2,10%	10	6	29مارس2019
0,64%	13	0,00%	0	4,76%	1	0,64%	11	0,00%	0	0,00%	0	0%	0	0,21%	1	7	5أفريل2019
7,01%	153	4,29%	3	0%	0	7,01%	120	0,00%	0	1,43%	1	18,18	4	5,24%	25	8	12أفريل2019
1,29%	37	10,00%	7	0%	0	1,29%	22	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,68%	8	9	19أفريل2019
1,29%	26	0,00%	0	0%	0	1,29%	22	0,00%	0	0%	0	4,55%	1	0,63%	3	10	26أفريل2019
1,17%	22	0,00%	0	0%	0	1,17%	20	0,00%	0	0%	0	4,55%	1	0,21%	1	11	30ماي2019
0,29%	20	0,00%	0	0%	0	0,29%	5	0,00%	0	14,29%	10	0%	0	1,05%	5	12	10ماي2019
2,39%	50	0,00%	0	0%	0	2,39%	41	0,00%	0	7,14%	5	0%	0	0,84%	4	13	17ماي2019
1,46%	62	1,43%	1	0%	0	1,46%	25	0,00%	0	20%	14	9,09%	2	4,19%	20	14	24ماي2019
7,59%	236	0,00%	0	0%	0	7,59%	130	31,11	28	17,14%	12	0%	0	13,84	66	15	31ماي2019
12,09	211	0,00%	0	0%	0	12,09	207	0,00%	0	0%	0	0%	0	0,84%	4	16	7جوان2019
0,41%	12	0,00%	0	0%	0	0,41%	7	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,05%	5	17	14جوان2019
0,53%	16	1,43%	1	0%	0	0,53%	9	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,26%	6	18	21جوان2019
1,75%	33	0,00%	0	0%	0	1,75%	30	0,00%	0	0%	0	0%	0	0,63%	3	19	28جوان2019
0,99%	19	0,00%	0	0%	0	0,99%	17	0,00%	0	0%	0	0%	0	0,42%	2	20	5جويلية2019
0,41%	9	0,00%	0	0%	0	0,41%	7	0,00%	0	1,43%	1	0%	0	0,21%	1	21	12جويلية2019
1,93%	49	0,00%	0	0%	0	1,93%	33	0,00%	0	2,86%	2	0%	0	2,94%	14	22	19جويلية2019
1,29%	27	0,00%	0	0%	0	1,29%	22	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,05%	5	23	26جويلية2019
0,93%	22	0,00%	0	0%	0	0,93%	16	0,00%	0	0%	0	9,09%	2	0,84%	4	24	02أوت2019
0,76%	19	0,00%	0	0%	0	0,76%	13	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,26%	6	25	09أوت2019
0,23%	12	0,00%	0	0%	0	0,23%	4	1,11%	1	2,86%	2	0%	0	1,05%	5	26	16أوت2019
0,99%	23	0,00%	0	0%	0	0,99%	17	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,26%	6	27	23أوت2019
0,29%	9	0,00%	0	0%	0	0,29%	5	0,00%	0	2,86%	2	0%	0	0,42%	2	28	30أوت2019
0,99%	31	1,43%	1	4,76%	1	0,99%	17	0,00%	0	0%	0	9,09%	2	2,10%	10	29	6سبتمبر2019
3,74%	94	0,00%	0	4,76%	1	3,74%	64	0,00%	0	2,86%	2	0%	0	5,66%	27	30	13سبتمبر2019
6,78%	215	11,43%	8	57,14	12	6,78%	116	61,11	55	1,43%	1	0%	0	4,82%	23	31	20سبتمبر2019
5,37%	211	57,14%	40	0%	0	5,37%	92	0,00%	0	0%	0	0%	0	16,56	79	32	27سبتمبر2019
0,29%	12	2,86%	2	0%	0	0,29%	5	0,00%	0	0%	0	0%	0	1,05%	5	33	04اكتوبر2019
6,83%	138	0,00%	0	0%	0	6,83%	117	0,00%	0	8,57%	6	0%	0	3,14%	15	34	11اكتوبر2019

8,76%	165	0,00%	0	0%	0	8,76%	150	0,00%	0	0%	0	0%	0	3,14%	15	35	18 أكتوبر 2019
5,96%	141	0,00%	0	9,52%	2	5,96%	102	0,00%	0	0%	0	18,18	4	6,92%	33	36	25 أكتوبر 2019
2,51%	63	0,00%	0	0%	0	2,51%	43	0,00%	0	0%	0	0%	0	4,19%	20	37	10 نوفمبر 2019
2,45%	54	2,86%	2	0%	0	2,45%	42	0,00%	0	0%	0	0%	0	2,10%	10	38	08 نوفمبر 2019
%100	2415	%2,84	70	%0,85	21	%69,54	1712	%3,66	90	%2,84	70	%0,89	22	%19,37	477		المجموع

يبرز الجدول رقم (56) الأطراف الفاعلة التي تم توظيفها في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك الشعبي الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019. ويتبين أن فئة المجتمع المدني تصدّرت التمثيل ضمن هذه الفئة بنسبة بلغت 69,54% بمجموع 1712 تكراراً، وهي النسبة الأعلى مقارنة ببقية الفئات. وقد سُجّلت الذروة في الجمعة السادسة عشر (07 جوان 2019) بنسبة 12,09% بمجموع 207 تكرار، تعكس هذه النسبة التنامي الواضح في حضور وتمثيل المجتمع المدني ضمن الخطاب الإعلامي للصفحة في تلك المرحلة المفصلية. إذ شهدت تلك الفترة تفاعلات متسارعة، في ظل غموض المسار الانتخابي المرتقب وتزايد الحديث عن ضرورة تحديد الطبقة السياسية من خارج دوائر السلطة التقليدية، وهو ما فتح المجال أمام المجتمع المدني ليُطرح كبديل محتمل لمشروع تحديد النخبة السياسية، وإعادة هيكلة العلاقة بين الدولة والمواطن في ظل أزمة متفاقمة. كما تجسّد الحضور القوي للمجتمع المدني في الميدان، من خلال سعي هؤلاء إلى تأكيد تواجدهم كقوة اقتراحية وتنظيمية، قادرة على تأطير الحراك السلمي وتقديم حلول انتقالية وأيضاً من خلال تعبيرات احتجاجية شعبية مُبتكرة تراوحت بين الأهازيج السياسية، والهاثافات الرمزية، التي استلهمت من الثقافة الشعبية والملاعب ومخزون الذاكرة الوطنية. ومن أبرز هذه الأهازيج التعبيرية التي باتت تردد في كل مسيرة سلمية للمطالبة بالتغيير نجد مثال ذلك "مرانيش قادر نحمل هذا العذاب والزمان يطول علينا، خليني نروح قلبي مجروح خليني نروح في بابور اللوح" و"جيو البياري وزيدو الصاعقة" بعدها تحولت إلى "معانا البياري ومعانا الصاعقة" نتيجة وجود علاقة إيجابية بين أنصار الأمن مع مواطني الحراك، "ما تبكيش يا بلادي شدة وتفوت"، "قولي علاش نقولك شوف لتحتا، كاين لي فطر وما تعشاش، قل لي كيفا أقول لك جاية هكذا، لي حاكمينها ما خلاوش"، "بلادنا من بكري مخدوعة"، "شكون سبابنا"، "فلسطين الشهداء" دائماً حاضرة جاءت من عمق الملاعب ومزالت ترافق الوضع السياسي كونها هي الأخرى تعاني من الظلم حيث جاءت انتشار أغنية "لا لبارقي".

ومن هذه الهتافات أيضا تلك الموجهة لأحد أبطال ثورة التحرير المجيدة التي خاضتها الجزائر ضد الاحتلال الفرنسي وهو الشهيد علي عمار بقولهم "يا علي عمار، بلادنا فل دنجي، نكملوا فيها لا باتاي دالجي، مكاش مارش اريير او دولة فورير، اليد في اليد، ندوا الاستقلال" وهي هتافات تعبّر عن استحضار التاريخ النضالي للشعب الجزائري وتحمل دعوة للاستمرارية النضالية بشكل سلمي.

وبالتالي هذه الهتافات الإبداعية، التي، على بساطتها تحمل رسائل سياسية واضحة وقوية تطالب بحلّ النظام بأكمله، وتعبّر عن السخط والحاجة إلى التضامن والتوحد لمواجهة النظام وتحديّه.

ومن خلال تحليل هذه الفئة، يتبيّن أن الصفحة المدروسة ساهمت في تكثيف الحضور الرمزي لهذا الفاعل، من خلال تسليط الضوء على الشعارات والتجمعات والمبادرات ذات الطابع المدني، فهي لم تلعب دور الناقل السلبي للأحداث فقط، بل كانت فاعلاً إعلامياً ساهم في إعادة تشكيل صورة الفاعلين في الحقل الاحتجاجي، إذ قامت بتضخيم حضور المجتمع المدني كطرف رئيسي قادر على قيادة المرحلة الانتقالية. فصفحة الفيسبوك هنا كانت أداة لتوسيع الحيز العام الرقمي، وتحفيز وعي جماهيري متجدّد حول مركزية المواطن ومكانته في معادلة التغيير السياسي، عبر إضفاء الشرعية على الأشكال الجديدة للتعبير السياسي والميداني.

احتل القطاع الحكومي نسبة 19,37% من إجمالي التكرارات، بما يعادل 477 تكراراً. ، وتصدّرت الجمعة الثاني والثلاثون (27 سبتمبر 2019) هذه الفئة بنسبة 16,56% من مجموع 79 تكراراً،

وقد ارتبط هذا التزايد اللافت في التناول لهذه الفئة خلال الجمعة الثانية والثلاثين إلى السياق السياسي الحرج الذي شهد تدخل شخصية رسمية بارزة من خارج السلطة التنفيذية، وهو ما اعتُبر محاولة لامتصاص غضب الشارع دون تقديم تنازلات حقيقية، تمثل في لجوء السلطة الجزائرية، عقب عودة رئيس الجمهورية من رحلة العلاج في سويسرا، إلى الاستعانة بالخبير الدبلوماسي الجزائري الأخضر الإبراهيمي، في محاولة منها لإدارة الأزمة السياسية المستفحلة والحفاظ على السيادة الوطنية، وهو حدث حمل دلالات رمزية عكست حسبهم رغبة السلطة في الالتفاف على المطالب الشعبية الجوهرية عبر تقديم واجهات وطنية من خارج النظام المباشر، في مسعى لإعادة تشكيل الثقة دون تغيير بنيوي حقيقي.

وقد جاءت هذه الخطوة من السلطة تحت ضغط شعبي واسع، فرض نفسه من خلال استمرار التظاهرات والمطالبة الصريحة بتفعيل المادتين 102 و 07 من الدستور. وبذلك مثّلت زيارة الإبراهيمي مسعى رسمياً لتحقيق هدفين متداخلين: أولهما تقديم حلول سياسية ظاهرها الاستجابة لمطالب الشارع، وثانيهما توجيه رسائل طمأنة للخارج بشأن استقرار الوضع الداخلي.

لكن وعلى الرغم من هذه المحاولات، فإن الحراك الشعبي استطاع فرض معادلة جديدة في المشهد السياسي، أفرغت هذه الخطوة من محتواها السياسي، وأظهرت محدودية استجابة النظام القائم، الذي فقد للمرة الأولى رهان احتواء الوضع والإبقاء على استمرارية منظومة الحكم. وقد عبّرت مظاهرات تلك الجمعة عن رفض واسع لأي مشروع سياسي لا يستند إلى الإرادة الشعبية، حيث تمسك المتظاهرون بمطلب إجراء انتخابات حرة ونزيهة، تُشرف على مراقبتها لجنة وطنية مستقلة ذات شرعية سياسية.

وتجدر الإشارة إلى أن ما ورد في هذا المحور لا يقتصر على الفاعلين المؤسسيين كالحكومة والرئاسة، بل يشمل أيضًا شخصيات وازنة على الساحة السياسية، كما ورد في الجدول (55)، مثل مرشحين سابقين للرئاسة أو شخصيات تاريخية ونضالية مؤيدة للحراك، على غرار عبد العزيز رحاوي، أحمد طالب الإبراهيمي، ورئيس الحكومة الأسبق مولود حمروش. فقد تكررت أسماءهم في المنشورات كمحاورين محتملين أو كممثلين لصوت "العقل السياسي" البديل للنظام القائم، وهو ما يُبرز التعدد داخل الفضاء الرقمي للحراك ويكشف عن إمكانية التمييز افتراضي بين النخب السياسية والمطالب الشعبية.

وفي خضم هذا الحدث السياسي وفي هذا السياق تحديدًا المتسم بعودة التوتر إلى الواجهة يمكن القول أن الصفحة قدّمت هذه الشخصيات والتحركات الرسمية في إطار متابعة إعلامية تحليلية حاولت من خلال ذلك تسليط الضوء بشكل مكثف على محاولات النظام استعادة زمام المبادرة. في محاولة لتعزيز الوعي الجماعي تجاه ما اعتُبر محاولات للالتفاف على المطالب الجوهرية للحراك.

فمن خلال تغطيتها المكثفة للأطراف الرسمية والحكومية، خاصة في المنعطفات الحرجة مثل الجمعة الثانية والثلاثين، أدّت الصفحة دورًا محوريًا في مساءلة السلطة عبر إعادة عرض قراراتها وخطاباتها بشكل مكثّف، كما عملت على كشف محدودية تجاوب النظام مع مطالب الشارع، فبدت الصفحة وكأنها منبر افتراضي لرصد تحركات السلطة وتفكيك رسائلها، في محاولة لتعزيز الوعي الجماعي تجاه ما اعتُبر محاولات للالتفاف على المطالب الجوهرية للحراك.

ثم نجد أطرًا من قطاع الصحة بنسبة 3,66%، بمجموع 90 تكرارًا، تصدرتها الجمعة الحادية والثلاثون (20 سبتمبر 2019) بتكرار بلغ 55 مرة، وهو ما يمثل نسبة 61,11% أي أنها استحوذت لوحدها أكثر من نصف المنشورات المرتبطة بهذه الفئة.

تُظهر هذه النسبة المرتفعة في يوم واحد فقط مقارنة ببقية الجماعات تركّز الحضور الرقمي لقطاع الصحة في لحظة سياسية معينة، ما يشير إلى أن هذا التفاعل لم يكن مرتبطاً بأداء القطاع الصحي بقدر ما كان استجابة لحدث سياسي واجتماعي معين. ففي الجمعة الحادية والثلاثين (20 سبتمبر 2019)، شهدت الجزائر تصعيداً ملحوظاً في الخطاب السياسي بين الحراك الشعبي والسلطة، خاصةً بعد تصاعد لهجة القوات المسلحة وتهديدها بمنع

المتظاهرين من الولايات الأخرى من القدوم إلى الجزائر العاصمة. في هذا السياق، باشر مهنيو قطاع الصحة من أطباء وممرضين وطلاب طب تنظيم تفاعل رقمي لافت وموجه، يُحتمل أنه تزامن مع تنفيذ "وقفه تضامنية" أو مشاركة جماعية رمزية لدعم الحراك ورفض أسلوب السلطة في التعامل مع الاحتجاجات. هذا الحضور المكثف لتعبيرات قطاع الصحة على المنصات الرقمية، بنسبة (61.11 %) من مجموع التكرارات في تلك الجمعة (55 منشوراً من أصل 90)، يُظهر بوضوح أن التفاعل كان ممنهجاً ويهدف إلى توظيف الوزن الرمزي لهذا القطاع في تأطير الحراك. وبكون قطاع الصحة يُرتبط مباشرة بخدمة المواطن وبالالتزام الأخلاقي، فإن مشاركته في الحراك تحمل دلالة قوية على أن الحراك لم يكن مجرد نزعة شعبية عفوية، بل امتد ليشمل فاعلين مهنيين ومؤسستين يقدمون له شرعية مجتمعية ورمزية هامة.

الفعل الاتصالي في هذه الحالة ينبع من الرغبة في:

- تعزيز الشعور بأن الحراك مدعوم من قبل نخبة مهنية مسؤولة.
- رد التهم الموجهة للحراك بأنه عنصر من الفوضى أو الرفض غير الشرعي.
- تأكيد أن المطالبة بالتغيير لا تستهدف الفوضى، بل تطمح إلى إصلاح مؤسساتي تدريجي مدعوم من مختلف فئات المجتمع.

في هذا الإطار، يمكن القول أن الصفحة لعبت دوراً في إبراز أزمة القطاع الصحي وجعلت منها دليلاً ملموساً على عجز الدولة في تسيير القطاعات الحيوية، ومنه تأكيد فشل منظومة الحكم القائمة في مجال التسيير عموماً خاصة وأنه وظّف في سياق كان فيه الحراك يميل إلى فتح ملفات الفساد والإهمال المؤسسي، وهو ما يجعل من هذا التركيز ترجمة رقمية لموقف نقدي من السلطة السياسية، يُفهم في ضوء الأزمة الأوسع التي يعيشها البلد.

ليؤكد مرة أخرى البعد التأطيري للصفحة في مرحلة الحراك، من حيث أنها استثمرت رمزية قطاع الصحة ليس كقطاع وظيفي فحسب، بل كأداة لكشف عمق الاختلالات البنيوية في منظومة الدولة، وهو ما يعني محاولة توجيه النقاش العام نحو مساءلة أداء السلطة في مختلف القطاعات. فوجود هذا التركيز المكثف على قطاع الصحة لا ينفصل عن الرغبة في إبراز امتداد الأزمة السياسية إلى أزمة في تسيير الشأن العام، مما يعكس الدور التواصلي الذي تبنته الصفحة في تغطية الحراك، سواء عبر التضامن أو فضح الإهمال أو الدفع بالرأي العام نحو إدراك شمولية الأزمة.

تليها أطراف من قطاع التربية بنسبة 2,84% بمجموع 70 تكرارا جاءت في مقدمتها الجمعة الرابعة عشر بتاريخ 24 ماي 2019 بنسبة 20% عن 14 تكرارا، التي خرج فيها أساتذة التعليم العالي والطلبة في مسيرات احتجاجية بساحة البريد المركزي بالجزائر العاصمة، للتعبير عن مطالبهم المعبرة هي الأخرى عن فشل منظومة الحكم في تحقيق استقرار القطاع وقد سعت الصفحة عبر منشوراتها لتأكيد هذا الطرح، من خلال إبراز الحراك الطلابي وتوقعه داخل مشهد الاحتجاج العام، بما يعكس إدراكا استراتيجيا لأهمية قطاع التربية كقطاع حساس وذي رمزية مزدوجة فهو من جهة مرتبط بإنتاج النخب، ومن جهة أخرى يشكل مساحة دائمة للاحتجاج والاستقرار في الجزائر منذ سنوات. هذا الحضور الرقمي لفاعلي قطاع التربية ليس مجرد تغطية لحراك قطاعي، بل يُفهم ضمن سياسة تواصلية أوسع تنتهجها الصفحة، ترمي إلى الربط بين عجز السلطة عن تلبية المطالب النقابية أو المهنية وبين طبيعة النظام السياسي نفسه، مما يعزز خطاب الأزمة الشاملة ويفتح المجال أمام مراجعة مشروعية السلطة عبر أزمات القطاعات الحيوية.

ومن خلال تأطير هذه التحركات، لم تكتف الصفحة بإيصال صوت الأساتذة والطلبة، بل أدرجت احتجاجاتهم ضمن السردية الكبرى للأزمة السياسية، ما يعكس مرة أخرى وظيفتها التوجيهية في تكوين رأي عام ناقد. لقد سعت عبر خطاباتها إلى تحويل الاحتجاج القطاعي إلى مؤشر على خلل أعم وأعمق، مرتبط بطبيعة النظام الحاكم أكثر من كونه مجرد خلل تسييري عرضي.

جاءت فئة النشطاء السياسيين بنفس النسبة التي سجلتها فئة قطاع التربية، أي 2,84%، بمجموع 70 تكرارا، وتصدرتها الجمعة الثانية والثلاثون (27 سبتمبر 2019) بنسبة 57,14%، ما يعادل 40 تكرارا. سلّطت الصفحة الضوء في هذه الجمعة على استمرار الزخم الشعبي في التظاهر رغم إعلان الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة تراجع عن الترشح لعهد خامسة، مركزة على الشعارات التي رُفعت في المسيرات والتي طالبت بحاسبة رموز النظام السياسي ورجال الأعمال المرتبطين به، وبضرورة رحيل كافة الوجوه السياسية القائمة.

تميّزت هذه المرحلة أيضًا بتحركات نقابية، لا سيما مسيرة الاتحاد الوطني لمنظمات المحامين التي أعلنت رفضها للمقترحات الرئاسية واعتبرتها إجراءات غير دستورية.

في سياق موازٍ، لم تغفل الصفحة عن تتبع الموقف الرسمي، خاصة الدور المحوري لنائب وزير الدفاع ورئيس أركان الجيش آنذاك، الجنرال قايد صالح الذي بدا فاعلاً سياسياً بارزاً في إدارة المرحلة، من خلال خطابه العديدة وتصريحاته المتكررة خلال خروجه المختلف للنواحي العسكرية عبر مختلف ولايات الوطن، وبياناته العديدة التي عبّر فيها عن مواقفه تجاه المطالب الشعبية ودعوته للحفاظ على أمن واستقرار الدولة من التهديدات الخارجية الداعية إلى الأمن والاستقرار.

وبالرغم من كل ذلك بقي الحراك كما أظهرته الصفحة مستمرا من خلال التظاهر السلمي وكذا التأطير الشرطي الذي ابتعد عن القمع الممارس سابقا وهو ما أشادت به في تتبعها لواقع المسيرات السلمية من جهة والخطابات الرسمية من جهة أخرى وهو ما اعتبرته أول مكاسب الحراك، لكن دون ما وصول إلى استجابة كلية للمطالب المطروحة والتي عبّر عنها الشارع في مسيراته وكذا مختلف اللقاءات التي عقدت سابقا.

كما أشارت الصفحة إلى المبادرة التي قادتها فعاليات المجتمع المدني خلال ندوة 15 جوان 2019، والتي دعت إلى تنظيم مرحلة انتقالية تشرف عليها شخصية أو هيئة توافقية، وتضمنت جملة من المقترحات السياسية من أجل الخروج من الأزمة السياسية التي تعيشها البلاد منذ 22 فيفري 2019 بهدف تحقيق المطالب المشروعة للشعب، وتضمنت هذه المبادرة التي تم طرحها في الندوة الوطنية دعوة تنصيب شخصية وطنية أو هيئة رئاسية توافقية تشرف على المرحلة الانتقالية وتنظيم الانتخابات الرئاسية المقبلة خلال ستة أشهر كأقصى تقدير. مع تشكيل حكومة كفاءات وطنية. وتنصيب هيئة مستقلة للإشراف على الانتخابات والإعلان عن نتائجها، مع ضمان آليات الرقابة وكذا فتح حوار وطني شامل مع مختلف فعاليات المجتمع المدني. دون أن يؤدي ذلك إلى تهدئة الشارع بشكل كامل، وهو ما عكسته منشورات الصفحة بكل وضوح.

كما دعت المبادرة التي وقعت أكثر من 71 نقابة وجمعية وطنية منهم "كونفدرالية النقابات المستقلة"، المجتمع المدني، "مجموعة الأمل"، "المنتدى الوطني للتغيير"، "جمعية العلماء المسلمين"، على تقديم مقترحات للخروج من الأزمة السياسية وهو مامن شأنه المساهمة في ضمان الديمقراطية وبناء مؤسسات شرعية ذات مصداقية، والحد من انتشار الفساد، وضرورة ضمان حرية ممارسة الحقوق والحريات الفردية والجماعية، واحترام مرافقة العملية السياسية بهدف إرساء الثقة بين مؤسسات النظام السياسي ومجتمعه. كل هذه الأحداث تناولتها الصفحة باهتمام مبرز دور كل النشطاء السياسيين في الحراك حتى تركز في أذهان متصفحيها أن الحراك ساهمت فيه كل الأطياف والنشطاء السياسيين ما يعني أن دورها خلال الأزمة تجاوز إعطاء المعلومات إلى بناء التصورات وإعطاء الحلول للأزمة ولو عبر خطابات وجهود النشطاء السياسيين.

وعليه يمكن القول أن الصفحة بتناولها المكثف لجهود النشطاء السياسيين، لم تكتف بمجرد الإخبار أو التوثيق، بل تجاوزت ذلك نحو التأطير الرمزي للحراك، بإبراز الطابع التعددي لمكوناته. لقد قدمت النشطاء السياسيين بوصفهم قوة اقتراح لا تقتصر على المطالبة، بل تسهم في بلورة الحلول الممكنة للخروج من الأزمة، مما يُبرز الدور التواصلية البناء الذي تبنته الصفحة، والذي تجاوز البث الأحادي للمعلومات نحو إنتاج تصورات جمعية وممكنات سياسية في سياق وطني متأزم.

سجلت فئة الإعلاميين نسبة 0,89% بمجموع 22 تكراراً، عادت فيها الصدارة في كثافة التناول إلى كل من الجمعة الثامنة (12 أبريل 2019) والجمعة السادسة والثلاثين (25 أكتوبر 2019) بنسبة 18,18%، عن أربعة تكرارات في كل منهما.

رَكَزَت الصفحة المدروسة خلال هذه الجمعات على إبراز نشاط مجموعة من الإعلاميين الجزائريين المعروفين، أمثال مرزوق تواتي، عمار البيري، أنيس عجيلة، نجيب بلحمير، وخالد درارني، مراسل "مراسلون بلا حدود" وقناة TV5 الفرنسية ومؤسس موقع Casbah Tribune والذي حُكِمَ عليه بالسجن عامين بتاريخ 29 مارس 2020 بتهم تتعلق بالتحريض على التجمهر والمس بالوحدة الوطنية. كما تناولت منشوراتها قضايا إعلاميين آخرين، مثل سعيد بودور ونور الدين التونسي، وهما صحفيان من وهران، وقد اعتقلا في 21 سبتمبر 2020 مع توجيه ثلاث تهم في حقهما وهي "إهانة هيئة نظامية" بناءً على المادتين 144 و 146 من قانون العقوبات و"التشهير" حسب المادتين 296 و 298 و "الابتزاز" حسب المادة 371 من قانون الإجراءات المدنية.

وقد نقلت الصفحة وقائع محاكمتها التي جرت بمحكمة وهران يوم 15 مارس 2021 وتمت فيها تبرئة التونسي من جميع التهم الثلاث ولكنه أدين بتهمة أخرى وهي تهمة "التجسس" لتورطه في علاقة بـ PPLAAF (منصة حماية المبلغين عن المخالفات في أفريقيا)، التي وصفتها المحكمة بأنها "طرف أجنبي". في حين حكم على بودور بالحبس شهرين مع وقف التنفيذ وتم الإفراج المشروط عنه في نفس اليوم. وكذا محاكمة الصحفي عبد الحكيم ستوان، التي جرت وقائعها هي الأخرى يوم 15 مارس 2021 بعد تأجيلات متكررة بتهمة "التشهير" و"الابتزاز" و"التعدي على الخصوصية" و"نشر أخبار كاذبة".

كما عرضت الصفحة حيثيات محاكمة الصحفي حسن بوراس، بمحكمة الجنايات في البيض يوم 21 مارس 2021 بتهمة "إهانة رئيس الجمهورية" و"إهانة هيئة نظامية" و"تحريض المواطنين على حمل السلاح ضد الدولة وضد بعضهم" حسب المادتين 144 و 146 من قانون العقوبات الجزائري.

ترافقت هذه المحاكمات مع إجراءات تشريعية جديدة سنتها السلطات، اعتبرتها الصفحة محاولة لتقييد حرية التعبير، لاسيما ما تعلق بقانون العقوبات المعدل الذي يُجرّم الأخبار الكاذبة، والقانون الجديد المتعلق بالإعلام

الإلكتروني، والذي يفرض قيودًا على الصحافة الرقمية من خلال اشتراط التواجد المادي داخل الجزائر، ما يُهدد مبدأ حماية مصادر الصحفيين. ويعزز وفق طرحها سيطرة الدولة على حرية التعبير، وفي هذا الصدد أبرزت دعوة بعض رجال الإعلام السلطات الجزائرية إلى إلغاء القوانين التي يتم استخدامها لتجريم الصحفيين.

كما وثّقت الصفحة محاولات التضييق على وسائل الإعلام الرقمية المستقلة، من بينها: Ultra Sawt، Tariq News، Twala، Maghreb Émergent، Radio M، Interlignes، وغيرها، مركّزة على مساعي الدولة لبسط مزيد من الرقابة على الحقل الإعلامي، خاصة في السياق السياسي الذي تميّز بتقديم الرسالة المطوّلة لرئيس الجمهورية الراحل "عبدالعزیز بوتفليقة" التي وجهها للشعب الجزائري بتاريخ 11 مارس 2019، والتي تضمنت وعودا بإجراء الانتخابات في 18 أبريل 2019 استجابة لمطالب الشعب، وقدم فيها اقتراح عقد "ندوة وطنية جامعة مستقلة" وهي هيئة تتمتع بكل السلطات لإعداد الإصلاحات الجديدة تضم مختلف الفاعلين في المجتمع الجزائري، حيث تتولى مهمة تحديد تاريخ إجراء الانتخابات الرئاسية، على أن تنتهي مهامها قبل نهاية 2019. كاشفا عن عرضه مشروع الدستور للاستفتاء الشعبي، تبعها تعيين وزير الداخلية نور الدين بدوي كوزير أول خلفا للوزير "أحمد أويحي" تنفيذًا لمطلب من مطالب الشعب الجزائري. ومع كل ذلك استمرت الاحتجاجات ضد الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، بالرغم من إعلانه عدم ترشحه للعهدة الخامسة.

لقد كشفت منشورات الصفحة في علاقتها بفئة الإعلاميين عن دورها كمصدر مواكب لانتهاكات حرية التعبير، وفضاء للتوثيق الحقوقي المتعلق بمحاكمات الصحفيين والمضايقات التي تعرضت لها المؤسسات الإعلامية. وقد ساهم هذا التناول في ترسيخ صورة الصحفيين كفاعلين في الحراك، لا فقط كناقلين للحدث، بل كمكوّن من مكوّناته الأساسية. ويظهر تركيز الصفحة على هذه الفئة سعيها إلى فضح التجاوزات الرسمية وخلق وعي جمعي بأهمية الإعلام الحر في المرافعة عن القضايا المجتمعية، ما يضعها في موقع "الوسيط الحراكي" الذي يتقاطع مع أدوار المجتمع المدني في بناء الرأي العام والدفاع عن الحريات الأساسية.

وأخيرًا، ظهرت فئة رجال القانون بنسبة 0,83% من مجموع الفاعلين، بما يعادل 21 تكرارًا. وقد ركّزت الصفحة على إبراز مشاركة هذه الفئة من محامين وناشطين حقوقيين وأساتذة جامعيين في المسيرات الشعبية، حيث قدمت كفاعلين ذوي مصداقية وكفاءة قانونية داعمة للحراك، من خلال مواقفهم المدافعة عن الحريات والمرافعة ضد الانتهاكات، سواء في الشارع أو عبر بيانات وتصريحات علنية. وهو ما يعكس سعي الصفحة إلى تأطير هذه الفئة كمرجعية قانونية وأخلاقية ضمن المشهد الاحتجاجي، ما يمنح الحراك شرعية إضافية ويعزز طابعه السلمي والمؤطر قانونيًا.

من خلال ما سبق يمكن القول أن الصفحة حرصت على إظهار القوى الفاعلة في طليعتها المجتمع المدني من شخصيات داعمة للحراك من نشطاء وأساتذة جامعيين وممثلين عن جمعيات المجتمع المدني الذي أخذ من الميدان سلاحا لاسترجاع حقوقه تليها القوى المتمثلة في شخصيات رسمية وأخرى مرشحة للرئاسة وهيئات حزبية بين رافضة وداعمة للحراك فبعد توقيع ثلاثة أحزاب ميثاق تحالف سياسي لدعم إعادة انتخاب عبد العزيز بوتفليقة ويضم الميثاق التجمع الوطني الديمقراطي بزعامة رئيس الحكومة أحمد أويحيى، وحركة مجتمع السلم ذات التوجهات الإسلامية بزعامة أبو جرة سلطاني، والحركة التصحيحية لحزب جبهة التحرير الوطني برئاسة وزير الخارجية عبد العزيز بلخادم، كما أعلنت العديد من الأحزاب والنقابات دعمها لإعادة انتخاب بوتفليقة رغم حالته الصحية المتدهورة منذ أن أُصيب بسكتة دماغية عام 2013.

في المقابل أبرزت الصفحة خلو الحراك من قائد أو قادة رسميين له، إلا أنها قدّمت الكثير من القوى والفعاليات الجزائرية التي كانت تدعم بقوة المسيرات الضخمة التي شهدتها العديد من المدن في البلاد ضد ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية خامسة. ومن هذه القوى، أحزاب وتنظيمات عُرفت بعدائها الشديد لنظام الحكم في البلاد، فيما دخلت قوى جديدة على الخط.

مما يعكس الدور الكبير الذي لعبته الصفحة في إبراز مواقف الشخصيات سواء المؤيدة أو المعارضة للحراك من باب توثيقها إلى جانب محاولة إقناع متابعيها بموضوعيتها من جهة وعدم انزلاقها لتبني أي خطاب منهما تاركة لقوة الحجة لكل خطاب مجالا لتبنيه ما يدل أن الصفحة كانت شاهدة على الأحداث التي وقعت ساعية للتأثير عبر نوع رسالتها وأنواع الأطراف التي مررت خطاباتها لمتصفحها.

ومن خلال ما سبق، يمكن القول إن الصفحة حرصت على إظهار الأطراف الفاعلة في الحراك، وركزت بالدرجة الأولى على المجتمع المدني، من نشطاء وأساتذة جامعيين وممثلين عن جمعيات، قدّمهم الصفحة باعتبارهم في طليعة القوى المحركة للحراك. وقد ظهر هؤلاء في كثير من المنشورات كمعبّرين عن تطلعات الشارع، ومعبّئين للرأي العام، ما يعكس سعي الصفحة إلى ترسيخ صورة المجتمع المدني كقوة بديلة قادرة على استعادة زمام المبادرة من السلطة.

تلي ذلك القوى السياسية الرسمية وشبه الرسمية، من شخصيات مرشحة للرئاسة وهيئات حزبية، قدّمت الصفحة مواقفها بشكل مفصل، مبرزة تباينها بين أطراف داعمة لترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة - كما هو حال الأحزاب التي وقعت على "ميثاق التحالف السياسي"، على غرار التجمع الوطني الديمقراطي، وحركة مجتمع السلم، والحركة التصحيحية لحزب جبهة التحرير الوطني وأطراف أخرى رافضة لتوجهات السلطة، وإن كان حضورها أقل من حيث التكرار، لكنه لاف من حيث التنوع.

كما أولت الصفحة اهتماماً لفئة النخب الأكاديمية والقانونية (رجال القانون)، حيث أبرزت مشاركتهم في المسيرات بوصفهم داعمين للحراك، ما يعكس انخراط فئات مؤثرة في المجتمع، تساهم في إضفاء شرعية رمزية وأخلاقية على الحركة الاحتجاجية. في الوقت نفسه، سجل حضور لافت لبعض فئات القطاع العام، على غرار قطاع التربية، الذي ظهر كقطاع يعاني من اختلالات مزمنة، ربطتها الصفحة ضمناً بسوء إدارة الدولة، مما يشير إلى وعي الصفحة بتراطبات الأزمات القطاعية مع الأزمة السياسية العامة.

وإذا كانت الصفحة قد أبرزت غياب قيادة رسمية للحراك، فإنها لم تتجاهل الفاعلين الذين شكّلوا ثقله في الميدان، وقدمتهم في سياق دعمهم له، مع الحرص على عدم إضفاء شرعية تمثيلية عليهم، في إشارة إلى محاولتها تبني موقف حيادي شكلياً، دون الانخراط المباشر في الترويج لأي جهة.

ويُستنتج من ذلك أن الصفحة لم تكتف بدور التوثيق، بل سعت من خلال طريقة عرضها للأطراف الفاعلة إلى التأثير في المتلقين عبر اختيارها للنماذج التي تُبرزها، وتوقيت إبرازها، ونوعية الخطاب المصاحب لها. فقدّمت نفسها كوسيط اتصالي موضوعي، لكنه منخرط في دعم الحراك عبر انتقاء الرسائل التي تسلط الضوء على شرعيته وتنوعه المجتمعي. ويمكن القول إن الصفحة تموضعت خلال الأزمة كفاعل اتصالي واعٍ، يتجنب التورط المباشر في الاصطفاف السياسي، لكنه يُؤطر النقاش العام من خلال إظهار القوى الفاعلة ومواقفها، والربط بين الأزمات القطاعية والأزمة السياسية، ما يعكس تبنّيها لخطاب ضمني ناقد للسلطة، دون التصريح بذلك صراحة.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

الجدول رقم 57 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة مئوية	عدد المنشورات	المصادر / التكرار
2,07%	51	مصادر إعلامية وطنية
0,61%	15	مصادر إعلامية دولية
1,02%	25	من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)
1,75%	43	مصادر رسمية
3,78%	93	مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)
90,78%	2235	بدون مصادر
100%	2462	المجموع

تعكس البيانات الرقمية الخاصة بتوزيع المصادر المعتمدة في منشورات الصفحة المدروسة أن هذه الأخيرة تركزت ضمن نموذج صحافة المواطن، وهو ما توضحه النسبة المرتفعة جداً للمنشورات مجهولة المصدر، والتي بلغت 90,78 % بمجموع (2235 تكراراً). هذه النسبة تمثل مؤشراً دالاً على أن الصفحة لم تكن تكتفي بإعادة نشر أخبار أو مواقف من مصادر رسمية أو إعلامية، بل كانت تتحول تدريجياً إلى فاعل إعلامي مستقل يُنتج محتوى ذاتياً، يتفاعل فيه مع الحراك وفق منطق تعبوي، بعيداً عن الأطر المهنية التقليدية. هذا التحول الوظيفي من مجرد وسيط معلوماتي إلى مصدر ميداني بديل للمعلومة، يعكس طبيعة الإعلام الرقمي الجديد الذي أفرزته الحركات الاجتماعية، حيث لا يُنظر للمعلومة كمجرد خبر محايد، بل كأداة مقاومة وصياغة للرأي العام. ويمكن ربط هذه الوظيفة الجديدة بالواقع الميداني للحراك، حيث كانت التغطية الإعلامية الرسمية محدودة أو منحازة، ما دفع الجمهور نحو صفحات التواصل الاجتماعي التي سدت الفراغ المعلوماتي وأعادت تشكيل الثقة الإعلامية.

في المقابل، تظهر النسب الضعيفة للمصادر الأخرى مثل المصادر (الوطنية، العلمية الأكاديمية، السياسية، القانونية)، (3,78%)، مجموع (93 تكراراً) والإعلام الوطني (2,07%)، مجموع 51 تكراراً. بالإضافة إل اعتمادها على المصادر الرسمية (1,75%) مجموع (43 تكراراً). تحولاً مقصوداً نحو خطاب بديل يتعد عن الرواية الرسمية أو الإعلامية التقليدية، ويُفضّل الخطاب الذاتي الذي يحمل طابعاً تعبويًا غير مؤسسي.

بعدها صفحات فايسبوكية أخرى بنسبة (01,02%) عن (25 تكراراً). ما يدل على أن الصفحة المدروسة لم تعتمد كثيراً على صفحات أخرى شبيهة أو موازية كمصادر معلوماتية داعمة. هذا التوجه ينسجم مع طبيعة الموقع الاستقلالي الذي اختارته الصفحة لنفسها ضمن الفضاء الرقمي، حيث سعت إلى بناء هوية إعلامية مستقلة تستند إلى روايتها الخاصة للأحداث، بدلاً من إعادة تدوير محتوى صفحات أخرى.

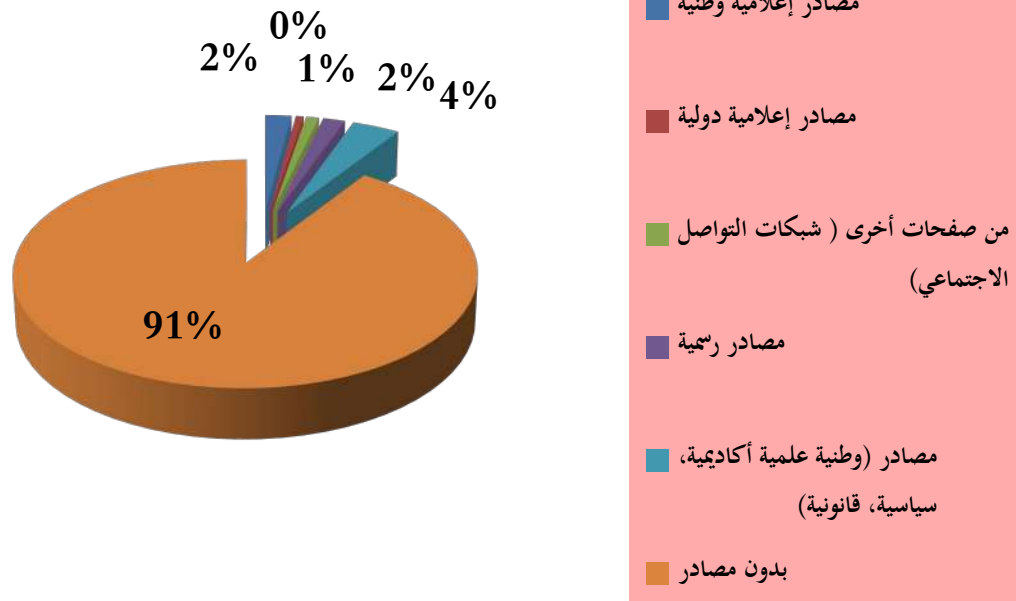
ويُفسّر هذا الحضور المحدود لصفحات فايسبوكية أخرى أيضاً في ضوء الرغبة في تجنب فقدان المصداقية أو الوقوع في فخ المعلومات غير الدقيقة التي قد تنتج عن مشاركة محتويات غير موثقة من صفحات غير رسمية. فاختارت الصفحة على ما يبدو تقديم خطاب تعبوي قائم على التفاعل المباشر مع الواقع الميداني للحراك، لا على تناقل الخطاب بين صفحات رقمية قد تحمل توجهات أو أجندات مختلفة.

وبهذا يمكن القول إن اعتماد الصفحة المدروسة على مصادر خارج المنظومة الإعلامية التقليدية (رسمية أو مستقلة) كان مدروساً، وجاء جزءاً من استراتيجية تواصلية تهدف إلى تعزيز الثقة مع الجمهور الرقمي، وتكريس نفسها كجهة موثوقة في سرد الحراك، بعيداً عن التشويش أو التداخل في الخطاب الرقمي الموازي.

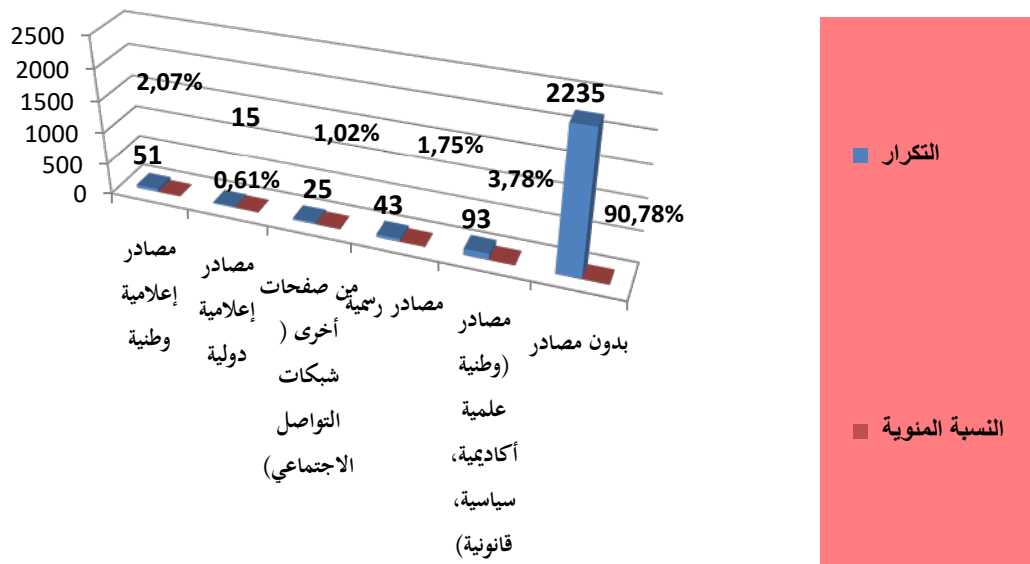
وأخيراً مصادر إعلامية دولية بلغت نسبته (0,61%) مجموع (15 تكراراً) فإن محدودية توظيفها رغم أهميتها تعكس حرص الصفحة على الحفاظ على مصداقيتها الوطنية، وتجنب التأويلات المرتبطة بالولاء الخارجي أو التبعية الإعلامية، خاصة في سياق سياسي حذر تحكمه حساسيات السيادة الوطنية.

وبالتالي تدني نسب هذه المصادر رغم أهميتها يثبت تحاشي الصفحة توظيف المصادر الإعلامية الدولية وعلى باقي المواقع الاجتماعية حرصاً منها على توخي المصداقية في نقل أحداث وطنية بهذا الحجم من الأهمية.

وتظهر هذه المؤشرات عموماً أن الصفحة تبنت استراتيجية تواصلية قائمة على المصداقية الميدانية والشهادات الحية، بعيداً عن التوثيق الرسمي، بما يعكس تحول المنصات الاجتماعية إلى مساحات بديلة لإنتاج وتداول المعرفة، وتشكيل الوعي الجمعي، وتوثيق أحداث الحراك من الداخل، لا من خلال الإعلام الرسمي أو الخارجي.



رسم توضيحي يبين بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 58 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الجمعات	مصادر إعلامية وطنية		مصادر إعلامية دولية		من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)		مصادر رسمية		مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)		بدون مصادر		الاجمعي	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	3,92%	2	0%	0	8%	2	4,65%	2	1,08%	1	1,70%	38	1,83%	45
01 مارس 2019	2	0,00%	0	6,67%	1	0%	0	2,33%	1	0,00%	0	0,81%	18	0,81%	20
08 مارس 2019	3	3,92%	2	0%	0	0%	0	4,65%	2	4,30%	4	1,43%	32	1,62%	40
15 مارس 2019	4	0%	0	0%	0	8%	2	4,65%	2	2,15%	2	2,46%	55	2,48%	61
22 مارس 2019	5	7,84%	4	0%	0	0%	0	4,65%	2	2,15%	2	2,15%	48	2,27%	56
29 مارس 2019	6	3,92%	2	0%	0	0%	0	9,30%	4	0,00%	0	1,16%	26	1,30%	32
5 أفريل 2019	7	1,96%	1	0%	0	0%	0	2,33%	1	1,08%	1	0,40%	9	0,49%	12
12 أفريل 2019	8	7,84%	4	0%	0	0%	0	0,00%	0	3,23%	3	6,89%	154	6,54%	161
19 أفريل 2019	9	0,00%	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	7,53%	7	1,03%	23	1,22%	30
26 أفريل 2019	10	0,00%	0	0%	0	0%	0	4,65%	2	0,00%	0	1,07%	24	1,06%	26
30 ماي 2019	11	0,00%	0	13,33%	2	0%	0	2,33%	1	0,00%	0	0,85%	19	0,89%	22
10 ماي 2019	12	0,00%	0	0%	0	0%	0	2,33%	1	0,00%	0	0,85%	19	0,81%	20
17 ماي 2019	13	0,00%	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0,00%	0	2,28%	51	2,07%	51
24 ماي 2019	14	3,92%	2	0%	0	16%	4	0,00%	0	1,08%	1	2,86%	64	2,88%	71

9,10%	224	8,95%	200	0,00%	0	30,23%	13	%0	0	60%	9	3,92%	2	15	31 ماي 2019
10,68 %	263	11,50 %	257	0,00%	0	0,00%	0	%12	3	0%	0	5,88%	3	16	7 جوان 2019
0,49%	12	0,45%	10	0,00%	0	0,00%	0	4%	1	0%	0	1,96%	1	17	14 جوان 2019
0,77%	19	0,76%	17	1,08%	1	0,00%	0	%0	0	6,67%	1	0,00%	0	18	21 جوان 2019
1,42%	35	1,57%	35	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	19	28 جوان 2019
0,81%	20	0,89%	20	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	20	5 جويلية 2019
0,49%	12	0,54%	12	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	21	12 جويلية 2019
2,48%	61	2,37%	53	2,15%	2	0,00%	0	%0	0	0%	0	11,76%	6	22	19 جويلية 2019
1,10%	27	1,03%	23	0,00%	0	4,65%	2	%0	0	0%	0	3,92%	2	23	26 جويلية 2019
0,89%	22	0,98%	22	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	24	02 أوت 2019
0,77%	19	0,72%	16	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	5,88%	3	25	09 أوت 2019
0,49%	12	0,45%	10	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	3,92%	2	26	16 أوت 2019
0,93%	23	0,94%	21	0,00%	0	2,33%	1	%0	0	0%	0	1,96%	1	27	23 أوت 2019
0,37%	9	0,40%	9	0,00%	0	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	28	30 أوت 2019
1,18%	29	1,03%	23	2,15%	2	2,33%	1	8%	2	0%	0	1,96%	1	29	6 سبتمبر 2019

3,82%	94	3,94%	88	1,08%	1	0,00%	0	%0	0	0%	0	9,80%	15	30	13 سبتمبر 2019
7,43%	183	6,71%	150	21,51%	20	0,00%	0	20%	5	13,33%	2	11,76%	6	31	20 سبتمبر 2019
7,07%	174	5,82%	130	43,01%	40	0,00%	0	8%	2	0%	0	3,92%	2	32	27 سبتمبر 2019
0,41%	10	0,36%	8	2,15%	2	0,00%	0	%0	0	0%	0	0,00%	0	33	04 أكتوبر 2019
6,01%	148	6,53%	146	0,00%	0	0,00%	0	8%	2	0%	0	0,00%	0	34	11 أكتوبر 2019
6,46%	159	6,89%	154	0,00%	0	6,98%	3	8%	2	%0	0	0,00%	0	35	18 أكتوبر 2019
5,89%	145	6,26%	140	2,15%	2	6,98%	3	%0	0	%0	0	0,00%	0	36	25 أكتوبر 2019
2,56%	63	2,73%	61	0,00%	0	4,65%	2	0%	0	%0	0	0,00%	0	37	10 نوفمبر 2019
2,11%	52	2,24%	50	2,15%	2	0,00%	0	%0	0	%0	0	0,00%	0	38	08 نوفمبر 2019
%100	2462	90,78 %	2235	%3,78	93	%1,75	43	%1,02	25	%0,61	15	%2,07	51		المجموع

تكشف المعطيات الرقمية أن المنشورات بدون مصادر كانت الطاغية بنسبة 90.78%، وبلغت ذروتها في الجمعة السادسة عشرة (7 جوان 2019) بـ 257 تكراراً، أي بنسبة 11.5% من مجموع المنشورات مجهولة المصدر. وقد تزامن هذا الارتفاع مع منعرج حاسم في الحراك، تمثل في تصاعد خطاب المطالبة برحيل رموز الدولة العميقة، ما دفع الصفحة إلى نشر محتوى تعبوي مكثف يعكس غضب الشارع ويُحافظ على الزخم الجماهيري دون الحاجة إلى توثيق أو مصادر رسمية، انسجماً مع طبيعة "صحافة المواطن" التي تغلب عليها العفوية وسرعة التفاعل. ما يعكس مرحلة ذروة التفاعل الرقمي والانخراط الجماهيري بعد إقالة رموز النظام السابق وبرز خطاب يقظ يرفض مساعي إعادة إنتاج النظام. وهي لحظة اتصالية حاسمة، استثمرت فيها الصفحة انتشار الخطاب الشعبي الميداني المجرد من المرجعية المؤسسية أو الإعلامية، لصالح سردية شعبية مستقلة.

في المقابل، بلغ استخدام المصادر الإعلامية الوطنية ذروته في الجمعة الثانية والعشرين (19 جويلية 2019) بنسبة 11.76 % (6 تكرارات)، وهو ما يُصادف مرحلة تصاعد النقاشات حول تنظيم الانتخابات الرئاسية ورفض الشارع للهيئة المستقلة. وقد يُفهم من توظيف هذه المصادر وجود محاولة للاستشهاد بخطاب إعلامي داخلي لتعزيز مشروعية المطالب أو لمجابهة الروايات الرسمية.

في الجمعة الخامسة عشرة (31 ماي 2019) بنسبة 60% (9 تكرارات من أصل 15 خلال الفترة كلها). ويأتي هذا في فترة شهدت انفتاح الحراك على التغطية الخارجية ومحاولة بعض وسائل الإعلام الدولية تسليط الضوء على سلمية الحراك الجزائري، مما منح الصفحة فرصة توظيف هذه المصادر لتأكيد الطابع الحضاري والشرعي للحراك أمام المجتمع الدولي. وتزامن هذا التوظيف المكثف مع حراك الجمعة الذي جاء عقب سلسلة من التطورات السياسية الحساسة، أبرزها دخول الحراك مرحلة الضغط على المؤسسة العسكرية، وتزايد الدعوات إلى مرحلة انتقالية مدنية، وهو ما دفع الصفحة إلى توظيف مصادر إعلامية دولية لتسليط الضوء على زخم الحراك ولفت أنظار الرأي العام العالمي، ضمن استراتيجية اتصالية تستهدف كسب الشرعية الخارجية وتعزيز الصورة الدولية للحراك.

فيما يتعلق بـ المصادر من صفحات أخرى (فايسبوكية أو شبكات تواصل)، فقد بلغ أقصى استخدامها في الجمعة نفسها (31 ماي 2019) بـ 5 تكرارات، ما يعكس اندماج الخطاب الرقمي للحراك في فضاء أوسع من الفعل التشاركي بين الصفحات، وتبادل المحتوى الداعم للمسيرات وتوثيقها ميدانياً.

وبالنسبة إلى المصادر الرسمية، فقد تم اعتمادها بأكبر قدر أيضاً في الجمعة الخامسة عشرة بنسبة 30.23% (13 تكراراً من أصل 43). ما يعكس استدعاء الصفحة لبعض المواقف الرسمية حينما تتماشى مع خطاب الحراك أو تُوظف بشكل نقدي ضمن استراتيجية تفكيك الخطاب الرسمي ذاته. ويرتبط ذلك بسياق الردّ على تصريحات صادرة عن المؤسسة العسكرية أو الحكومة، حيث وظّفت الصفحة هذا المصدر إما لتفنيده أو لإعادة تأطيره بما يخدم خطاب الحراك.

أخيراً، فإن المصادر العلمية والأكاديمية والسياسية سجّل استخدامها الأعلى في الجمعة الثانية والثلاثين (27 سبتمبر 2019) بنسبة 43.01% (40 تكراراً من أصل 93)، وهو توقيت تزامن مع تصاعد الوعي السياسي داخل الحراك وطرح شعارات تُطالب بتغيير جذري للنظام السياسي. هذا الارتفاع يبرز محاولة الصفحة تقديم تأصيل معرفي وقانوني لمطالب المحتجين، لتقوية الخطاب السياسي بالحجج العلمية والدستورية، خاصة في مواجهة محاولات التشكيك أو التخوين. وهي الجمعة التي تميّزت بتصعيد في الطروحات السياسية داخل الحراك، وظهور

تُخب سياسية وأكاديمية تُقدّم بدائل واقعية، مما دفع الصفحة إلى توظيف هذا النوع من المصادر لإعطاء الطابع الفكري والشرعي للمطالب، وإبعاد الحراك عن الاتهامات بالشعبوية أو العشوائية.

هذا التفاوت في توظيف المصادر يبرز أن الصفحة لم تعتمد فقط على الكم، بل استخدمت استراتيجية انتقائية ترتبط بطبيعة الطرف السياسي والاجتماعي، حيث تحضر المصادر الدولية عندما تشتد الحاجة إلى الدعم الخارجي، وتغيب تمامًا عندما يكون الخطاب ذا طابع تعبوي داخلي، كما يحدث مع المنشورات مجهولة المصدر التي لعبت دورًا رئيسيًا في خلق زخم رقمي تعبوي شعبي.

09. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
الجدول رقم 59 يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	أهداف منشورات الصفحة التكرار
8%	197	أهداف إخبارية تثقيفية
47,97%	1181	أهداف توعوية
44,03%	1084	أهداف توجيهية
0%	0	أهداف تحريضية
100%	2462	المجموع

تعكس معطيات المحتوى المنشور أن الصفحة المدروسة قد ركزت بشكل كبير على الأهداف التوعوية، حيث استحوذت على النسبة الأعلى بـ 47,97% بمجموع 1181 تكراراً. ويعكس هذا التوجه سعي الصفحة إلى بناء وعي جماهيري مستنير وسلمي عبر نشر الشعارات التحفيزية التي تُعزز من روح التضامن، وتحافظ على سلمية الحراك، وتُشجع على الاستمرار المنظم في التعبئة الشعبية، خاصة خلال الفترات الحرجة من الأزمة.

تأتي الأهداف التوجيهية في المرتبة الثانية بنسبة 44,03% بـ 1081 تكراراً، وهو ما يدل على الدور الوظيفي الذي لعبته الصفحة في تأطير الرأي العام وتوجيهه سياسياً. ويتضح ذلك من خلال الشعارات التي استهدفت المؤسسة العسكرية، في سياق رفض الشارع لتدخلها في العملية السياسية، بالإضافة إلى الدعوة للمشاركة الشعبية الفعالة، سواء من خلال المسيرات أو التعبير السياسي السلمي.

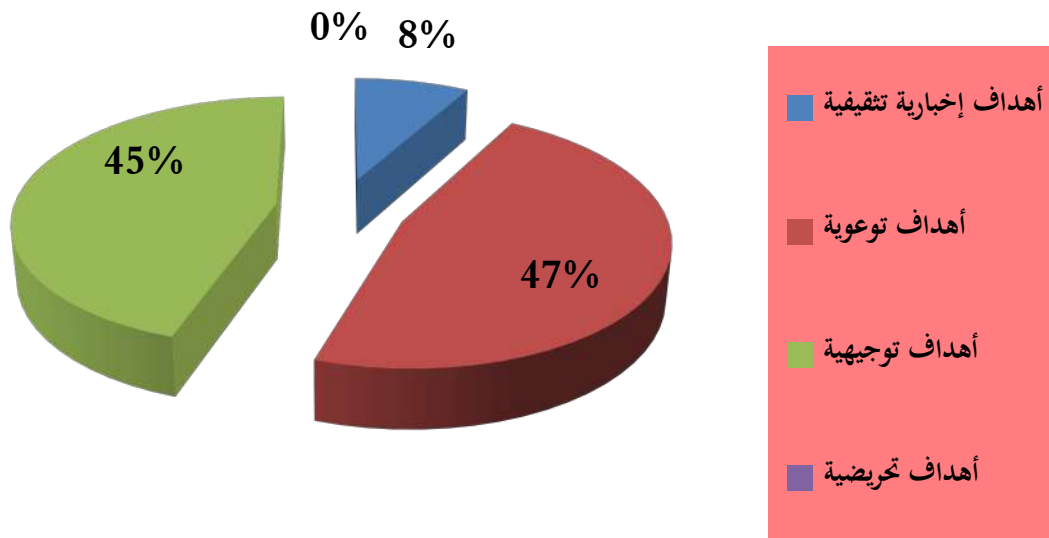
أما الأهداف الإخبارية فقد سجلت نسبة 8% بمجموع 197 تكراراً، حيث تولّت الصفحة نقل الأحداث الجارية على الساحة الوطنية، خاصة أخبار التظاهرات، مشاركة الفئات المختلفة من المجتمع، وتفاعل الحكومة مع مطالب الشارع. وعلى الرغم من أهمية هذا الهدف في تغذية الجمهور بالمعلومات، إلا أنه لم يكن الهدف المركزي، مما يعكس أن الصفحة كانت أقرب إلى منصّة توعوية-توجيهية منها إلى منصّة إعلامية تقليدية.

اللافت في هذا السياق هو الغياب التام للأهداف التحريضية، وهو غياب يُفهم في ضوء سياق المرحلة الثانية من الحراك، التي تميزت بحساسية سياسية عالية، ومحاولات متعددة لتشويه الحراك أو دفعه نحو التصعيد. وقد فضّلت الصفحة اعتماد خطاب هادئ ومتماسك يُحافظ على شرعية الحراك أمام الداخل والخارج، ويُعزز صورته السلمية والحضارية.

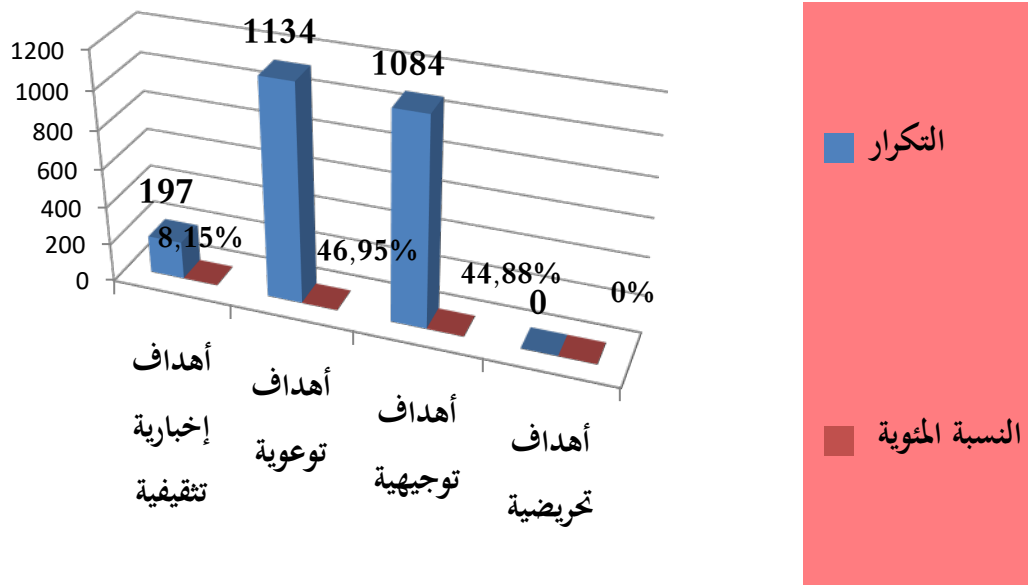
بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الصفحة لم تكتفِ بنقل الأحداث، بل تبنت دوراً مركزياً في هندسة الوعي السياسي للجمهور، مما جعلها أحد الفاعلين الرقميين المؤثرين في مسار الحراك الشعبي الجزائري.

هذا ما يفسر لنا توجه الصفحة أثناء فترة الحراك، حيث عملت على دعوة المتظاهرين إلى التعبئة وتنظيم الصفوف، في سياق التحضير لمواصلة الاحتجاجات السلمية، ورفض تنظيم الانتخابات بوجوه النظام القديم. هذه الدعوات التي تكررت ضمن منشورات توعوية وتوجيهية، تكشف عن دور الصفحة كفاعل رقمي مسؤول، لم يكن هدفه تأجيج الوضع، بل الموازنة بين التعبئة الشعبية والحرص على سلمية المسار.

كما أن تفاديها لأي خطاب تحريضي، رغم تصاعد التوتر السياسي، يُظهر أن القائمين عليها كانوا يملكون وعياً وطنياً عالياً، وحرصاً على حماية الحراك من الانزلاق نحو الفوضى، مما يثبت أن الوظيفة الاتصالية التي تبنتها الصفحة كانت تهدف لصناعة وعي جمعي ناضج، يدعم الاستمرارية ويحصّن الحراك من محاولات التشويه.



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 60 يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)
خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الترتيب	أهداف إخبارية تتقيفية		أهداف توعوية		أهداف توجيهية		أهداف تخريضية		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	5	2,54%	12	1,02%	25	2,31%	0	0%	42	1,71%
01 مارس 2019	2	1	0,51%	6	0,51%	11	1,01%	0	0%	18	0,73%
08 مارس 2019	3	5	2,54%	13	1,10%	21	1,94%	0	0%	39	1,58%
15 مارس 2019	4	6	3,05%	21	1,78%	22	2,03%	0	0%	49	1,99%
22 مارس 2019	5	4	2,03%	15	1,27%	30	2,77%	0	0%	49	1,99%
29 مارس 2019	6	5	2,54%	10	0,85%	11	1,01%	0	0%	26	1,06%
5 أبريل 2019	7	1	0,51%	4	0,34%	7	0,65%	0	0%	12	0,49%
12 أبريل 2019	8	30	15,23%	26	2,20%	52	4,80%	0	0%	108	4,39%
19 أبريل 2019	9	0	0,00%	17	1,44%	15	1,38%	0	0%	32	1,30%
26 أبريل 2019	10	3	1,52%	4	0,34%	17	1,57%	0	0%	24	0,97%
30 ماي 2019	11	2	1,02%	11	0,93%	13	1,20%	0	0%	26	1,06%
10 ماي 2019	12	2	1,02%	11	0,93%	11	1,01%	0	0%	24	0,97%
17 ماي 2019	13	0	0,00%	29	2,46%	29	2,68%	0	0%	58	2,36%
24 ماي 2019	14	3	1,52%	30	2,54%	42	3,87%	0	0%	75	3,05%
31 ماي 2019	15	31	15,74%	58	4,91%	127	11,72%	0	0%	216	8,77%
7 جوان 2019	16	2	1,02%	173	14,65%	91	8,39%	0	0%	266	10,80%
14 جوان 2019	17	0	0,00%	9	0,76%	6	0,55%	0	0%	15	0,61%
21 جوان 2019	18	0	0,00%	11	0,93%	8	0,74%	0	0%	19	0,77%
28 جوان 2019	19	0	0,00%	21	1,78%	19	1,75%	0	0%	40	1,62%
5 جويلية 2019	20	0	0,00%	16	1,35%	10	0,92%	0	0%	26	1,06%
12 جويلية 2019	21	0	0,00%	7	0,59%	2	0,18%	0	0%	9	0,37%
19 جويلية 2019	22	0	0,00%	49	4,15%	25	2,31%	0	0%	74	3,01%
26 جويلية 2019	23	1	0,51%	15	1,27%	12	1,11%	0	0%	28	1,14%
02 أوت 2019	24	14	7,11%	2	0,17%	2	0,18%	0	0%	18	0,73%
09 أوت 2019	25	5	2,54%	11	0,93%	8	0,74%	0	0%	24	0,97%
16 أوت 2019	26	0	0,00%	6	0,51%	7	0,65%	0	0%	13	0,53%
23 أوت 2019	27	1	0,51%	17	1,44%	11	1,01%	0	0%	29	1,18%
30 أوت 2019	28	0	0,00%	5	0,42%	2	0,18%	0	0%	7	0,28%
6 سبتمبر 2019	29	4	2,03%	10	45,85%	6	0,55%	0	0%	20	0,81%

3,13%	77	%0	0	1,20%	13	4,91%	58	3,05%	6	30	13 سبتمبر 2019
7,88%	194	%0	0	6,92%	75	8,89%	105	7,11%	14	31	20 سبتمبر 2019
6,50%	160	%0	0	5,54%	60	6,52%	77	11,68%	23	32	27 سبتمبر 2019
0,28%	7	%0	0	0,28%	3	0,25%	3	0,51%	1	33	4 أكتوبر 2019
5,20%	128	%0	0	6,00%	65	5,25%	62	0,51%	1	34	11 أكتوبر 2019
7,80%	192	%0	0	6,37%	69	8,55%	101	11,17%	22	35	18 أكتوبر 2019
8,61%	212	%0	0	9,50%	103	8,81%	104	2,54%	5	36	25 أكتوبر 2019
2,52%	62	%0	0	2,95%	32	2,54%	30	0,00%	0	37	10 نوفمبر 2019
1,79%	44	%0	0	2,03%	22	1,86%	22	0,00%	0	38	08 نوفمبر 2019
100%	2462	%0	0	44,03%	1084	47,97%	1181	8%	197	المجموع	

تكشف معطيات الجدول رقم (60) أن الصفحة المدروسة ركزت بشكل واضح على الأهداف التوعوية، حيث جاءت في الصدارة بنسبة 47,97 % بمجموع (1181 تكرارًا)، وتُعد الجمعة السادسة عشر (7 جوان 2019) الأكثر تجليًا لهذا الهدف بنسبة 14,65 % بـ (173 تكرارًا). ويعكس هذا الارتفاع تركيز الصفحة على تحفيز المتظاهرين وتعبئتهم، لا سيما بعد مرحلة مفصلية في تاريخ الحراك، وهي استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في 2 أبريل 2019، وما تبعها من دعوة قائد الأركان أحمد قايد صالح إلى تفعيل المادة 102 من الدستور. وفي هذه الأجواء، سعت الصفحة إلى تعزيز الوعي السياسي وتحفيز الاستمرارية السلمية في التظاهر للمطالبة بتغيير حقيقي، لا يقتصر فقط على استقالة الرئيس، بل يشمل بنية النظام كاملة.

أما الأهداف التوجيهية، فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 44,03 % بـ (1081 تكرارًا)، وتصدّرت فيها الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) بنسبة 11,72 % (127 تكرارًا). ويعكس هذا التوجه محاولة الصفحة لعب دور "المرشد الرقمي" في توجيه الرأي العام، عبر شعارات داعية إلى رفض الوجوه القديمة للنظام، وانتقاد التدخل العسكري في الحياة السياسية، والدعوة للمشاركة في الحراك بروح وطنية وسلمية.

في المقابل، سجلت الأهداف الإخبارية والتثقيفية نسبة متواضعة بلغت 8% (197 تكرارًا)، مع تصدّر الجمعة الخامسة عشر مجددًا بنسبة 15,74 % (31 تكرارًا). ويظهر من هذه النسبة أن الصفحة لم تكتفِ بدورها التحفيزي والتوجيهي، بل أدّت أيضًا وظيفة نقل الأخبار الميدانية والآراء الحكومية، وإبراز حجم المشاركة

الشعبية، ما يعكس وعياً بأهمية إبقاء الجمهور على اطلاع بما يجري دون السقوط في التهويل أو الخطاب الدعائي. ولتعزيز هذا التحليل، فإن مراجعة أبرز الجماعات تكشف التلازم بين التحولات السياسية ومضامين المنشورات، إذ أن:

- **الجمعة 16 (7 جوان 2019):** ارتفعت فيها نسبة التوعية مع بداية الفراغ الرئاسي، مما يعكس سعي الصفحة إلى الحفاظ على سلمية الحراك وتركيزه.
- **الجمعة 15 (31 ماي 2019):** شهدت أعلى نسبة توجيه سياسي، تزامناً مع تصاعد رفض الانتخابات من طرف الحراك، وتكثيف الدعوات لمقاطعتها ومحاسبة رموز المرحلة السابقة.

وهكذا، فإن طبيعة الأهداف المنشورة من طرف الصفحة كانت متماشية مع التطورات الميدانية والسياسية، مما يدل على وعي اتصالي واضح لدى القائمين عليها، وتوظيف ممنهج للخطاب الرقمي بما يخدم حماية الحراك وتنظيمه. ويتضح من هذا التوزيع أن الصفحة لعبت دوراً محورياً في بناء الوعي الجماهيري، وتوجيه الرأي العام، والتعبئة السلمية، في مرحلة شديدة الحساسية من تاريخ الجزائر، حيث فضّلت الالتزام بالخطاب المتزن والتوعوي على حساب أي خطاب تحريضي، ما يعكس إدراكاً عميقاً لمسؤوليتها الاتصالية خلال الحراك.

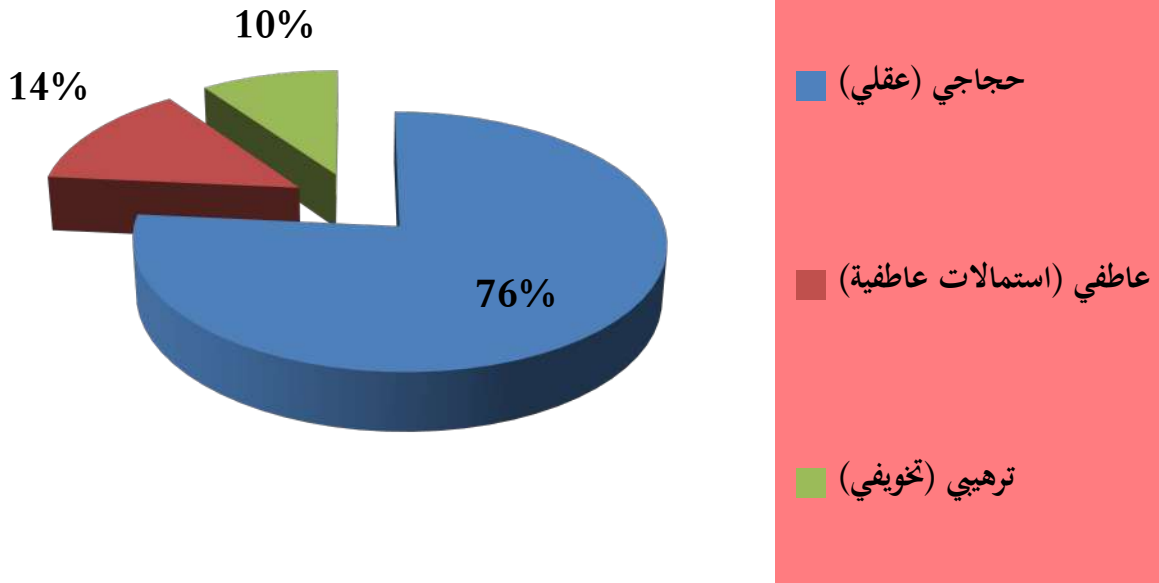
10. فئة الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)
الجدول رقم 61 يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الإقناعية المستخدمة
75,02%	1847	حجاجي (عقلي)
15,39%	379	عاطفي (استمالات عاطفية)
9,59%	236	ترهبي (تخويفي)
100%	2462	المجموع

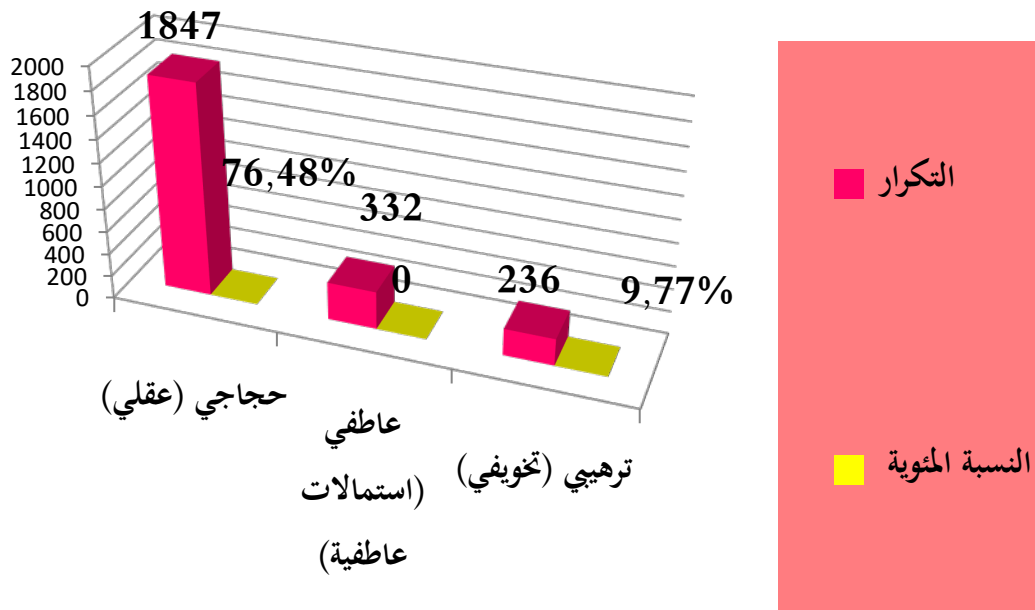
توصلت الدراسة، من خلال تحليل فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة أثناء فترة الحراك، كما يوضحه الجدول رقم (62)، إلى أن الصفحة محل الدراسة اعتمدت بشكل رئيسي على الأسلوب الحجاجي، الذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 75,02 % (بمجموع 1847 تكراراً). ويعكس هذا التوجه رغبة الصفحة في تقديم خطاب عقلاني ومقنع يهدف إلى شرح أسباب الحراك وأهدافه، وإقناع المتابعين بضرورة مواصلة التظاهر السلمي لتحقيق المطالب الأساسية، مثل تغيير النظام ومحاسبة رموزه.

أما الأسلوب العاطفي، فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة 15,39% بمجموع 379 تكراراً، خاصة عند الحديث عن مصير الجزائر في حال استمرار النظام القائم بعد الانتخابات، أو عند التذكير بأهمية السلمية كقيمة محورية للحراك. وقد ساهم هذا الأسلوب في التأثير الوجداني على المتابعين وشحنهم عاطفياً بمشاعر الأمل أو الخوف على الوطن.

في حين جاء الأسلوب الترهبي في المرتبة الثالثة بنسبة 9,59% بعدد 236 تكراراً. وتمثل توظيفه في التحذير من الانزلاق إلى العنف أو رفع شعارات راديكالية قد تضر بالتماسك المجتمعي والاستقرار الأمني، مما يدل على حرص الصفحة على تحصين الحراك من الداخل ضد أي محاولات للتشويه أو الانحراف عن طبيعته السلمية. ويبرز هذا التوزيع للأساليب أن الصفحة كانت واعية بمسؤوليتها الاتصالية، حيث وازنت بين الخطاب العقلاني والعاطفي دون السقوط في التحريض، وهو ما يكرّس بعدها التوعوي والتعبوي دون خرق لحدود السلمية.



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 62 طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

التاريخ	الترتيب	حجاجي (عقلي)		عاطفي (استمالات عاطفية)		ترهبي (تخويفي)		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	2,44%	45	1,32%	5	0,85%	2	2,11%	52
01 مارس 2019	2	1,19%	22	0,79%	3	0,85%	2	1,10%	27
08 مارس 2019	3	2,17%	40	2,11%	8	0,42%	1	1,99%	49
15 مارس 2019	4	3,25%	60	2,90%	11	0,85%	2	2,97%	73
22 مارس 2019	5	2,82%	52	3,69%	14	1,69%	4	2,84%	70
29 مارس 2019	6	1,62%	30	2,11%	8	4,24%	10	1,95%	48
5 أبريل 2019	7	0,43%	8	1,32%	5	0,85%	2	0,61%	15
12 أبريل 2019	8	6,06%	112	5,01%	19	5,51%	13	5,85%	144
19 أبريل 2019	9	1,57%	29	0,79%	3	2,97%	7	1,58%	39
26 أبريل 2019	10	1,08%	20	2,11%	8	0,42%	1	1,18%	29
30 ماي 2019	11	0,97%	18	1,85%	7	0,00%	0	1,02%	25
10 ماي 2019	12	0,87%	16	0,53%	2	1,69%	4	0,89%	22
17 ماي 2019	13	2,49%	46	2,90%	11	1,27%	3	2,44%	60
24 ماي 2019	14	3,74%	69	1,58%	6	3,81%	9	3,41%	84
31 ماي 2019	15	7,58%	140	4,22%	16	4,66%	11	6,78%	167
7 جوان 2019	16	7,53%	139	5,28%	20	7,63%	18	7,19%	177
14 جوان 2019	17	0,49%	9	1,06%	4	2,54%	6	0,77%	19
21 جوان 2019	18	0,92%	17	1,32%	5	2,54%	6	1,14%	28
28 جوان 2019	19	1,68%	31	1,58%	6	0,85%	2	1,58%	39
5 جويلية 2019	20	0,92%	17	1,32%	5	1,69%	4	1,06%	26
12 جويلية 2019	21	0,49%	9	1,06%	4	0,00%	0	0,53%	13
19 جويلية 2019	22	2,71%	50	2,37%	9	3,39%	8	2,72%	67

1,58%	39	4,24%	10	1,32%	5	1,30%	24	23	26 جويلية 2019
1,22%	30	2,97%	7	1,58%	6	0,92%	17	24	02 أوت 2019
1,10%	27	2,54%	6	1,32%	5	0,87%	16	25	09 أوت 2019
0,77%	19	2,54%	6	0,79%	3	0,54%	10	26	16 أوت 2019
1,22%	30	2,54%	6	1,06%	4	1,08%	20	27	23 أوت 2019
0,61%	15	1,69%	4	0,53%	2	0,49%	9	28	30 أوت 2019
1,99%	49	7,20%	17	1,06%	4	1,52%	28	29	6 سبتمبر 2019
4,39%	108	6,78%	16	2,37%	9	4,49%	83	30	13 سبتمبر 2019
6,42%	158	5,51%	13	6,07%	23	6,61%	122	31	20 سبتمبر 2019
5,77%	142	0,00%	0	5,80%	22	6,50%	120	32	27 سبتمبر 2019
0,57%	14	1,27%	3	0,26%	1	0,54%	10	33	04 أكتوبر 2019
6,70%	165	2,97%	7	19,00%	72	4,66%	86	34	11 أكتوبر 2019
5,93%	146	3,39%	8	3,43%	13	6,77%	125	35	18 أكتوبر 2019
5,04%	124	5,51%	13	2,90%	11	5,41%	100	36	25 أكتوبر 2019
2,68%	66	0,85%	2	3,17%	12	2,82%	52	37	10 نوفمبر 2019
2,32%	57	1,27%	3	2,11%	8	2,49%	46	38	08 نوفمبر 2019
100%	2462	9,59%	236	15,39%	379	75,02%	1847	المجموع	

تُظهر النتائج الأولية لتحليل مضمون منشورات الصفحة خلال فترة الحراك الشعبي أن الأساليب البلاغية المتبناة اختلفت تبعاً للسياق السياسي والاجتماعي المصاحب لكل جمعة من جمعات الحراك. فقد تصدر الأسلوب الحجاجي معظم المنشورات بنسبة 75,02% (بمجموع 1847 تكراراً)، وبلغ ذروته في الجمعة الخامسة عشرة (31 ماي 2019) بنسبة 7,58% (140 تكراراً). ويرتبط هذا المعطى بالسياق الذي أعقب استقالة الرئيس بوتفليقة، حيث سادت دعوات لإجراء انتخابات رُفضت شعبياً، مما استدعى تفعيل خطاب عقلائي يُبرز الحجج المضادة ويُفند أطروحات السلطة. أما الأسلوب الترهيب، وإن لم يتجاوز 9,59% من إجمالي الأساليب (236 تكراراً)، فقد برز بشكل ملحوظ خلال الجمعة السادسة عشرة (01 جوان 2019) بنسبة 7,63%

وبمجموع (18 تكراراً)، وهو ما يتماشى مع تصاعد نبرة الخطاب الرسمي آنذاك، لاسيما بعد قرار منع رفع الرايات الأمازيغية، وما رافقه من اعتقالات وتحذيرات. هذا المناخ الأمني المشحون انعكس في خطاب منشورات الصفحة التي استندت إلى التهويل والتحذير من القمع. في المقابل، ارتفع منسوب الأسلوب العاطفي خلال الجمعة الرابعة والثلاثين (11 أكتوبر 2019)، حيث بلغ 19% من إجمالي استخدامه (72 تكراراً من أصل 379)، في وقت اشتدت فيه التعبئة الجماهيرية لرفض الانتخابات الرئاسية المرتقبة. وقد لجأت المنشورات آنذاك إلى استشارة المشاعر الوطنية، واستحضار رمزية النضال الشعبي، مما أضفى طابعاً تعبويًا قويًا على الخطاب. وعليه، فإن تباين استخدام الأساليب البلاغية يعكس تفاعلية الخطاب الإعلامي مع تطورات الحراك، وسعيه للتكيف مع المتغيرات السياسية والاجتماعية قصد التأثير الفعّال في الرأي العام.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن تنوع الأساليب البلاغية في منشورات الصفحة لم يكن اعتباطيًا، بل جاء استجابة واعية للسياق السياسي والاجتماعي المتغير خلال فترة الحراك الشعبي. فقد كان الأسلوب الحجاجي ردًا منطقيًا وعقلانيًا على أطروحات النظام، حيث استُخدم لتنفيذ الخطاب الرسمي ودحض مبررات السلطة من خلال تقديم الحجج والبراهين الداعمة لمطالب الحراك. في المقابل، برز الأسلوب الترهبي في سياقات شهدت تصعيدًا من قبل السلطة، كتقييد حرية التعبير والاعتقالات، فكان هذا الأسلوب يعبر عن حالة من الصراع والضغط النفسي، ويعكس محاولات التنبيه إلى المخاطر التي تواجه الحراك. أما الأسلوب العاطفي، فقد استُخدم في اللحظات التي تحولت فيها المطالب إلى قضية وطنية جماعية، حيث أُستدعيت الرموز التاريخية والمشاعر الوطنية بهدف تعبئة الجماهير وتعزيز التلاحم الشعبي حول الهدف النهائي للحراك. ومن ثم، فإن اختيار هذه الأساليب لم يكن مجرد عنصر لغوي، بل كان أداة وظيفية لتأطير الرسائل والتأثير في الوعي الجمعي.

ختامًا، يتّضح من خلال تحليل مضمون منشورات الصفحة خلال فترة الحراك الشعبي أن تنوع الأساليب البلاغية المعتمدة من الحجاجي إلى العاطفي والترهبي لم يكن مجرد تنوع شكلي، بل عبّر عن وعي اتصالي يسعى إلى التكيف مع تطورات المرحلة وتوجيه الرسائل بدقة وفعالية. فقد جاءت المنشورات في مجملها مدروسة من حيث طريقة العرض، موظفة قوالب صحفية كالخبر والتعليق، بأسلوب مبسّط وواضح يعكس حرص الصفحة على إيصال المعنى بسلاسة إلى المتابع. هذا التوجّه الاتصالي يُحسب لمضمون الصفحة، ويُشير إلى سعيها للارتقاء بمستواها الإعلامي، لا سيما مع تزايد الثقة بها وتحولها إلى مصدر موثوق للمعلومات خلال فترة الحراك. كما أنّ انتقال الصفحة من مرحلة ما قبل الحراك إلى فترة الحراك تميز بوضوح من حيث الكم والنوع، مما يدل على وعي بأهمية المحتوى المنشور في تعبئة الرأي العام، ومرافقة مطالب الحراك الشعبي إعلاميًا. وبالتالي، فإن مضمون الصفحة لم يؤدّ فقط وظيفة إخبارية، بل ساهم بفعالية في تشكيل الوعي الجماعي وتحقيق التواصل مع الجماهير في لحظة تاريخية مفصلية.

11. فئة الاتجاه

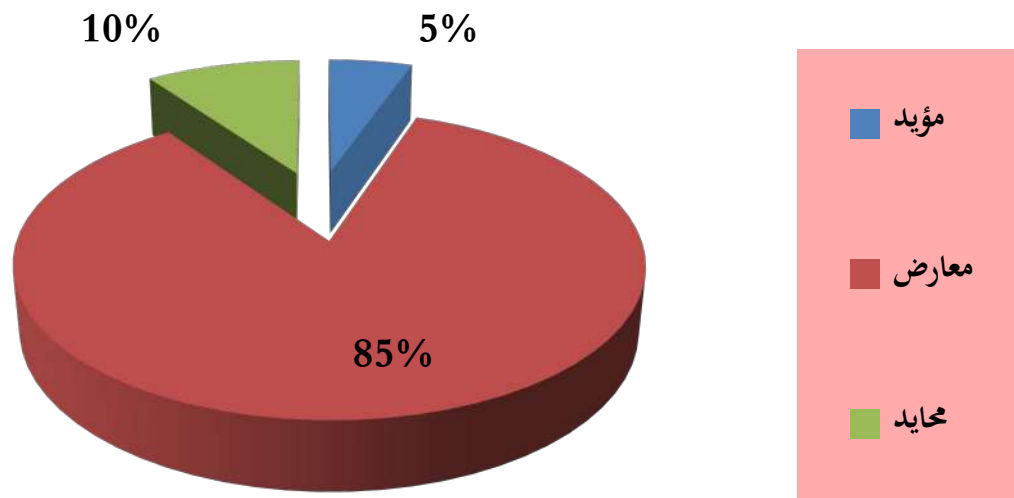
الجدول رقم 63 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

النسبة المئوية	التكرار	الاتجاه التكرار
5,20%	128	مؤيد
85,22%	2098	معارض
9,59%	236	محايد
100%	2415	المجموع

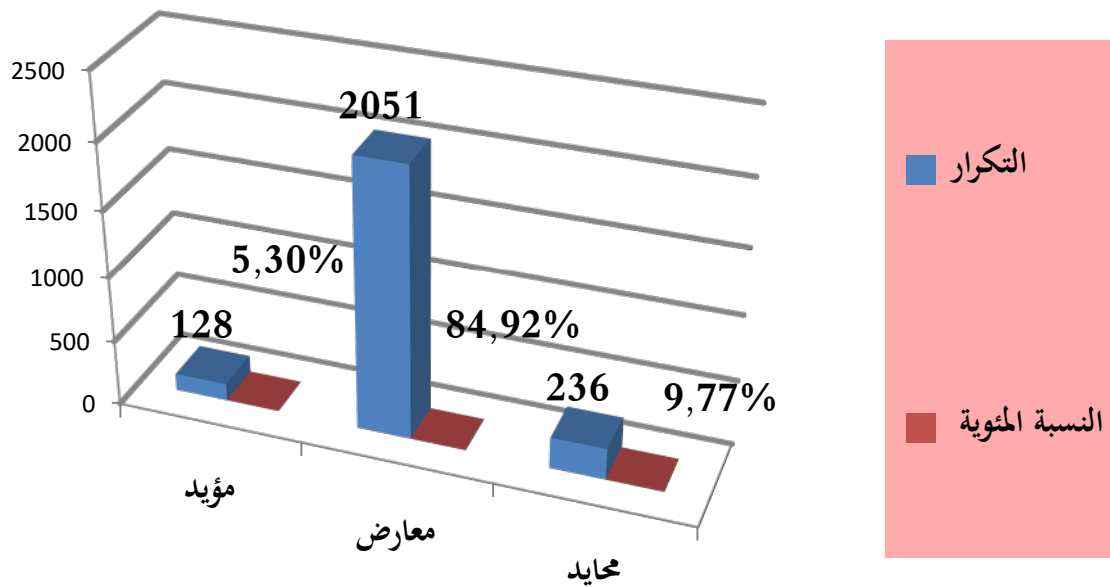
يتضح من خلال الجدول رقم (63) أن الاتجاه الغالب في الصفحة المدروسة كان معارضاً بنسبة 85.22%، بمجموع 2098 تكراراً، مما يدل على وجود رفض واسع وواضح للموضوع أو الحدث الذي تناولته الصفحة. هذا الرفض الكبير قد يُعزى إلى عوامل متعددة مثل السياسات غير المقبولة من الجمهور، أو ضعف التواصل والإقناع، أو تأثر المتابعين بأوضاع اقتصادية واجتماعية سلبية أدت إلى ردة فعل معارضة. في المقابل، جاءت الاتجاهات المحايدة بنسبة 9.59% بعدد 236 تكراراً، وهو ما يشير إلى وجود فئة من المتابعين لم تتخذ موقفاً حاسماً، إما بسبب نقص المعلومات أو التردد في إبداء الرأي، أو ربما لانتظار تطورات الحدث قبل تكوين موقف نهائي. أما الاتجاه المؤيد فقد حلّ في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.20%، بعدد 128 تكراراً فقط، مما يعكس ضعف التأييد العام للفكرة أو الحدث محل النقاش، وقد يُفسّر ذلك بوجود قناعة محدودة لدى بعض الأفراد أو تأييد ناتج عن ارتباط رسمي أو مؤسسي. ويمكن تقديم مثال توضيحي على هذه المعطيات إذا كانت الصفحة تناقش قراراً حكومياً مثيراً للجدل، مثل رفع أسعار الخدمات أو تقليص الدعم، حيث من المتوقع أن تكون النسبة الكبرى معارضة نتيجة الأثر المباشر على حياة المواطنين. هذه النتائج تُبرز أهمية قراءة اتجاهات الجمهور وتحليلها بدقة، كونها تُعد مؤشراً حيويًا لقياس مدى القبول أو الرفض لأي قرار أو قضية مطروحة، مما يستدعي من الجهات المعنية مراجعة سياساتها وخطابها الإعلامي لتقليل فجوة الثقة مع المتابعين.

ومن خلال تحليل المحتوى المنشور في الصفحة، يتضح أن صاحب الصفحة تبني موقفًا معارضًا بوضوح، خاصة فيما يتعلق برفض الانتخابات التي تُجرى بالوجوه السياسية القديمة، والمطالبة بحكومة جديدة نزيهة تتكون من كفاءات وطنية، كما ورد في عدة منشورات منها: «مع حكومة جديدة نزيهة من الكفاءات الوطنية، رحيل حكومة السعيد بوتفليقة»، و«منع أي شخص أو حزب من المشاركة في الانتخابات كان يساند ويدعم العهدة الخامسة»، وهو ما يعكس رفضًا واضحًا لإعادة إنتاج نفس النظام السياسي السابق. كما أظهرت الصفحة دعمًا واضحًا لمطالب الحراك الشعبي في محاسبة الفاسدين من رؤساء البلديات والولاة والبرلمانيين، وإنشاء هيئة وطنية مستقلة لتنظيم الانتخابات.

في المقابل، أظهر صاحب الصفحة حياديته واتزانَه في مواقف حساسة تتعلق بأمن واستقرار الدولة، حيث شدد على السلمية، ورفض الشعارات الراديكالية مثل «الشعب يريد إسقاط القايذ صالح»، محذرًا من خطر الانشقاق والانزلاق نحو العنف، ومؤكّدًا أن مصلحة الجزائر تقتضي الحفاظ على مؤسسات الدولة مع السعي نحو التغيير السلمي. أما بخصوص التأييد، فقد جاء بشكل انتقائي، حيث عبّرت الصفحة عن دعمها لفكرة الانتخابات شرط أن تُجرى بوجوه جديدة ونزيهة، وهو ما يُظهر تبني موقف عقلائي ومتوازن، يجمع بين المعارضة الجذرية للفساد والتمسك بالحلول السلمية والمؤسسية. كل هذه المؤشرات تُظهر أن الخطاب المعروض في الصفحة لم يكن مجرد معارضة عشوائية، بل كان نابعًا من رؤية سياسية واضحة تنشد التغيير، وتدعو إلى بناء دولة قائمة على الشفافية والعدالة، في إطار من السلمية والاستقرار.



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء فترة الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء فترة الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 64 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

المجموع		محايد		معارض		مؤيد		ت	التاريخ
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
1,26%	31	%0,85	2	1,38%	29	%0	0	1	22 فيفري 2019
0,69%	17	%0,85	2	0,71%	15	%0	0	2	01 مارس 2019
1,10%	27	%0,42	1	1,05%	22	%3.13	4	3	08 مارس 2019
1,46%	36	%0,85	2	1,57%	33	%0.78	1	4	15 مارس 2019
1,87%	46	%1,69	4	2,00%	42	%0	0	5	22 مارس 2019
1,71%	42	%4,24	10	1,33%	28	%3.13	4	6	29 مارس 2019
0,37%	9	%0,85	2	0,33%	7	%0	0	7	5 أبريل 2019
2,15%	53	%5,51	13	1,91%	40	%0	0	8	12 أبريل 2019
3,21%	79	%2,97	7	3,43%	72	%0	0	9	19 أبريل 2019
1,22%	30	%0,42	1	1,38%	29	%0	0	10	26 أبريل 2019
1,62%	40	%0	0	1,91%	40	%0	0	11	30 ماي 2019
0,73%	18	%1,69	4	0,67%	14	%0	0	12	10 ماي 2019
1,87%	46	%1,27	3	2,00%	42	%0,78	1	13	17 ماي 2019
3,53%	87	%3,81	9	3,34%	70	%6,25	8	14	24 ماي 2019
8,12%	200	%4,66	11	8,87%	186	%2,34	3	15	31 ماي 2019
13,61%	335	%7,63	18	11,15%	234	%64,84	83	16	7 جوان 2019
1,14%	28	%2,54	6	1,05%	22	%0	0	17	14 جوان 2019
1,34%	33	%2,54	6	1,29%	27	%0	0	18	21 جوان 2019
2,19%	54	%0,85	2	2,48%	52	%0	0	19	28 جوان 2019
1,10%	27	%1,69	4	1,10%	23	%0	0	20	5 جويلية 2019
0,73%	18	%0	0	0,86%	18	%0	0	21	12 جويلية 2019
4,47%	110	%3,39	8	4,86%	102	%0	0	22	19 جويلية 2019
2,92%	72	%4,24	10	2,57%	54	%6,25	8	23	26 جويلية 2019
1,75%	43	%2,97	7	1,67%	35	%0,78	1	24	02 أوت 2019
1,46%	36	%2,54	6	1,38%	29	%0,78	1	25	09 أوت 2019
0,81%	20	%2,54	6	0,57%	12	%1,56	2	26	16 أوت 2019
0,85%	21	%2,54	6	0,71%	15	%0	0	27	23 أوت 2019
0,73%	18	%1,69	4	0,57%	12	%1,56	2	28	30 أوت 2019
1,99%	49	%7,20	17	1,53%	32	%0	0	29	6 سبتمبر 2019
5,24%	129	%6,78	16	5,10%	107	%4,69	6	30	13 سبتمبر 2019

20سبتمبر 2019	31	4	%3,13	117	5,58%	13	%5,51	134	5,44%
27سبتمبر 2019	32	0	%0	127	6,05%	0	%0	127	5,16%
04أكتوبر 2019	33	0	%0	9	0,43%	3	%1,27	12	0,49%
11أكتوبر 2019	34	0	%0	78	3,72%	7	%2,97	85	3,45%
18أكتوبر 2019	35	0	%0	118	5,62%	8	%3,39	126	5,12%
25أكتوبر 2019	36	0	%0	82	3,91%	13	%5,51	95	3,86%
10نوفمبر 2019	37	0	%0	71	3,38%	2	%0,85	73	2,97%
08نوفمبر 2019	38	0	%0	53	2,53%	3	%1,27	56	2,27%
المجموع		128	%5,20	2098	%85,22	236	%9,59	2415	%100

من خلال الجدول رقم (64)، يظهر أن غالبية الاتجاهات في الصفحة المدروسة كانت معارضة بنسبة 84.92%، أي ما يعادل 2051 تكرارًا، مما يعكس استمرارًا لنهج الصفحة النقدي تجاه الوضع السياسي القائم في الفترة المدروسة، وخاصة تجاه رموز النظام السابق الذين ارتبطوا بالعهد الخامسة والفساد السياسي والاقتصادي. وقد تصدرت هذه المعارضة يوم الجمعة السادسة عشرة، الموافق لـ 7 جوان 2019، بنسبة 9.12% (187 تكرارًا)، تليها مباشرة الجمعة الخامسة عشرة، 31 ماي 2019، بنسبة 9.07% (186 تكرارًا)، وهما من الفترات التي تميزت بتصاعد الحراك الشعبي وتعمّد المشهد السياسي بعد استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في أبريل 2019.

في هذه المرحلة، بدأت تظهر انقسامات داخل الحراك نفسه، خصوصًا مع طرح بعض المبادرات السياسية من داخل النظام، واستمرار رموز العهد السابق في المشهد، وهو ما دفع الصفحة إلى تبني موقف معارض قوي يتجاوز مجرد إسقاط العهد الخامسة، إلى رفض كامل لأي انتخابات تُجرى بوجود "الوجوه القديمة"، كما تم توضيحه بوضوح في منشورات الجمعة الثلاثين (13 سبتمبر 2019)، والتي جاء فيها:

«رحيل الباءات... رحيل بدوي وحكومته... رحيل الآفلان والأرندي... محاسبة البرلمانين الفاسدين»، «منع كل من دعم العهد الخامسة أو تورط في الفساد أو كانت له علاقة بالتوفيق ودوائر النفوذ الفرنسية من الترشح للانتخابات».

هذه التصريحات تعكس موقفًا مبدئيًا مناهضًا لإعادة إنتاج النظام بآليات "ديمقراطية موجهة"، حيث ركزت الصفحة على تطهير شامل للمجال السياسي من رموز الفساد والتزوير.

أما الاتجاه المحايد فقد مثل نسبة 9.77% (236 تكراراً)، وقد تصدرت أيضاً الجمعة السادسة عشرة بنسبة 7.63%، ما يعكس حجم التردد والانقسام في صفوف بعض المتابعين، الذين ربما وجدوا صعوبة في تحديد موقف واضح من تعقد الأحداث، خصوصاً مع التنافس بين مشاريع متعددة للحل السياسي، وظهور أصوات جديدة داخل الحراك تطالب بتغييرات جذرية قد لا تلقى توافقاً عاماً.

ويلاحظ أن الصفحة، رغم وضوح موقفها المعارض، اتسمت بقدر من الحيادية والمسؤولية الوطنية، خاصة فيما يتعلق بأمن البلاد واستقرارها. حيث رفضت الشعارات المعادية للمؤسسة العسكرية، مثل «الشعب يريد إسقاط القايد صالح»، معتبرة أن هذا النوع من الطرح قد يؤدي إلى انشقاق خطير داخل المؤسسة العسكرية، ويُهدد الطريق لعودة "الدولة العميقة" ممثلة في التوفيق وطرطاق والهامل، كما ورد في المنشورات: «شعارات مثل الشعب يريد إسقاط القايد صالح ليست في مصلحة الجزائر... لأنو إذا وقع أي انقلاب... فأهلاً وسهلاً بالتوفيق من جديد».

هذا الخطاب يعكس نضجاً سياسياً ومسؤولية أخلاقية، حيث حاولت الصفحة أن توجه الحراك نحو مسار سلمي ووطني واضح، بعيداً عن التوظيف السياسي من أي جهة، سواء من أنصار العهد السابق أو لوبيات المال الفاسد، كما جاء في منشورات تحذر من وجود "أنصار حداد وربراب وطحكوت ولويزة حنون" في المظاهرات.

أما الاتجاه المؤيد فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.30% (128 تكراراً)، ومع ذلك، كان له حضور بارز خلال الجمعة السادسة عشرة (7 جوان 2019) بنسبة 64.84% من مجموع التكرارات المؤيدة (83 تكراراً)، مما يعكس لحظة فارقة ربما رأت فيها الصفحة ومعها بعض المتابعين بارقة أمل في إمكانية تحقيق تغيير حقيقي من داخل المسار الانتخابي، بشرط أن يُظَمَّ عبر لجنة وطنية مستقلة وبمشاركة حكومة نزيهة من الكفاءات الوطنية، كما جاء في منشور صريح:

«مع إنشاء لجنة وطنية مستقلة لتنظيم الانتخابات مع حكومة جديدة نزيهة من الكفاءات الوطنية.» وهذا يدل على أن الصفحة لم تكن ضد الانتخابات من حيث المبدأ، بل ضد طريقة إدارتها وهيمنة القوى القديمة عليها، ما يُظهر دعماً مشروطاً يتسق مع مصلحة الوطن واستمرارية الدولة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه المواقف المتوازنة والمتقدمة للصفحة، لم تكن دون ثمن، حيث تعرضت لهجمات واسعة من أطراف متعددة، كما جاء في منشور الجمعة الثلاثين (13 سبتمبر):

«تهجم كبير على الصفحة لي وقفت مع الحراك قبل بدايته...»، وتبع ذلك حجب لبعض المنشورات من طرف إدارة فيسبوك يوم 14 سبتمبر، في مؤشر واضح على قوة التأثير التي باتت تملكها الصفحة في توجيه الرأي العام، وخطورة خطابها بالنسبة لبعض الجهات.

في يوم 14 سبتمبر 2019، تم حجب صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من قبل إدارة فيسبوك، وذلك عقب نشر صاحب الصفحة سلسلة من المنشورات السياسية الحاسمة التي عبّرت بوضوح عن رفض استمرار رموز النظام السابق، ودعت إلى منع كل من ساند العهدة الخامسة أو تورط في الفساد من الترشح للانتخابات. وقد جاء هذا الحجب في توقيت حساس، حيث كان الحراك الشعبي قد بلغ مرحلة دقيقة من التحول، وسط تصاعد الانقسامات وتعدد المبادرات السياسية، وهو ما جعل من الصفحة صوتاً بارزاً ومؤثراً يتجاوز التغطية الإعلامية التقليدية، لتتحول إلى فاعل رقمي يوجه الرأي العام وينبه إلى المخاطر المحدقة بالحراك. ويُفهم هذا الحجب إما كمحاولة لكتم صوت معارض ووازن، أو نتيجة لحملات تبليغ ممنهجة من جهات متضررة من خطها التحريري. وما يعزز هذا الطرح، ما صرح به صاحب الصفحة يوم 13 سبتمبر، من تعرض الصفحة لهجمة منظمة، مؤكداً التزامه منذ البداية بالسلمية والتغيير الجذري، ومخدراً من اختراق الحراك من قبل أنصار النظام القديم ولوبيات المال الفاسد. وعلى الرغم من أن الصفحة كانت معارضة بشدة للعصابة السياسية، إلا أنها رفضت أيضاً الانزلاق نحو العنف أو استهداف المؤسسة العسكرية بشعارات تهدد تماسك الدولة، مما يعكس خطأ وطنياً مترئساً. وعليه، فإن حجب الصفحة لم يكن مجرد إجراء تقني، بل خطوة سياسية لها دلالات عميقة، تعكس الصراع على من يملك شرعية التأثير في الشارع الجزائري خلال مرحلة ما بعد بوتفليقة، خاصة أن الصفحة كانت تحظى بثقة واسعة لدى المتابعين، واعتُبرت لسان حال شريحة كبيرة من الحراك الرفض لإعادة إنتاج النظام القديم تحت واجهات جديدة.

يُظهر هذا التحليل أن الصفحة المدروسة تبنت خطاباً معارضاً في جوهره، وطنياً في أهدافه، وسلمياً في وسائله. فقد سعت إلى الحفاظ على المسار الشعبي دون الانجرار نحو الفوضى أو التصعيد العنيف، مع التركيز على محاربة الفساد وتفكيك المنظومة القديمة بشكل جذري. وعكست منشورات الصفحة وعياً متقدماً بالسياق السياسي والاجتماعي الذي كانت تمر به الجزائر بعد أبريل 2019، من حيث رفض عودة أجنحة النظام السابق، وتوجيه الحراك نحو أهداف واضحة ومشروعة. كما يُبرز هذا الخطاب التزاماً أخلاقياً عالياً تجاه المتابعين (3 ملايين)، وحرصاً على عدم التلاعب بمشاعرهم أو الزج بهم في صراعات قد تضر بمصلحة الوطن.

12. فئة القيم

الجدول رقم 65 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

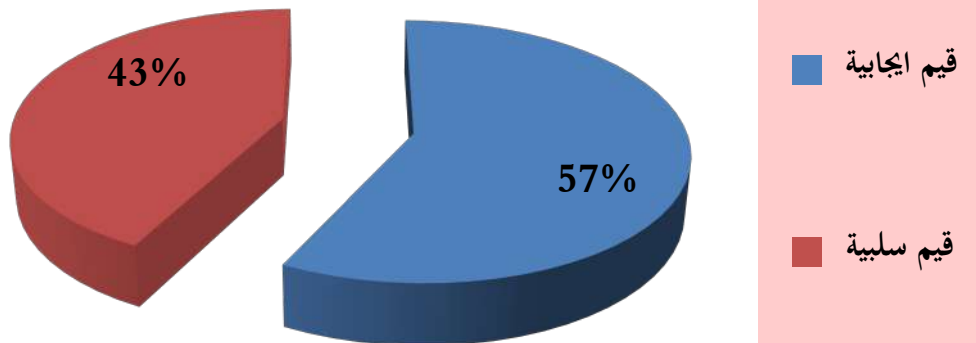
النسبة المئوية	التكرار	القيم التكرار
57,47%	1415	قيم ايجابية
42,52%	1047	قيم سلبية
100%	2462	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم (65) أن الخطاب الذي تبنته الصفحة المدروسة خلال مرحلة الحراك الشعبي في الجزائر كان موجهاً نحو ترسيخ القيم الإيجابية، التي بلغت نسبتها 58.59 % من مجموع التكرارات (1415 تكراراً). بينما شكّلت القيم السلبية نسبة 41.40 % (1000 تكرار). ويفهم من هذا التوزيع أن المحتوى المنشور لم يكن حيادياً أو عشوائياً، بل كان يحمل توجهًا واضحًا نحو دعم الخطاب السلمي وتعزيز الوعي الجماهيري بمبادئ الحراك الأصلية.

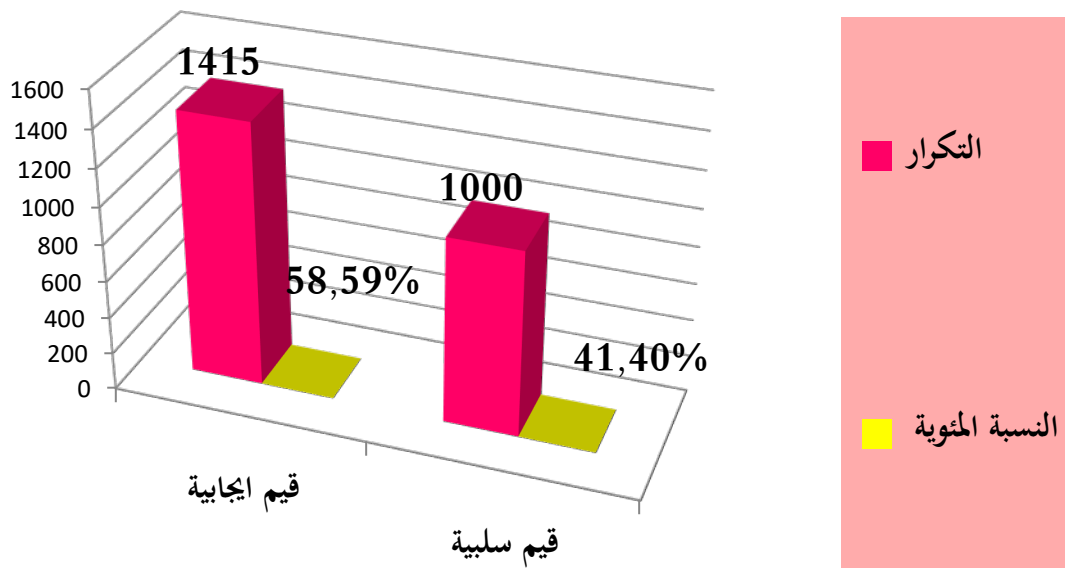
ويُفسّر هذا التركيز على القيم الإيجابية باعتباره آلية تواصلية واعية، تهدف إلى المحافظة على سلمية الحراك الشعبي ومواصلة النضال بطريقة مسؤولة، دون الانزلاق إلى العنف أو التصعيد، مع استحضار الصورة الأولى للحراك في بداياته، حين اتسم بطابع سلمي ومنظم. وتُشير هذه الاستراتيجية الاتصالية إلى محاولة الصفحة ترسيخ الذاكرة الجماعية للمشاركين في الحراك حول القيم التي انطلقوا منها، مثل الوحدة، الأمل، والتغيير السلمي.

في المقابل، فإن تضمين القيم السلبية – رغم نسبتها الأقل – لم يكن خالياً من الدلالة، إذ يبدو أنها استُخدمت كأداة تحذيرية أو ردعية، هدفها تنبيه الجمهور إلى المخاطر المحتملة الناتجة عن الانحراف عن المسار السلمي، وإبراز التهديدات التي قد تُفقد الحراك شرعيته أو تشتت أهدافه. بذلك، لا تُفهم القيم السلبية هنا كتحريض أو بث لليأس، بل كوسيلة لإعادة التوجيه والتصحيح الذاتي داخل الخطاب العام.

وعليه، فإن تحليل مضمون منشورات الصفحة يُبرز وظيفة خطابية مزدوجة: الأولى تتمثل في التعزيز الإيجابي لقيم النضال السلمي والموحد، والثانية في تنبيه المشاركين إلى ضرورة البقاء ضمن الإطار المشروع والهادف، ما يعكس نضجاً في الأداء الاتصالي وتوظيفاً مدروساً للقيم بما يخدم استمرار الحراك واستقراره الرمزي والميداني.



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

الجدول رقم 66 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعيات الحراك
(أثناء الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019"

التاريخ		ت	قيم ايجابية		قيم سلبية		المجموع	
ن	ك		ن	ك	ن	ك	ن	ك
22 فيفري 2019	1	15	%1,06	9	%0,90	24	%0,99	
01 مارس 2019	2	3	%0,21	2	%0,20	5	%0,21	
08 مارس 2019	3	20	%1,41	7	%0,70	27	%1,12	
15 مارس 2019	4	19	%1,34	7	%0,70	26	%1,08	
22 مارس 2019	5	20	%1,41	19	%1,90	39	%1,61	
29 مارس 2019	6	15	%1,06	6	%0,60	21	%0,87	
5 أبريل 2019	7	5	%0,35	1	%0,10	6	%0,25	
12 أبريل 2019	8	33	%2,33	5	%0,50	38	%1,57	
19 أبريل 2019	9	20	%1,41	32	%3,20	52	%2,15	
26 أبريل 2019	10	7	%0,49	10	%1,00	17	%0,70	
30 ماي 2019	11	9	%0,64	19	%1,90	28	%1,16	
10 ماي 2019	12	10	%0,71	15	%1,50	25	%1,04	
17 ماي 2019	13	22	%1,55	15	%1,50	37	%1,53	
24 ماي 2019	14	31	%2,19	28	%2,80	59	%2,44	
31 ماي 2019	15	170	%12,01	85	%8,50	255	%10,56	
7 جوان 2019	16	119	%8,41	60	%6,00	179	%7,41	
14 جوان 2019	17	10	%0,71	8	%0,80	18	%0,75	
21 جوان 2019	18	11	%0,78	13	%1,30	24	%0,99	
28 جوان 2019	19	20	%1,41	31	%3,10	51	%2,11	
5 جويلية 2019	20	15	%1,06	9	%0,90	24	%0,99	
12 جويلية 2019	21	8	%0,57	10	%1,00	18	%0,75	
19 جويلية 2019	22	53	%3,75	50	%5,00	103	%4,27	
26 جويلية 2019	23	26	%1,84	25	%2,50	51	%2,11	
02 أوت 2019	24	12	%0,85	20	%2,00	32	%1,33	
09 أوت 2019	25	15	%1,06	14	%1,40	29	%1,20	

16 أوت 2019	26	11	%0,78	7	%0,70	18	%0,75
23 أوت 2019	27	14	%0,99	10	%1,00	24	%0,99
30 أوت 2019	28	7	%0,49	5	%0,50	12	%0,50
6 سبتمبر 2019	29	24	%1,70	20	%2,00	44	%1,82
13 سبتمبر 2019	30	65	%4,59	59	%5,90	124	%5,13
20 سبتمبر 2019	31	96	%6,78	103	%10,30	199	%8,24
27 سبتمبر 2019	32	123	%8,69	100	%10,00	223	%9,23
04 أكتوبر 2019	33	10	%0,71	7	%0,70	17	%0,70
11 أكتوبر 2019	34	63	%4,45	56	%5,60	119	%4,93
18 أكتوبر 2019	35	130	%9,19	55	%5,50	185	%7,66
25 أكتوبر 2019	36	98	%6,93	20	%2,00	118	%4,89
10 نوفمبر 2019	37	56	%3,96	33	%3,30	89	%3,69
08 نوفمبر 2019	38	30	%2,12	25	%2,50	55	%2,28
المجموع	1415	58,59%	1000	41,41%	2415	100%	

تُظهر نتائج الجدول رقم (66) ميلاً واضحاً نحو الطابع الإيجابي في القيم المتضمنة ضمن الصفحة المدروسة، بنسبة بلغت 58.59 % من مجموع التكرارات، وهو ما يعكس الخطاب العام المتفائل الذي ساد الحراك الشعبي في مراحله الأولى، وخاصة في الجمعة 31 ماي 2019، التي سجلت أعلى نسبة من القيم الإيجابية بنسبة 12.01 %. في هذه المرحلة، كانت الجزائر تعيش لحظة سياسية مفصلية، إذ تميزت تلك الفترة بنوع من الانفراج السياسي بعد استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة (في 2 أبريل 2019) تحت ضغط الحراك، وبداية النقاش الوطني حول سبل الخروج من الأزمة. وقد رافق هذه الجمعة عدة مؤشرات إيجابية، منها انخراط عدد من الفاعلين في طرح مبادرات سياسية مدنية، والإعلان عن مشاريع أحزاب جديدة تمثل صوت الحراك، إلى جانب تراجع مؤقت في وتيرة القمع الأمني، ما عزز من مشاعر التفاؤل والثقة بإمكانية تحقيق انتقال ديمقراطي سلمي.

في المقابل، سجلت القيم السلبية نسبة 41.40 %، وبلغت ذروتها خلال الجمعة 20 سبتمبر 2019 بنسبة 10.30 %، وهي الجمعة التي مثّلت منعطفاً سلبياً في مسار الحراك نتيجة تزايد التوتر بين السلطة والمظاهرين. فقد شهدت تلك الفترة موجة جديدة من الاعتقالات في صفوف نشطاء الحراك، على خلفية اتهامات برفع رايات غير وطنية أو المساس بالوحدة الوطنية، وهي تهم وُصفت من قبل العديد من المنظمات

الحقوقية بأنها سياسية الطابع. كما عرفت تلك الجمعة تشديداً أمنياً ملحوظاً على المسيرات، إلى جانب استمرار السلطة في التحضير للانتخابات الرئاسية دون توافق وطني، ما عزز من حالة الاحتقان والشك، وأثار مخاوف من انغلاق أفق الحوار، خاصة بعد فشل المحاولات الأولى لبدء حوار شامل بمشاركة أطراف الحراك.

وبالتالي، تعكس هذه القيم المتفاوتة التحولات العميقة في المزاج الشعبي بين شهري ماي وسبتمبر 2019. فبينما ساد الأمل والإيجابية في مرحلة ما بعد رحيل بوتفليقة، بدأت مشاعر القلق والتذمر تطفئ تدريجياً مع ملامح تعنت السلطة وتراجع الحريات، ما دفع الصفحة إلى التعبير عن هذه التحولات بلغة خطابية توزعت بين التفاؤل الحذر والمطالبة المستمرة بالتغيير الجذري والسلمي، مع التذكير بضرورة حماية الحراك من الاختراقات والانزلاقات.

وعليه، فإن التحولات في نوعية القيم بين الجماعات تعكس بشكل مباشر طبيعة المناخ العام المحيط بالأحداث، وتبرز قدرة المحتوى الإعلامي أو الخطابي على مواكبة نبض الشارع، ما بين التفاؤل الحذر والتشاؤم الواقعي. وبالتالي، فإن الفرق بين النسبتين (الإيجابية والسلبية) يدل على وجود توازن نسبي في الخطاب، مع ميل أكبر نحو الإيجابية، مما يعكس نضجاً في التفاعل مع الأحداث دون السقوط في التهويل أو الخطاب العدمي. أما الاختلاف بين الجماعات فيدل على أن طبيعة الخطاب والقيم المرتبطة به كانت تتغير تبعاً لتطور الأحداث الميدانية والسياسية، ما يعكس درجة عالية من التفاعل والمرونة في الاستجابة للسياق العام.

الاستنتاجات العامة لمرحلة الحراك (أثناء الأزمة):

تُظهر مرحلة الحراك الشعبي في الجزائر، الممتدة من 22 فيفري إلى 8 نوفمبر 2019، مجموعة من السمات العامة التي تُميز الخطاب الإعلامي الرقمي والمزاج الشعبي العام، في سياق أزمة سياسية غير مسبقة. فقد تميزت هذه المرحلة بزخم شعبي واسع، عبّرت فيه مختلف الفئات عن رفضها لتمديد عهدة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، ثم لاحقًا عن رفضها لاستمرار رموز النظام السابق في قيادة المرحلة الانتقالية. وقد اتسمت هذه الفترة بقدر عالٍ من السلمية والانضباط الجماهيري، مقابل تحولات تدريجية في الخطاب الرقمي، الذي تنقل بين التفاؤل الحذر والإحباط الواقعي حسب تطور الأحداث السياسية. ففي البداية، ساد خطاب إيجابي ركّز على الأمل في التغيير، وبرزت مطالب جامعة تمثلت في بناء دولة القانون والعدالة، لكن مع مرور الوقت، وخاصة بعد منتصف 2019، بدأ الخطاب يتجه نحو مزيد من النقد والتشكيك بسبب استمرار السلطة الفعلية في تجاهل بعض المطالب الجوهرية، وظهور مؤشرات على محاولة إعادة إنتاج النظام بآليات شكلية. كما عرفت هذه المرحلة محاولات تنظيمية داخل الحراك، وتعدد في الرؤى حول سبل الخروج من الأزمة، وهو ما خلق حالة من التنوع داخل الخطاب العام. وبالرغم من ذلك، ظل الخطاب المهيمن متمسكًا بالوحدة الوطنية، ورفضًا للانقسام أو العنف، مع التأكيد المستمر على رفض التوظيف السياسي للحراك من قبل قوى قديمة أو موازية. وعليه، يمكن القول إن هذه المرحلة كانت حاسمة في إعادة تشكيل الوعي السياسي الجماعي، وفي ترسيخ مفاهيم المواطنة، والمشاركة الشعبية كأدوات مشروعة للمطالبة بالتغيير.

I. الاستنتاجات العامة لمرحلة أثناء الحراك من حيث الشكل (أثناء مرحلة الأزمة):

بناء على ما سبق نستنتج من خلال تحليل فئات الشكل "أثناء الحراك" من 22 فيفري إلى 08 نوفمبر 2019 ما يلي:

- 1- هيمنة المنشورات النصية المدعّمة بالوسائط:** احتلت المنشورات التي تجمع بين النصوص والصور أو الفيديوها مكانة مركزية، وهو ما يعكس توجه الصفحة إلى تقديم محتوى غني من حيث الشكل، يجمع بين التأثير البصري والمعلومة المكتوبة، بما يعزّز من فرص التفاعل والمشاركة.
- 2- هيمنة القالب الإخباري الإعلامي:** تميزت غالبية المنشورات بتبني شكل "التعليق الخبيري"، ما يكشف عن وظيفة إعلامية للصفحة، تتقاطع مع أداء الصحافة البديلة، وتسعى إلى نقل المستجدات والقراءات المصاحبة للأحداث بطريقة مباشرة ومكثفة.

3-تفوق الفيديوهات المسجلة على البث المباشر: سُجِّل حضور قوي للفيديوهات المسجلة مقابل البث الحي، مما يدل على توجّه مُسبق في إعداد المحتوى وضبطه قبل النشر، في مقابل الحذر من التغطية الآنية التي قد تكون عرضة للرقابة أو الطوارئ التقنية والأمنية.

4-وضوح الأهداف التوعوية والتوثيقية والتعبوية للفيديوهات: اتّسمت الفيديوهات المنشورة خلال فترة الحراك بأبعاد واضحة تمثلت في التوعية الجماعية، التوثيق المباشر للمسيرات والهاثافات، إلى جانب شحن الرأي العام والتعبئة الشعبية، ما يجعل منها أداة متعدّدة الوظائف تدمج بين الإعلام والتحفيز السياسي، وتسهم في خلق سرديّة موازية للخطاب الرسمي.

5-إيقاع زمني أسبوعي يواكب الحراك: اعتمدت الصفحة على انتظام النشر وفق الجماعات، ما يعكس ارتباطاً دقيقاً بالزمن الاحتجاجي الميداني، ويعزز انخراطها في مواكبة الحراك كمُحفّز تعبوي ومُعلق على تطوراتهِ بشكل أسبوعي مستمر

6-حجم "تغطية الحراك": تحولت الصفحة إلى أشبه بوسيلة إعلامية بديلة، مكرسة مفهوم صحافة المواطن من خلال عرض الأحداث لحظة بلحظة مع صور وشهادات ميدانية، مما جعلها أداة فاعلة في إدارة الأزمة إعلامياً وتوثيقياً

II-الاستنتاجات العامة لمرحلة أثناء الحراك من حيث مضمون المنشورات

1. في فئة "اللغة الموظفة": حافظت اللغة العربية على الصدارة كلغة محورية للنشر، ما يعكس سعي الصفحة إلى الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع الجزائري باعتبارها لغة جامعة، إلى جانب حضور محدود للهجات المحلية أو اللغات الأجنبية، وهو ما يعكس توجهاً هوياتياً وتواصلية واضحاً.

2. في فئة "القوالب التعبيرية": اعتمدت الصفحة بشكل شبه كلي على اللغة التقريرية والخبرية، بدلاً من الأسلوب الإنشائي أو الرمزي أو التعليقي، مما عكس رغبتها في نقل الوقائع بوضوح وواقعية، ما يعزّز طابعها شبه الصحفي.

3. في فئة "طبيعة المضامين": ركزت الصفحة على مضامين سياسية ومدنية توثّق الحراك الشعبي وتكشف موقف الشارع، دون تبني خطاب تحريضي أو تحشيدي، ما يدل على إدارة عقلانية للأزمة الرقمية، ساعية إلى ترشيد النقاش لا تأجيجه.

4. في فئة "أسباب الحراك": قدّمت الصفحة سرداً متدرجاً لأسباب الاحتجاجات، وعلى رأسها الأسباب السياسية (رفض العهدة الخامسة)، ما مكّنها من الإسهام في تأطير الوعي الجمعي الافتراضي حول طبيعة الأزمة، دون اللجوء إلى تعميمات أو اختزالات.

5. في فئة "مطالب الحراك": أظهرت الصفحة وعياً سياسياً بمطالب الحراك، وعملت على توثيقها بمصادقية، وقدّمت مطالب مثل "لا للتمديد"، "لا لحكم العسكر"، "مرحلة انتقالية"، وهي شعارات تعكس تفكيراً دقيقاً لمضمون الحراك الشعبي.

6. في فئة "الأطراف الفاعلة": أبرزت الصفحة التعدد الفاعل في المشهد الاحتجاجي من نشطاء مدنيين، نقابيين، أحزاب، مرشحين، وأطراف من السلطة، مع إظهار الحراك كقوة بدون رأس سياسي واضح، مما ساعد على تقديم صورة دقيقة وغير مختزلة للمشهد.

7. في فئة "دور الصفحة في التأطير": ساهمت الصفحة في بناء النقاش العام، من خلال انتقاء مضامين مدروسة وصياغات متوازنة، مما يدل على أن دورها لم يكن مجرد ناقل، بل مؤطر ضمنيًا للواقع، ومدير للنقاش الرقمي في سياق أزمة وطنية حادة.

- خلاصة عامة لمرحلة أثناء الحراك من حيث مضمون المنشورات:

1. اعتمدت الصفحة المدروسة على مزيج لغوي متنوع يجمع بين العامية الجزائرية البسيطة والعربية الفصحى، وهو ما ساهم في تقريب الخطاب من المتابعين بمختلف مستوياتهم التعليمية، كما أضفى على المنشورات طابعًا شعبيًا أصيلًا يعكس نبض الشارع الحقيقي، ويُسهّل الانتشار والتفاعل.

2. اتسمت المصطلحات المستخدمة في المنشورات بأنها مشحونة سياسيًا وتعكس حالة رفض وغضب شعبي، من قبيل: "العصابة"، "العهد الخامسة"، "المفسدين"، "التوفيق"، "الشرعية الشعبية"، "الاستمرارية"، وغيرها. وقد أدّت هذه المصطلحات دورًا تعبويًا، وساهمت في تشكيل خطاب معارض واضح الملامح.

3. تنوّعت الموضوعات بين المطالب السياسية، محاربة الفساد، نقد المؤسسات القائمة، الدفاع عن الجيش، وتحذير من محاولات اختراق الحراك، ما يعكس إدراكًا عميقًا لتعقيد الأزمة ومحاولة شاملة لمخاطبة مختلف جوانبها، مع التركيز على القضايا ذات الأولوية بالنسبة للمواطنين.

4. تنوّعت الأشكال التعبيرية ما بين المنشورات النصية المباشرة، الصور المعلّقة، مقاطع الفيديو، الشعارات، والخطابات التحليلية أو التوجيهية. هذا التنوع مكّن الصفحة من جذب مختلف فئات المتابعين وتقديم الرسالة بأكثر من أسلوب تواصلية فعال.

5. ركّزت الصفحة على الاحتجاجات السلمية المنظمة، مثل مسيرات الجمعة، ووقفات الطلبة أيام الثلاثاء، والاعتصامات الرمزية، مع ترويج لثقافة الحراك الحضاري الذي يرفض التخريب أو العنف، ويعتمد الوعي كأداة ضغط.

6. سلّطت الصفحة الضوء على حراك عفوي، أفقي، غير مؤطر حزبيًا، لكنه مدعوم شعبيًا، ويتميّز بروح تضامنية، مع محاولات متكررة من نشطاءه لبلورة رؤية انتقالية بديلة، بعيدًا عن الهيمنة الحزبية أو الأيديولوجية.

7. أبرزت الصفحة أن الحراك جاء نتيجة تراكمات سياسية واقتصادية واجتماعية، على رأسها التمديد غير الدستوري لبوتفليقة، تغوّل الفساد، تهميش الشباب، تحكم دوائر غير رسمية في القرار، وغياب العدالة الاجتماعية.
8. قدّمت المنشورات مطالب واضحة، منها: رحيل رموز النظام السابق، بناء مؤسسات شرعية، تنظيم انتخابات تحت رقابة مستقلة، إطلاق سراح المعتقلين السياسيين، محاسبة الفاسدين، وتحقيق العدالة الاجتماعية، مع التأكيد على أن الحل يجب أن يكون من الشعب وإليه.
9. استندت الصفحة إلى مصادر ميدانية مباشرة، من خلال الفيديوها والصور الحية من التظاهرات، إلى جانب تصريحات رسمية وتحليل سياسية وإعلام بديل، ما أعطى مصداقية للمحتوى وقرب المتابع من الواقع اليومي للحراك.
10. تطرقت المنشورات إلى عدد من الأطراف، أبرزها: المتظاهرون، الجيش، رموز النظام السابق، قوى المعارضة، الإعلام الرسمي، والمجتمع الدولي وتفاوتت طريقة عرض هذه الأطراف بين الدعم والتحذير والنقد، حسب موقعها من الحراك.
11. اعتمدت الصفحة على مصادر متنوعة شملت: التغطية المباشرة، التصريحات الرسمية، تقارير وسائل إعلام، محتوى الناشطين، بالإضافة إلى محتوى أصلي تحليلي تنشره الصفحة نفسها، مما عزّز ثقة المتابعين بها كمصدر بديل.
12. سعت الصفحة لتحقيق جملة من الأهداف، أهمها: توعية الرأي العام، دعم الحراك السلمي، فضح الفساد، التحذير من الاختراقات، وتوجيه الخطاب الجماهيري نحو المسار الصحيح، مع التأكيد الدائم على المصلحة الوطنية العليا.
13. استخدمت الصفحة أساليب متنوعة، مثل: النداء المباشر، الخطاب العاطفي، التحليل السياسي، التذكير بالتاريخ الثوري، المقارنة، عرض الوقائع الحية، التحذير من الفتنة، وكل ذلك ضمن خطاب موجه نحو بناء وعي نقدي جماهيري.
14. تتخذ الصفحة اتجاهًا معارضًا للنظام القديم، لكنها ليست راديكالية؛ فهي تحرص على الحفاظ على وحدة الدولة ومؤسساتها، وخاصة الجيش، وتبني موقفًا عقلانيًا، يدعم التغيير الجذري ضمن إطار سلمي ومدني.

15. تضمنت المنشورات مجموعة من القيم مثل: الوطنية، السلمية، الشفافية، الوحدة، الحرية، الكرامة، محاسبة الفاسدين، رفض التبعية، العدالة الاجتماعية، والمسؤولية الجماعية، ما يعكس مشروعًا ثقافيًا تحويليًا أكثر من كونه مجرد احتجاج ظرفي.

خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة الحراك (أثناء الأزمة):

في سياق الحراك الشعبي الجزائري الذي انطلق في 22 فيفري 2019 واستمر خلال مرحلة الأزمة حتى 8 نوفمبر 2019، لعبت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" دورًا محوريًا في توجيه الرأي العام، تعبئة المتابعين، وتأييد الخطاب الرقمي، ما جعل منها فاعلاً إعلاميًا مؤثرًا ضمن البيئة الاتصالية الجديدة التي أفرزها الحراك.

تميز دور الصفحة بعدة وظائف متكاملة، أبرزها التغطية المستمرة للأحداث الميدانية بشكل مباشر، وتحليل المواقف السياسية بطريقة مبسطة وسهلة الفهم للجمهور، مما مكّنها من أن تكون حلقة وصل بين الشارع الافتراضي والحراك في الميدان. اعتمدت في ذلك على لغة عامية قريبة من الناس، ومصطلحات قوية ذات رمزية نضالية، وقوالب متعددة مثل المنشورات المكتوبة، الصور، ومقاطع الفيديو، ما ساعد في توسيع تأثيرها ووصولها إلى جمهور واسع تجاوز الملايين من المتابعين.

وقد أدت الصفحة دورًا مهمًا في الحفاظ على الطابع السلمي للحراك، من خلال الدعوة المستمرة إلى رفض العنف، والتنديد بالشعارات التي تستهدف المؤسسة العسكرية أو الوحدة الوطنية، مع التركيز على أن التغيير لا يعني إسقاط الدولة بل تفكيك منظومة الفساد. كما عملت على فضح محاولات الالتفاف على مطالب الحراك من قبل بعض القوى السياسية أو الإعلامية، محذرة من محاولات الاختراق أو التوظيف الحزبي للمسيرات.

إلى جانب ذلك، عكست منشورات الصفحة تطورًا في الخطاب تبعًا لتغير السياق السياسي؛ ففي البداية طغى التفاؤل بعد استقالة بوتفليقة، ثم بدأت نبرة المنشورات تميل إلى التحذير والنقد مع تصاعد الاعتقالات واستمرار رموز النظام السابق في السلطة. وعلى الرغم من تعرضها للمضايقة مثل حجبتها عن المتابعين في سبتمبر 2019 واصلت الصفحة دورها في التعبئة، مع تأكيد دائم على المسؤولية الإعلامية في التوجيه السليم للجمهور.

خلاصة القول، إن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد منصة لنقل الأخبار، بل تحولت إلى فاعل اتصالي تعبوي ساهم في تنظيم النقاش العمومي، توجيه الحراك، وترسيخ وعي جماعي سياسي جديد قائم على الوطنية، السلمية، والرفض الكامل لإعادة إنتاج النظام. لقد شكلت نموذجًا للصحافة المواطنة الرقمية التي تجاوزت دور المتابعة إلى صناعة التأثير السياسي والاجتماعي في مرحلة حرجة من تاريخ الجزائر.

III-الاستنتاجات النهائية لمرحلة الحراك الشعبي (أثناء الأزمة):

1. الصفحة كفاعل إعلامي مواكب ومؤثرًا: تحوّلت الصفحة من مجرد منصة رقمية إلى فاعل اتصالي مستقل، يواكب تطورات الحراك خطوة بخطوة، وكانت تُغطّي المسيرات بشكل لحظي وتنقل مشاعر الشارع، ما منحها شرعية جماهيرية كبيرة. على سبيل المثال، في جمعة 22 مارس 2019 نشرت الصفحة: "الشعب خرج اليوم بالملايين... لا رجوع للوراء، الشعب قرر يسترجع سيادته" وهذا يبرز قدرتها على التعبئة وتحفيز الجماهير.

2. هيمنة الاتجاه المعارض: أغلب المنشورات حملت طابعًا معارضًا للنظام السياسي القائم، خاصة رموزه التقليديين، مثل السعيد بوتفليقة، بدوي، بوشارب، والأحزاب الموالية كالأفلان والأرندي. مثل المنشور في 13 سبتمبر 2019: "رحيل الباءات ومحاسبة كل من تورط في تزوير إرادة الشعب... الشعب قالها يتنحوا قاع".

3. التمسك بالسلمية كخيار استراتيجي: الصفحة دعمت الحراك السلمي ورفضت العنف أو التصعيد. في إحدى المنشورات كتبت: "نحن مع الحراك السلمي الذي يخدم الشعب والدولة... السلمية هي قوتنا وليست ضعفًا".

وقد حذرت من شعارات قد تُستغل لضرب وحدة الشعب مثل: "نحن ضد شعار إسقاط القايد صالح لأنه ليس في مصلحة الجزائر".

4. القيم الوطنية الجامعة: ركزت المنشورات على الولاء للوطن، الحفاظ على مؤسسات الدولة، كرامة المواطن، محاربة الفساد، والدعوة للمصالحة. مثال على ذلك: "لسنا ضد الجزائر ولا ضد جيشها، نحن ضد من اختطفوا الدولة باسم الوطنية...".

5. اللغة والمصطلحات التعبوية: استخدمت الصفحة لغة شعبية مباشرة، مثل "يتنحوا قاع"، "العصابة"، "الدولة العميقة"، "الرموز الفاسدة"، مع دمجها بمصطلحات سياسية مثل "الشرعية الشعبية" و"الدولة المدنية". هذه اللغة ساعدت في تأجيج الحماسة وفي الوقت نفسه التقريب بين الخطاب الرقمي والواقع الشعبي.

6. تنوّع الموضوعات حسب الحدث: في البداية ركّزت على رفض العهدة الخامسة (فيفري-مارس)، ثم على المطالبة برحيل رموز النظام (أفريل-جوان)، وبعدها على رفض الانتخابات بالشروط القديمة (سبتمبر-نوفمبر). مثل منشور يقول: "نحن لا نرفض الانتخابات، بل نرفض أن تُجرى تحت إشراف من زوّروا إرادة الشعب لعقود".

7. أساليب إقناعية متنوعة: اعتمدت الصفحة على النداء المباشر (يا أحرار الوطن)، التحذير (احذروا اختراق الحراك)، التأكيد (نحن هنا مع الجزائر لا مع الأسماء)، والاقتباس من الشارع لتعزيز مصداقيتها. مثال: "الشعب خرج بدون زعيم... لأن الزعيم هو الوعي".
8. تعدد القوالب التعبيرية: نشرت الصفحة صورًا من المسيرات، فيديوهات توثق اهتافات، تدوينات تحليلية قصيرة، وهاشتاقات مؤثرة مثل #": صامدون_مستمرون_بالسلمية"، ما ساعد على تجسيد مطالب الحراك بطريقة بصرية ومكتوبة في آن واحد.
9. التحذير من اختراق الحراك: كانت الصفحة واعية بخطورة الاستغلال السياسي، فكتبت مثلاً: "الحذر من لوبي التوفيق وطرق الذين عادوا عبر وجوه جديدة في الحراك... لا تتركوا لهم فرصة لخداع الشعب." وهذا يُظهر رغبة واضحة في الحفاظ على نقاء الحراك.
10. دعم الحراك ورفض الوصاية الحزبية: رفضت الصفحة تدخل الأحزاب أو السياسيين الذين حاولوا ركوب موجة الحراك. كتبت: "كل من شارك في السلطة خلال العهود الماضية لا مكان له في المستقبل... لا وصاية على الشعب."
11. الجمعة كحدث مركزي في الخطاب: تم اعتماد كل جمعة كمحطة تحليلية وإعلامية. كانت الصفحة تُطلق تقييمًا بعد كل مسيرة، وتحلل تطور الشعارات. مثال: "في جمعة اليوم، لاحظنا تراجع الشعارات العشوائية وعودة للمطالب الأصلية... هذا مكسب كبير للحراك."
12. الحجب كدليل على تأثيرها: تعرضت الصفحة يوم 14 سبتمبر 2019 للحجب من طرف إدارة فيسبوك، وهو ما عكس قوتها الرقمية وتأثيرها على الرأي العام. وقد نشرت: "تم حجب منشوراتنا... هذا دليل أننا في الطريق الصحيح ونعكس صوتًا حقيقيًا لا يُعجب البعض."
13. خلق وعي سياسي جماهيري: منشورات الصفحة ساهمت في نشر ثقافة سياسية جديدة، تشجع على الفهم النقدي للسلطة، على المشاركة، وعلى تحمل المسؤولية. مثل منشور يقول: "السلطة ليست فقط في القصر، السلطة في الشارع، في العقل، في الوعي."

14. توازن في الخطاب بين الرفض والحفاظ على الدولة: رغم المعارضة الشديدة للنظام، حافظت الصفحة على خطاب وطني معتدل: "نحن نريد تغيير النظام، لا انهيار الدولة... الجيش هو جيشنا، ونحن لا نرغب في تكرار سيناريو التسعينات."

15. التحوّل التدريجي في نبرة الخطاب: مر الخطاب بثلاث مراحل:

- الفرح والأمل (فيفري-مارس): "الشعب انتصر".
- الحذر واليقظة (أفريل-جوان): "السلطة تناور".
- الصرامة والضغط (سبتمبر-نوفمبر): "" لا للانتخابات تحت نفس الوجوه." وهذا يعكس تطورًا ناضجًا في تفاعل الصفحة مع الواقع.

المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك.

تُعد مرحلة ما بعد الأزمة امتدادًا طبيعيًا للحراك الشعبي الجزائري، وقد تم في هذه الدراسة تحديدها زمنيًا بالفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020، وهي فترة عرفت تراجعًا تدريجيًا في الزخم الميداني مقابل تزايد التفاعلات الرقمية، ما يبرّر أهمية تحليلها ضمن سياق التحول في ديناميات الخطاب. وشملت هذه المرحلة تحليل محتوى منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال 12 جمعة متتالية، بهدف الوقوف على طبيعة التغيّرات في استراتيجيتها الاتصالية. وقد تم التركيز في هذا التحليل على مجموعة من المحاور، أهمها: حجم استخدام الوسائط التكنولوجية (كالصور والفيديوهات والروابط)، وأحجام النصوص من حيث الطول والكثافة، إلى جانب طبيعة المضامين التي تم تداولها، والأهداف الاتصالية التي سعت الصفحة إلى تحقيقها، فضلًا عن اللغة الموظفة، ونوعية المصادر المعتمدة، وأسباب الحراك كما عكستها المنشورات، وأخيرًا الأساليب الإقناعية التي تم توظيفها للتأثير في الرأي العام الرقمي. وتُشكّل هذه المعطيات مدخلًا لفهم كيفية انتقال الخطاب من الفعل الميداني إلى التعبير الرقمي في سياق ما بعد الحراك.

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

01. فئة حجم النصوص

الجدول رقم 67 : طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020

نوع النصوص	عدد المنشورات	نسبة مئوية
نصوص قصيرة	1077	90,43%
نصوص متوسطة (مشاهدة المزيد)	73	6,13%
نصوص طويلة (متابعة القراءة)	41	3,44%
المجموع	1191	100%

يتبين من خلال معطيات الجدول رقم (67) الخاص بحجم النصوص في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، خلال مرحلة ما بعد الحراك (التي شملت ستّ جماعات خضعت منشوراتها للتحليل)، أن الصفحة اعتمدت بشكل لافت على النصوص القصيرة بنسبة بلغت 90.43% من إجمالي التكرارات، مقابل 6.13% للمنشورات المتوسطة، و3.44% فقط للنصوص الطويلة. ويعكس هذا التوزيع توجهًا اتصاليًا مدروسًا يتماشى مع خصوصيات المرحلة، حيث انخفضت وتيرة الحراك الميداني، وتراجعت التعبئة الجماهيرية المباشرة، في مقابل تصاعد النقاشات السياسية ذات الطابع التحليلي أو النقدي. لقد عكست هيمنة المنشورات القصيرة رغبة الصفحة في الحفاظ على حضورها الرقمي وتأثيرها السياسي من خلال رسائل سريعة، مكثفة ومباشرة، تسهل إعادة تداولها بين المتابعين، خصوصًا في ظل ضعف التفاعل الشعبي في الميدان. كما أن طبيعة الأحداث خلال هذه الفترة، على غرار الاستحقاقات الانتخابية، الجدل حول التعديلات الدستورية، والاعتقالات التي طالت نشطاء الحراك، فرضت على الصفحة تبني خطاب تعبوي مختصر يعيد تسليط الضوء على المطالب الأصلية للحراك ويذكر بها، مثل شعارات "لا لشرعية الفساد"، أو "الحرية لمعتقلي الرأي"، وهي رسائل قصيرة لكنها مشبعة بالدلالات السياسية. أما المنشورات الطويلة، رغم ندرتها، فقد وظّفت في الغالب لتقديم قراءات تحليلية معمقة أو للرد على اتهامات تعرضت لها الصفحة، خاصة بعد حجبها مؤقتًا في سبتمبر 2019، ما جعل

منها أداة دفاعية أكثر منها وسيلة تعبئة. وعليه، فإن هذه المعطيات تُبرز كيف تكيفت الصفحة مع السياق الجديد لما بعد الحراك، من خلال اعتماد نصوص قصيرة كخيار تواصل استراتيجي يوازن بين التأثير والانتشار. وعليه، فإن تركيز الصفحة على النصوص القصيرة بعد مرحلة الحراك يعكس تحولاً واضحاً في استراتيجيتها الإعلامية، بما ينسجم مع طبيعة المرحلة التي اتسمت بانخفاض زخم الاحتجاجات الشعبية، وارتفاع منسوب الإحباط السياسي العام. هذا ما جعلها تلجأ إلى رسائل موجزة، قوية التوجيه، سهلة التداول، وأكثر قابلية للانتشار. في المقابل، بقيت النصوص المتوسطة والطويلة حاضرة في الخطاب، لكنها أدّت وظائف تحليلية أو دفاعية، ولم تكن محوراً رئيسياً في البنية الاتصالية العامة للصفحة. وليبيان أسلوب الخطاب المعتمد في هذه المنشورات، نورد فيما يأتي مثلاً لنص قصير يعكس طبيعة المحتوى المتداول خلال الفترة المدروسة.

روال فساد عمره أكثر من عشرين سنة لن يحدث خلال سنة... بل يتطلب وقت و [9][2] تضافر جهود الجميع خصوصاً من العدالة و الشعب



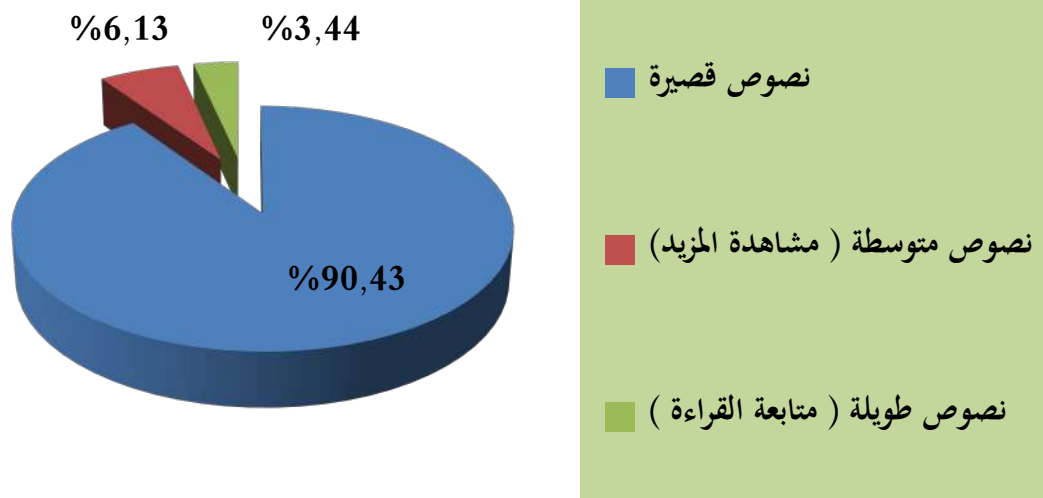
Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

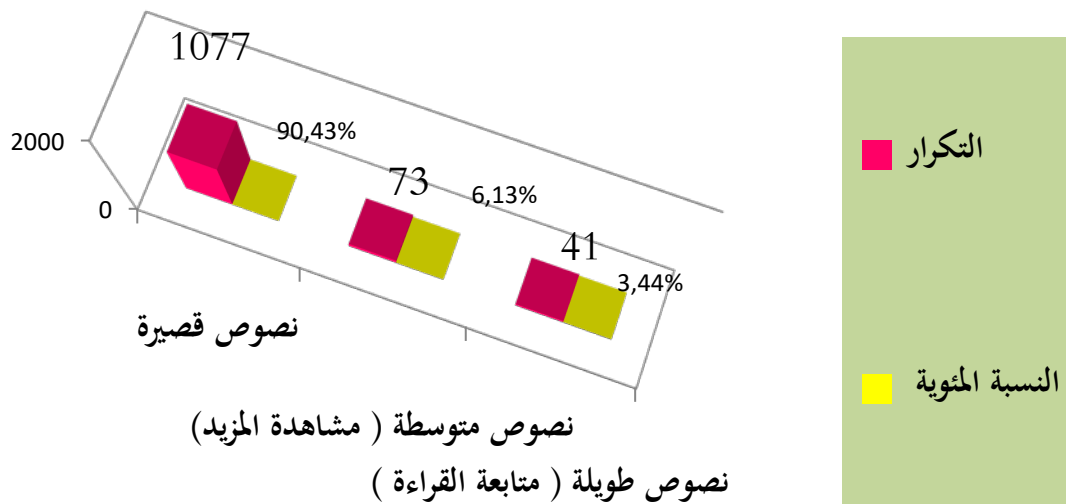
يبيّن تحليل مؤشرات التفاعل الخاصة بالمنشور محل الدراسة أن المحتوى المرتبط بقضايا العدالة والمحاسبة يتمتع بقدرة ملموسة على استقطاب انتباه الجمهور الرقمي، حيث بلغ عدد التفاعلات الإجمالية 2026 تفاعلاً، وهو رقم معتبر بالنظر إلى أنه نتاج منشور واحد فقط. ويعكس هذا الحجم من التفاعل حضوراً رمزياً قوياً للمحتوى داخل الفضاء الرقمي للحراك الشعبي، كما تؤكد كثافة التعليقات مقارنة بعدد المشاركات وجود ميل واضح لدى المتابعين نحو النقاش وإبداء الرأي بدل الاكتفاء بإعادة نشر المحتوى، ما يدل على طبيعة تفاعلية ذات بعد جدلي داخل المجتمع الرقمي المتابع للصفحة. غير أن قراءة هذه المعطيات في ضوء معدل التفاعل النسبي لكل 1000 متابع (0.67) تكشف عن محدودية الانخراط الفعلي إذا ما قورن بالحجم الكبير لقاعدة المتابعين التي تتجاوز مليوني متابع، وهو ما يشير إلى فجوة بين الحضور الكمي والتأثير التفاعلي الحقيقي. ويمكن تفسير هذه الفجوة إما بضعف الوصول العضوي للمحتوى السياسي نتيجة منطق الخوارزميات، أو بوجود شريحة واسعة من المتابعين ذات

حضور رمزي أكثر منه تشاركي، وهو ما يعكس أحد التحديات البنيوية التي تواجه الخطاب الاحتجاجي داخل المنصات الرقمية.

«انطلاقاً من مجمل المؤشرات الكمية والكيفية التي تم تحليلها، يتبين أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تمثل فاعلاً رقمياً محورياً في الفضاء الاتصالي المرتبط بالحراك الشعبي الجزائري، ليس فقط من حيث حجم الجمهور الذي تستقطبه، بل من خلال قدرتها على إثارة التفاعل الرمزي والجدلي حول القضايا السياسية الحساسة، وعلى رأسها مطالب العدالة والمحاسبة. كما تُظهر التحليلات أن أهمية الصفحة لا تكمن في تعظيم الانتشار العددي فحسب، بل في دورها كمنصة لتشكيل الوعي السياسي وبناء النقاش العمومي الرقمي، رغم ما يفرضه منطق المنصات من قيود على الوصول والتفاعل. وعليه، يمكن القول إن الصفحة تؤدي وظيفة إعلامية وتعبوية مركزية داخل الحراك الرقمي، لكنها في الوقت ذاته تعكس حدود الفعل الاتصالي الرقمي في تحويل المتابع العددي إلى فاعل تفاعلي نشط، وهو ما يؤكد الطبيعة المركبة للتأثير الرقمي في سياق الحركات الاحتجاجية المعاصرة».



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020



رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020

الجدول رقم 68 الخاص بطول نصوص المنشورات بعد جمعات الحراك قي الصفحة المدروسة (بعد الأزمة) خلال "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المساحة								الترتيب	التاريخ
المجموع		طويل (متابعة القراءة) (		متوسط (مشاهدة المزيد)		قصير (أسطر قليلة)			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
30,98%	369	19,51%	8	34,25%	25	31,20%	336	39	15 نوفمبر 2019
3,11%	37	0%	0	27,40%	20	1,58%	17	40	22 نوفمبر 2019
24,52%	292	51,22%	21	12,33%	9	24,33%	262	41	29 نوفمبر 2019
26,03%	310	0%	0	13,70%	10	27,86%	300	42	06 ديسمبر 2019
11,25%	134	24,39%	10	6,85%	5	11,05%	119	43	16 ديسمبر 2019
2,18%	26	0%	0	1,37%	1	2,32%	25	44	20 ديسمبر 2019
0,84%	10	2,44%	1	4,11%	3	0,56%	6	45	27 ديسمبر 2019
0,08%	1	0%	0	0%	0	0,09%	1	46	03 جانفي 2020
0,17%	2	0%	0	0%	0	0,19%	2	47	10 جانفي 2020
0,08%	1	0%	0	0%	0	0,09%	1	48	17 جانفي 2020
0,17%	2	0%	0	0%	0	0,19%	2	51	7 فيفري 2020
0,59%	7	2,44%	1	0%	0	0,56%	6	52	21 فيفري 2020
100%	1191	3,44%	41	6,13%	73	90,43%	1077	المجموع	

يُبرز الجدول (68) المتعلق بحجم نصوص المنشورات في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الأزمة (من 15 نوفمبر 2019 إلى 22 فيفري 2020)، هيمنة واضحة للنصوص القصيرة بنسبة بلغت 90.43% من مجموع المنشورات، ما يعكس توجهًا اتصاليًا يُراهن على الإيجاز والانتشار السريع للمحتوى في الفضاء الرقمي، خاصة في ظل تراجع التعبئة الميدانية وتحول الحراك إلى مرحلة من الترقب السياسي. وقد سجلت الجمعة التاسعة والثلاثون (15 نوفمبر 2019) أعلى نسبة من النصوص القصيرة بـ 31.20%، ما يفسّر بسياق سياسي دقيق تمثّل في اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية التي كانت مقررة في 12 ديسمبر 2019، حيث اتسم الخطاب العام بالتوتر والاختلاف حول الموقف من المسار الانتخابي، ما دفع الصفحة إلى تكثيف منشوراتها القصيرة التي كانت غالبًا ذات طابع تعبوي وتحذيري، مثل: "لا انتخابات مع العصاة"، و"صامدون... لا للشرعية المزورة"، وهي عبارات قصيرة لكن مشحونة بالمعنى والرفض.

أما المنشورات المتوسطة فقد شكلت نسبة 6.13 %، وتصدرتها أيضاً جمعة 15 نوفمبر، بنسبة 34.25 % بتكرار بلغ 25 منشورًا، ما يدل على أن ذات التاريخ شهد كذلك نوعًا من التوسع النسبي في الخطاب لتفسير بعض المواقف وتوضيح المبررات، خصوصًا مع ازدياد حدة الجدل بين الراضين للانتخابات والمؤيدين لها ضمن شروط جديدة. في حين احتلت النصوص الطويلة المرتبة الثالثة بنسبة 3.44 %، وقد برزت بقوة في الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019 بنسبة 51.22 % (21 منشورًا)، وهو ما يتقاطع مع السياق السياسي ذاته، حيث بدأت الصفحة في نشر تحليلات أطول لتفكيك خطاب السلطة حول "الشرعية الجديدة" و"القطيعة مع الماضي"، والرد على محاولات نزع المصدقية عن الحراك، كما نشرت توضيحات مطوّلة بشأن الاتهامات الموجهة للصفحة من بعض الجهات، وهو ما يجعل من هذا النمط النصّي الطويل وسيلة للدفاع الذاتي والتفسير العميق.

وعليه، فإن توزّع أحجام النصوص عبر هذه الجمعات يعكس تفاعل الصفحة مع طبيعة اللحظة السياسية؛ فكلما اشتدّ الجدل أو تصاعد التوتر، لجأت الصفحة إلى نصوص قصيرة ومكثفة للتعبئة، يقابلها خطاب أطول في فترات تتطلب توضيحًا وتحليلًا وتبريرًا للمواقف.

2/ فة توظيف الصور

أ- نوع الصور

الجدول رقم 69: نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

خلال "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصور التكرار
14,68%	127	صور شخصية
84,28%	729	صور موضوعاتية
0,81%	7	أرشيفية
0,23%	2	رسوم كاريكاتورية
100%	865	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (69) إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك الشعبي (من 22 فيفري إلى 8 نوفمبر 2019) اعتمدت بشكل واضح على الصور الموضوعاتية كأداة أساسية في التغطية البصرية، حيث بلغت نسبتها 84.28% من إجمالي الصور المنشورة، أي ما يعادل 729 صورة. (أنظر الملحق رقم 31). ويعكس هذا الاستخدام المكثف للصور الموضوعاتية توجه الصفحة للقيام بدور "صحافة المواطن"، من خلال توثيق الأحداث الوطنية ونقل المسيرات الشعبية بمصداقية وواقعية، مما يعزز ثقة المتابعين ويوفر بديلاً عن التغطيات الإعلامية الرسمية التي كانت موضع تشكيك في تلك الفترة. ويلاحظ من خلال الجدول رقم (70) أن هذه الصور الموضوعاتية قُسمت إلى صور تعبيرية عن أحداث مختلفة بنسبة 29.49% (215 صورة)، وصور خاصة بالحراك الشعبي بنسبة 70.51% (514 صورة)، ما يدل على أن التركيز الأكبر كان على الحراك في حد ذاته، باعتباره المحور الأساسي للمرحلة.

وقد سجلت الجمعة الخامسة عشر (31 ماي 2019) المرتبة الأولى من حيث حجم الصور الموضوعاتية، وهو تاريخ بارز اتسم بتجدد الزخم الشعبي بعد شهر رمضان، واستئناف المسيرات بوتيرة أقوى، خاصة بعد بروز مخاوف من محاولات الالتفاف على مطالب الحراك. في هذا السياق، لعبت الصور دوراً محورياً في تأريخ الحشود، وتوثيق الشعارات، وإبراز التنوع الجغرافي للمظاهرات، مما عزز البعد الوطني للحراك في الخطاب البصري للصفحة.

أما الصور الشخصية فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 14.68% (127 صورة)، (أنظر الملحق رقم 32) وغالبًا ما كانت مرفقة بمواقف فردية مؤثرة لنشطاء، أو صور رمزية لوجوه بارزة من الحراك، ما ساهم في تعزيز البعد الإنساني والشخصي للنضال الشعبي، وتقديم نماذج يحتذى بها. في حين أن الصور الأرشيفية (أنظر الملحق رقم 35)، والرسوم الكاريكاتورية (أنظر الملحق رقم 33) ظهرت بشكل محدود جدًا بنسبة 0.81% و 0.23% على التوالي، وهو ما يشير إلى أن الصفحة لم تُركّز على التأريخ الرجعي أو الخطاب الساخر، بل فضّلت التوثيق اللحظي والواقعي للأحداث، بما يتماشى مع وظيفة تعبئة الرأي العام ومواكبة الحراك ميدانيًا.

وعليه، فإن التوزيع البصري للمحتوى يعكس استراتيجية إعلامية قائمة على التوثيق الميداني والمواكبة اللحظية، مع تفضيل الصور الواقعية ذات البعد الجماهيري على الأنماط التعبيرية أو الرمزية، بما ينسجم مع الدور الذي لعبته الصفحة كوسيط بديل يسعى إلى إبراز صوت الشارع خارج التغطية الرسمية.

وبالتالي، حافظت الصورة في الصفحة المدروسة على دورها التوثيقي دون تراجع أو خروج عن الأهداف الأصلية للحراك، وهو ما يُحسب للصفحة من حيث التوظيف الإيجابي والمتوازن، الذي عكس الواقع كما هو، ونجح في ترجمته بوضوح وسلاسة إلى محتوى بصري ذي مصداقية عالية.

ولتوضيح طبيعة الخطاب البصري الذي اعتمدته الصفحة، نعرض فيما يأتي مثالاً لصورة موضوعاتية تعبّر بوضوح عن التوجهات التي ميزت محتواها خلال الفترة المدروسة.

... شوارع الجزائر العاصمة الآن
الحضور الشعبي في الساحة مستمر حتى تظهر الجزائر كلها من الفساد و
المفسدين (03/03/2020)



Interactions
2,9k

Interactions per 1k
Fans
0,96

Interactions
Comments 355
Shares 125
Total Interactions 2 894

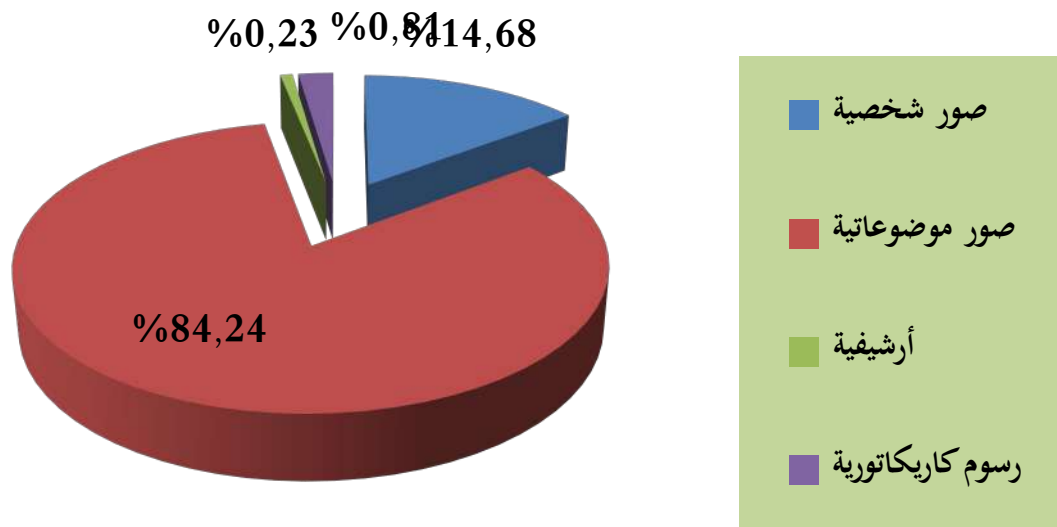
Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

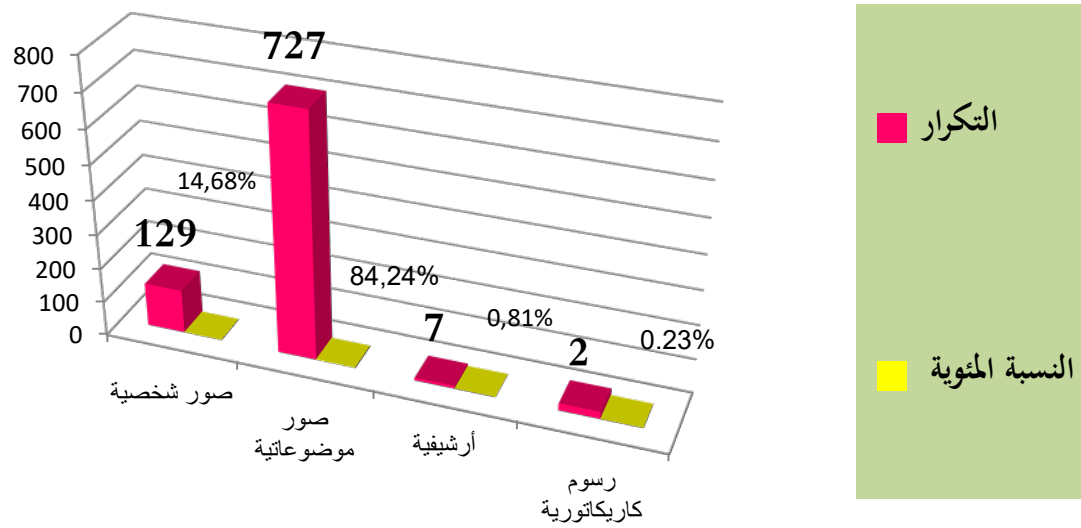
يبرز تحليل هذا المنشور المعتمد على التغطية الميدانية المباشرة للحراك الشعبي الجزائري قدرة المحتوى الواقعي البصري على توليد تفاعل رقمي واسع وفعال. فقد حقق المنشور 2894 تفاعلاً، وهو رقم مرتفع نسبياً يعكس اهتماماً جماهيرياً كبيراً بالمحتوى المرتبط بالحضور الشعبي في الشارع وبالمشهد الاحتجاجي الفعلي. ويعزز النص المصاحب للمنشور، الذي يحمل خطاباً تعبويًا صريحًا يدعو إلى الاستمرارية في الحراك إلى غاية “تطهير الجزائر من الفساد”، من الطبيعة التحريضية

للمحتوى ويمنحه بعداً رمزياً يجمع بين الوصف الميداني والدعوة السياسية. كما يكشف معدل التفاعل لكل 1000 متابع (0.96) عن تحسّن ملحوظ مقارنة بمنشورات أخرى ذات طابع نصي أو تحليلي، ما يدل على أن الصورة الواقعية للحشود المرفوقة بعناصر رمزية قوية، مثل العلم الوطني، ترفع من مستوى المصداقية وتكثّف الاستجابة العاطفية لدى المتلقين. وتؤكد النسبة المرتفعة للتعليقات (355) مقارنة بالمشاركات توجّه الجمهور نحو التعبير والمناقشة وإبداء المواقف الشخصية، بدل الاكتفاء بإعادة نشر المحتوى، وهو ما يعكس طابعاً سياسياً تفاعلياً يتجاوز الاستهلاك السلبي للمعلومة نحو المشاركة الرمزية في النقاش العام.

«تُظهر نتائج تحليل هذا المنشور أن صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» تمتلك قدرة واضحة على تحويل المشهد الميداني للحراك الشعبي إلى مادة رقمية عالية التأثير، قادرة على استثارة التفاعل الجماهيري وتعزيز الانخراط الرمزي والسياسي للمتابعين. كما يبيّن الفرق في معدل التفاعل مقارنة بمنشورات سابقة أن المحتوى البصري المرتبط بالواقع الميداني يمثل أداة مركزية في رفع فعالية الخطاب الاحتجاجي داخل الفضاء الرقمي. وبذلك، تتأكد أهمية الصفحة ليس فقط كوسيط ناقل للأخبار، بل كفاعل تعبوي رقمي يساهم في ربط الشارع بالمنصة، ويعيد إنتاج الحراك الشعبي في شكل تمثّلات بصرية وخطابية تُحفّز النقاش، وتُعزّز الشعور بالاستمرارية الجماعية داخل الفضاء العمومي الرقمي».



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 70: نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد جماعات الحراك (بعد الأزمة)

خلال "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		صور أرشيفية		صور شخصية		صور موضوعاتية		صور كاريكاتورية		العدد	التاريخ
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
20,46%	177	42,86%	3	18,90%	24	20,58%	150	0%	0	39	15 نوفمبر 2019
1,39%	12	0%	0	2,36%	3	1,23%	9	0%	0	40	22 نوفمبر 2019
28,79%	249	0%	0	25,98%	33	29,49%	215	50%	1	41	29 نوفمبر 2019
26,13%	226	28,57%	2	30,71%	39	25,24%	184	50%	1	42	06 ديسمبر 2019
11,45%	99	14,29%	1	15,75%	20	10,70%	78	0%	0	43	16 ديسمبر 2019
5,20%	45	0%	0	3,94%	5	5,49%	40	0%	0	44	20 ديسمبر 2019
1,73%	15	0%	0	0%	0	2,06%	15	0%	0	45	27 ديسمبر 2019
0,35%	3	0%	0	0,79%	1	0,27%	2	0%	0	46	03 جانفي 2020
0,46%	4	0%	0	0%	0	0,55%	4	0%	0	47	10 جانفي 2020
1,39%	12	0%	0	0%	0	1,65%	12	0%	0	48	17 جانفي 2020
1,85%	16	0%	0	1,57%	2	1,92%	14	0%	0	51	7 فيفري 2020
0,81%	7	14,29%	1	0%	0	0,82%	6	0%	0	52	21 فيفري 2020
100%	865	0,81%	7	14,68%	127	84,28%	729	0,23%	2	المجموع	

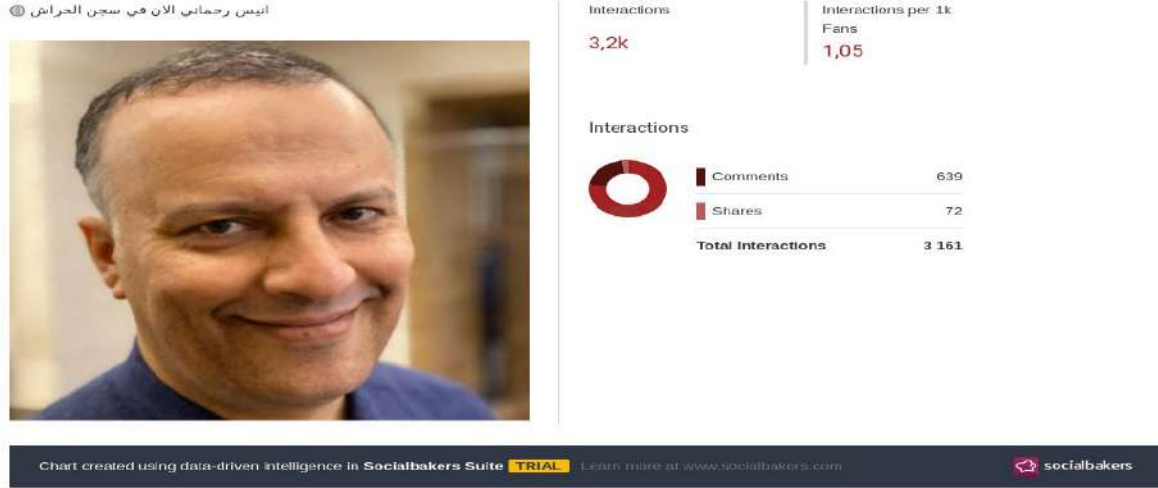
تشير قراءة معطيات الجدول الخاص بنوعية الصور المنشورة في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك، إلى استمرار التوجه الاتصالي للصفحة في دعم الخطاب البصري المقاوم، حيث تصدّرت الصور الموضوعاتية المرتبة الأولى بنسبة 70,51% من مجموع الصور (514 صورة)، وكانت مخصصة في معظمها لنقل صور الحشود الشعبية، ما يعكس إصرار الصفحة على أداء دور صحافة المواطن في التوثيق الميداني، خصوصاً في ظل الغياب أو التعتيم الإعلامي الرسمي. في المقابل، شكّلت الصور التعبيرية نسبة 29,49% (215 صورة)، وسُجّلت أعلى نسبة لها في الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019)، وهي مرحلة تميّزت بتصاعد خطاب الرفض الشعبي لانتخابات 12 ديسمبر 2019، وعودة قوية للخطاب الرمزي واللافتات السياسية التي رافقت التظاهرات، ما يفسر ارتفاع التوظيف التعبيري للصور.

أما الصور الشخصية، فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 14,68% (127 صورة)، وتصدّرت الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) نسب التكرار، وهو تاريخ حساس شهد تصعيداً في الحملات الإعلامية والرسمية لمحاولة فرض الانتخابات، مما جعل الصفحة تركز على إبراز صور شخصيات سياسية وإعلامية ورجال أعمال ارتبطت بالسلطة أو عُرفت بمواقفها المعارضة، إما في إطار نقدي أو تحليلي. في المقابل، شكّلت الصور الأرشيفية نسبة ضعيفة (0,81%)، وبلغت ذروتها في الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019)، وهي الفترة التي عادت فيها الصفحة إلى استدعاء الذاكرة الجماعية لإعادة ربط الحاضر السياسي بماضي السلطة، في ظل تصاعد الخطاب الرفض لإعادة إنتاج النظام.

أما الرسوم الكاريكاتورية فقد كانت شبه غائبة (0,23%)، وموزعة بين الجمعيتين 41 و42، ما يدل على أن الصفحة لم تعتمد على الخطاب الساخر أو الرمزي بقدر ما أولت الأولوية للخطاب الواقعي البصري. وقد تعزز هذا الدور أكثر مع تصاعد أزمة حرية الصحافة، إذ شهدت الجمعة 42 مظاهرات للتنديد بالمضايقات الممنهجة التي يتعرض لها الصحفيون، وشارك فيها صحفيون مستقلون كخالد درارني، الذي نشر موقفاً صريحاً على تويتر عبر وسم: #ماكانش انتخابات مع العصابات #الجزائر #الجمعة_42. "كما شهدت هذه المرحلة توقيع أكثر من 300 صحفي على بيان مشترك يندد بـ"الترهيب والمنع والتضييق"، ما يبرز حالة الاختناق الإعلامي التي دفعت الصفحات الرقمية مثل الصفحة المدروسة إلى تولي مهمة نقل الحقيقة ومساندة الحراك إعلامياً.

وبالتالي، فإن توظيف الصور في هذه المرحلة لم يكن تجميلياً أو ترفيهياً، بل كان أداة تعبير سياسي واجتماعي حيوي، ارتبط بسياق التحولات الميدانية، وأسهم في بلورة رأي عام بديل، في ظل غياب الإعلام التقليدي عن دوره المفترض في تغطية الحراك بمهنية وحياد.

كما شملت الصفحة عددًا من الصور الشخصية التي تعكس البعد الإنساني في تفاعل المستخدمين، ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال المثال الآتي الذي يبرز حضور الهوية الفردية داخل فضاء الاحتجاج الرقمي .



يُبرز تحليل هذا المنشور القائم على صورة شخصية قريبة (Portrait) تحوُّلاً واضحاً في استراتيجية التأطير البصري، حيث تنتقل الصفحة من تمثيل الحراك بوصفه فعلاً جماعياً ميدانياً إلى التركيز على البعد الإنساني الفردي للقضية الاحتجاجية. فالوجه الظاهر في الصورة، بخلفيته الضبابية وتعبيره الهادئ، يوجّه الانتباه الكامل نحو الملامح الإنسانية للفرد، ما يُحدث أثراً وجدانياً مباشراً لدى المتلقي بعيداً عن الرموز الوطنية أو الحشود الشعبية. وتزداد القوة التعبيرية للصورة بفعل النص المصاحب الذي يحيل إلى سجن الشخص المعني، مما يستدعي قيم العدالة والحرية والحقوق المدنية، ويحوّل الفرد إلى رمز لمعاناة جماعية. ويكشف الحجم المرتفع للتفاعل، المتمثل في 3,161 تفاعلاً، إلى جانب تسجيل أعلى معدل تفاعل لكل 1000 متابع (1.05)، عن فعالية هذا النمط البصري العاطفي في استثارة المشاركة الرقمية. كما تعكس كثافة التعليقات (639) مقابل محدودية المشاركات (72) توجّه الجمهور نحو التعبير والتفاعل الوجداني المباشر بدل الاكتفاء بإعادة النشر، في حين يسهم الغموض النسبي حول هوية الشخص وظروف سجنه في إثارة فضول المتلقين وتعزيز الرغبة في التعليق والنقاش. ويؤكد هذا التباين أن الصورة، رغم بساطتها، تمتلك قدرة عالية على كسر النمط البصري السائد وإعادة توجيه الانتباه من الجماعة إلى الفرد بوصفه حاملاً لمعنى الظلم الرمزي.

«تُظهر نتائج هذا التحليل أن صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر لا تكتفي بإعادة إنتاج الحراك الشعبي في صوره الجماعية والميدانية، بل تمتلك أيضًا قدرة عالية على توظيف السرد الفردي والبعد الإنساني كأداة تعبئة رقمية فعّالة، ويؤكد تحقيق هذا المنشور أعلى معدل تفاعل مقارنة ببقية الصور أن الخطاب العاطفي الشخصي، حين يُقدّم في قالب بصري متميّز، يمكن أن يكون أكثر تأثيرًا من مشاهد الحشود والرموز الجماعية. وعليه، تتجلى أهمية الصفحة بوصفها فاعلاً رقمياً قادراً على تنويع استراتيجيات التأثير، والانتقال بين التعبئة الجماعية والتأثير الوجداني الفردي، بما يعزز دورها في تشكيل الرأي العام الرقمي وإدارة سردية الحراك الشعبي الجزائري داخل الفضاء الاتصالي الشبكي».

ب- طبيعة الصور

الجدول رقم 71 : طبيعة الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
خلال "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

نسبة مئوية	عدد الصور	اللون / التكرار
99,31%	859	ملونة
0,69%	6	صور غير ملون
100%	865	المجموع

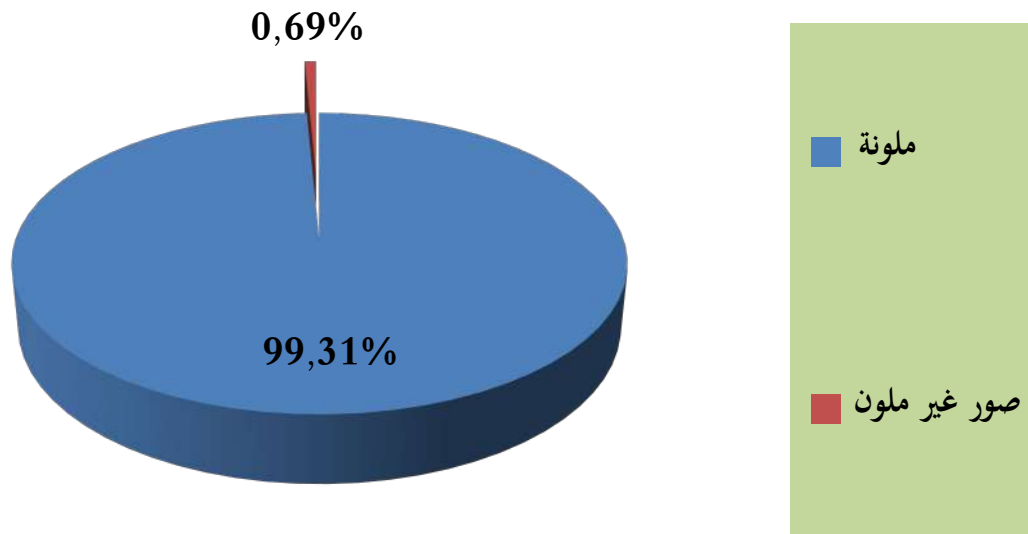
تشير معطيات الجدول رقم (71) إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك (15 نوفمبر 2019 - 22 فيفري 2020) قد اعتمدت بشكل شبه حصري على الصور الملونة بنسبة 99,31% (859 صورة)، مقابل نسبة ضئيلة جداً للصور غير الملونة أو ذات الطابع الرمادي (الأبيض والأسود) والتي بلغت 0,69% فقط (06 صور). ويظهر هذا التوجه اعتماد الصفحة على الواقعية البصرية كأداة تواصلية أساسية، بحيث تسمح الألوان بإيصال الرسالة بشكل مباشر، معزز بالتفاصيل البصرية الدقيقة، مما يُمكن المتابع من الإحساس بقوة اللحظة والتفاعل العاطفي معها بشكل أكبر.

وبدل التركيز على الصور الملونة على رغبة الصفحة في نقل الواقع كما هو دون تصفية أو ترميز زائد، خاصة في سياق ما بعد الحراك الذي تميز بانخفاض نسبي للزخم الشعبي وارتفاع وتيرة الخطابات الرمزية والتأويلات السياسية.

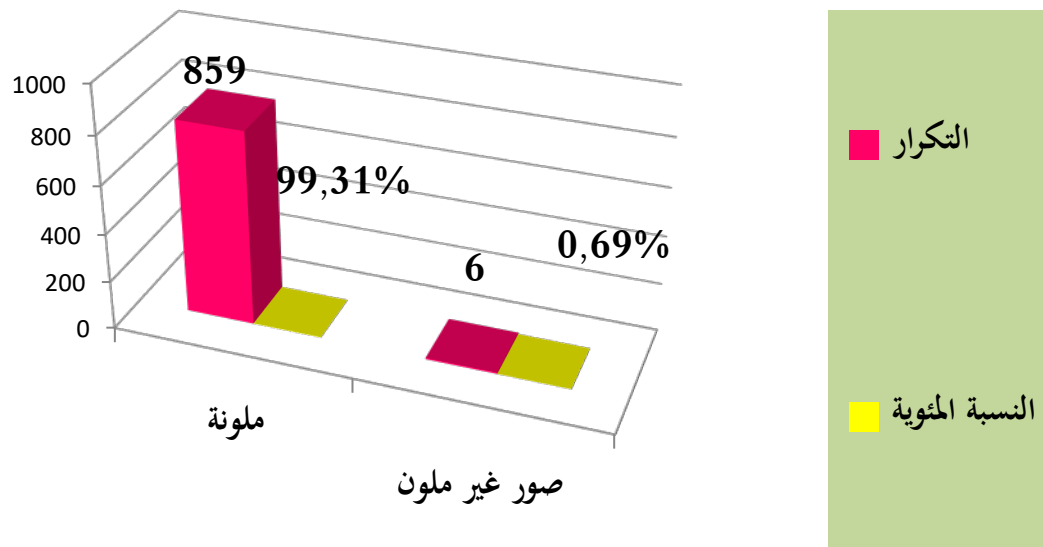
فالصور الملونة كانت حاضرة بقوة في المنشورات التي وثّقت استمرار المسيرات الرافضة للانتخابات الرئاسية في ديسمبر 2019، واحتجاجات الحراك الطلابي، بالإضافة إلى الأنشطة التضامنية مع الصحفيين المهمددين مثل خالد درارني. كما برز الاستخدام الواضح للألوان في إبراز الرموز الوطنية، مثل الراية الجزائرية، واللافتات الميدانية، واللباس الشعبي، ما عزز حضور الهوية الجماعية في المشهد الاحتجاجي الرقمي.

أما الصور غير الملونة، فقد جاءت في مناسبات محدودة، وغالبًا ما استُخدمت لأغراض رمزية أو تأيينية، مثل التذكير بضحايا القمع أو استحضار شخصيات تاريخية ووطنية، حيث يُستخدم الأبيض والأسود عادة للتعبير عن الجدية، والحزن، والاستنكار. هذا التوظيف المحدود يعكس أن الصفحة لم تكن تميل إلى الخطابات العاطفية أو النوستالجية، بل فضّلت التركيز على المباشرة والراهنية في المعالجة البصرية.

وعليه، فإن اعتماد الصور الملونة في الغالبية الساحقة من منشورات الصفحة خلال هذه المرحلة، يُظهر اتساقًا مع طبيعة رسالتها الإعلامية، التي تقوم على التوثيق المباشر، والمواكبة الواقعية، وتعزيز الإحساس بالمشاركة الجماعية، في ظل تراجع دور الإعلام الرسمي، وتحول الفضاء الرقمي إلى منصة بديلة لرصد نبض الشارع الجزائري.



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 72: خاص بطبيعة الصور من حيث اللون في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك
(بعد الأزمة) خلال "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		العناصر				العدد	التاريخ
		ملونة		غير ملونة (الأبيض والأسود)			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%20,46	177	%20,26	174	%50	3	39	15 نوفمبر 2019
%1,39	12	%1,40	12	% 0	0	40	22 نوفمبر 2019
%28,79	249	%28,99	249	% 0	0	41	29 نوفمبر 2019
%26,13	226	%26,08	224	%33,33	2	42	06 ديسمبر 2019
%11,45	99	%11,41	98	%16,67	1	43	16 ديسمبر 2019
%5,20	45	%5,24	45	% 0	0	44	20 ديسمبر 2019
%1,73	15	%1,75	15	% 0	0	45	27 ديسمبر 2019
%0,35	3	%0,35	3	% 0	0	46	03 جانفي 2020
%0,46	4	%0,47	4	% 0	0	47	10 جانفي 2020
%1,39	12	%1,40	12	% 0	0	48	17 جانفي 2020
%1,85	16	%1,86	16	% 0	0	51	7 فيفري 2020
%0,81	7	%0,81	7	% 0	0	52	21 فيفري 2020
%100	865	%99,31	859	%0,69	6	المجموع	

تشير المعطيات الواردة في جدول رقم (72) إلى توجّه واضح لدى الصفحة نحو استخدام الصور الملونة، حيث بلغت نسبة استخدامها 99,31%، وهي نسبة مرتفعة جداً تعكس اعتماداً شبه كلي على الألوان كوسيلة جذب بصري وإثارة اهتمام المتلقي. يظهر هذا التوجه بشكل خاص في عدد التكرارات، حيث ورد وصف الصور الملونة 859 مرة، وتصدرت "الجمعة الواحد والأربعون" بتاريخ 29 نوفمبر 2019 هذا التكرار بمفردها بنسبة 28,99% (249 مرة)، وهو ما يدل على أن هذه الجمعة كانت تحظى بزخم إعلامي كبير،

غالباً بسبب أحداث سياسية أو اجتماعية بارزة، مثل المظاهرات أو التعبئة الجماهيرية التي كانت سائدة في الجزائر خلال الحراك الشعبي.

هذا الاستخدام الكثيف للألوان يمكن تفسيره من منظور التأثير البصري، حيث تسهم الصور الملونة في نقل مشاعر وطاقات الحدث بشكل أكثر واقعية وحيوية، مما يعزز من قوة الرسالة الإعلامية. كما أن الألوان تساهم في إبراز التفاصيل الدقيقة، مثل الأعلام، اللافتات، تعابير الوجه، أو حتى رمزية بعض الألوان (كالراية الوطنية باللونين الأخضر والأبيض مع الأحمر)، والتي كثيراً ما كانت حاضرة بقوة في مشاهد الحراك.

في المقابل، فإن الصور بالأبيض والأسود لم تحظَ سوى بنسبة 0,69% (6 مرات فقط)، وقد تصدرتها "الجمعة التاسع والثلاثون" بتاريخ 15 نوفمبر 2019، بنسبة 50% من هذه الصور (3 مرات). وقد يكون اللجوء إلى الأبيض والأسود في هذه الحالة مقصوداً لأغراض فنية أو رمزية، مثل التعبير عن الحزن، الجدية، أو استحضار الماضي التاريخي والنضالي، وربما كانت الصور توثق لحظات تأملية أو ذات طابع درامي، مما يبرر التخلي عن الألوان لإبراز معاني أعمق.

يُستنتج من ذلك أن الصور لم تكن مجرد وسيلة تزيينية بل أداة استراتيجية في التغطية الإعلامية، تُستخدم باختيارات دقيقة تخدم السردية الإعلامية وتعزز التأثير على الجمهور، خاصة في سياق سياسي واجتماعي حساس مثل الحراك الجزائري.

ت- مدى اقتران الصور بالتعليق النصي

الجدول رقم 73: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة بعد الحراك (بعد الأزمة)
 "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

نوعية الصور	التكرار	نسبة مئوية
صورة مرفقة بعبارة أو فقرة	861	99,54%
صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة	4	0,46%
المجموع	865	100%

تُظهر المعطيات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تعتمد بشكل شبه كامل على إرفاق الصور بتعليقات توضيحية، حيث بلغت نسبة الصور المصحوبة بجمل تفسيرية قصيرة 99,54% من إجمالي الصور المدروسة (861 صورة)، (أنظر الملحق رقم 34) وهو ما يكشف عن وعي إعلامي واحترافي بأهمية التكامل بين الصورة والنص في نقل الرسائل الإعلامية بفعالية. لا تكتفي الصفحة بعرض الصورة كعنصر بصري فحسب، بل توظف التعليق كأداة لتأطير المعنى وتوجيه المتلقي نحو قراءة محددة للحدث المصور، ما يعزز من فهم السياق السياسي أو الاجتماعي المرتبط بها، ويزيد من تأثيرها العاطفي والمعرفي.

هذا الأسلوب يتماشى مع مبادئ الصحافة الرقمية الحديثة، التي تقوم على الدمج بين الوسائط المتعددة والمحتوى النصي لتقديم محتوى جذاب وموثوق في آنٍ واحد. فعلى سبيل المثال، خلال تغطية إحدى جمعات الحراك الشعبي، قد تُرفق الصفحة صورة لمسيرة شعبية بتعليق مثل: "صوت الشعب لا يُقهر... الجمعة 45، من قلب العاصمة"، ما يمنح الصورة بعداً زمنياً ومكانياً ويُبرز دلالاتها الرمزية، مثل الاستمرارية والصمود. كما أن بعض الصور المنقولة من وسائل إعلامية أخرى أو من تصميم الصفحة كانت تُصاحب بتعليقات تشرح خلفياتها أو تسلط الضوء على الرموز البصرية فيها، مثل رفع العلم الوطني، أو الشعارات المكتوبة على اللافتات، أو حتى التعابير الوجدانية على وجوه المشاركين.

أما الصور غير المصحوبة بتعليق فكانت نادرة جداً (0,46%)، مما يدل على أن الصفحة لا تترك مجالاً كبيراً للتأويل العشوائي أو الفهم المجتزأ من طرف المتصفح، بل تسعى إلى توجيه الإدراك الجماعي بشكل مدروس يخدم رسالتها الإعلامية. كما أن هذا التوجّه يعكس سعي الصفحة لترسيخ مكانتها كمصدر موثوق يقدم محتوى آنياً وذا مصداقية عالية، خصوصاً في سياقات الأحداث المتسارعة التي تتطلب توضيحاً فورياً ودقيقاً. وباختصار، فإن هذا الحرص على التعليق التفسيري المصاحب للصور يعكس استراتيجية إعلامية متقنة تهدف إلى بناء الثقة، وتثبيت السردية المرغوبة، وتعزيز التفاعل مع الجمهور في ظل بيئة إعلامية تنافسية وسريعة التغير. تبرز الصفحة اعتمادها على الصور المرفقة بعبارات قصيرة ومكثفة، بهدف تعزيز التأثير العاطفي والرمزي للرسالة، ونذكر من ذلك مثلاً:

😊 مباشر من محكمة بئر مراد رايس ...راهم داوه للحراش



Interactions

1,2k

Interactions per 1k

Fans

0,39

Interactions



Comments	84
Shares	19
Total Interactions	1 174

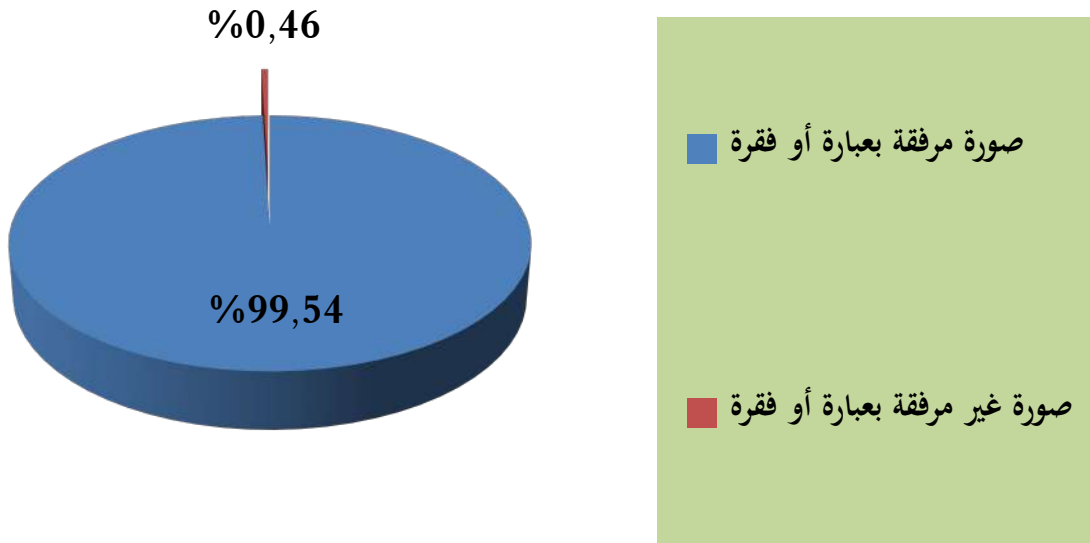
Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

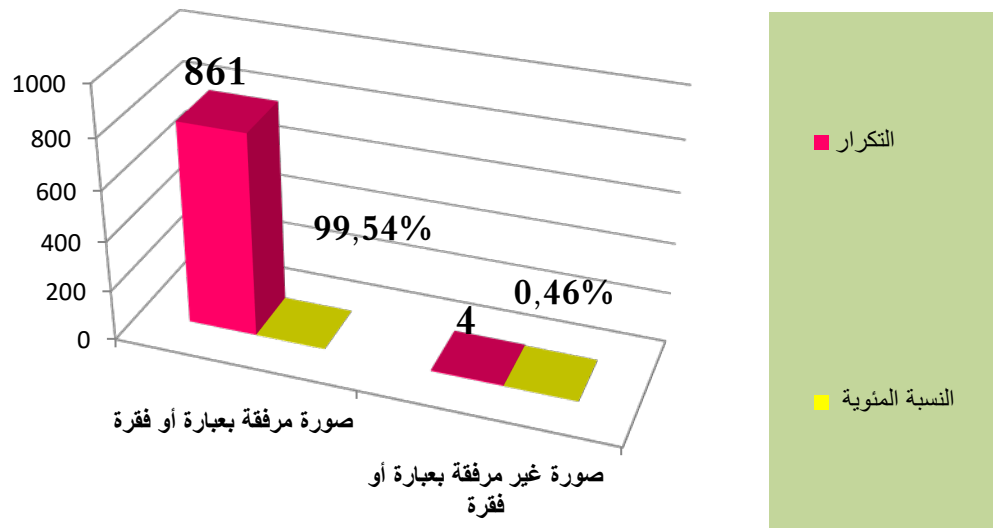
تُظهر هذه الصورة الخاصة بسيارة الدرك الوطني أمام مبنى المحكمة ببئر مراد رايس كيف يمكن للصفحة استثمار المحتوى الوثائقي الأمني لنقل رسائل مرتبطة بالعدالة والمحاسبة. العنوان المصاحب، بلغة شعبية محلية ("راهم داوه للحراش")، يقرّب الحدث من الجمهور ويثير الفضول لمعرفة هوية الشخص المنقول إلى السجن، وهو ما يضيف بعداً سياسياً غير مباشر إلى المحتوى. ومع ذلك، تكشف البيانات الرقمية أن التفاعل العام مع هذا المنشور كان محدوداً نسبياً؛ فقد بلغ عدد التعليقات 84 وعدد المشاركات 19، مع إجمالي 1,174 تفاعل، ما يعطي معدل 0.39 تفاعل لكل 1,000 متابع، وهو أقل من صور أخرى حملت بعداً إنسانياً أو رمزياً مباشراً. ويُفسّر هذا المستوى المنخفض نسبياً طبيعة الصورة الوثائقية التي لا تحتوي على وجوه أو رموز عاطفية قوية، ما يقلل من القدرة على إثارة مشاركة وجدانية جماعية. من منظور سيميائي، تعكس الصورة قدرة الصفحة على توثيق

الأحداث القانونية والسياسية، إلا أن ضعف الروابط العاطفية يقلل من انتشارها الواسع مقارنة بالمحتوى البصري الإنساني أو الميداني، ما يشير إلى أهمية البعد الرمزي والعاطفي في توليد التفاعل الرقمي الفعّال.

«على الرغم من انخفاض التفاعل النسبي مقارنة بصور أخرى، تُظهر الصورة قدرة صفحة «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» على تقديم محتوى وثائقي وأمني ذو دلالة سياسية واضحة، ما يعكس دورها في نقل الأحداث القانونية والميدانية وإضفاء صبغة إعلامية على الحراك الشعبي، ويؤكد هذا المثال أن الصفحة لا تعتمد فقط على الصور الجماهيرية أو الإنسانية لجذب الانتباه، بل تستخدم أيضاً محتوى وثائقي لتثبيت حضورها الرقمي وإدارة سرديات العدالة والمحاسبة، ما يبرز أهميتها كفاعل رقمي متعدد الأبعاد قادر على توجيه النقاش العام عبر أساليب مختلفة، حتى وإن كان تأثيرها العاطفي محدوداً في بعض الحالات»



رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة بعد الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة بعد الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 22 فيفري 2020"

الجدول رقم 74 خاص بعدد الصور المصحوبة بتعليق بعد مرحلة الحراك.

"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		نوعية الصورة				الترتيب	التاريخ
		صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة		صورة مرفقة بعبارة أو فقرة			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
20,46%	177	0%	0	20,56%	177	39	15 نوفمبر 2019
1,39%	12	0%	0	1,39%	12	40	22 نوفمبر 2019
28,79%	249	0%	0	28,92%	249	41	29 نوفمبر 2019
26,13%	226	100%	4	25,78%	222	42	06 ديسمبر 2019
11,45%	99	0%	0	11,50%	99	43	16 ديسمبر 2019
5,20%	45	0%	0	5,23%	45	44	20 ديسمبر 2019
1,73%	15	0%	0	1,74%	15	45	27 ديسمبر 2019
0,35%	3	0%	0	0,35%	3	46	03 جانفي 2020
0,46%	4	0%	0	0,46%	4	47	10 جانفي 2020
1,39%	12	0%	0	1,39%	12	48	17 جانفي 2020
1,85%	16	0%	0	1,86%	16	51	7 فيفري 2020
0,81%	7	0%	0	0,81%	7	52	21 فيفري 2020
100%	865	0,46%	4	99,54%	861	المجموع	

تشير بيانات جدول رقم (74) إلى اعتماد شبه كلي من طرف صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على استخدام الصور المرفقة بعبارات أو تعليقات، بنسبة بلغت 99,54% (861 صورة)، وهو ما يدل على وعي إعلامي بأهمية التأطير البصري والنصي معًا لتعزيز فهم المتلقي للسياق السياسي والاجتماعي الذي توثق له الصفحة. وقد برز هذا التوجه بشكل خاص خلال "الجمعة الواحد والأربعون" بتاريخ 29 نوفمبر 2019، حيث سجلت وحدها نسبة 28,92% من مجموع الصور المرفقة بعبارات (249 صورة)، وهو رقم لافت يعكس

الأهمية الرمزية والسياسية لهذه الجمعة، التي تزامنت مع المرحلة الحاسمة من الحراك الشعبي، خاصة مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية التي جرت في ديسمبر 2019. فقد شهدت تلك الجمعة مظاهرات حاشدة في مختلف ولايات الوطن، رافضة لما اعتُبر "انتخابات مفروضة"، وقد استخدمت الصفحة صوراً توثق حجم الحضور الشعبي، مرفقة بتعليقات قوية مثل "لا انتخابات مع العصابات"، أو "الشعب مصدر الشرعية"، في محاولة لتعزيز خطاب المعارضة السلمي وتوجيه الرأي العام.

في المقابل، جاءت نسبة الصور غير المرفقة بأي نص أو عبارة ضئيلة جداً، لم تتجاوز 0,46%، وتمثلت كلها في "الجمعة الثانية والأربعون" بتاريخ 6 ديسمبر 2019، بنسبة 100% من هذه الفئة. ويُحتمل أن يكون هذا الاختيار مقصوداً ومحتملاً بالدلالات الرمزية، حيث قد تكون الصفحة أرادت عبر الاكتفاء بالصور الصامتة إبراز التعبير البصري الخالص للمحتجين، خاصة أن هذه الجمعة جاءت مباشرة بعد "جمعة الرفض القاطع للانتخابات"، وربما رأت الصفحة أن قوة الصورة وحدها، بما تحمله من رموز مثل الأعلام، اللافتات، أو حتى تعبيرات الوجه، كافية لنقل الرسالة دون الحاجة إلى تدخل لغوي.

إن هذا التفاوت في التوظيف بين الجماعات يعكس استراتيجية إعلامية مدروسة، تستخدم التعليق النصي حين يكون التوجيه ضرورياً، وتفسح المجال للصورة "الخام" حين يكون التعبير العفوي أكثر تأثيراً. ويُظهر ذلك مدى إدراك الصفحة لطبيعة اللحظة السياسية وسلوك الجمهور الرقمي، مما يعزز مكانتها كفاعل إعلامي ضمن مشهد الحراك الجزائري.

وبالتالي، فإن هذا التوظيف المتكامل للصور المرفقة بالتعليقات لم يكن اعتباطياً، بل جاء ضمن استراتيجية إعلامية تهدف إلى تقديم محتوى بصري واضح ومتسق مع النص المصاحب، مما يجعل الصورة والنص عنصرين مكملين لبعضهما البعض في بناء الخبر. هذا التكامل يساهم في إزالة اللبس لدى المتلقي، ويمنع التشكيك في مصداقية المحتوى، مما يعزز من ثقة المتصفح في الصفحة ويحقق التأثير الإعلامي المرجو.

3. فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).

الجدول رقم 75 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

نوع الوسائط	التكرار	نسبة مئوية
صور	865	68,81 %
فيديوهات	234	18,62 %
فقرات	98	7,80 %
روابط الكترونية	52	4,14 %
الاستفتاء	8	0,64 %
المجموع	1257	100 %

تشير معطيات الجدول رقم (75) إلى تنوع قوالب وأنماط المادة الإعلامية التي تعتمد عليها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، مع هيمنة واضحة للصورة التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 68,81% (865 صورة)، وهو ما يعكس إدراكًا بأهمية الصورة كوسيلة فعالة في جذب المتابع وتحفيز التفاعل، خاصة في السياقات السياسية الحماسية مثل الحراك الشعبي. تليها الفيديوهات بنسبة 18,62% (234 فيديو)، التي تُستخدم غالبًا لتوثيق المسيرات والمقابلات أو إعادة نشر مشاهد من قنوات تلفزيونية تُعزز السردية المطروحة، بينما جاءت النصوص فقط دون وسائط بنسبة أقل (7,80%)، ما يدل على أن الصفحة لا تعتمد بشكل رئيسي على الطرح النصي المجرد، بل تفضل المواد الغنية بصريًا. أما الروابط الإلكترونية (4,14%) فوظفت غالبًا لتحويل المتابعين إلى مصادر خارجية تدعم المصدقية أو تقدم تقارير مفصلة، في حين كان الاستفتاء أقل الأشكال استخدامًا بنسبة 0,64% (8 مرات فقط)، لكنه رغم قلته يحمل دلالات سياسية واجتماعية عميقة.

فقد لجأت الصفحة إلى الاستفتاءات كأداة تفاعلية لقياس نبض الجمهور وتقديم مؤشرات على المزاج العام في لحظات سياسية دقيقة، مثل "الجمعة 39" حين طُرح سؤال حول تنظيم مسيرات يومية، حيث صوّت 72% بـ"مع"، وهو ما يعكس تصاعد حدة المطالب والتصعيد السلمي. أما في "الجمعة 41" (29 نوفمبر 2019)، فقد نقلت الصفحة استفتاء من القناة الأرضية حول نية المشاركة في الانتخابات الرئاسية، حيث أظهرت النتائج رفضًا واضحًا (54% لا)، لتقوم الصفحة لاحقًا بطرح تساؤل موجه بشكل أكثر صراحة للجمهور: "هل أنت قابل باش واحد من هذا لوجوه يحكمك عن طريق مهزلة 12/12؟" فكانت النتيجة رفضًا واسعًا بنسبة 84%، ما يؤكد اتساع فجوة الثقة بين الشارع والسلطة.

وفي "الجمعة 42" (6 ديسمبر 2019)، طرحت الصفحة استفتاءً مفتوحًا يعكس تحوّلًا في المزاج الشعبي من الطموح السياسي إلى الإحباط الاجتماعي، من خلال سؤال "هل تفكر في الهجرة؟"، والذي سلط الضوء على هاجس الهجرة غير الشرعية كخيار بديل أمام شباب فقد الأمل في التغيير. وتلاه سؤال آخر حول محاكمة رموز النظام السابق، حيث اعتبر 61% من المشاركين أن ما يجري "مسرحية وخروطي"، أي مجرد تمثيلية سياسية لا تمسّ جوهر الفساد، مقابل 39% فقط رأوا فيها محاكمة حقيقية. ويُختتم التسلسل بـ"الجمعة 43" (13 ديسمبر 2019) بعد يوم من الانتخابات، حيث طُرح سؤال يعكس مأزق الحراك: "هل ستواصل أم ستسحب؟"، فأجاب 66% بأنهم سيواصلون، في حين أعرب 34% عن انسحابهم، ما يكشف بداية مرحلة التراجع النسبي في الزخم الجماهيري.

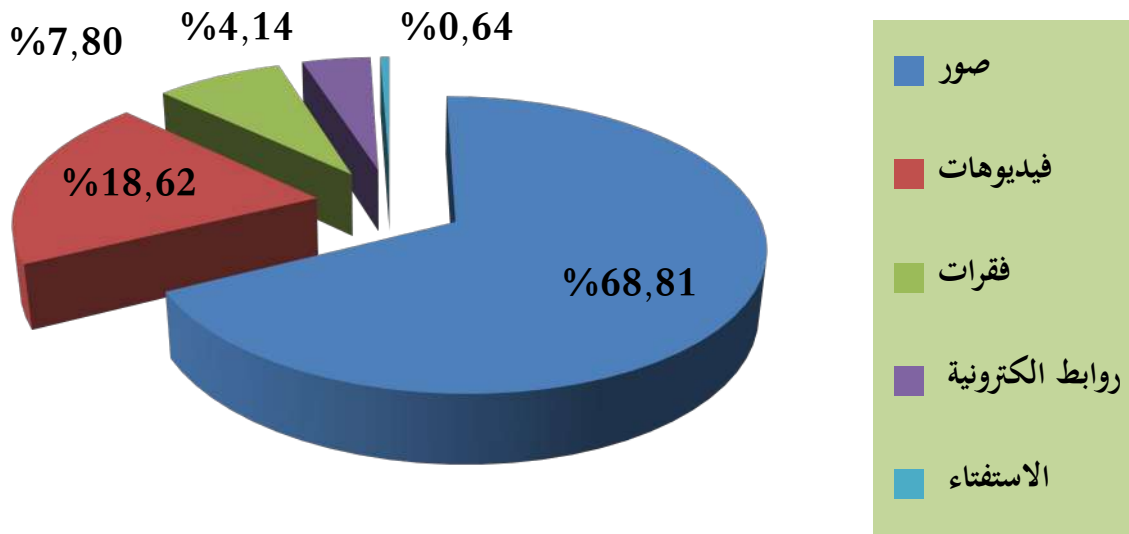
إن استخدام الاستفتاءات، وإن كانت نسبتها ضئيلة كمًّا، إلا أنها قدّمت بُعدًا تفاعليًا هامًا في المحتوى، وساعدت الصفحة في بناء خطابها الإعلامي على قاعدة "ما يقوله الشارع"، مما يعزّز من مشروعيتها الرقمية ويزيد من فاعلية تأثيرها في تشكيل الرأي العام خلال لحظة سياسية حرجة ومفتوحة على احتمالات متعددة.

مثال للصور نجد المنشور التالي:

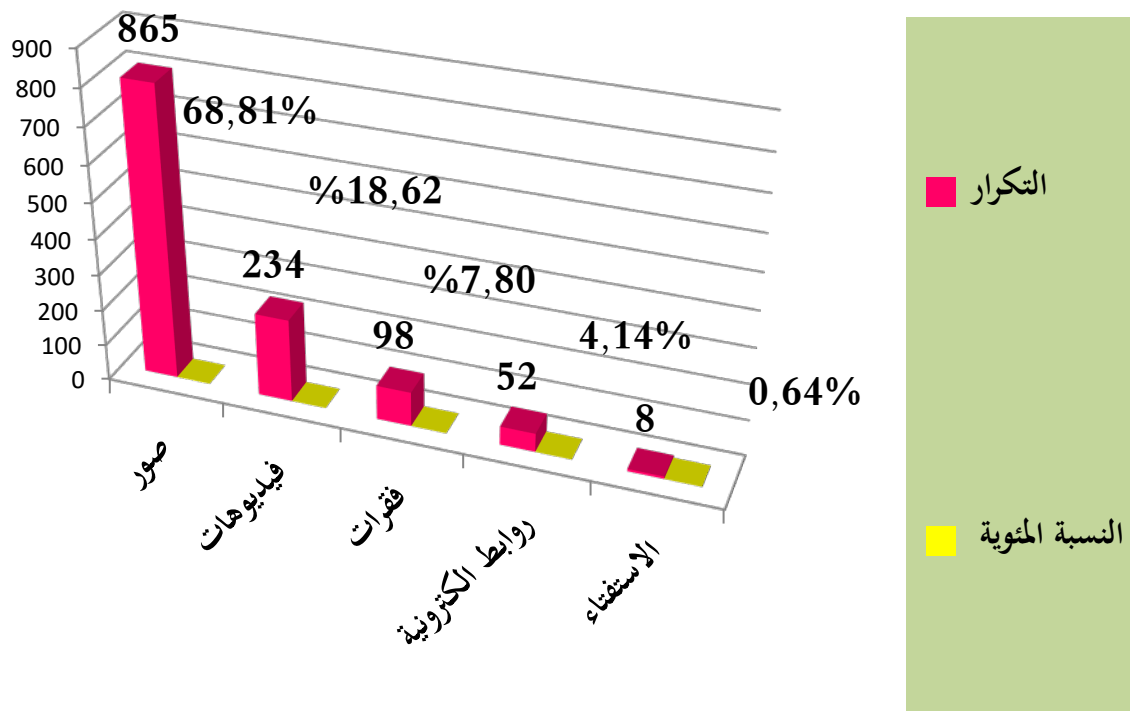


تُظهر هذه الصورة للافتة مكتوبة بخط اليد في مظاهرة كيف يمكن للصفحة توظيف الرسائل الرمزية ذات البعد العاطفي الوطني لتعزيز الحس الوطني لدى الجمهور. ومع ذلك، تكشف البيانات الرقمية أن التفاعل مع هذا المنشور كان محدودًا نسبيًا؛ فقد بلغ إجمالي التفاعلات 1,342 مع معدل 0.45 لكل 1,000 متابع، وهو الأدنى بين المنشورات المحللة، كما لوحظ أن التعليقات أقل من المشاركات، ما يشير إلى أن الجمهور يفضل المشاركة السريعة أو التعبير الرمزي أكثر من الدخول في نقاش أو جدل. ويعكس هذا النمط أن الرسائل الرمزية أو الشعارية، حتى وإن كانت إيجابية وذات بعد وطني، لا تحظى بنفس التفاعل الجماهيري الرقمي عند غياب الطابع الميداني أو الواقعي المرتبط بالحراك الشعبي. علاوة على ذلك، يبرز هذا التحليل أهمية السياق الميداني والواقعي في تحفيز التفاعل الرقمي، حيث تتفوق المنشورات التي تعرض أحداثًا حقيقية أو وجوهًا إنسانية على المنشورات الرمزية في جذب التعليقات والمشاركات، ما يدل على أن الجمهور الرقمي يتجاوب أكثر مع المحتوى الذي يعكس الواقع المباشر للحراك.

«يعكس هذا المنشور أن أهمية الصفحة في التأثير الرقمي لا تعتمد فقط على المحتوى الرمزي أو العاطفي، بل على القدرة على ربط الرسائل بالواقع الميداني للحراك الشعبي. وتشير المقارنة مع منشورات أخرى ذات محتوى ميداني أو إنساني إلى أن التفاعل الجماهيري الرقمي يزداد كلما كان المحتوى ملموسًا، حيًا، ومرتبًا بالأحداث الفعلية، بينما المنشورات الرمزية أو الشعارية تحقق أقل مستويات التفاعل، رغم قيمة الرسالة. وبالتالي، يمكن اعتبار السياق الواقعي والميداني عاملاً حاسماً في تعزيز الانتشار الرقمي وتوليد النقاش الجماهيري عبر الصفحة».



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 76 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة).

"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	العدد	الصور		فيديو		النصوص		الروابط الالكترونية		استفتاء		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	177	20,46%	74	31,62%	48	49%	19	36,54%	1	12,50%	319	25,38%
22 نوفمبر 2019	40	12	1,39%	7	2,99%	9	9%	1	1,92%	0	0%	29	2,31%
29 نوفمبر 2019	41	249	28,79%	58	24,79%	20	20%	12	23,08%	2	25%	341	27,13%
06 ديسمبر 2019	42	226	26,13%	65	27,78%	15	15%	12	23,08%	2	25%	320	25,46%
16 ديسمبر 2019	43	99	11,45%	28	11,97%	3	3%	8	15,38%	2	25%	140	11,14%
20 ديسمبر 2019	44	45	5,20%	0	0,00%	1	1%	0	0%	0	0%	46	3,66%
27 ديسمبر 2019	45	15	1,73%	1	0,43%	1	1%	0	0%	1	12,50%	18	1,43%
03 جانفي 2020	46	3	0,35%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	0,24%
10 جانفي 2020	47	4	0,46%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	0,32%
17 جانفي 2020	48	12	1,39%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	13	1,03%
7 فيفري 2020	51	16	1,85%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	16	1,27%
21 فيفري 2020	52	7	0,81%	1	0,43%	0	0%	0	0%	0	0%	8	0,64%
المجموع		865	68,81%	234	18,62%	98	7,80%	52	4,14%	8	0,64%	1257	100%

تُبرز معطيات الجدول رقم (76) تنوع الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، مع تفوق واضح للصور التي تصدرت الاستخدام بنسبة 68,61% (865 تكراراً)، في دلالة على الأهمية التي توليها الصفحة للعنصر البصري كأداة رئيسية في جذب المتابع وتوثيق الحدث. وقد بلغت ذروتها في الجمعة الواحد والأربعون بتاريخ 29 نوفمبر 2019، بنسبة 28,79% (249 صورة)، وهي الجمعة التي

شهدت تعبئة شعبية واسعة ضد الانتخابات الرئاسية المقررة في 12 ديسمبر، مما دفع الصفحة إلى تكثيف نشر الصور لتوثيق الحشود والشعارات واللافتات، وبالتالي ترسيخ السردية الرفضية شعبياً للعملية الانتخابية.

تلي ذلك الفيديوهات بنسبة 18,62% (234 فيديو)، وقد تصدرتها "الجمعة التاسع وثلاثون" بتاريخ 15 نوفمبر 2019 بنسبة 31,62% (74 فيديو)، ما يعكس اعتماداً متزايداً على المحتوى الحي والمباشر الذي يعزز من صدقية الحدث وينقل التفاعل الميداني للحراك، خاصة مع اقتراب موعد الانتخابات وتزايد التوتر السياسي. وقد شكّلت الفيديوهات وسيلة لإبراز الشعارات المرفوعة، وتوثيق الهتافات، ومداخلات المتظاهرين، مما يمنح المتابع انطباعاً مباشراً عن نبض الشارع.

أما الفقرات النصية فقد جاءت بنسبة أقل (7,80%)، لكنها كانت حاضرة بقوة أيضاً في "الجمعة التاسع وثلاثون"، بنسبة 49% (48 تكراراً)، ما يشير إلى أن الصفحة وظّفت الكتابة حين أرادت التوضيح أو التحليل، أو ربما نقل المواقف الرسمية والردود الإعلامية التي تطلبت صياغات لغوية دقيقة، تعكس موقفاً معيناً من الأحداث.

وبالنسبة للروابط الإلكترونية، التي شكّلت 4,14% (52 تكراراً)، فقد برزت أيضاً في "الجمعة التاسع وثلاثون" بنسبة 36,54% (19 رابطاً)، ما يوحي بأن الصفحة سعت خلال هذه الجمعة إلى دعم محتواها بمصادر خارجية، سواء من مواقع إخبارية أو تقارير تحليلية، لإضفاء المصداقية على الطرح المقدم، أو لتوسيع إطار الفهم لدى المتلقي حول تداعيات الأحداث.

وأخيراً، وعلى الرغم من النسبة الضئيلة التي احتلها الاستفتاء (0,64%)، أي 8 تكرارات فقط، إلا أنه كان موزعاً على ثلاث جمعات بارزة (41، 42، 43) بنسبة متساوية (25%)، ما يكشف توجهها مقصوداً لاستطلاع آراء المتابعين في لحظات محورية. فعلى سبيل المثال، خلال "الجمعة 41"، طُرِح استفتاء حول قبول الوجوه المترشحة للانتخابات، وجاءت النتائج رافضة بنسبة 84%، وهو ما يعكس الانسجام بين موقف الشارع والمحتوى التحريري للصفحة.

بذلك، يتضح أن الصفحة اعتمدت بشكل استراتيجي على الوسائط المتعددة، واختارت نوع الوسيط وفقاً لطبيعة الحدث ودرجة التفاعل الجماهيري، بما يخدم سرديتها الإعلامية ويوثق اللحظة السياسية بدقة وفعالية.

وبالتالي، فإن النسب السابقة الخاصة بأنواع الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة تعكس بوضوح الجهود التحريري والتقني الذي تبذله الصفحة، من خلال إنتاج مضامين إعلامية متنوعة تستند إلى قوالب متعددة تتماشى مع طبيعة الحدث وتطلعات جمهورها الرقمي، بما يعزز من تأثيرها ويعكس وعيها بوظائف الإعلام الرقمي المعاصر.

ب- نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

الجدول رقم 77 يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
 "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

أنواع الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديو بتعليق	211	90,17%
فيديو بدون تعليق	23	9,83%
المجموع	234	100%

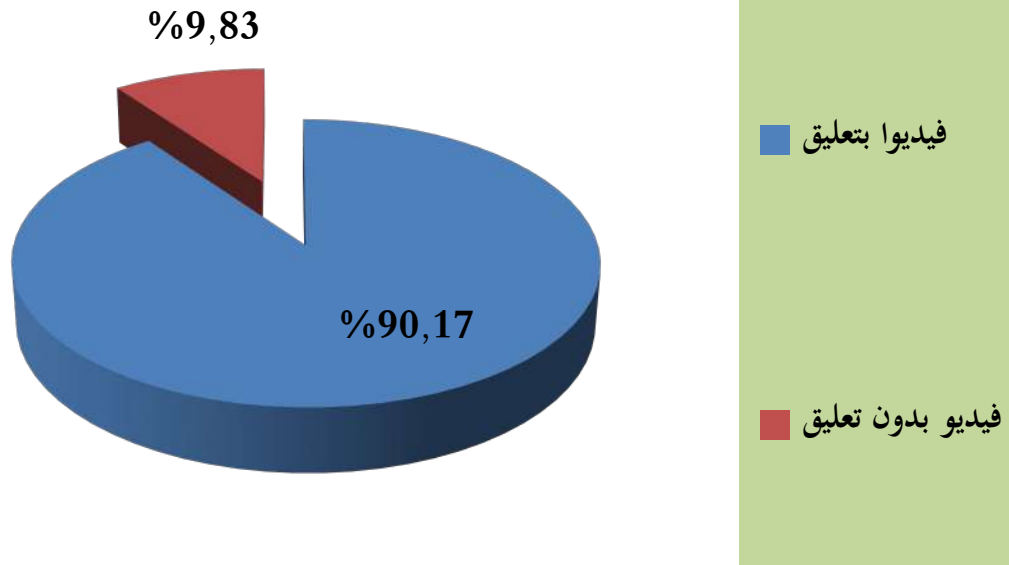
تُظهر بيانات الجدول أن الفيديوهات المرفقة بتعليق شكّلت النسبة الأكبر من حيث طبيعة الفيديوهات المنشورة في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بعد انطلاق الحراك الشعبي في 22 فيفري، بنسبة بلغت 90,17% (211 فيديو)، مقابل نسبة ضئيلة للفيديوهات غير المرفقة بأي تعليق بلغت 9,83% فقط (23 فيديو). ويُعكس هذا التوجه وعيًا إعلاميًا بأهمية التأطير النصي للمحتوى السمعي البصري، خاصة في سياق سياسي واجتماعي حساس مثل الحراك الشعبي، حيث تلعب التعليقات المصاحبة دورًا حاسمًا في توجيه فهم المتلقي، وتوفير الخلفية أو التحليل الضروري للفيديو، بدل الاكتفاء بالمشهد البصري الذي قد يُفهم بطرق متباينة. وقد لوحظ أن الصفحة، خلال الجمعيات التي بلغت ذروتها مثل "الجمعة 39" (15 نوفمبر 2019) و"الجمعة 41" (29 نوفمبر 2019)، لجأت إلى نشر فيديوهات حية لمسيرات شعبية، مرفقة بتعليقات مثل "الشارع يرفض انتخابات 12 ديسمبر" أو "الجزائريون يطالبون بدولة مدنية"، ما يجعل الفيديو ليس فقط وسيلة توثيق، بل أداة للتأثير والتعبئة السياسية. هذا النوع من المحتوى يُسهم في بناء سردية واضحة ومنسجمة مع خط الصفحة التحريري، ويوفّر تفسيرًا فوريًا للحدث المصوّر، ما يُعزز من فهمه ويزيد من تفاعله لدى الجمهور الرقمي. أما الفيديوهات غير المصحوبة بتعليق، رغم محدوديتها، فقد تكون استُخدمت في بعض الأحيان لنقل مشاهد عفوية أو تفاعلات مباشرة من الشارع، ربما رأت الصفحة أن الصورة فيها كافية لنقل الرسالة دون الحاجة إلى وساطة لغوية. ومع ذلك، تبقى النسبة المتدنية لهذا النوع دليلًا على حرص الصفحة على التفسير والتأطير المستمر، بما يخدم مصداقيتها ويُعزز من قوة تأثيرها في سياق تغطية الحراك الشعبي وتحولاته.

مثال فيديو بتعليق نجد المنشور التالي:

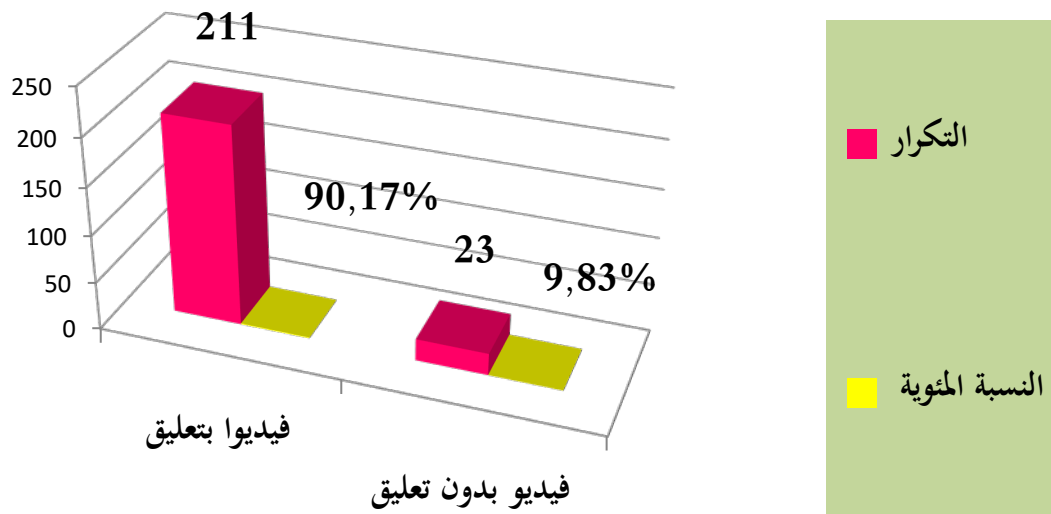


تُظهر الصورة والفيديو المرفقين مشهداً كثيفاً من مظاهرات الحراك الشعبي في شارع رئيسي بالعاصمة الجزائرية، حيث تبرز العمارات الفرنسية الطابع والأعلام الجزائرية بين الجماهير، ما يعكس التنظيم والحضور الشعبي الكبير. ويشير النص المرافق إلى مشاركة ساحة أودان الرمزية، وهو ما يعزز البعد السياسي والرمزي للمحتوى ويجسد حالة من التمرد والتحدي والإصرار على التعبير عن المطالب الشعبية. التحليل الرقمي يُظهر أن المنشور حقق 91 تعليقاً و65 مشاركة، بإجمالي 908 تفاعلات، ما يوازي معدل 0.30 لكل 1,000 متابع. ويعكس ارتفاع نسب المشاركة مقارنة بالتعليقات رغبة الجمهور في نشر المشهد على نطاق أوسع، مما يدل على قدرة الفيديو على تحفيز التفاعل الجماهيري الرقمي. ومن منظور النوعية، يُصنف هذا المحتوى كـ"فيديو تعبوي قوي" يجمع بين الدلالة الرمزية المرتفعة، البعد الواقعي، وإمكانية التعبئة الرقمية، بينما يبرز الموقع واختيار زاوية التصوير والمشهد الجماهيري كعوامل أساسية في رفع التأثير الرمزي للمحتوى.

«يعكس هذا المنشور أن المحتوى المرتبط مباشرة بالحراك الميداني والرمزي قادر على تحقيق أعلى مستويات التفاعل الجماهيري الرقمي، حيث يحقق المشاركة الفعلية والانتشار الواسع بين المتابعين. ويؤكد ذلك أن الجمع بين العناصر البصرية الواقعية، الطابع الجماهيري للمشهد، والرمزية التاريخية للموقع يزيد من قدرة المحتوى على التعبئة الرقمية، مقارنة بالمنشورات الرمزية أو الشخصية أو الوثائقية الأقل ارتباطاً بالحراك المباشر. وبالتالي، يعد هذا النوع من المحتوى من أقوى أدوات الصفحة في توجيه النقاش الرقمي، تحفيز المشاركة الجماهيرية، وتوثيق الحراك الشعبي بصرياً».



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 78: يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جماعات الحراك (بعد الأزمة)
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020 "

المجموع		طبيعة الفيديو				الترتيب	التاريخ
		فيديو بدون تعليق		فيديووا بتعليق			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%31,62	74	%60,87	14	%28,44	60	39	15 نوفمبر 2019
%2,99	7	%4,35	1	%2,84	6	40	22 نوفمبر 2019
%24,79	58	%21,74	5	%25,12	53	41	29 نوفمبر 2019
%27,78	65	%4,35	1	%30,33	64	42	06 ديسمبر 2019
%11,97	28	%8,70	2	%12,32	26	43	16 ديسمبر 2019
%0	0	%0	0	%0	0	44	20 ديسمبر 2019
%0,43	1	%0	0	%0,47	1	45	27 ديسمبر 2019
%0	0	%0	0	%0	0	46	03 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	47	10 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	48	17 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	51	7 فيفري 2020
%0,43	1	%0	0	%0,47	1	52	21 فيفري 2020
%100	234	%9,83	23	%90,17	211	المجموع	

تُبرز المعطيات الواردة في الجدول أن الفيديوهات المرفقة بتعليق شكّلت النمط الغالب في المنشورات المصورة لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بعد انطلاق الحراك الشعبي في 22 فيفري، حيث بلغت نسبتها 90,17% بمجموع 211 تكرارًا. ويُظهر هذا الاستخدام المكثّف حرص الصفحة على تقديم محتوى سمعي بصري مؤطر، يجمع بين الصورة الحيّة والتفسير النصي، وهو ما يعكس استراتيجية إعلامية تهدف إلى توجيه فهم المتلقي وضمان استيعابه للحدث ضمن سياقه السياسي والاجتماعي. وقد برز هذا التوجه بشكل خاص خلال الجمعة التاسع وثلثون بتاريخ 15 نوفمبر 2019، والتي جاءت في مرحلة حساسة قبيل الانتخابات الرئاسية، إذ تصدرت هذه

الجمعة من حيث عدد الفيديوهات المرفقة بتعليق بنسبة 28,44% (60 تكرارًا). وقد تناولت هذه الفيديوهات مشاهد حاشدة للمتظاهرين وهم يرفعون شعارات مناهضة للانتخابات، مثل "لا لانتخابات تحت وصاية العصابات"، مع تعليقات مرافقة تؤكد على سلمية الحراك وتشبّهه بمطالبه الأساسية.

أما الفيديوهات غير المرفقة بتعليق، والتي تُصنّف ضمن فئة البث المباشر أو "الفيديو الخام"، فقد بلغت نسبتها 9,83% فقط (23 تكرارًا)، وكانت أيضًا في معظمها متركزة خلال الجمعة التاسع وثلاثون بنسبة 60,87% (14 فيديو). ويدل ذلك على أن الصفحة، رغم قلة استخدام هذا النوع من الفيديوهات، حرصت على نقل بعض اللحظات الميدانية كما هي، دون تدخل أو تأطير نصي، ربما لتعزيز مصداقية النقل المباشر أو لإبراز عفوية المحتوى وواقعيته.

إن هذا التباين بين الفيديو المؤطر والفيديو الخام يعكس توازنًا في المعالجة الإعلامية، حيث يتم اللجوء إلى التعليق لتقديم رؤية واضحة وتفسير الحدث، في حين يُستخدم الفيديو غير المعلق عليه لإيصال الرسائل البصرية بشكل مباشر وحر، خصوصًا في اللحظات التي تكون الصورة فيها أبلغ من الكلمات. وتكشف هذه الخيارات التحريرية عن إدراك الصفحة لدور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي في فترة التغيير، وفي تثبيت سرديّة الحراك الشعبي باعتباره حركة سلمية مدنية رافضة للشرعية المفروضة.

ت- مدّة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

الجدول رقم 79 يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التكرار	مدة الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
قصير (أقل من دقيقة)	10	4,27%	
متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)	201	85,90%	
طويل (أكثر من خمس دقائق)	23	9,83%	
المجموع	234	100%	

تُظهر معطيات الجدول رقم (79) أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت بشكل كبير على الفيديوهات ذات المدة المتوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق)، والتي شكّلت 85,90% من مجموع الفيديوهات المنشورة (201 تكرار). ويعكس هذا التوجه وعيًا إعلاميًا واضحًا بطبيعة الجمهور الرقمي الذي يُفضّل محتوى بصريًا مكثفًا ومباشرًا، قادرًا على إيصال الرسالة بفعالية دون إطالة قد تؤدي إلى فقدان الانتباه. كما أن هذا النوع

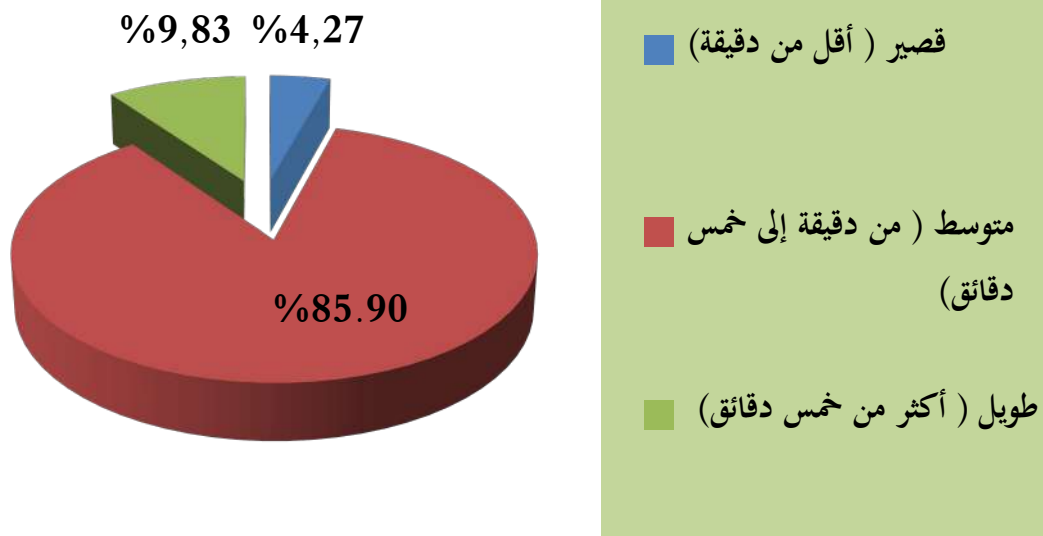
من الفيديوهات يُعدّ مثالًا لتوثيق المسيرات، ونقل الشعارات، والمواقف الجماهيرية في الحراك الشعبي دون الحاجة إلى مونتاج معقد أو تدخل تقني كبير، مما يُضفي على المحتوى طابعًا آنيًا وواقعيًا.

وقد برز هذا النوع من الفيديوهات بشكل خاص خلال الجمعات الحاسمة، مثل الجمعة الواحد والأربعون (29 نوفمبر 2019)، حين كانت المسيرات في أوجها احتجاجًا على الانتخابات المقبلة، فاستُخدمت الفيديوهات المتوسطة لنقل كثافة الحشود وتكرار الشعارات، مع تعليقات مرافقة تُعزز من قوة الرسالة.

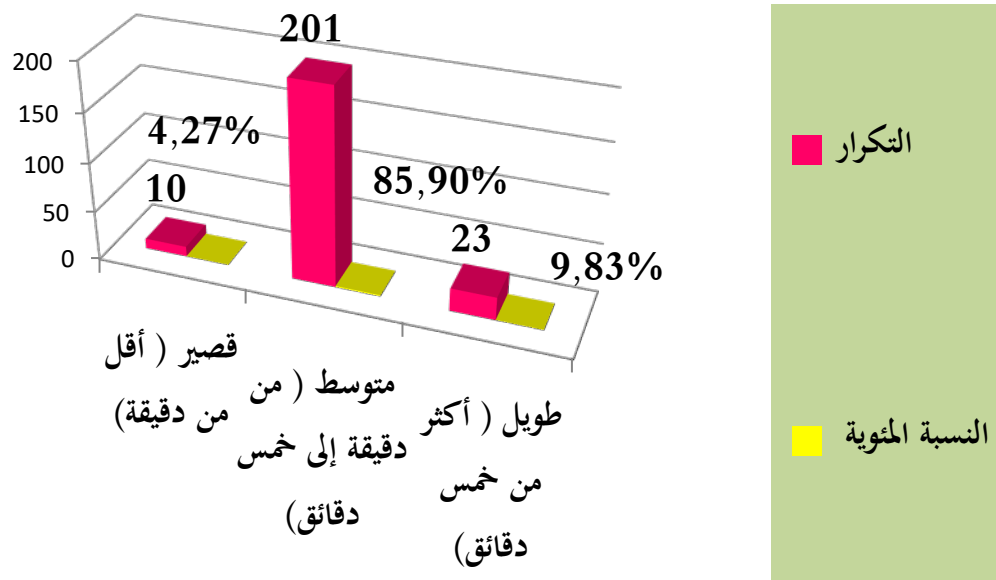
أما الفيديوهات الطويلة (أكثر من خمس دقائق)، فقد جاءت بنسبة أقل (9,83%، أي 23 تكرارًا)، ويُحتمل أن هذه الفيديوهات حُصصت لتغطيات موسعة مثل مقابلات مع نشطاء، أو نقل جلسات نقاش داخل المسيرات، أو عرض فقرات إعلامية كاملة مأخوذة من قنوات محلية أو دولية، وهو ما يفسر طولها، إذ تُخدم أغراضًا تحليلية أكثر من كونها توثيقية فقط.

في المقابل، لم تحتل الفيديوهات القصيرة (أقل من دقيقة) سوى نسبة ضئيلة (4,27%، أي 10 تكرارات)، وهو ما يشير إلى أن الصفحة لا تفضل المحتوى المختصر الذي قد يُفقد الفيديو عمقه السياسي أو لا يفي بغرض التوضيح، خاصة في سياق حراك يتطلب عرض شعارات، مواقف، وردود أفعال مركبة تحتاج إلى وقت نسبي لعرضها بوضوح.

بالتالي، تكشف هذه المعطيات أن الصفحة تنتهج أسلوبًا تحريريًا مدروسًا في استخدام الوسائط المرئية، يتوازن فيه عنصر الجاذبية والعمق، بما يتماشى مع طبيعة الحدث السياسي ومتطلبات المتلقي، ويعكس سعيًا لتقديم تغطية إعلامية فعّالة تراعي الأثر الزمني للمحتوى على المتصفح الرقمي.



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 80 يبين مدة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		مدة الفيديو						الترتيب	التاريخ
		طويل (أكثر من خمس دقائق)		متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)		قصير (أقل من دقيقة)			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
31,62%	74	60,87%	14	29,35%	59	10%	1	39	15 نوفمبر 2019
2,99%	7	4,35%	1	1,99%	4	20%	2	40	22 نوفمبر 2019
24,79%	58	21,74%	5	25,37%	51	20%	2	41	29 نوفمبر 2019
27,35%	64	4,35%	1	30,35%	61	20%	2	42	06 ديسمبر 2019
11,97%	28	8,70%	2	11,94%	24	20%	2	43	16 ديسمبر 2019
0,43%	1	0%	0	0%	0	10%	1	44	20 ديسمبر 2019
0,43%	1	0%	0	0,50%	1	0%	0	45	27 ديسمبر 2019
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	46	03 جانفي 2020
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	47	10 جانفي 2020
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	48	17 جانفي 2020
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	51	7 فيفري 2020
0,43%	1	0%	0	0,50%	1	0%	0	52	21 فيفري 2020
100%	234	9,83%	23	85,90%	201	4,27%	10	المجموع	

تُبرز القراءة الظاهرية للجدول رقم (80) المتعلق بفئة مدة الفيديوهاات في فترة ما بعد انطلاق الحراك الشعبي أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" قد تبنت بشكل واضح استراتيجية إعلامية تعتمد على الفيديوهاات ذات المدة المتوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق)، حيث شكّلت هذه الفئة النسبة الأكبر بـ 85,90% من مجموع الفيديوهاات المنشورة (201 تكرار). ويبدو أن هذا الاختيار لم يكن اعتباطيًا، بل نابغًا من إدراك الصفحة لحاجة الجمهور إلى محتوى بصري متوازن، يجمع بين الإيجاز والعمق، ويتيح نقل الرسالة بوضوح دون إطالة تُثقل المتلقي. وقد تجلّى ذلك بشكل واضح في الجمعة الثانية والأربعين بتاريخ 6 ديسمبر 2019، والتي سجّلت أعلى نسبة في هذه الفئة بـ 30,35% (61 فيديو)، إذ ركّزت الصفحة خلالها على نشر رسائل توعوية موجهة

تدعو إلى الاستمرارية في النضال السلمي، ورفض تنظيم انتخابات رئاسية تحت إشراف حكومة بدوي، باعتبارها امتدادًا للنظام السابق، كما وثّقت مختلف المسيرات الشعبية التي استمرت منذ 22 فيفري، في عدد من المدن الجزائرية.

أما الفيديوهات الطويلة (أكثر من خمس دقائق)، فقد مثّلت نسبة أقل (9,83%)، أي 23 تكرارًا، لكنها كانت حاضرة بقوة خلال الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019)، بنسبة 60,87%. وتزامنت هذه الجمعة مع تصاعد الرفض الشعبي للانتخابات المقررة في 12 ديسمبر، حيث استخدمت الصفحة الفيديوهات الطويلة لتغطية موسعة للمسيرات في عدد من الولايات، مثل قسنطينة، تيزي وزو، بجاية، وهران، وباتنة، من خلال بث مباشر نقل الهتافات، واللافتات، والمواقف الشعبية، ما أضفى مصداقية آنية على تغطية الأحداث، وعزّز من رواية الحراك المناهضة لبقاء رموز النظام السابق وما أسموه بـ"العصابات السياسية".

أما الفيديوهات القصيرة (أقل من دقيقة)، فقد شكّلت نسبة ضئيلة لا تتجاوز 4,27% (10 تكرارات)، وتوزعت بشكل متساوٍ على الجمعة الأربعين، والواحدة والأربعين، والثانية والأربعين، والثالثة والأربعين بنسبة 20% لكل منها. ويُرجّح أن الصفحة لجأت إلى هذا النمط من الفيديوهات لالتقاط لحظات سريعة أو رمزية، مثل لافتة لافتة، هتاف جماعي مؤثر، أو موقف طريف ضمن المسيرة، بهدف خلق تفاعل سريع وجذب الانتباه دون الخوض في تفاصيل مطوّلة.

وبالتالي، فإن تفضيل الصفحة للفيديوهات متوسطة المدة يُعد انعكاسًا لاستراتيجية مدروسة، توازن بين جودة التغطية وفعالية التأثير، كما يُظهر إدراكًا تامًا لخصائص الجمهور الرقمي، الذي يُفضّل المحتوى الواضح، المكثف، والسريع، لا سيما في سياقات سياسية متقلبة تتطلب استجابة إعلامية ذكية ومتوازنة.

ث - طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).

الجدول رقم 81 يبين طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

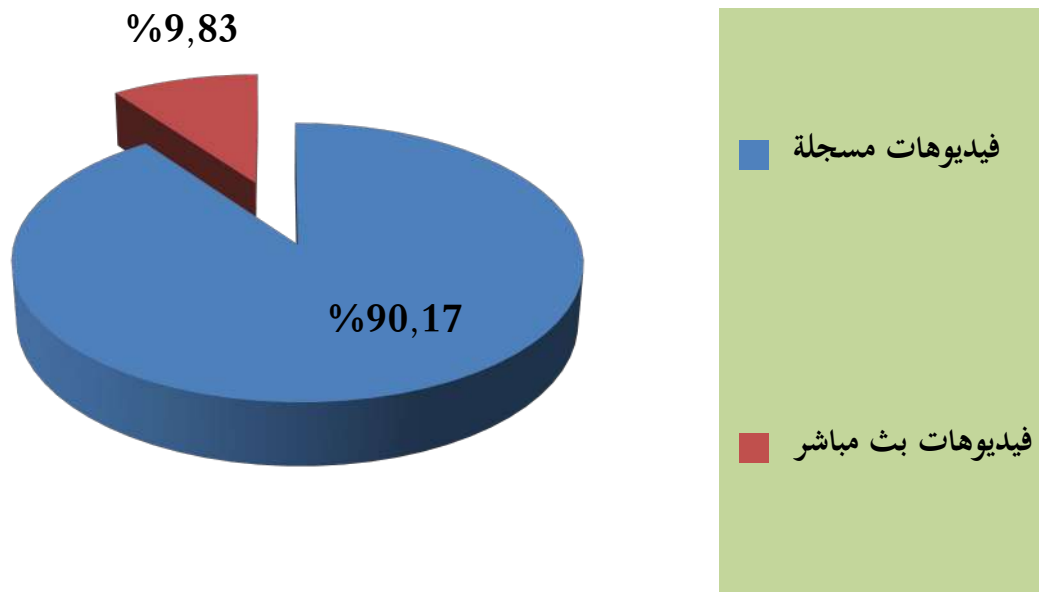
طبيعة الفيديو	التكرار	نسبة مئوية
فيديوهاات مسجلة	211	90,17%
فيديوهاات بث مباشر	23	9,83%
المجموع	234	100%

تشير معطيات الجدول رقم (81) إلى أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" ركزت بشكل كبير على نشر الفيديوهاات المسجلة، التي بلغت نسبتها 90,17% من مجموع الفيديوهاات المنشورة بعد انطلاق الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019، بمجموع 211 تكرارًا، مقابل نسبة محدودة للفيديوهاات المباشرة (9,83%) أي 23 تكرارًا فقط. ويعكس هذا التوجّه اعتماد الصفحة على المعالجة المسبقة للمحتوى السمعي البصري، بما يسمح بانتقاء اللحظات الأكثر دلالة، وتقديمها في سياق مفسّر ومدعوم بتعليقات أو مونتاج بسيط يخدم الرسالة السياسية أو الاجتماعية المراد إيصالها.

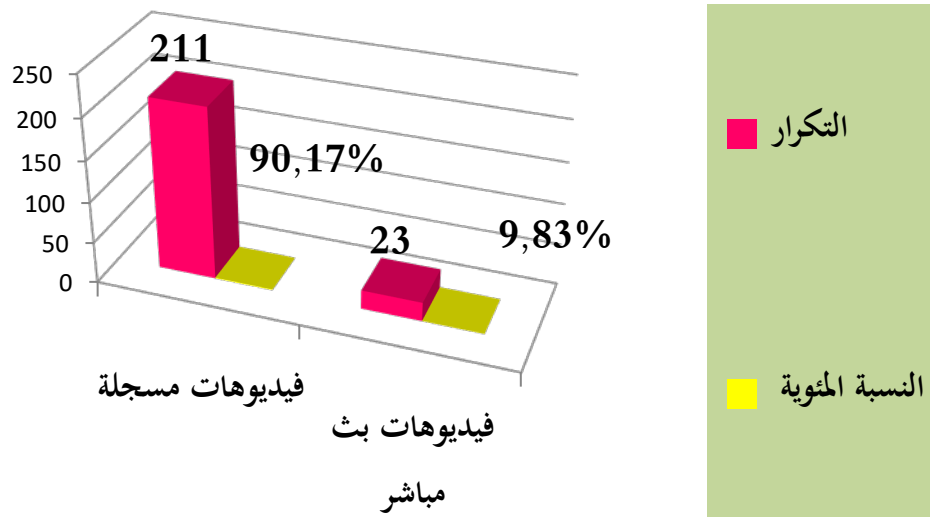
وقد برز هذا الخيار بشكل خاص خلال الجمععات الحاسمة، مثل الجمعة التاسعة والثلاثون والجمعة الواحدة والأربعون، حيث اعتمدت الصفحة على فيديوهاات مسجلة تُظهر حجم الحشود، ونوعية الشعارات المرفوعة، ومواقف المتظاهرين، وذلك في وقت كانت تتصاعد فيه محاولات السلطة الترويج لصور مضادة تُظهر الحراك كداعم ضمني للانتخابات أو على الأقل غير معارض لها. من هذا المنطلق، جاء الفيديو المسجل كأداة توثيقية تستيق التأويلات الرسمية أو الإعلامية الأخرى، وتُعيد صياغة الحدث من داخل الحراك نفسه، بمنظور المحتجين.

أما الفيديو المباشر، ورغم قلّته، فقد لعب دورًا مهمًا في بعض اللحظات، خصوصًا خلال المسيرات في العاصمة وساحات مركزية كـ"ساحة البريد المركزي"، أو أثناء الوقفات الاحتجاجية التي نظمها صحفيون من القطاع الخاص في "ساحة الحرية"، تنديدًا بالقيود المفروضة على حرية التعبير وتوقيف عشرات الناشطين والصحفيين. وقد مكّن هذا النوع من الفيديوهاات المتابعين من متابعة الأحداث لحظة بلحظة، وعزّز من مصداقية التغطية رغم طبيعته الخام وغير المحررة.

في ظل هذا السياق السياسي المشحون، ووسط حملات تخوين وانقسام داخل المجتمع، بالإضافة إلى محاولات تشويه الحراك، برز دور الصفحة كوسيلة إعلامية بديلة ومؤثرة، ساهمت في توثيق اللحظة السياسية بدقة، وشاركت بفعالية في النقاشات التي رافقت مسار الحراك. ومن خلال الفيديوهات المسجلة بالدرجة الأولى، استطاعت الصفحة تقديم سردية مضادة لتلك الرسمية، مؤطرة وواعية، تُعزز من الذاكرة الجماعية للحراك، وتُرسّخ صورته كسلمية شعبية تطالب بالتغيير الجذري، بعيداً عن الالتفاف السياسي أو الإعلامي، وهو ما يجعل مساهمتها جزءاً من التحوّل الإعلامي والسياسي الذي شهده الشارع الجزائري في تلك المرحلة.



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 82 بين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		طبيعة الفيديو				الترتيب	التاريخ
		فيديوهات بث مباشر		فيديوهات مسجلة			
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%31,62	74	%60,87	14	%28,44	60	39	15 نوفمبر 2019
%2,99	7	%4,35	1	%2,84	6	40	22 نوفمبر 2019
%24,79	58	%21,74	5	%25,12	53	41	29 نوفمبر 2019
%27,78	65	%4,35	1	%30,33	64	42	06 ديسمبر 2019
%11,97	28	%8,70	2	%12,32	26	43	16 ديسمبر 2019
%0	0	%0	0	%0	0	44	20 ديسمبر 2019
%0,43	1	%0	0	%0,47	1	45	27 ديسمبر 2019
%0	0	%0	0	%0	0	46	03 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	47	10 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	48	17 جانفي 2020
%0	0	%0	0	%0	0	51	7 فيفري 2020
%0,43	1	%0	0	%0,47	1	52	21 فيفري 2020
%100	234	%9,83	23	%90,17	211	المجموع	

تُظهر بيانات الجدول رقم (82) أن الصفحة المدروسة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت بشكل رئيسي على الفيديوهات المسجلة في تغطية أحداث ما بعد الحراك الشعبي الذي انطلق في 22 فيفري 2019، حيث شكّلت هذه الفئة النسبة الكبرى من طبيعة الفيديوهات المنشورة، بـ 90,17% من إجمالي الفيديوهات (211 تكرارًا). وقد بلغت هذه الفيديوهات ذروتها خلال الجمعة الثانية والأربعين بتاريخ 6 ديسمبر 2019 بنسبة 30,33% (64 فيديو)، وهي الجمعة التي سبقت موعد الانتخابات الرئاسية بيوم واحد، ما جعلها محطة بارزة في تصعيد الاحتجاجات، ورفع سقف الشعارات المطالبة برحيل النظام ورفض "مهزلة 12 ديسمبر"، كما وصفها المتظاهرون. ولذا، كثفت الصفحة استخدام الفيديوهات المسجلة لتوثيق الزخم الشعبي الكبير في شوارع العاصمة والمدن الكبرى، ولإبراز وحدة الموقف الشعبي الرفض لإجراء الانتخابات تحت وصاية رموز النظام السابق.

هذا الاعتماد المكثف على الفيديو المسجل يُفسّر برغبة الصفحة في تقديم محتوى مؤطر ومدرّوس، يختار اللحظات القوية والمؤثرة، ويضيف إليها تعليقات أو شروحات ترافق الصور، مما يُعزز من التأثير في المتلقي ويوجه فهمه نحو قراءة معينة للحدث، وهو ما ينسجم مع الخط التحريري المواكب للحراك.

في المقابل، جاءت الفيديوهات المباشرة بنسبة أقل (9,83%، أي 23 تكرارًا)، لكنها شكّلت أداة مهمة في لحظات محددة، خاصة في الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019)، التي استحوذت على النسبة الأكبر من هذا النمط بنسبة 60,87% (14 فيديوًا). وقد تميزت هذه الجمعة بعودة الزخم الشعبي إلى الشارع بعد أسابيع من الترقب السياسي، ووسط دعوات للتعبئة رفضًا للانتخابات الرئاسية، حيث أتاحَت الفيديوهات المباشرة للمتابعين على المنصة متابعة تطورات المسيرات لحظة بلحظة، وهو ما عزز من شفافية التغطية، وأضفى مصداقية إضافية على توثيق الأحداث.

بالتالي، فإن التفاوت بين استخدام الفيديو المسجل والمباشر يكشف عن استراتيجية تحريرية واعية، تزواج بين التوثيق المؤطر والتحيين الآني، بما يخدم الأهداف الإعلامية للصفحة في تقديم رواية بديلة للحراك، نابعة من الشارع نفسه، وتُسهّم في ترسيخ سرديته في مواجهة الروايات الرسمية والإعلام التقليدي.

ج- أهداف الفيديوهات المنشورة "بعد الحراك"

تحدّد الأهداف الاتصالية للفيديوهات المنشورة بعد مرحلة الأزمة "بعد الحراك" فيما يلي:

1. التوثيق الإعلامي للحدث
 - تسجيل المسيرات، الهتافات، والشعارات كشهادات بصرية حية توثق مرحلة حساسة من تاريخ الجزائر.
2. التوعية السياسية
 - إيصال رسائل موجّهة تُفسّر الأحداث وتُعمّق وعي الجمهور بسياقها السياسي والاجتماعي.
3. التعبئة والتحفيز الجماهيري
 - تحفيز المواطنين على مواصلة الاحتجاج والمشاركة في الفعل السياسي.
4. مواجهة وتفنيد الروايات الرسمية
 - تقديم رواية بديلة عن تلك التي يروج لها الإعلام التقليدي، خاصة حول الانتخابات والمواقف الشعبية.
5. فضح الممارسات القمعية
 - عرض مشاهد التوقيفات والانتهاكات لتسليط الضوء على واقع الحريات والتضييق على النشاط.
6. تعزيز الوحدة الوطنية

- إظهار تنوع المشاركين في الحراك من مختلف الولايات لتقوية الشعور بالانتماء والهدف المشترك.

7. دعم مصداقية الصفحة وتأثيرها الإعلامي

- من خلال نشر محتوى موثوق، مدعوم بتعليقات تحليلية وصور حيّة.

8. التفاعل مع الجمهور الرقمي

- تقديم محتوى بصري ينسجم مع تفضيلات مستخدمي المنصات الرقمية، مما يزيد من التفاعل والانتشار. يتضح من مجمل الأهداف الاتصالية التي حملتها الفيديوهات المنشورة بعد الحراك الشعبي أن الصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد ناقل سلمي للحدث، بل تحوّلت إلى فاعل إعلامي مؤثر، يقوم بدور مزدوج يتمثل في التوثيق من جهة، والتأطير الاتصالي من جهة ثانية. إذ لم تكتفِ الصفحة بعرض صور الحراك ومظاهره، بل عملت على إنتاج خطاب إعلامي بديل يسعى إلى توعية المتلقّي وتوجيهه، من خلال مضمون بصري مدروس ومكثف يخاطب الوعي الجمعي ويعكس الواقع السياسي والاجتماعي في تلك المرحلة الحرجة من تاريخ الجزائر.

وقد برز دور هذه الفيديوهات كأداة استراتيجية لتثبيت سردية الحراك الشعبي بوصفه حركة سلمية ذات مطالب واضحة ومشروعة، في مقابل محاولات الإعلام الرسمي تقديم روايات مناقضة، تحاول إفراغ الحراك من مضمونه أو تصويره كمجرد اضطراب ظرفي. ومن خلال التركيز على الفيديوهات المسجلة والمتوسطة الطول، أظهرت الصفحة وعيًا تقنيًا واتصاليًا بكيفية جذب انتباه الجمهور الرقمي مع الحفاظ على عمق الرسالة. كما ساهمت في خلق فضاء حوارى بديل، يتفاعل فيه المواطن مع مضامين سياسية واجتماعية تمسّ واقعه، وتجعله شريكًا في الفعل الاتصالي لا مجرد متلقّ سلبي.

إلى جانب ذلك، لعبت هذه الفيديوهات دورًا توثيقيًا بالغ الأهمية، خاصة في ظل التعتيم الإعلامي والقيود المفروضة على تغطية المظاهرات أو الأصوات المعارضة، حيث تحوّلت الصفحة إلى منصة لنقل الحقيقة من الشارع مباشرة، سواء عبر الفيديوهات المباشرة أو المسجلة، موثقة بذلك لحظات مفصلية في الحراك، ومبرزة حجم التعبئة الشعبية في ولايات متعددة، بما فيها مناطق الظل التي قلّما تناولتها وسائل الإعلام التقليدية.

وعليه، يمكن القول إن هذه الأهداف الاتصالية لم تكن معزولة عن السياق السياسي والاجتماعي الذي فرضه الحراك، بل جاءت كاستجابة مباشرة له، تُعبّر عن وعي تواصلي حاد لدى القائمين على الصفحة بضرورة استثمار الوسائط الرقمية الحديثة لإنتاج محتوى يواكب الأحداث ويؤثر فيها، ويُسهّم في تشكيل الوعي السياسي وصناعة الرأي العام، في مرحلة انتقالية كانت الكلمة والصورة فيها أدوات فعل وتغيير بامتياز.

ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)

04- فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

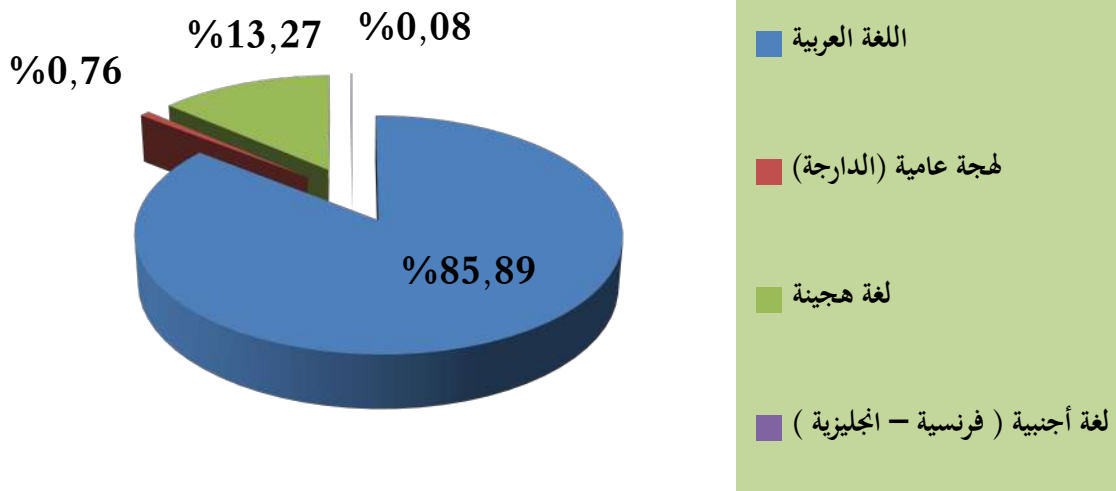
الجدول رقم 83 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة مئوية	التكرار	طبيعة اللغة التكرار
85,89%	1023	اللغة العربية
0,76%	9	لهجة عامية (الدارجة)
13,27%	158	لغة هجينة
0,08%	1	لغة أجنبية (فرنسية – انجليزية)
100%	1191	المجموع

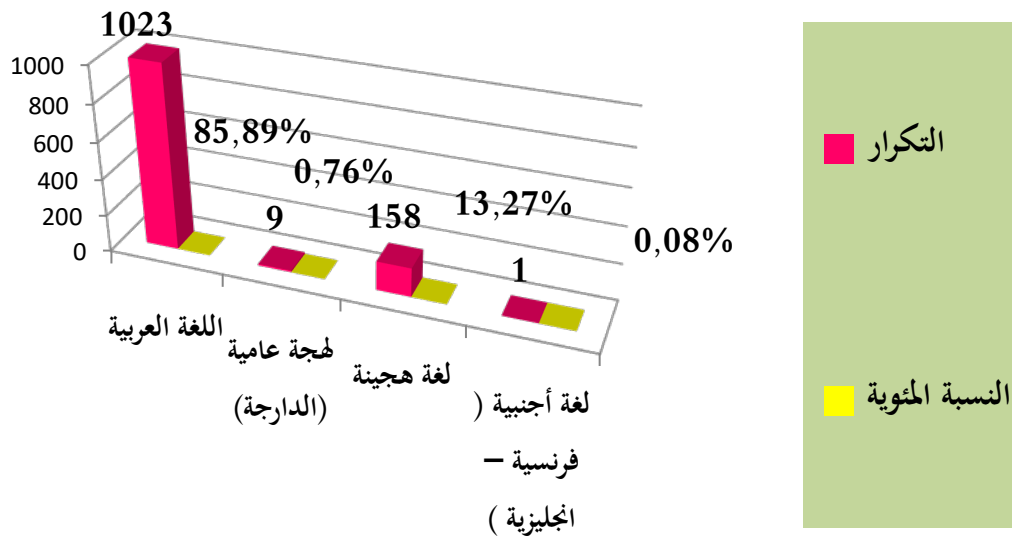
تشير القراءة الظاهرية للجدول رقم (83) إلى هيمنة واضحة للغة العربية الفصحى في المنشورات بنسبة بلغت 85.89% (1023 تكراراً)، وهو ما يعكس توجّهاً قوياً نحو استخدام اللغة الرسمية في الخطاب الرقمي. هذا التوجّه قد يُفهم في سياق رغبة الفاعلين في الحفاظ على الطابع المؤسسي أو الأكاديمي أو الإعلامي للمنصات، مما يعزز من مصداقية الخطاب ويُسهّم في الوصول إلى جمهور واسع يتقن الفصحى بمستويات متفاوتة. ويُلاحظ كذلك اعتماد اللغة الهجينة (مزيج من العربية ولغات أخرى أو رموز رقمية) بنسبة 13.27% (158 تكراراً)، وهو ما يُعد مؤشراً على تأثر المستخدمين بالبيئة الرقمية، حيث يسود الاختصار والتعبير السريع، خصوصاً بين فئة الشباب الذين غالباً ما يوظفون لغة هجينة للتواصل على منصات مثل فيسبوك أو إنستغرام. أما استخدام اللهجة العامية (الدارجة)، الذي لم يتجاوز 0.76% (9 مرات)، فيُظهر تراجعاً ملحوظاً، ربما نتيجة شعور عام بأنها أقل ملاءمة للسياقات الرسمية أو الثقافية الرفيعة، بالرغم من حضورها في بعض التدوينات الساخرة أو التفاعلية. في المقابل، تكاد تغيب اللغات الأجنبية مثل الفرنسية أو الإنجليزية (بنسبة 0.08%)، بتكرار واحد، ما يدل على محدودية التعدد اللغوي في الخطاب محل الدراسة، وقد يُعزى ذلك إلى طبيعة الجمهور المستهدف أو إلى سياقات محلية تعزز الهوية اللغوية العربية على حساب اللغات الأجنبية. ومن الأمثلة الميدانية على هذا التوجه، الحملات

التوعوية الرسمية التي تُطلق غالبًا باللغة العربية الفصحى، في حين تُترك المساحات التفاعلية، كالتعليقات، لاستخدامات أكثر تحررًا قد تشمل هجينة أو لهجات عامية.

وتدعم هذه المعطيات ما نلاحظه على مستوى أوسع، حيث يُسجّل استخدام متزايد للفيديو من طرف الجمهور، إلى جانب الارتفاع المستمر في عدد مستخدمي الإنترنت باللغة العربية، وهو مؤشر إيجابي عن واقع هذه اللغة في الفضاء الرقمي. ومن الجدير بالذكر أن العربية تُعد من بين اللغات العشر الأولى عالميًا من حيث الاستخدام على الإنترنت، بل تسجّل أعلى معدل نمو بين هذه اللغات. ويظهر هذا التوجه بوضوح في السياق الجزائري، حيث تُعد اللغة العربية لغة رسمية، ما يجعل استخدامها في الخطاب الرقمي ضروريًا لتحقيق وضوح المعنى وبلوغ الرسالة. كما أن الطابع الإخباري لغالبية المنشورات يُبرز مدى ملاءمة اللغة العربية الفصحى لهذا النوع من المحتوى، ويُعزّز من حضورها بوصفها الأداة الأنسب للتواصل الإعلامي والمؤسسي.



رسم توضيحي خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الحراك)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الحراك)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 84 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الحراك)
(بعد الحراك) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

اللغة										المجموع	التاريخ
المجموع		لغة أجنبية (فرنسية – الانجليزية)		لغة هجينة		لغة دارجة عامية		اللغة العربية			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%30,98	369	%0	0	%41,77	66	%0	0	%29,62	303	39	15 نوفمبر 2019
%3,11	37	%0	0	%0	0	%0	0	%3,62	37	40	22 نوفمبر 2019
%24,52	292	%100	1	%9,49%	15	%44	4	%26,59	272	41	29 نوفمبر 2019
%26,03	310	%0	0	%29,11	46	%33	3	%25,51	261	42	06 ديسمبر 2019
%11,25	134	%0	0	%16,46	26	%11	1	%10,46	107	43	16 ديسمبر 2019
%2,18	26	%0	0	%3,16	5	%11	1	%1,96	20	44	20 ديسمبر 2019
%0,84	10	%0	0	%0	0	%0	0	%0,98	10	45	27 ديسمبر 2019
%0,08	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0,10	1	46	03 جانفي 2020
%0,17	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0,20	2	47	10 جانفي 2020
%0,08	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0,10	1	48	17 جانفي 2020
%0,17	2	%0	0	%0	0	%0		%0,20	2	51	7 فيفري 2020
%0,59	7	%0	0	%0	0	%0	0	%0,68	7	52	21 فيفري 2020
%100	1191	%0,08	1	%13,27	158	%0,76	9	%85,89	1023	المجموع	

تكشف المعطيات المتعلقة بالتوزيع اللغوي على الصفحة محل الدراسة عن دلالات عميقة ترتبط بالسياق السياسي والاجتماعي الذي عاشته الجزائر خلال الحراك الشعبي. فقد احتلت اللغة العربية الفصحى الصدارة بنسبة 85,89% (1023 تكرارًا)، وهو ما يعكس طابعًا رسميًا وجادًا في تناول الأحداث، خصوصًا في سياقات ذات بعد وطني مثل الحراك الشعبي الذي شهدته البلاد نهاية سنة 2019. في هذا الإطار، تصدرت منشورات الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) (بنسبة 25.51% (261 تكرارًا)، حيث تزامنت مع خروج مظاهرات حاشدة في عدة مدن جزائرية، مطالبة بتغيير جذري للنظام، ورافضة لمشروع قانون جديد للمحروقات، إذ رأى فيه الشارع تنازلًا عن ثروة البلاد، بينما بررته الحكومة بأنه خطوة لتحفيز الاستثمارات الأجنبية. هذا الزخم الإعلامي المرتبط بلغة رسمية يُظهر توظيف العربية الفصحى كأداة لنقل المعلومة الدقيقة، وتوحيد الخطاب الوطني في ظرف استثنائي.

من جهة أخرى، برزت اللغة الهجينة بنسبة 13.27% (158 تكرارًا)، وتصدرت منشورات الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019) (بنسبة 41.77% (66 تكرارًا)، وهي فترة شهدت تجددًا لوتيرة الاحتجاجات، حيث رفع المتظاهرون شعارات رافضة لإجراء انتخابات رئاسية تحت إشراف رموز النظام السابق، مطالبين برحيلهم الكامل. استخدام اللغة الهجينة هنا يعكس نوعًا من التفاعل الشعبي العفوي، خاصة في السياقات غير الرسمية أو في محتوى شبكات التواصل الذي يجمع بين الجد والسخرية أو التهكم السياسي.

أما استخدام الدارجة العامية بنسبة 0.76% واللغات الأجنبية بنسبة 0.08% فقط، فيبدو هامشيًا، ما يعزز فكرة أن الخطاب خلال الحراك كان موجّهًا أساسًا إلى جمهور واسع يتطلب لغة جامعة، حيث تم توظيف الفصحى والهجينة لخدمة رسائل سياسية واضحة، تعكس حجم التوتر الاجتماعي والوعي الجماعي المتصاعد، وهو ما أعطى بعدًا تعبويًا للمحتوى المنشور.

05- فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
الجدول رقم 85 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المصطلحات التكرار
%0,76	4	إضرابات
%1,13	6	تسونامي
%32,14	170	مليونية، مليارية / مسيرة الجمعة
%15,31	81	الحراك الشعبي السلمي
%34,03	180	مسيرات السلمية الشعبية
%6,24	33	طوفان بشري / سيول بشرية
%1,70	9	التغيير
%1,13	6	الحوار/ التفاوض
%3,40	18	الثورة الشعبية السلمية
%1,51	8	الجزائر الجديدة
%1,51	8	انتقال ديمقراطي
%1,13	6	الثورة
%100	529	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (85) إلى تنوع دلالي كبير في مسميات الحراك الشعبي المتداولة عبر الصفحة محل الدراسة، ما يعكس تعدد الزوايا التي نظر من خلالها الفاعلون الرقميون إلى الحراك، وثناء المعجم السياسي والاجتماعي الذي طبع الخطاب العام خلال تلك المرحلة الحرجة من تاريخ الجزائر. ويلاحظ أن أكثر المسميات تداولاً كانت "المسيرة الشعبية السلمية" بنسبة **34.03%** (180 تكراراً)، وهو ما يؤكد على محاولة ترسيخ الطابع السلمي للحراك في الوعي الجماعي، من خلال التأكيد المتكرر على سلميته في مواجهة خطاب رسمي

حاول أحياناً التشكيك في سلمية المتظاهرين. هذه التسمية انتشرت بشكل خاص في منشورات توثق مظاهرات ضخمة كمسيرات الجمعة 42 (6 ديسمبر 2019) والجمعة 39 (15 نوفمبر 2019)، والتي شهدت مشاركة كثيفة في العاصمة والمدن الكبرى، رُفعت خلالها شعارات مثل "سلمية سلمية" و"لا للعنف، نعم للتغيير". في المرتبة الثانية، ظهرت تسمية "مسيرة الجمعة" و"مليونية/مليارية" بنسبة 32.14% (170 تكراراً)، وهي تسميات ذات دلالة رقمية وتعبوية قوية، تُبرز حجم المشاركة الجماهيرية وتُضفي طابعاً استثنائياً على التحركات الأسبوعية. وقد تكررت هذه التسميات في منشورات تحصى عدد المشاركين أو تصف الزخم البشري الكبير، خصوصاً في الجمعيات المفصلية التي سبقت الانتخابات الرئاسية في ديسمبر 2019، حيث كانت وسائل الإعلام البديلة توثق المسيرات بوصفها "مليونية" في إشارة إلى قوتها الرمزية والسياسية.

أما تسمية "الحراك الشعبي السلمي"، التي ظهرت بنسبة 15.31% (81 تكراراً)، فهي تسمية جامعة تستبطن مشروعية المطالب الشعبية واستمرارية الحراك، وقد استخدمت بكثرة في منشورات تحليلية أو بيانات صادرة عن منظمات مدنية تدعم الحراك وتطالب بانتقال ديمقراطي فعلي.

في المقابل، تظهر تسميات أخرى مثل "طوفان بشري" و"سيول بشرية" (6.24%) أو "ثورة شعبية سلمية" (3.40%)، لتدل على الطابع الحركي الجارف للحراك، حيث استُخدمت هذه التعابير المجازية في منشورات مصورة تُظهر شوارع مكتظة بالمتظاهرين، في محاولة لنقل الأثر البصري للحشود إلى تعبير لغوي مؤثر. وهي تسميات تعبّر عن تصعيد في النبرة دون الإخلال بسلمية الحراك، كما في وصف إحدى الجمعيات بـ"الطوفان الأبيض" في إشارة إلى كثافة الحشود وارتداء المتظاهرين للون الأبيض.

أما التسميات الأقل تكراراً مثل "الجزائر الجديدة"، و"انتقال ديمقراطي"، و"الحوار/التفاوض"، فتدل على تحول في الخطاب من مجرد الاحتجاج إلى التفكير في مآلات الحراك، ومطالب سياسية أكثر وضوحاً تتعلق بمستقبل النظام السياسي، لكنها لم تكن مهيمنة دلاليًا، ما قد يُفسر بعدم وجود إجماع شعبي حول سبل الخروج من الأزمة، أو نتيجة لحذرٍ عام من تبني أطروحات سياسية قد تُفهم كنوع من التفاوض المبكر.

في المجمل، تكشف هذه التسميات عن ديناميكية لغوية تعبّر عن تحولات الحراك بين لحظة الانفجار الشعبي ولحظة التفكير في مخرجاته السياسية، وتعكس طبيعة تفاعل الجمهور الرقمي مع الحدث، عبر توظيف معجم لغوي ذي شحنة رمزية قوية، يتراوح بين السلمي، والتعبوي، والمجازي، والسياسي، مما يدل على نضج نسبي في استخدام الوسائط الرقمية كأداة للتعبير والمقاومة السلمية.

وعليه، يمكن القول إن إدارة الخطاب الرقمي عبر الصفحة المدروسة مثّلت، في مرحلة ما بعد الأزمة، استراتيجية اتصالية واعية تهدف إلى توجيه الرأي العام، وتثبيت الطابع السلمي والشرعي للحراك، مع فتح المجال لتصورات جديدة حول مستقبل النظام السياسي. فقد تطور الخطاب من التركيز على التظاهر والمطالبة بالتغيير، إلى تبني

مفاهيم مثل "الجزائر الجديدة" و"الانتقال الديمقراطي"، مما يعكس تحوُّلاً في طبيعة التواصل الرقمي نحو بناء وعي جماعي يستشرف الحلول، وليس فقط تشخيص الأزمة.

وبناء على ما سبق من تحليل لفئة طبيعة المصطلحات الموظفة بعد الحراك نصل لتأكيد ما يلي:

1. تحول في طبيعة الخطاب اللغوي:

- بعد المراحل الأولى من الحراك، انتقلت المصطلحات المستعملة من الطابع التعبوي (مثل "المسيرة السلمية"، "مليونية"، "طوفان بشري") إلى مصطلحات أكثر سياسية واستشرافية.
- يدل هذا التحول على تطور في وعي الفاعلين الرقميين ورغبتهم في الإسهام في بلورة مخرجات سياسية للحراك.

2. أمثلة على المصطلحات الجديدة:

- "الجزائر الجديدة"، "الانتقال الديمقراطي"، "الحوار الوطني"، "المرحلة الانتقالية"، "إعادة بناء الدولة"، "الشرعية الشعبية"، "العدالة المستقلة".
- هذه المصطلحات تعكس طموحات جماعية نحو إعادة صياغة النظام السياسي على أسس جديدة.

3. دلالة المصطلحات من الناحية الاتصالية:

- تشير إلى تحول الوسائط الرقمية من أدوات للتعبئة والاحتجاج إلى منصات للتفكير السياسي وتقديم البدائل.
- تُستخدم هذه المصطلحات في سياقات تحليلية أو اقتراحية أكثر من استخدامها في الهتافات والشعارات.

4. استراتيجية واعية لإدارة ما بعد الأزمة:

- توظيف هذه المصطلحات يعكس إستراتيجية اتصالية مدروسة هدفها توجيه الرأي العام نحو التهدئة، وبناء التوافق، والبحث عن حلول.
- أصبحت الصفحات الرقمية، ومنها الصفحة المدروسة، مساحات رمزية للتفاوض المجتمعي حول ملامح "ما بعد الحراك".

5. ضعف حضور المصطلحات العنيفة أو الإقصائية:

- يلاحظ غياب المصطلحات المتطرفة أو العنيفة، مما يدل على وعي جمعي بأهمية الحفاظ على الطابع السلمي والخطاب العقلاني.

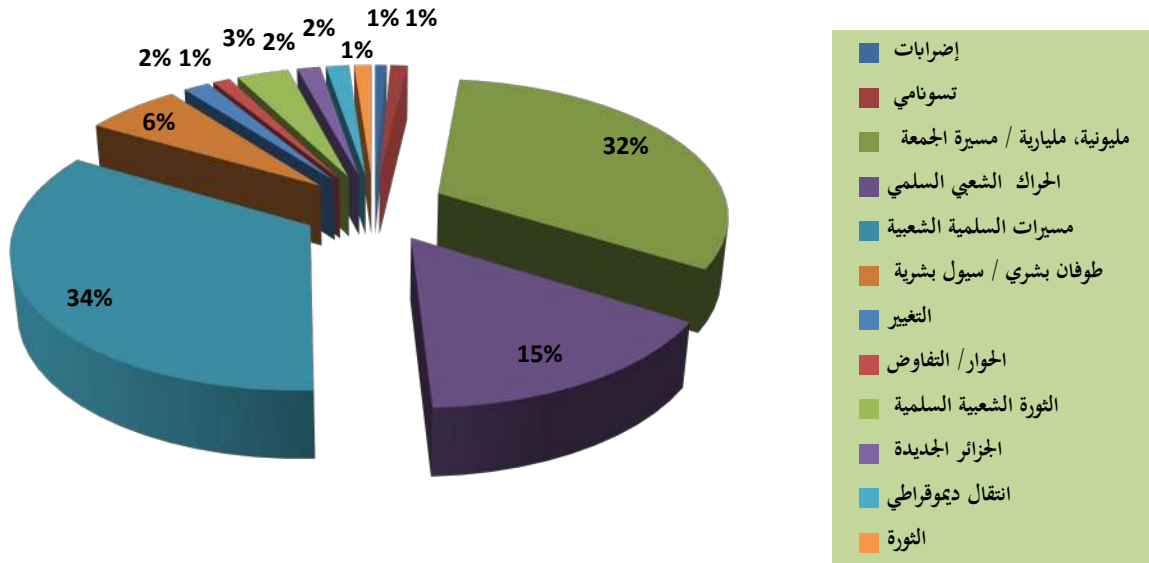
وعليه، يتضح أن إدارة الخطاب الرقمي عبر الصفحة المدروسة مثّلت، في مرحلة ما بعد الأزمة، استراتيجية اتصالية واعية، ساهمت في الحفاظ على زخم الحراك وتوجيهه نحو مسارات أكثر نضجاً وفاعلية في النقاش العام حول مستقبل الجزائر.

في مثال ذلك مصطلح الحراك الشعبي الجزائري:

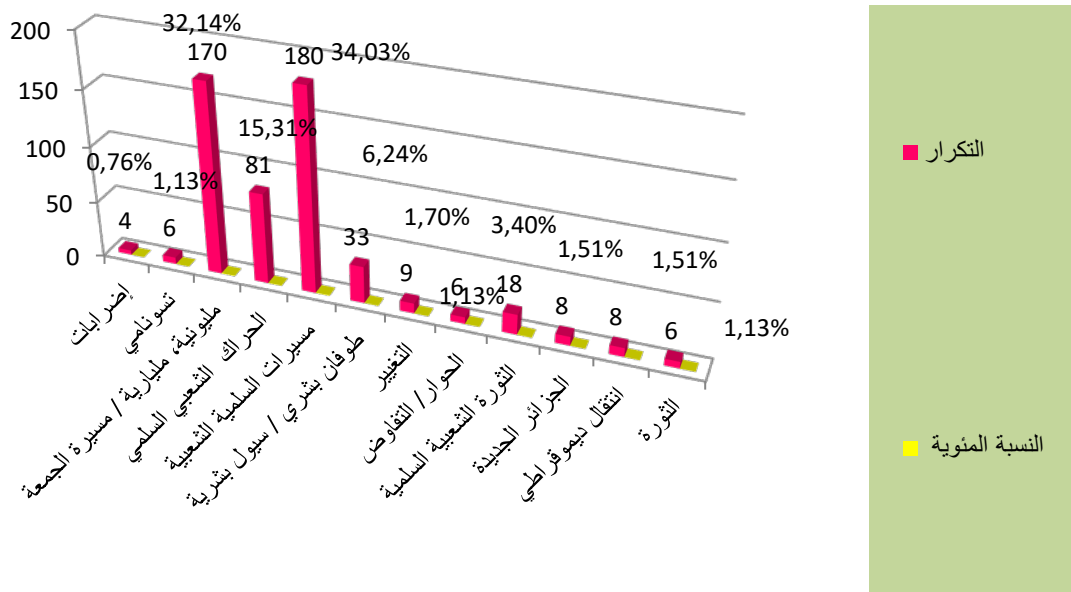


تعرض الصورة والفيديو المرفق مشهداً من الأعلى لمسيرة شعبية حاشدة في أحد شوارع العاصمة الجزائرية، بمدة 1 دقيقة و26 ثانية، حيث يظهر تنوع المشاركين وكثافة الحضور. بالرغم من كون الفيديو محتوى بصرياً مباشراً، إلا أن نسبة التفاعل الكلي كانت منخفضة نسبياً (0.30 لكل 1,000 متابع)، ما يشير إلى حدّ تشبع الجمهور بمحتوى مشابه أو ضعف جاذبية هذا المشهد مقارنة بمحتويات أخرى. ويُلاحظ أن عدد التعليقات كان مرتفعاً نسبياً (156 تعليقاً أي نحو 17% من إجمالي التفاعل 898)، ما يعكس اهتمام الجمهور بالتعبير عن آرائهم الفردية أو النقاش بدلاً من المشاركة الواسعة عبر إعادة النشر. ويُضاف إلى ذلك التشابه البصري والموضوعي مع منشورات سابقة، حيث تم تصوير المشهد من زاوية مرتفعة لمسيرات مماثلة، ما يقلل من عنصر التميز البصري ويحد من القدرة على إثارة التفاعل الجماهيري الرقمي.

«يمكن استنتاج أن الفيديوهات لا تضمن بالضرورة أعلى مستويات التفاعل الرقمي، خصوصاً عندما تتكرر الزوايا البصرية أو المشاهد الميدانية دون إضافة بعد مميز أو قيمة عاطفية أو سياسية جديدة، وتُبرز المقارنة بين المنشورات أن الصور الميدانية العالية من الجو والفيديوهات ذات المنظور المميز أو المحتوى النصي العاطفي والسياسي تحقق أداءً أفضل في جذب الانتباه والتفاعل الجماهيري، مما يؤكد أن التميز البصري والمضمون المعنوي هما مفتاح التفاعل الفعّال في الحراك الرقمي الجزائري».



رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 86 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)

"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

صور الحركات الاحتجاجية														الرقم	التاريخ
المجموع		طوفان بشري / سيول بشرية		المسيرة السلمية الشعبية		الحراك الشعبي السلمي		مسيرة الجمعة / ملونية ، مليارية		تسونامي		إضرابات			
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%29,30	155	%27,27	9	%22,22	40	36,71 %	30	%44,71	76	%0	0	%0	0	39	15 نوفمبر 2019
%2,27	12	%6,06	2	%0,56	1	%0	0	%5,29	9	%0	0	%0	0	40	22 نوفمبر 2019
%28,17	149	%39,39	13	%41,67	75	40,51 %	33	%15,29	26	33,33 %	2	%0	0	41	29 نوفمبر 2019
%23,06	122	%27,27	9	%24,44	44	12,66 %	10	%31,18	53	33,33 %	2	%100	4	42	06 ديسمبر 2019
%6,81	36	%0	0	%11,11	20	10,13 %	8	%3,53	6	33,33 %	2	%0	0	43	16 ديسمبر 2019
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	44	20 ديسمبر 2019
%89,60	474	%6,24	33	%34,03	180	15,31 %	81	%32,14	170	1,13 %	6	%0,76	4	المجموع	
المجموع		الثورة		انتقال ديمقراطي		الجزائر الجديدة		الثورة الشعبية السلمية		الحوار / التفاوض		التغيير		التاريخ	
%2,84	15	%16,67	1	%12,50	1	%25	2	%27,78	5	0,50	3	%33,33	3	45	27 ديسمبر 2019
%0,57	3	%16,67	1	%0	0	%0	0	%5,56	1	0,00	0	%11,11	1	46	03 جانفي 2020
%1,13	6	%16,67	1	%12,50	1	%12	1	%11,11	2	0,00	0	%11,11	1	47	10 جانفي 2020
%2,27	12	%16,67	1	%25	2	%25	2	%27,78	5	0,00	0	%22,22	2	48	17 جانفي 2020
%2,27	12	%33,33	2	%37,50	3	%25	2	%22,22	4	0,00	0	%11,11	1	51	7 فيفري 2020
%1,32	7	%0	0	%12,50	1	%12,50	1	%5,56	1	0,50	3	%11,11	1	52	21 فيفري 2020
%100	529	%1,13	6	%1,51	8	%1,51	8	%3,40	18	1,13 %	6	%1,70	9	المجموع	

تبرز المعطيات الواردة في الجدول رقم (86) أن الخطاب الرقمي على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمد بشكل كبير على **مصطلحات تعبوية** ذات طابع جماهيري، مرتبطة أساسًا بمنشورات **يوم الجمعة**، وهو اليوم الرمزي في الحراك الشعبي الجزائري. وقد لعب هذا التوظيف الاصطلاحي دورًا محوريًا في التعبئة الجماهيرية وتوجيه الوعي الجمعي، بما يعكس إدراكًا اتصاليًا ممنهجًا لدى القائمين على الصفحة.

1. سلمية الحراك كهوية جامعة:

○ جاءت تسمية "المسيرة الشعبية السلمية" في صدارة المصطلحات بنسبة 34,03% (180 تكرارًا)، وبلغت ذروتها في **الجمعة 41 (29 نوفمبر 2019)** بنسبة 41,67% (75 تكرارًا). ويُفسّر هذا الاستخدام الكثيف في تلك الجمعة تحديدًا بخروج مظاهرات حاشدة عشية الانتخابات الرئاسية، رفضًا للمسار الانتخابي المفروض من قبل السلطة.

○ استخدمت الصفحة مصطلحات مثل "مسيراتنا سلمية، لكنها قوية في رسائلها"، و"لن نستفز، سنقاوم بسلميتنا"، لتأكيد التزام الحراك بمنهج السلمية رغم تصاعد الضغط السياسي.

2. الزخم الجماهيري كمصدر شرعية:

○ مصطلحات مثل "مسيرة الجمعة، مليونية، مليارية"، التي بلغت 32,14% (170 تكرارًا)، عكست سعيًا لتكريس صورة الحشود الكبيرة كعنصر ضغط رمزي وسياسي. وقد بلغ ذروته في **الجمعة 39 (15 نوفمبر 2019)** بنسبة 44,71% (76 تكرارًا)، في وقت تميز بتجدد المظاهرات بعد فترة فتور نسبي.

○ في منشورات تلك الجمعة، استخدمت تعبيرات مثل "جمعة المليونية تؤكد أن الشعب لا يساوم"، و"مليارية تؤجل الانتخابات ولا تمنح الشرعية"، في إطار رفض تنظيم الاستحقاقات في ظل بقاء رموز النظام السابق.

3. "الحراك الشعبي السلمي": من الشعار إلى الهوية:

○ بنسبة 15,31% (81 تكرارًا)، تم استخدام هذا المصطلح لترسيخ فكرة الاستمرارية، لا كمجرد فعل احتجاجي مؤقت، بل كتحول سياسي طويل الأمد. تصدرت به **الجمعة 41** أيضًا بنسبة 40,51% (33 تكرارًا)، حيث برزت مخاوف من التفاف السلطة على المطالب الشعبية.

○ ظهر في منشورات مثل: "الحراك الشعبي السلمي مستمر... من أجل السيادة الشعبية".

4. اللغة المجازية لتصوير الحشود:

○ مصطلحات مثل "طوفان بشري، سيول بشرية" (6,24%)، برزت بقوة في **الجمعة 41** أيضًا، بنسبة 39,39% (13 تكرارًا). استخدمت الصفحة هذا الخطاب المجازي لتوصيف الكثافة العددية للمحتجين، مع صور وفيديوهات لمتظاهرين يملأون الشوارع.

○ مثلاً، منشور بعنوان "الطوفان لا يتوقف، العاصمة تغرق في سيول الأمل"، يعكس المزج بين الواقع السياسي والتعبير المجازي لإثارة التأثير العاطفي.

5. بروز المفاهيم السياسية في المراحل المتقدمة:

○ مصطلحات مثل "الثورة الشعبية السلمية"، "الجزائر الجديدة"، "الانتقال الديمقراطي"، "الحوار/التفاوض"، بدأت بالظهور بشكل أوضح مع تقدّم الحراك نحو مطالب سياسية أكثر نضجاً، خاصة بعد الانتخابات في ديسمبر 2019.

○ على سبيل المثال، الجمعة 48 (17 جانفي 2020) والجمعة 45 (27 ديسمبر 2019) سجّلتا ظهوراً ملحوظاً لمصطلحات مثل "الثورة الشعبية السلمية" و"التغيير"، وهو ما يعكس انتقال الخطاب من مجرد الرفض إلى اقتراح البدائل.

○ تم تداول منشورات من قبيل "من الثورة السلمية إلى مشروع الجزائر الجديدة" و"الانتقال الديمقراطي خيارنا الوحيد لتفادي العودة إلى الوراثة".*

6. التنظيم الزمني للمصطلحات وفق كل جمعة:

○ يبرز في الجدول تقاطع واضح بين المصطلحات المستخدمة والمضمون السياسي لكل جمعة، ما يدل على تنسيق جماعي وخطاب متدرج يواكب السياق السياسي. فمثلاً، مصطلح "الإضرابات" ظهر تحديداً في الجمعة 42 (6 ديسمبر 2019)، بالتزامن مع تحركات نقابية وأصوات تدعو للعصيان المدني.

○ هذا التفاعل اللحظي بين الخطاب الرقمي والحدث الميداني يعكس دينامية رقمية حية تستجيب لتطورات المشهد.

يتضح من خلال التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد وسيلة لتغطية الحراك، بل لعبت دوراً بارزاً في بناء أجندة رقمية شعبية، من خلال توظيف مصطلحات دقيقة، مؤطرة زمنياً حسب الجمعيات، وذات وظيفة تعبوية وتوجيهية. وقد ساهم هذا التجنيد اللغوي في إعادة تعريف الهوية السياسية للحراك، وترسيخ مبادئه السلمية، ودفعه نحو مطالب سياسية أعمق وأكثر وضوحاً.

مثال عن استخدام مصطلح الحراك الشعبي السلمي نذكره في المنشور التالي :

الجمعة 52 من الحراك الشعبي، شارع حسبية بن بوعلي #



Interactions
1,2k

Interactions per 1k
Fans
0,40

Interactions



Comments	82
Shares	46
Total Interactions	1 213

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يوثق المنشور الرابع مظاهرة شعبية ضخمة في شارع حسبية بن بوعلي بالجزائر العاصمة، في الجمعة 52 من الحراك، مع ظهور العلم الوطني بوضوح. بالرغم من أهمية الحدث الرمزية والسياسية، إلا أن معدل التفاعل الرقمي كان منخفضاً نسبياً (0.40 لكل 1,000 متابع)، والتفاعل الإجمالي (1,213) يعد الأدنى بين المنشورات السابقة، مع عدد محدود من التعليقات والمشاركات. ويُعزى هذا الانخفاض جزئياً إلى التشابه البصري مع منشورات سابقة من حيث زاوية التصوير والمحتوى، ما جعل المنشور أقل تميزاً بصرياً وجاذبية للتفاعل الرقمي. كما أن النص المرافق للمنشور كان مقتضباً وجافاً، دون عبارات محفزة أو تحليلية، مما قلل من قدرة المنشور على إثارة النقاش أو المشاركة الفعالة بين المتابعين.

«يُظهر هذا التحليل أن حتى المنشورات الميدانية المهمة لا تحقق تفاعلاً عالياً بالضرورة إذا تكرر الشكل البصري أو ضعف النص المرافق. ويبرز دور التفرد البصري والمضمون التحليلي أو العاطفي في تعزيز التفاعل الرقمي، إذ أن تكرار صياغة المسيرات التقليدية يقلل من جاذبية المنشور ويخفض مستوى الاهتمام الرقمي، مما يؤكد أن جودة العرض وعمق المحتوى هما العاملان الحاسمان في جذب الانخراط الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي».

06- فئة الموضوع:

أ- طباعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

الجدول رقم 87 خاص بطباعة منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشورات التكرار
79%	993	منشورات سياسية
1,59%	20	منشورات اقتصادية
1,99%	25	منشورات اجتماعية/صحية
0,72%	9	منشورات تربوية
8,43%	106	منشورات إعلامية
0,16%	2	منشورات تاريخية
8,11%	102	منوعات
100%	1257	المجموع

يعكس الجدول رقم (87) تحوُّلاً دالاً في نمط الخطاب الرقمي الذي تبنّته صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" في مرحلة ما بعد الذروة التي عرفها الحراك الشعبي، أي عقب انخفاض الحضور الجماهيري في الشارع، خاصة بعد الانتخابات الرئاسية التي جرت في ديسمبر 2019، وتشكيل الحكومة الجديدة مطلع 2020.

1. الهيمنة الواضحة للمنشورات السياسية (993 منشوراً) (79%): هذه النسبة المرتفعة تؤكد أن الصفحة واصلت أداء دورها كـ"فاعل رقمي سياسي" حتى بعد تراجع الاحتجاجات الميدانية، عبر اعتماد خطاب تعبوي وتحليلي يواكب المستجدات السياسية، ويُقي على جذوة الوعي الشعبي.

من بين أبرز الأحداث التي غطتها الصفحة في هذه المرحلة:

• الجمعة 48 (17 جانفي 2020): ظهرت منشورات تتحدث عن "رفض رمزي للسلطة الجديدة"، وتساءلت

الصفحة: "هل يمكن بناء الجزائر الجديدة بعقلية قديمة؟"

• ذكرى سنة على انطلاق الحراك (22 فبراير 2020): تم نشر محتوى يعيد التذكير بمطالب الحراك الأصيلة، مثل: "عام من الحراك... والجزائر ما زالت تبحث عن التغيير الحقيقي". هذه المنشورات تُظهر موقف من الدستور الجديد (2020) انتقدت الصفحة مسودة التعديلات الدستورية، معتبرة إياها "مناورة شكلية"، كما ورد في منشور بعنوان: "دستور بلا روح شعبية، هل هو عقد جديد أم واجهة قديمة؟".

• استمرار الصفحة في التفاعل مع رمزية الحراك رغم تراجع الميدان.

هذا الحضور السياسي المكثف يعكس تحوُّلاً في دور الصفحة من التعبئة الميدانية إلى وظيفة المراقبة والتحليل والنقد السياسي، ما يؤكد تطور الوعي الرقمي وتحوُّله إلى فاعل مؤثر في بلورة الرأي العام ما بعد الحراك.

2. المنشورات الإعلامية (106 منشورات - 8.43%): تُبرز هذه النسبة تنامي وظيفة الوسيط الإعلامي البديل الذي تؤديه الصفحة، من خلال نقل وتحليل الأخبار المحلية والدولية.

• خلال الأزمة الصحية التي فرضتها جائحة كوفيد-19، نشرت الصفحة تقارير عن سوء التسيير الصحي، مثل منشور: "بين خطاب الطمأنة والواقع المؤلم: هل فقدت الدولة السيطرة على الوباء؟".

• كما تم تحليل المواقف السياسية الرسمية والإعلام الحكومي بلهجة نقدية، في منشورات من قبيل: "الإعلام الرسمي يحتفل... والشعب يئن في صمت"، مما يعكس بناء سردية إعلامية موازية تعكس صوت الشارع. وبالتالي هذا النوع من المنشورات يُظهر انتقال الصفحة إلى أداء وظيفة رقابية/صحفية، تساهم في كشف تناقضات الخطاب الرسمي وتدعيم سردية المعارضة الرقمية.

3. المنشورات العامة أو التدوينات غير السياسية (102 منشور - 8.11%): تُعد هذه الفئة نوعاً من إعادة التوازن في المحتوى الرقمي، قصد الحفاظ على التفاعل مع الجمهور، بعيداً عن الطابع السياسي الخالص. كما تضمنت منشورات تحفيزية، اقتباسات فكرية، صور من الحراك، أو محتوى فكاهي مرتبط بالوضع العام، مثل: "الابتسامة مقاومة... لا تنسوا ذلك في زمن الأزمات".

وبالتالي تُستخدم هذه التدوينات كآلية للحفاظ على القرب من المتابعين، وكسر رتابة المحتوى السياسي، وهو توجه ذكي يعكس مرونة الصفحة في التفاعل مع التحولات النفسية للجمهور.

4. ضعف التركيز على المنشورات الاجتماعية (أنظر الملحق رقم 36)، الصحية (أنظر الملحق رقم 37) بنسبة (1.99%) والاقتصادية (1.59%): رغم حساسية الوضعين الصحي والاقتصادي بعد 2020، لم تمنح الصفحة هذين المجالين اهتمامًا كبيرًا، ما يشير إلى استمرارية تمركزها حول الفعل السياسي. كما أن بعض المنشورات القليلة في هذا السياق كانت تحمل طابعًا نقديًا، مثل: "الحجر الصحي لا يحجب الفقر، البطالة هي العزل الحقيقي"، لكنها بقيت نادرة.

وبالتالي هذا الضعف يسلط الضوء على نقطة قصور في تنوع المحتوى، حيث كان من الممكن للصفحة أن تلعب دورًا تثقيفيًا وتوعويًا في هذه الملفات الحساسة.

5. الغياب شبه الكلي للمنشورات التاريخية (0.16%) والمنوعة (0.04%): لم تعتمد الصفحة على الخطاب التاريخي لتبرير مطالب الحراك أو إعطائها بعدًا هوياتيًا، بل ركزت على اللحظة الراهنة والآنية السياسية، وغياب هذا النوع من المحتوى يشير إلى رغبة الصفحة في تحاشي التوظيف الأيديولوجي للتاريخ، وربما محاولة لتجنب الاصطفاف أو الانقسامات الرمزية التي قد يسببها ذلك.

وعليه تعكس نتائج الجدول رقم (87) أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" انتقلت بعد الذروة الميدانية للحراك إلى أداء دور سياسي رقمي مستمر، يعتمد على:

- تعبئة الرأي العام رقميًا، من خلال خطاب سياسي موجه يتفاعل مع المستجدات.
 - تأطير النقاشات الوطنية، عبر سرديات بديلة تنتقد السياسات القائمة.
 - المحافظة على رمزية الحراك، من خلال التركيز على القيم الأساسية: السلمية، العدالة، الشرعية الشعبية.
- ويمكن القول إن هذا التوجه يدل على نضج الاتصالي الرقمي للصفحة، ويجعلها فاعلاً ضمن استراتيجيات إدارة ما بعد الأزمة، حيث يتحول المحتوى من التعبئة الفورية إلى بناء الوعي السياسي طويل المدى.
- وبالتالي، تعكس هذه النسب استمرار الوظيفة السياسية التعبوية للصفحة حتى بعد تراجع الحراك في الشارع، مما يدل على أن النضال السياسي قد تحوّل من الحقل الميداني إلى الفضاء الرقمي، وهو ما يعزز من أهمية المنصات الفيسبوكية كفاعل سياسي رمزي في المشهد الاتصالي الجديد. وتبرز أيضاً محدودية التنوع الموضوعاتي، وهو مؤشر على بقاء الصفحة داخل منطق المعالجة الأحادية الاتجاه، حيث الأولوية تُمنح للمسألة السياسية على حساب القضايا الاجتماعية أو الثقافية. كما أن غياب الطابع التاريخي قد يكون مرتبطاً بتوجه الصفحة نحو الخطاب المباشر والمواكب للحدث، بدل الخطاب التأملي أو المرجعي، مما يعكس خياراً اتصاليًا واعياً يركّز على الحاضر كأداة للفعل السياسي، في مثال ذلك للمنشورات الإعلامية نذكر ما يلي:

انيس رحمانى الان

صايب ربي يخلص بلو يا وراي تستشفى بلو تشوف غير بعيني بلو ومن بعيد و بلو
بلو يكحل بلو عدويا راه يخلص

Cheb Bello



Interactions

780

Interactions per 1k

Fans
0,26

Interactions



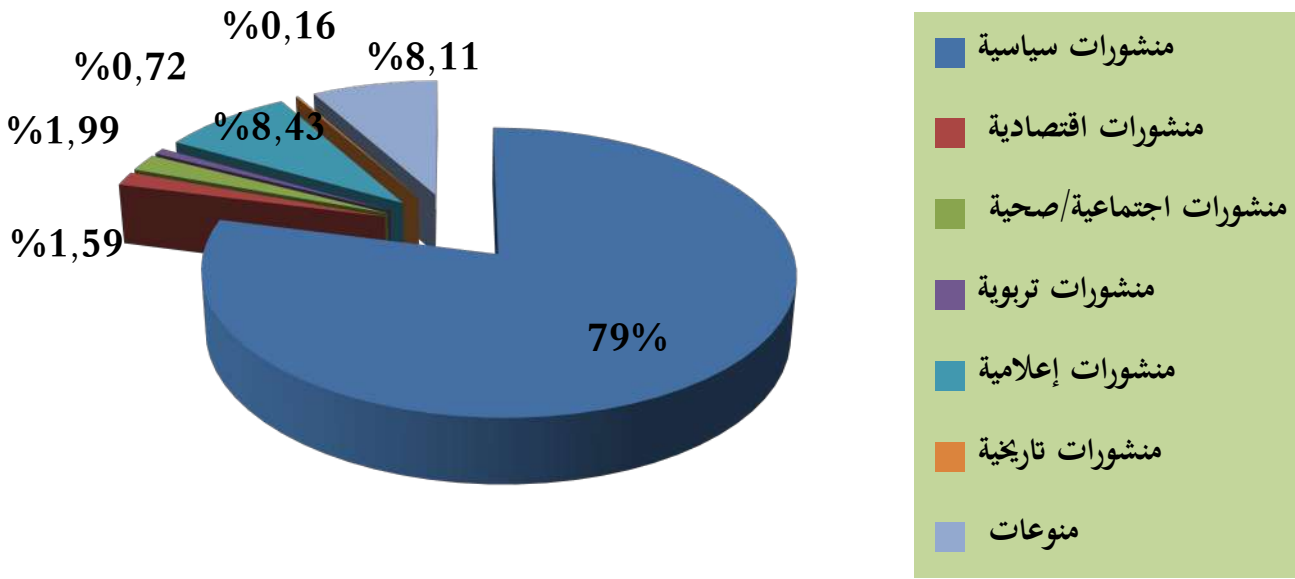
Comments	79
Shares	11
Total Interactions	780

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

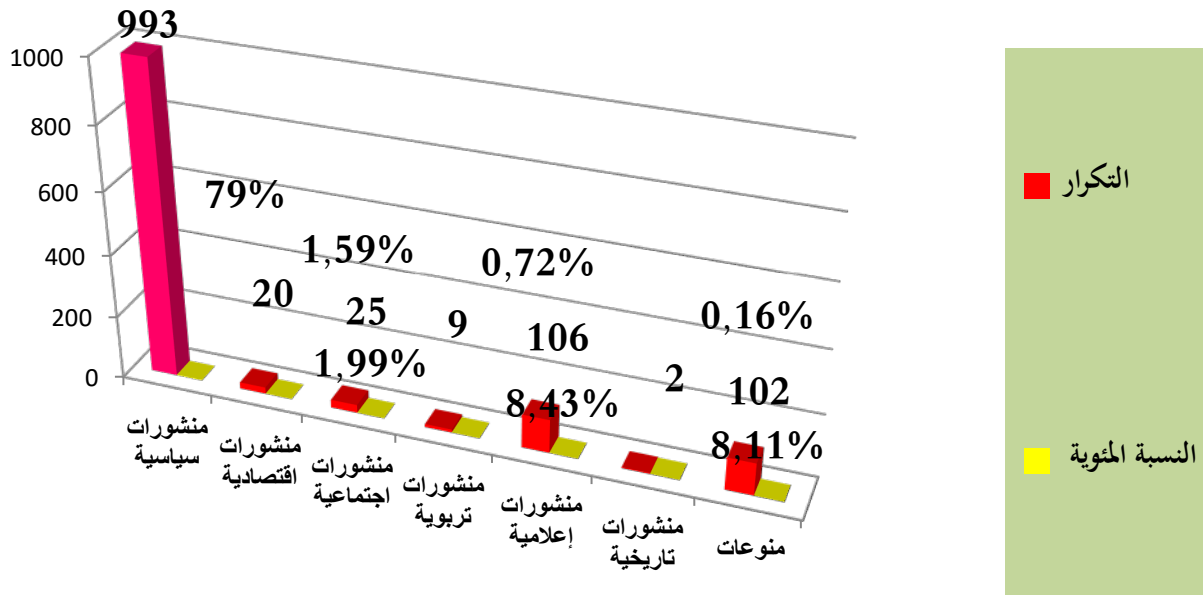
socialbakers

يقدم هذا المنشور نصًا ساخرًا باللهجة الجزائرية مرفقًا بصورة بسيطة تحمل شعار موقع إخباري دون مشهد بصري حي. يعكس النص حالة من الشك والتشكيك في جدوى الحراك أو قدرة السلطات على التغيير، مستخدمًا أسلوبًا شعبيًا ساخرًا يضيف طابعًا نقديًا أو ساخرًا على الوضع السياسي، لكنه يفتقر إلى عناصر التعبئة أو التحفيز المباشر. من الناحية الرقمية، بلغ عدد التعليقات 79، والمشاركات 11، بإجمالي 780 تفاعل، ما يعطي معدل تفاعل منخفض (0.26 لكل 1,000 متابع). ويظهر التحليل أن التفاعل يتركز في التعليقات النقدية أو الساخرة، مع ضعف في إعادة النشر، ما يشير إلى أن المنشور لم يكن قادرًا على جذب جمهور أوسع أو توليد تأثير تعبوي ملموس.

«يبرز هذا المنشور أن غياب القوة البصرية والمحتوى السياسي المباشر يقلل من فاعلية التفاعل الرقمي، حتى وإن كانت الرسالة الساخرة قد تجد صدى محدودًا لدى جمهور معين. ويؤكد التحليل أن المحتوى الأكثر تأثيرًا في الحراك الرقمي يجمع بين عنصر بصري قوي ورسالة سياسية أو عاطفية واضحة، ما يعزز الانخراط الجماهيري ويزيد من قدرة الصفحة على التأثير في النقاش العام الرقمي».



رسم توضيحي خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 88 خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)

"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	الجمعات	منشورات سياسية		منشورات اقتصادية		منشورات اجتماعية/ صحية		منشورات تربوية		منشورات إعلامية		منشورات تاريخية		منوعات		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	25,18%	250	5,00%	1	4,00%	1	0,00%	0	16,98%	18	100,00%	2	31,37%	32	24,18%	304
22 نوفمبر 2019	40	1,91%	19	0,00%	0	0,00%	0	33,33%	3	2,83%	3	0,00%	0	9,80%	10	2,78%	35
29 نوفمبر 2019	41	27,19%	270	75,00%	15	56,00%	14	33,33%	3	4,72%	5	0,00%	0	15,69%	16	25,70%	323
06 ديسمبر 2019	42	26,18%	260	10,00%	2	4,00%	1	33,33%	3	68,87%	73	0,00%	0	14,71%	15	28,16%	354
16 ديسمبر 2019	43	12,49%	124	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	4,72%	5	0,00%	0	13,73%	14	11,38%	143
20 ديسمبر 2019	44	1,61%	16	10,00%	2	16,00%	4	0,00%	0	0,94%	1	0,00%	0	12,75%	13	2,86%	36
27 ديسمبر 2019	45	1,61%	16	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	1,27%	16
03 جانفي 2020	46	0,20%	2	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,94%	1	0,00%	0	0,00%	0	0,24%	3

0,64%	8	%0,00	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	16,00%	4	0,00%	0	0,40%	4	47	10 جانفي 2020
0,95%	12	%0,00	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	1,21%	12	48	17 جانفي 2020
1,27%	16	%0,00	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	1,61%	16	51	7 فيفري 2020
0,56%	7	%1,96	2	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	4,00%	1	0,00%	0	0,40%	4	52	21 فيفري 2020
%100	1257	%8,11	102	%0,16	2	%8,43	106	%0,72	9	%1,99	25	%1,59	20	%79,00	993		الجميع

من خلال القراءة الظاهرة لبيانات **الجدول 88**، يتبين أن التوزيع الكمي والنوعي لمضامين المنشورات في مختلف الجماعات محل الدراسة يكشف عن تركيز كبير على الطابع السياسي، مقابل حضور ضعيف للمضامين الأخرى، وهو ما يستدعي وقفة تحليلية لفهم دلالة هذه الأرقام وربطها بالسياق الزمني والحديثي الذي رافق كل جمعة.

أولاً: المنشورات السياسية (79%) حيث تُظهر النسبة المرتفعة للمضامين السياسية مدى طغيان الطابع السياسي على الحراك الرقمي المرتبط بالجماعات، وقد تصدرت الجمعة 41 هذا النوع من المضامين بنسبة **27,19%**، وهو ما يمكن تفسيره بحدث سياسي بارز تزامن مع هذه الجمعة، مثل الإعلان عن موعد الانتخابات، أو خطاب لرئيس الدولة، أو قرار حكومي أثار الجدل.

مثال: في الجمعة 41، انتشرت منشورات تُندد بترشح وجوه النظام السابق وتطالب بمجلس تأسيسي بديل، على غرار منشور يحمل عبارة: "لا للانتخابات مع العصابة، نريد حلاً جذرياً لا ترقيعاً!" وهذا المنشور وأمثاله يعكس طبيعة التفاعل السياسي للمحتوى الرقمي، ويُبرر ارتفاع نسبته في هذا اليوم بالتحديد.

ثانياً: المنشورات الإعلامية (8,43%): رغم احتلالها المرتبة الثانية، إلا أن المنشورات الإعلامية جاءت بنسبة ضعيفة نسبياً. وقد عرفت ذروتها في الجمعة 42 بنسبة (68,87 %) من إجمالي هذا النوع، ما يدل على اعتماد كبير على نقل الأخبار والتقارير أو تسليط الضوء على تغطيات إعلامية معينة.

مثال: أحد المنشورات المنتشرة في الجمعة 42 كان عبارة عن مقطع فيديو لتغطية إحدى القنوات الأجنبية لمسيرة شعبية، مرفق بتعليق "الإعلام الحر لا يموت... شاهدوا كيف تنقل الحقيقة خارج حدود الرقابة!" التركيز على الإعلام في هذه الجمعة قد يُفسَّر بحدث مثل تغطية إعلامية مشوهة من قناة محلية قابله تصحيح أو فضح إعلامي من طرف قنوات مستقلة.

ثالثاً: المنشورات المتنوعة (8,11%): احتلت المرتبة الثالثة وبرزت بشكل خاص في الجمعة 39 بنسبة 31,37 %، ويُحتمل أن هذه الجمعة لم تكن غنية سياسياً أو إعلامياً، فبرزت منشورات ذات طابع فكاهي، فني، أو ثقافي عام. (أنظر الملحق رقم 39).

مثال: منشور ساخر يحمل صورة كاريكاتيرية لحوار بين مواطن ورجل سلطة حول واقع البلاد، مرفقة بتعليق ساخر: "إذا كانت العدالة عمياء، لماذا تصيب الفقراء فقط؟" وهذا النوع من المنشورات يُخَفِّف من التوتر السياسي ويُعيد التوازن النفسي للمتابعين.

رابعاً: المنشورات الاجتماعية / الصحية (1,99%): تراجعت بشكل كبير، رغم أهمية القضايا الاجتماعية والصحية في حياة المواطن، إلا أنها حضرت بنسبة ضئيلة، وتصدرتها الجمعة 41 بنسبة 56 %، ما يُشير إلى احتمال تزامنهما مع أزمة صحية (مثل انتشار وباء محلي أو ارتفاع الأسعار)، أو حملة توعية مرتبطة بالحراك.

مثال: منشور يطالب بإطلاق سراح معتقل مريض في السجن، جاء فيه: "صحة السجين حق مقدس... أطلقوا سراحه قبل فوات الأوان!" وهذا يدل على تداخل البعد الاجتماعي بالسياسي حتى داخل المنشورات الصحية.

خامساً وسادساً: المنشورات التربوية (0,72%) والتاريخية (0,15%): ضعف الحضور التربوي والتاريخي يُبين أن البعد السياسي طغى على بقية الأبعاد الأخرى. رغم إمكانية توظيف الذاكرة التاريخية أو مطالب تربوية لدعم الخطاب الاحتجاجي، إلا أن حضورها كان هامشياً.

مثال على منشور تربوي: المدارس تُغلق أبوابها أمام أطفالنا، لكنها مفتوحة للدعاية الانتخابية!"

مثال على منشور تاريخي: في مثل هذا اليوم من سنة 1962... حلم الاستقلال بدأ، فهل نعيشه اليوم؟"

نستنتج من هذا التوزيع أن الحراك الرقمي المرافق للجمعات المدروسة اتسم بسيطرة واضحة للخطاب السياسي، والذي يعكس طبيعة الحراك الشعبي ومطالبه الجذرية. كما أن التفاوت بين الجمعات من حيث مضمون المنشورات يُعبر عن التفاعل المباشر مع الأحداث الظرفية التي كانت تؤثر على توجهات المحتوى. أما التحليل النوعي للمنشورات يُظهر أيضاً كيف أن كل جمعة كانت بمثابة مرآة لنبض الشارع، حيث تُوظف منصات التواصل الاجتماعي كأدوات لنقل، تحليل، وتوجيه الرأي العام، في ظل غياب التغطية الإعلامية الكافية أحياناً.

وتفسر هذه النسب بشكل عام أن مطالب الشعب الجزائري كانت ذات طابع سياسي، نتيجة الوعي المتزايد بضرورة التغيير السياسي والبحث عن سبل انفراج الأزمة. كما نلاحظ أن المرحلة التي تلت الحراك تميزت بنوع من الاستمرارية السياسية الرقمية، وإن كانت في ظروف مختلفة، تتسم بضعف التعبئة الميدانية وزيادة الرقابة المؤسسية، ما يشير إلى تحول في طبيعة التفاعل الشعبي. هذا ما يعزز من أهمية تحليل صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" كفاعل رقمي محوري في توجيه النقاش العام وتأطير الوعي الجمعي ضمن سياق الحراك الشعبي الجزائري.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

الجدول رقم 89 خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

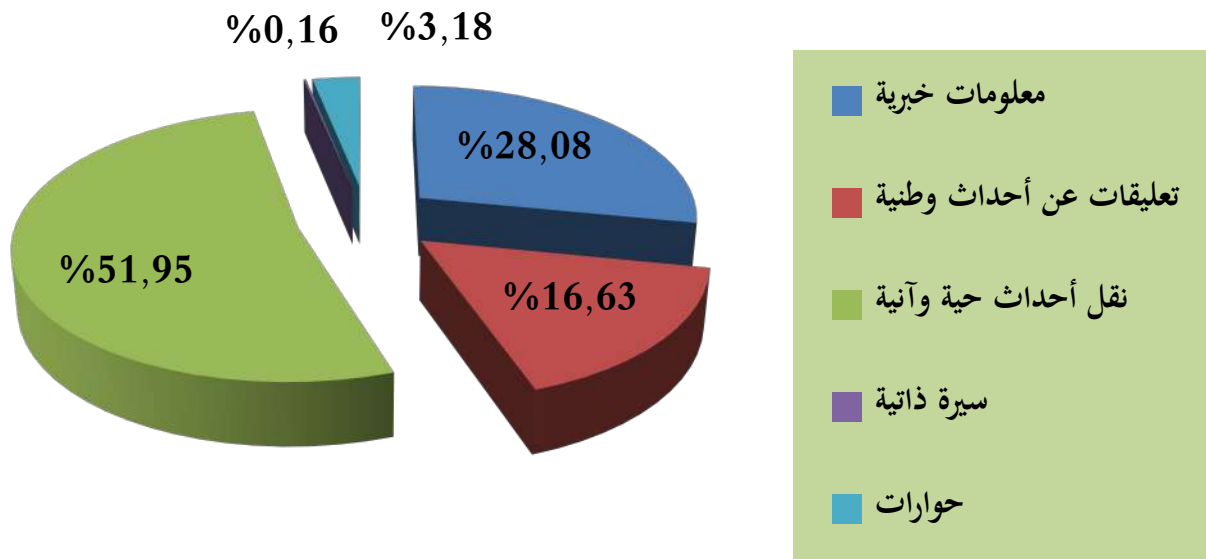
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشورات التكرار
28,08%	353	معلومات خبرية
16,63%	209	تعليقات عن أحداث وطنية
51,95%	653	نقل أحداث حية وآنية
0,16%	2	سيرة ذاتية
3,18%	40	حوارات
100%	1257	المجموع

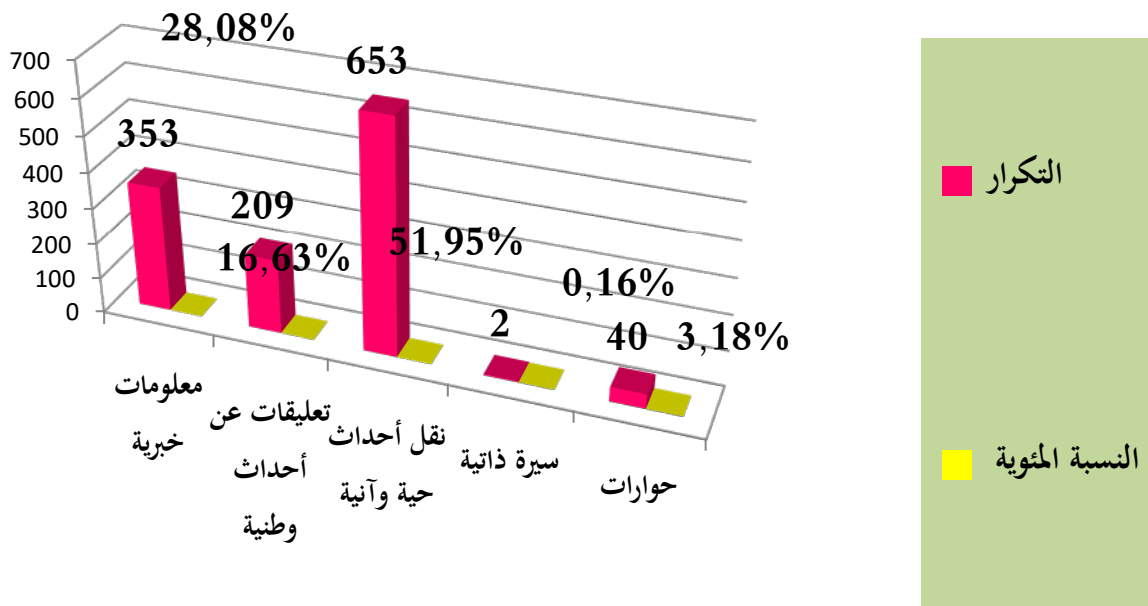
يعكس الجدول المتعلق بتوزيع المنشورات على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال الفترة المدروسة تركيزًا واضحًا على الطابع الحركي والآني للتفاعل السياسي الرقمي، حيث احتلت منشورات نقل الأحداث الحية والآنية المرتبة الأولى بنسبة 51.95% (أنظر الملحق رقم 38)، وهو ما يؤكد أن الصفحة أدت دورًا مشابهاً لوسيلة إعلام ميدانية، تُواكب التطورات في لحظتها وتنقلها مباشرة إلى المتابعين. هذا التوجه يتماشى مع مناخ سياسي سريع التحول، كما كان الحال خلال فترات التوتر أو القرارات المفصلية، مثل إعلان مواعيد الانتخابات أو اعتقال شخصيات بارزة. على سبيل المثال، تداولت الصفحة بشكل مباشر مقاطع مصورة من مسيرات الجمعة، مرفقة بتعليقات مثل: "شوارع العاصمة تهتف: لا للتمديد ولا للتأجيل!"، ما يعكس المزاج العام لحظتها. وفي المرتبة الثانية، جاءت المنشورات ذات الطابع الإخباري بنسبة 28.08%، وهو ما يعكس حرص الصفحة على الحفاظ على طابعها كمنصة رقمية بديلة عن الإعلام التقليدي، من خلال تغطية التطورات السياسية والاجتماعية الكبرى، على غرار منشورات متابعة جلسات محكمة رموز النظام السابق أو إعلان قرارات المجلس الدستوري، والتي كانت تحظى بتفاعل كبير من الجمهور. أما التعليقات على الأحداث الوطنية، التي شكلت 16.63% من مجموع المنشورات، فقد مثّلت تعبيرًا عن مواقف الصفحة من قضايا الساعة، وكانت

أحياناً تتخذ طابعاً تحليلياً أو نقدياً، مثل منشورات تفاعلت مع حادثة رفع الراية الأمازيغية، أو تعيين وزراء محسوبين على النظام السابق، مرفقة بعبارات مثل: "تغيير الوجوه لا يكفي... نطالب بتغيير السياسات". في المقابل، جاءت منشورات الحوارات بنسبة ضعيفة (3.18%)، ما يشير إلى أن التفاعل التشاركي من خلال النقاش المباشر مع المتابعين لم يكن أولوية أساسية، رغم بعض المحاولات في طرح أسئلة مفتوحة أو استطلاعات رأي حول المرحلة الانتقالية. وأخيراً، تظهر ضآلة المنشورات المتعلقة بالسياسة الذاتية (0.16%)، لتؤكد أن الصفحة اعتمدت خطاباً عاماً لا يركز على الفردنة أو الترويج الشخصي، بل يوظف طاقة جماعية تصبّ في إطار الخطاب السياسي الوطني. ومن خلال هذا التوزيع، يتضح أن الصفحة لم تكتفِ بنقل الحدث، بل سعت إلى تأطيره وتفعيله داخل المجال الرقمي، مما يعكس تحولها إلى فاعل سياسي رقمي يسهم في تشكيل الرأي العام، خصوصاً في سياقات حساسة كان فيها الإعلام التقليدي محدوداً أو موجهاً.

وبالتالي، فإن توزيع المنشورات بين هذه الفئات الموضوعاتية يعكس تحول صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" إلى منصة رقمية فاعلة في توثيق الأحداث السياسية والاجتماعية، لا سيما في مرحلة ما بعد الحراك، حيث برزت المنشورات الآنية والإخبارية كأداة رئيسية في التفاعل اللحظي مع مستجدات الوضع الداخلي. ويظهر استمرار التركيز على المضامين السياسية والإخبارية قدرة الفضاء الرقمي على الحفاظ على ديناميكية التعبئة، حتى في ظل انخفاض الزخم الميداني. تواصل الصفحة تقديم خدمة إخبارية رئيسية للمجتمع الجزائري عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع تركيز واضح على النقل المباشر للأحداث وتغطية المستجدات أولاً بأول، مما يعزز من دورها كبديل رقمي للإعلام التقليدي. وتعكس هذه المعطيات تزايد الحاجة إلى تفعيل الحوار الجماعي والتفاعل السياسي عبر الفضاء الرقمي، في وقت تتضاءل فيه قدرة الفعل الجماعي الميداني، ما يمنح هذه المنصات دوراً محورياً في الحفاظ على الوعي السياسي واستمرارية المطالبة بالتغيير. كما أن هذا التنوع في المحتوى، بين ما هو سياسي، اجتماعي، إعلامي وتفاعلي، يعكس توجه الصفحة نحو ممارسة الفعل الجماعي الرقمي، بما يضمن مواكبة يومية وتحليلية أنياً يعزز من الوعي السياسي والاجتماعي لدى المتابعين.



رسم توضيحي خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 90 خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الرقم	الجمعات	الفئة											
		معلومات خبرية		تعليقات عن أحداث وطنية		نقل أحداث حية وآنية		سيرة ذاتية		حوارات		المجموع	
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
15 نوفمبر 2019	39	70	19,83%	32	15,31%	119	18,22%	2	100,00%	5	12,50%	228	18,14%
22 نوفمبر 2019	40	13	3,68%	3	1,44%	13	1,99%	0	0,00%	0	0,00%	29	2,43%
29 نوفمبر 2019	41	57	16,15%	55	26,32%	210	32,16%	0	0,00%	10	25,00%	332	2,43%
06 ديسمبر 2019	42	120	33,99%	58	27,75%	220	33,69%	0	0,00%	2	5,00%	400	2,43%
16 ديسمبر 2019	43	30	8,50%	33	15,79%	87	13,32%	0	0,00%	20	50,00%	170	2,43%
20 ديسمبر 2019	44	10	2,83%	19	9,09%	4	0,61%	0	0,00%	3	7,50%	36	2,43%
27 ديسمبر 2019	45	12	3,40%	2	0,96%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	14	2,43%
03 جانفي 2020	46	9	2,55%	2	0,96%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	11	2,43%

10	جانفي	2020	47	5	1,42%	2	0,96%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	7	2,43%
17	جانفي	2020	48	10	2,83%	1	0,48%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	11	2,43%
7	فيفري	2020	51	11	3,12%	2	0,96%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	13	2,43%
21	فيفري	2020	52	6	1,70%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6	2,43%
الجموع			353	28,08%	209	16,63%	653	51,95%	2	0,16%	40	3,18%	1257	100%			

تكشف القراءة التحليلية للجدول المتعلق بأنواع المنشورات على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أن منشورات نقل الأحداث الحية والآنية جاءت في المرتبة الأولى عبر أغلب الجمعات، بنسبة 51.95%، بمجموع 653 منشورًا، ما يعكس الطابع الميداني واللحظي للصفحة، ويؤكد وظيفتها كمنصة رقمية ثواب الحدث في لحظته، وتعيد إنتاجه ضمن الفضاء الافتراضي. وقد بلغت ذروة هذا النوع من المنشورات في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) بنسبة 33.69%، ما يعادل 220 منشورًا، وهو ما يتوافق مع تزامن هذه الجمعة مع الموعد الحاسم للانتخابات الرئاسية، حيث شهدت البلاد توترًا سياسيًا واحتجاجات واسعة، وقد تداولت الصفحة خلال هذا اليوم منشورات مباشرة من الشوارع، على غرار: "الجزائريون يملؤون الساحات رفضًا لانتخابات مفروضة"، ومقاطع حية لمسيرات تطالب بتأجيل الانتخابات ومحاسبة رموز النظام. وفي المرتبة الثانية، جاءت المنشورات ذات الطابع الإخباري بنسبة 28.08%، بواقع 353 منشورًا، وتصدرت أيضًا الجمعة الثانية والأربعين هذا النوع بنسبة 33.99% (120 منشورًا)، ما يعكس أهمية الحدث السياسي آنذاك، وسعي الصفحة إلى توثيق تصريحات المسؤولين، ردود الأفعال، وتحليلات المراقبين في إطار تغطية شاملة للانتخابات. أما التعليقات على الأحداث الوطنية فاحتلت المرتبة الثالثة بنسبة 16.63% (209 منشورات)، كان أعلاها كذلك في الجمعة الثانية والأربعين بنسبة 27.75%، أي 58 منشورًا، ما يدل على الطابع التفاعلي لتلك المرحلة، حيث لم تكتفِ الصفحة بالنقل بل عبّرت عن مواقف نقدية واضحة، كمنشور جاء فيه: "لا شرعية لصندوق لا يعكس الإرادة

الشعبية. "ويُظهر ذلك أن الصفحة مثّلت صوتًا رقميًا معارضًا، يتجاوز الإخبار إلى التأطير السياسي والموقف المعلن. في المقابل، تراجعت منشورات الحوارات إلى نسبة 3.18% (40 منشورًا)، لكنها بلغت ذروتها في الجمعة الثالثة والأربعين (16 ديسمبر 2019) بنسبة 50%، أي 20 منشورًا، ما يُشير إلى محاولة إحياء النقاش بعد صدور نتائج الانتخابات، من خلال طرح أسئلة مفتوحة أو دعوة المتابعين لتحليل المرحلة القادمة، مثل: "هل فُرضت الانتخابات أم فُرض الأمر الواقع؟". أما منشورات السيرة الذاتية، فلم تُسجل سوى بنسبة 0.16%، بواقع منشورين فقط، كلاهما في الجمعة التاسعة والثلاثين، ما يدل على أن الصفحة حافظت على خطاب جماعي وابتعدت عن الترويج للأفراد، بما ينسجم مع روح الحراك التي ركزت على المطالب الوطنية لا الشخصية. وبهذا، تُبرز هذه النتائج أن الصفحة تفاعلت بقوة مع الأحداث المفصلية، خاصة في الجمععات المصرية، واستثمرت أدوات الإعلام الرقمي لتوثيق الواقع السياسي، وتحفيز التفاعل الجماهيري، ما يؤكد دورها كفاعل رقمي محوري في المشهد السياسي الجزائري خلال فترة الحراك وما بعدها.

أما من ناحية الأحداث الخاصة والتطورات التي سبقت ورافقت الحراك الشعبي، فقد اقترنت الجمعة الثانية والأربعون (6 ديسمبر 2019) بمرحلة مفصلية تمثّلت في الانتقال نحو ما يُعرف بـ"مرحلة ما بعد الحراك"، حيث سجّلت هذه الجمعة أعلى نسب التفاعل والمنشورات، نظرًا لكونها الجمعة الأخيرة قبل الانتخابات الرئاسية. وقد كانت مناسبة لتجديد التأكيد على مطالب الحراك، خاصة رفض الانتخابات التي لم يكن يفصل عنها سوى أقل من أسبوع، واعتبارها محاولة لإعادة إنتاج النظام نفسه عبر وجوهه السابقة، وهو ما كان يُجسّده المترشحون الخمسة المحسوبون جميعًا على النظام القديم. وقد عرفت هذه الجمعة استنفارًا أمنيًا لافتًا، تمثل في الانتشار الكثيف لعربات الشرطة وقوات مكافحة الشغب، ما زاد من حدة التوتر الميداني. في هذا السياق، حافظت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على توجهها الأصلي في مرافقة الحراك، من خلال نقل الأحداث، وتحري الدقة، والتعاون مع صفحات رقمية متخصصة في كشف الأخبار الزائفة مثل Fake News DZ و Var DZ. وبذلك، تجاوز دورها مجرد إعادة نشر الأخبار، لتتحول إلى منصة فاعلة في التحقق من المعلومات وتوجيه الرأي العام. كما ساهمت هذه الصفحة في تعزيز المشاركة السياسية الرقمية، حيث أصبح النشر والتعليق شكلاً من أشكال الفعل السياسي، خصوصًا مع تزايد التعليقات الساخرة والتهكمية التي عكست حالة الرفض الشعبي. وقد وُضع الجزائريون حينها أمام خيارين حاسمين: مساندة الانتخابات أو رفضها، وسط ضغوط سياسية وأمنية متزايدة. ومن هنا، يمكن القول إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، لعب دورًا محوريًا في دعم مسار التغيير الديمقراطي في الجزائر، من خلال نشر محتويات سياسية وتعليقات إخبارية حفزت الجماهير على الاستمرار في الحراك والتعبير عن موقفها الرفض لانتخابات 12 ديسمبر 2019، باعتبارها لا تعبّر عن الإرادة الشعبية الحقيقية.

07. فئة طبيعة المضامين

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجات في الخطاب الرقمي بعد الحراك (بعد الأزمة)
الجدول رقم 91 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	أنواع الاحتجاجات التكرار
3,35%	40	احتجاجات اجتماعية واقتصادية
0,75%	09	احتجاجات تربوية
0%	0	احتجاجات صحية
95,90%	1146	احتجاجات سياسية
0%	0	احتجاجات رياضية
0%	0	الصراعات اللغوية
0%	0	الصراعات العرقية
100%	1195	المجموع

يُظهر الجدول رقم (91) المتعلق بأنواع الحركات الاحتجاجية هيمنة واضحة للاحتجاجات ذات الطابع السياسي بنسبة بلغت 95.90%، بمجموع 1146 تكراراً، ما يعكس الطابع العام للحراك الشعبي الجزائري الذي تركز حول مطلب التغيير السياسي الجذري. هذا التركيز الكاسح على البُعد السياسي يُعبّر عن وعي جماعي متصاعد بأهمية الفعل السياسي كمدخل للتغيير، خاصة في ظل الدعوات الواسعة لمقاطعة الانتخابات الرئاسية. وقد تجلّى ذلك في شعارات موحدة مثل "لا للانتخابات مع العصابات"، التي تحوّلت إلى علامة لغوية وميدانية مركزية في كل المسيرات تقريباً، خصوصاً خلال الأسابيع التي سبقت اقتراع 12 ديسمبر 2019. في المقابل، تراجعت الاحتجاجات ذات الطابع الاجتماعي والاقتصادي إلى نسبة 3.35% فقط (40 تكراراً)، وهو ما يدل على أن المطالب الاجتماعية لم تكن منفصلة عن الإطار السياسي، بل تم دمجها ضمنه، باعتبار أن الأزمة السياسية كانت تُعد السبب الجذري لتزدي الأوضاع المعيشية. أما الاحتجاجات التربوية فلم تتجاوز 0.75%

(9 تكرارات)، ما يعكس غياب التمايز القطاعي أو الفئوي في تلك المرحلة، لصالح خطاب وطني موحد. ولم تُسجل أي احتجاجات ذات طابع صحي أو رياضي، ما يؤكد أن كل مكونات المجتمع قد توحدت خلف هدف سياسي مركزي يتمثل في رفض خارطة الطريق الرسمية، والتصدي لما اعتُبر محاولات لإعادة إنتاج النظام السابق. وقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي، لا سيما الصفحات الناشطة مثل "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، دورًا مهمًا في إعادة تدوير هذا الزخم السياسي، من خلال تغطيات ميدانية لمنصات الاحتجاج، ونشر منشورات تتبنى بوضوح خطاب الرفض، مثل: "الشعب يريد رحيل بقايا النظام... لا شرعية لصندوق لا يُمثّل الإرادة الشعبية". وهكذا، يتّضح أن الفعل الاحتجاجي خلال هذه المرحلة لم يكن متنوعًا في مطالبه، بل كان موحدًا في هدفه، وهو ما منح الحراك قوة رمزية كبيرة، وجعل من شبكات التواصل فضاءً مركزيًا لتأطير وتوسيع هذا الوعي السياسي الجماعي.

مثال ذلك للاحتجاجات السياسية نجد المنشور التالي:

أحب من أحب وكره من كره الحراك الشعبي أو الضغط الشعبي أو الحضور
الشعبي في الساحة السياسية اسمه كما نشتت كلما استمر الضغط الشعبي يزيد و
يستمر سقوط رؤوس الفساد



Interactions
2,9k

Interactions per 1k
Fans
0,95

Interactions

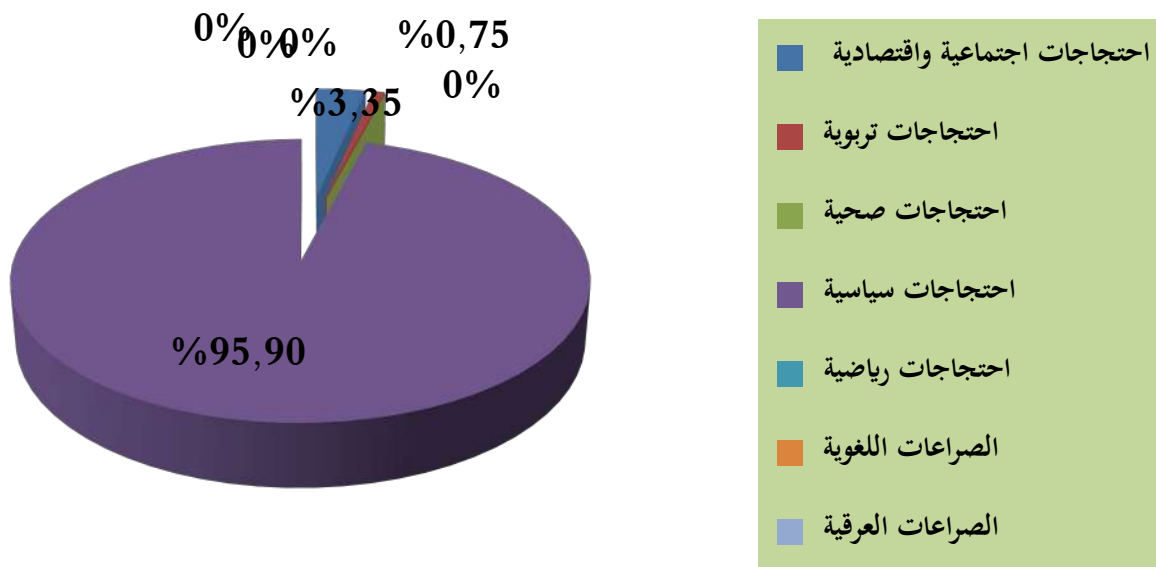
Comments	340
Shares	203
Total Interactions	2 861

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

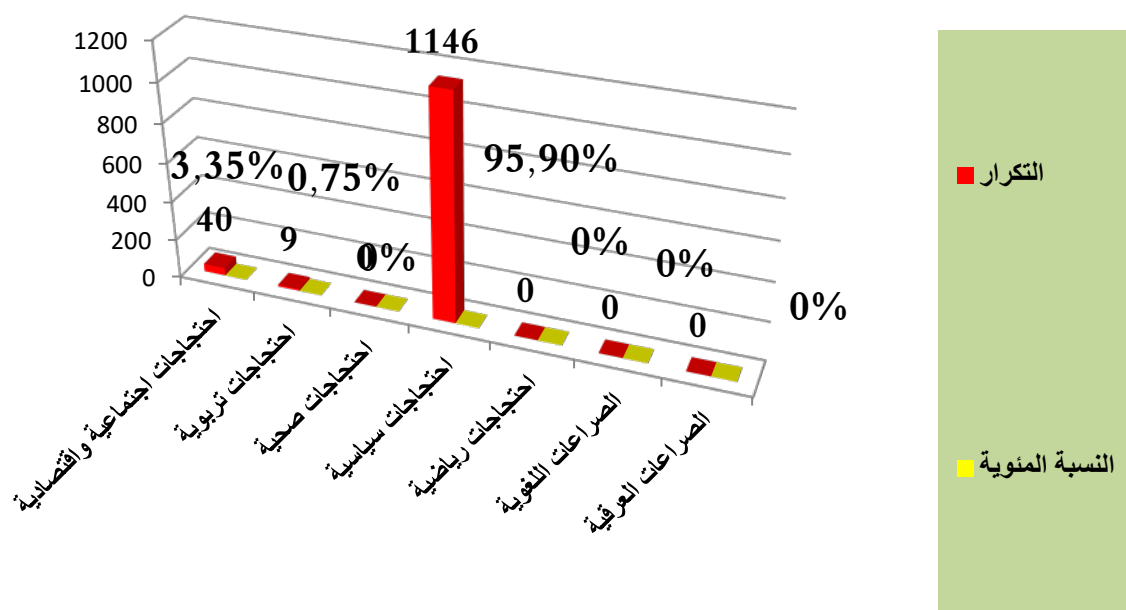
socialbakers

يعكس هذا المنشور صورة تظاهرة شعبية كبيرة وسط الجزائر العاصمة، مصحوبة بنص يحث على استمرار الحراك الشعبي وضغط المواطنين لمواجهة الفساد، مع استخدام عبارات محفزة مثل "سُمي كما شئت". تُبرز الصورة الرمزية العالية للحشود والأعلام الوطنية الطابع الجماهيري والتعبوي للمحتوى، ما يجعلها أداة قوية للتحفيز الرقمي. من ناحية التفاعل الرقمي، سجل المنشور 340 تعليقًا و203 مشاركة، بإجمالي 2,861 تفاعل، ومعدل 0.95 لكل ألف متابع، ما يوضح قدرة المنشور على جذب الانتباه والمشاركة على نطاق واسع. ويشير ارتفاع عدد التعليقات والمشاركات إلى أن الجمهور لم يكتفِ بالمشاهدة، بل شارك في النقاش والتعبير عن التضامن، مما يعكس تفاعلًا شعوريًا وسياسيًا قويًا.

«يؤكد هذا المنشور أن المحتوى الذي يجمع بين البُعد السياسي المباشر، الرسالة التحفيزية، والقوة البصرية للحشود والأعلام الوطنية يحقق أعلى مستويات التفاعل الرقمي. ويظهر التحليل أن الصور الجماهيرية التعبوية تُمثل أهم أدوات الحشد الرقمي في الحراك الشعبي، حيث تجمع بين التأثير البصري، الرسالة السياسية، والقدرة على إشراك الجمهور في النقاش والمشاركة الفعلية».



رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 92 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	ن	احتجاجات اجتماعية واقتصادية		ن	ك	احتجاجات تربوية	ن	ك	احتجاجات صحية	ن	ك	احتجاجات سياسية	ن	ك	احتجاجات رياضية	الصراعات العرقية		المجموع	
		ن	ك													ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	2	5,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0	23,51%	0	0	0	0	286	22,75%	
22 نوفمبر 2019	40	0	0,00%	3	33,33%	0	0	0	0	0	0	1,57%	0	0	0	0	22	1,75%	
29 نوفمبر 2019	41	29	72,50%	3	33,33%	0	0	0	0	0	0	27,32%	0	0	0	0	362	28,80%	
06 ديسمبر 2019	42	3	7,50%	3	33,33%	0	0	0	0	0	0	27,57%	0	0	0	0	339	26,97%	
16 ديسمبر 2019	43	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	12,42%	0	0	0	0	150	11,93%	
20 ديسمبر 2019	44	6	15,00%	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	2,48%	0	0	0	0	36	2,86%	
27 ديسمبر 2019	45	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	1,16%	0	0	0	0	14	1,11%	
03 جانفي 2020	46	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	0,91%	0	0	0	0	11	0,88%	
10 جانفي 2020	47	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0	0	0	0,58%	0	0	0	0	7	0,56%	

0,88%	11	%0	0	%0	0	%0,91	11	%0	0	0,00%	0	0,00%	0	48	17 جانفي 2020
1,03%	13	%0	0	%0	0	%1,08	13	%0	0	0,00%	0	0,00%	0	51	7 فيفري 2020
0,48%	6	%0	0	%0	0	%0,50	6	%0	0	0,00%	0	0,00%	0	52	21 فيفري 2020
%100	1257	%0	0	%0	0	%96,10	1208	%0	0	%0,72	9	%3,18	40		المتوسط

يعكس الجدول رقم (92) المتعلق بأنواع الحركات الاحتجاجية الحاصلة خلال فترة الحراك الشعبي في الجزائر، تركيزًا شبه كلي على الطابع السياسي للاحتجاجات بنسبة بلغت 95.90%، بمجموع 1146 تكرارًا، وتصدّرت الجمعة الثانية والأربعون (6 ديسمبر 2019) هذه الاحتجاجات بنسبة 27.57%، بما يعادل 333 تكرارًا، وهو ما يعكس درجة التوتر السياسي التي بلغت ذروتها قبل أقل من أسبوع على موعد الانتخابات الرئاسية. وقد كان المجتمع المدني الطرف الفاعل الأساسي في هذه الجمعة، حيث تجلّى تلاحم فئات واسعة من الشعب في رفض المسار الانتخابي الذي اعتُبر استمرارًا لمنظومة الحكم نفسها. هذا الرفض لم يكن عشوائيًا بل مُنظَّمًا ومعبرًا عنه بشعارات قوية انتشرت عبر المظاهرات والمنصات الرقمية، أبرزها "مكانش انتخابات مع العصابات" و"دولة مدنية ماشي عسكرية"، وهما شعاران تضمّنا موقفًا صريحًا من النظام القائم، ورفضًا واضحًا لاستمرارية منطق الحكم العسكري الذي هيمن على البلاد منذ الاستقلال في 1962. وقد عكست المنشورات الرقمية هذه الحالة، حيث نشرت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" صورًا ومقاطع مباشرة لمسيرات الجمعة 42 مرفقة بتعليقات مثل: "لا صوت يعلو فوق صوت الشعب الراض للمهزلة الانتخابية"، كما تمت إعادة تداول منشورات تدعو إلى المقاطعة الشعبية وتُشكّك في نوايا السلطة. وبالموازاة، شكّلت الاحتجاجات الاجتماعية والاقتصادية نسبة ضعيفة نسبيًا (3.18%) بمجموع 40 تكرارًا، تصدّرتها الجمعة الحادية والأربعون (29 نوفمبر 2019) بنسبة 72.50%، ما يعكس انتقال الشعور باليأس الاجتماعي إلى التعبير السياسي. فمع الإعلان الرسمي عن الانتخابات، برزت ظاهرة "الحرق" مجددًا كمؤشر على الانسداد المجتمعي، ونُشرت منشورات تتحدث

عن فشل الشباب في رؤية أفق للتغيير الحقيقي، ومنشورات أخرى حملت دعوات للتعايش مع الواقع عبر شعارات مثل "نترباو قاع" التي عبّرت عن الرغبة في إصلاح الذات الجماعية. أما الاحتجاجات التربوية، فقد سجلت نسبة 0.75% (9 تكرارات) موزعة بين الجمعة الأربعين والثانية والأربعين، وعرفت مشاركة الطلبة والأساتذة بشكل واضح، إذ ظهرت دينامية احتجاجية جديدة تمثّلت في تخصيص يوم الثلاثاء لمسيرات الطلبة، وهو ما عبّر عنه الحراك الرقمي من خلال منشورات حملت هاشتاغات مثل #ثلاثاء_الطلبة و#صوت_الجامعة. وفي المقابل، لم تُسجّل أي نسبة تذكر للاحتجاجات الصحية أو الرياضية، ما يدل على وحدة الخطاب الشعبي حول مطلب سياسي جامع، تجاوز المطالب الفئوية نحو مشروع تغييري أوسع. وبناء على ذلك، يتضح أن الحراك لم يكن مجرد ردة فعل ظرفية، بل مسارًا سياسيًا ناضجًا ومعبرًا عنه رقميًا وميدانيًا في تناغم يعكس تطور الوعي السياسي لدى مختلف مكونات المجتمع الجزائري.

ب- طبيعة الحركات الاحتجاجية

الجدول رقم 93 خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الاحتجاجات التكرار
22,20 %	279	مقاطعة الانتخابات الرئاسية
14,80 %	186	رحيل ومحاسبة العصابة
6,60 %	83	الدعوة إلى تحرير الإعلام
44,95 %	565	التصدي للخطابات التخويفية الترهيبية
6,28 %	79	الدعوة إلى الخروج للشارع
5,17 %	65	مسيرة داعمة للانتخابات
100 %	1257	المجموع

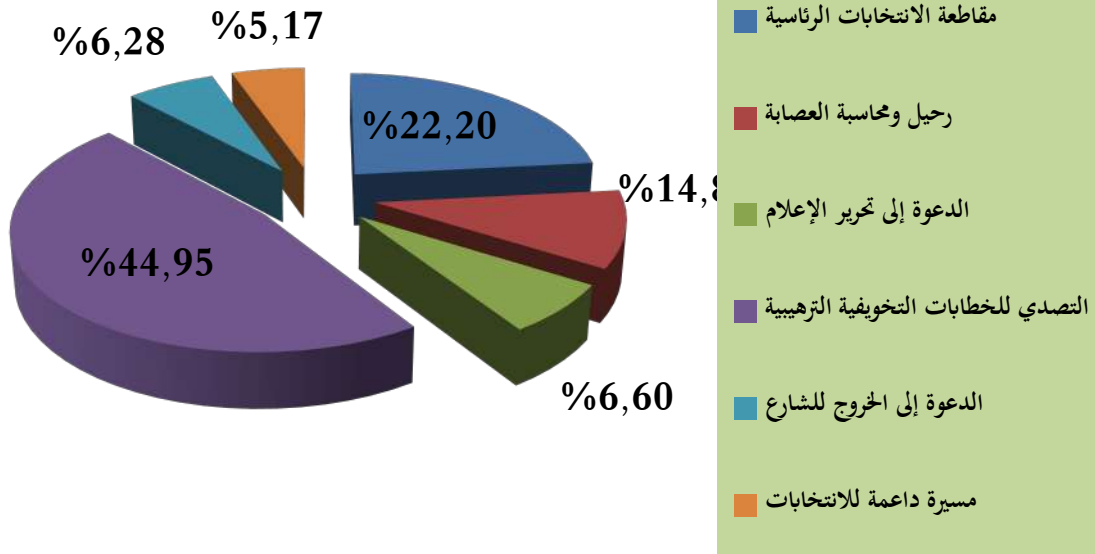
يعرض الجدول رقم (93) توزيعًا كمياً لعدد 1257 وحدة تحليل من منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، مصنّفة حسب طبيعة الخطابات الاحتجاجية، والتي تكشف عن هيمنة واضحة للمنشورات التي تتصدّى للخطابات التخويفية والترهيبية بنسبة 44.95% (565 تكرارًا). تعكس هذه النسبة المرتفعة

حالة من عدم الثقة العميقة في المسار الانتخابي، خاصة مع انتشار محاولات رسم مشهد سياسي قسري يُقَدَّم كخيار وحيد للخروج من الأزمة. وقد تبنت الصفحة هذا التوجّه النقدي من خلال منشورات علّقت على تصريحات رسمية تُلوّح بخطر الفراغ السياسي في حال عدم إجراء الانتخابات، معتبرة ذلك "ابتزازًا سياسيًا"، كما جاء في إحدى المنشورات: "من يُفكّر بالفراغ هو نفسه من صنع الأزمة... الشعب ليس رهينة". تلي ذلك منشورات مقاطعة الانتخابات بنسبة 22.20% (279 تكرارًا)، والتي شكّلت امتدادًا لهذا الخطاب ولكن ضمن إطار مدني وسلمي، عبّرت فيه الصفحة عن الدعوة إلى المقاطعة كخيار سياسي مشروع، ورافقت ذلك بحملات تحسيسية رقمية، استخدمت

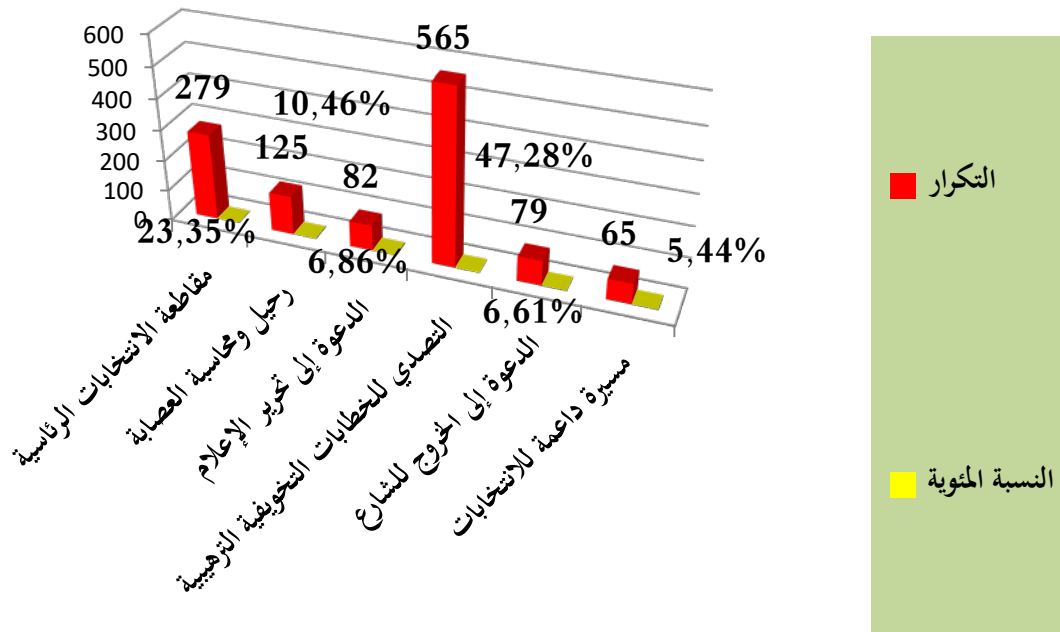
وسم #لنأصوّت، وعبارات مثل: "لا أشارك في مسرحية معلّبة مسبقًا". من جهة أخرى، برز خطاب "رحيل ومحاسبة العصابة" بنسبة 14.80% (186 تكرارًا)، في تأكيد على استمرارية مطلب القطيعة الجذرية مع رموز النظام السابق، لا سيما أولئك المتورطين في الفساد، وقد أرفقت بعض المنشورات بصور للمرشحين الخمسة للرئاسيات تحت تعليق: "الوجوه تتغيّر، لكن المنظومة واحدة". كما تجلّت الدعوة إلى تحرير الإعلام بنسبة 6.60% (82 تكرارًا)، وهو ما يعكس تنامي وعي رقمي بأهمية استقلالية الفضاء الإعلامي، الذي أُنْهَم طيلة سنوات بلعب دور المروّج للخط الرسمي. في هذا السياق، نشرت الصفحة فيديوّهات لمراسلين طُردوا من التغطيات بسبب نقلهم لآراء المحتجين، مع تعليقات مثل: "حرية الصحافة ليست جريمة". أما الدعوات إلى الخروج للشارع فبلغت 6.28% (79 تكرارًا)، حيث دعت منشورات متعددة إلى استمرار المسيرات السلمية تحت شعارات مثل "ما نحسّوش" و"سلمية حتى النصر". في المقابل، شكّلت المنشورات الداعمة للانتخابات نسبة 5.17% فقط (65 تكرارًا)، وهو ما يعكس ضعف التجاوب الشعبي مع الخطاب الرسمي الداعي إلى "العودة للشرعية الدستورية"، وهو ما عبّرت عنه الصفحة بلهجة تهكمية أحيانًا، معتبرة أن "الشرعية لا تُفرض، بل تُبنى بالإجماع". بذلك، يمكن القول إن الصفحة لم تكتفِ بدور الناقل، بل مارست فعلاً احتجاجيًا رقميًا مركّبًا، دعم ميدانيًا وساهم في بلورة خطاب جماعي يرفض التسويات المفروضة من الأعلى، ويؤمن بأن التغيير السياسي الحقيقي يبدأ من قطيعة مع المنظومة لا تحميلها.

وبالتالي، فإن الرهان الكبير الذي طبع الانتخابات الرئاسية وما تلاها لم يكن فقط حول اختيار رئيس جديد، بل حول مدى قدرة الحراك على الحفاظ على سلميته وديمومة مطالبه في ظل محاولات احتوائه، حيث ظلّت مطالب الديمقراطية ودولة القانون هي العناوين المركزية. وقد وجدت سلطة مراقبة الانتخابات نفسها أمام اختبار صعب،

بسبب تركيبتها الحالية وغياب الثقة الشعبية، فضلاً عن المهام الحساسة المتعلقة بالتصدي للتزوير، وهو ما عمّق الشكوك حول مصداقية العملية الانتخابية برمتها. في هذا السياق، واصلت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" مرافقتها الدقيقة والمباشرة للحراك، لتُصبح واحدة من أبرز المنصات الرقمية تأثيراً، سواء من خلال رصد الوقائع الميدانية أو من خلال التفاعل مع المستجدات السياسية مثل انسحاب رئيس اللجنة الوطنية لمساندة عبد المجيد تبون بتاريخ 2 ديسمبر 2019، والذي كان حدثاً رمزياً يعكس التوترات الداخلية حتى ضمن التيارات الداعمة للسلطة. كما اتضح أن الإعلام خلال هذه الفترة لم يكن محايداً، بل انخرط بشكل مباشر في لعبة الاصطفاف السياسي، ما عزز من حضور الإعلام البديل والصفحات الرقمية. ومن خلال هيمنة الخطابات الرفضية للمسار الانتخابي في منشورات الصفحة، يتأكد أن الشرعية السياسية بعد بوتفليقة لم تحظَ بقبول شعبي واسع، ما يدل على أن الفضاء الرقمي تحوّل إلى مرآة لواقع اجتماعي وسياسي يشهد تحولات عميقة في موازين الثقة والتمثيل.



رسم توضيحي خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 94 خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	مقاطعة الانتخابات الرئاسية		رحيل ومحاسبة العصابة		الدعوة إلى تحرير الإعلام		التصدي للخطابات التخريبية الترهيبية		الدعوة إلى الخروج للشارع		مسيرة داعمة للانتخابات		المجموع	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	54	19,35%	60	32,26%	1	1,20%	110	22	27,85%	25	38,46%	272	21,64%
22 نوفمبر 2019	40	4	1,43%	2	1,08%	9	10,84%	12	2	2,53%	0	0,00%	29	2,31%
29 نوفمبر 2019	41	70	25,09%	40	21,51%	7	8,43%	170	1	1,27%	35	53,85%	323	25,70%
06 ديسمبر 2019	42	90	32,26%	19	10,22%	58	69,88%	190	45	56,96%	5	7,69%	407	32,38%
16 ديسمبر 2019	43	48	17,20%	4	2,15%	7	8,43%	60	9	11,39%	0	0,00%	128	10,18%
20 ديسمبر 2019	44	13	4,66%	0	0,00%	0	0,00%	23	0	0,00%	0	0,00%	36	2,86%
27 ديسمبر 2019	45	0	0,00%	14	7,53%	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0,00%	14	1,11%
03 جانفي 2020	46	0	0,00%	10	5,38%	1	1,20%	0	0	0,00%	0	0,00%	11	0,88%

%100	0,48%	1,03%	0,88%	0,56%
1257	6	13	11	7
%5,17	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
65	0	0	0	0
%6,28	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
79	0	0	0	0
%44,95	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
565	0	0	0	0
%6,60	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
83	0	0	0	0
%14,80	3,23%	6,99%	5,91%	3,76%
186	6	13	11	7
%22,20	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
279	0	0	0	0
الاجمـوع	52	51	48	47
	21 فيفري 2020	7 فيفري 2020	جانفي 2020	10 جانفي 2020

تكشف بيانات الجدول رقم (94) عن التوزيع الموضوعاتي لطبيعة الاحتجاجات التي ظهرت في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، حيث تصدر التصدي للخطابات التخويفية والترهيبية المرتبة الأولى بنسبة 44.95%، بما يعادل 565 تكراراً، وهي النسبة التي بلغت ذروتها في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) بنسبة 33.63% (190 تكراراً). وتعكس هذه الأرقام تصاعد الحملة الرقمية الراضية لخطاب التخويف الذي تبنته بعض الجهات الرسمية والإعلامية، بهدف إقناع الرأي العام بأن إجراء الانتخابات الرئاسية هو السبيل الوحيد لتفادي "الانفلات" أو "الفراغ الدستوري". إلا أن الصفحة قابلت هذا الطرح بخطاب ميداني ورقمي مضاد، رافقته شعارات منتشرة في المسيرات من قبيل: "لا انتخابات مع العصابات" و"مهزلة 12/12 لن تمر"، إلى جانب منشورات تسلط الضوء على النفوذ الأجنبي في الاقتصاد الوطني مثل شعار: "توتال تستنزف خيراتنا"، في إشارة إلى هيمنة الشركات الفرنسية، خاصة في مشاريع الغاز الصخري بالصحراء. في المرتبة الثانية، جاءت منشورات مقاطعة الانتخابات بنسبة 22.20% (279 تكراراً)، وتصدرت أيضاً الجمعة 42 بنسبة 32.26% (90 تكراراً)، ما يدل على تمركز الخطاب الاحتجاجي حول موعد الانتخابات باعتباره لحظة فاصلة بين استمرار النظام أو تغييره. وتوازى ذلك مع دعوات رحيل ومحاسبة العصابة التي بلغت 14.80% (186 تكراراً)، وبلغت ذروتها في الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019) بنسبة 32.26% (60 تكراراً)، حيث استهدفت منشورات عديدة حينها رموز النظام السابق، في مقدمتهم المترشحون الخمسة الذين اعتبرهم الحراك امتداداً لحقبة بوتفليقة. من جهة أخرى، بلغت الدعوات لتحرير الإعلام 6.60% (83 تكراراً)،

خصوصًا في الجمعة الثانية والأربعين بنسبة 69.88%، حيث ارتفعت الأصوات الراضية لما وصف بـ"التضليل الإعلامي"، وانتشرت منشورات تطالب بـ"إعلام حر يخدم الشعب لا السلطة"، كما تم تداول مقاطع توثق طرد صحفيين من ساحات الحراك بسبب انخيازهم. أمّا الدعوة إلى الخروج إلى الشارع، فشكّلت 6.28% (79 تكرارًا)، وبلغت نسبتها الأبرز في الجمعة نفسها (42) بنسبة 56.96% (45 تكرارًا)، ما يعكس التعبئة الرقمية المتزامنة مع المواعيد الحساسة في عمر الحراك. وفي المقابل، لم تتجاوز المنشورات الداعمة للانتخابات 5.17% (65 تكرارًا)، ما يكشف عن ضعف التفاعل الشعبي مع هذا التوجه، مقارنة بزخم الرفض المتصاعد في الشارع كما في الفضاء الرقمي، الأمر الذي يعكس تركز الصفحة كمكوّن نشط في التعبئة السياسية الرقمية، من خلال نقل الشعارات، تحليل المواقف، وتفكيك الخطاب الرسمي.

ومن خلال ما سبق، يتّضح أن معظم صور الحراك الشعبي الجزائري تمثّلت في مسيرات احتجاجية تعبّر عن الرفض الجماعي للواقع السياسي، خاصة في ظل غياب شبه تام للإعلام التقليدي، الذي تموضع منذ البداية في صفّ السلطة، إما عبر تجاهل الحراك أو من خلال الترويج للخطابات الرسمية والدعاية الانتخابية. وقد أدّى هذا الانخياز إلى قطيعة بين المتظاهرين ووسائل الإعلام، حيث رُفعت شعارات مهينة للصحافة، وتم رفض بعض الصحفيين ميدانيًا بسبب انخيازهم. وفي مقابل ذلك، برزت الصفحات الرقمية البديلة، وفي مقدّمتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، كمصدر موثوق ومرافق أساسي للحراك في نقل المعلومة وتفكيك الخطاب الرسمي. أما مقاطعة الانتخابات الرئاسية بتاريخ 12 ديسمبر 2019، فقد شكّلت أبرز صور الرفض السياسي المنظم، حيث جاءت كردّ شعبي جماعي تجاوز الفردية أو العشوائية، ليعبّر عن وعي سياسي متقدم. لقد أكّد الحراك في تلك المرحلة أنه ليس حراكًا يتيّمًا أو عابريًا، بل لحظة تاريخية اختزلت موقف أمة كاملة بمختلف فئاتها ونخبها، وهو ما أضفى عليه شرعية مزدوجة: شعبية ونخبوية. فحين تنخرط في الحراك فئات مهنية كالقضاة، والمحامين، والأساتذة، والطلبة، والأطباء، والمثقفين، فإننا لا نكون أمام احتجاج فقوي أو غوغائي، بل أمام حراك مجتمعي عقلائي جامع. في المقابل، بقيت الأحزاب المعارضة غارقة في خلافاتها الداخلية، وبدت عاجزة عن مواكبة الحراك أو تمثيل مطالبه، بل إن محاولاتها المتأخرة للالتحاق به قوبلت بالرفض الشعبي، لما اعتُبر محاولة لركوب موجته دون قناعة حقيقية بالتغيير الجذري. وهكذا، يصبح الحراك الشعبي الجزائري في ضوء هذه المعطيات، تعبيرًا جماعيًا ناضجًا عن مطلب سياسي واضح، يتجاوز مجرد تغيير الوجوه نحو تغيير بنيوي للنظام السياسي ككل.

ت- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 95 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	أسباب الاحتجاجات التكرار
44,15 %	555	مقاطعة الانتخابات (لا للانتخابات)
3,90 %	49	تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية
25,46 %	320	فشل مؤسسات الدول في بناء الثقة
5,73 %	72	المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري
6,13 %	77	انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي
14,64 %	184	التهميش السياسي
100 %	1257	المجموع

تكشف نتائج الجدول المتعلق بمضامين منشورات صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال مرحلة ما بعد الحراك عن تركيز الخطاب الرقمي على ستة أسباب رئيسية دفعت إلى استمرار الفعل الاحتجاجي، تصدرتها الدعوة إلى **مقاطعة الانتخابات** بنسبة 44,15% (555 تكرارًا)، وهو ما يعكس تمسكًا شعبيًا واضحًا بعدم الاعتراف بالمسار الانتخابي باعتباره امتدادًا لمنظومة سياسية مرفوضة شعبيًا، خاصة في ظل غياب مؤشرات على تغيير جذري. جاءت هذه المضامين في منشورات عدة، أبرزها تلك التي وُصفت فيها انتخابات 12 ديسمبر 2019 بأنها "مهزلة انتخابية"، إلى جانب استخدام وسوم مثل #لا_لانتخابات_مع_العصابات، ما يكشف عن وعي جمعي متجذر بفكرة أن الاستمرارية المؤسسية لا تعني بالضرورة شرعية سياسية. في المرتبة الثانية، تظهر مضامين **فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة** بنسبة 25,46% (320 تكرارًا)، ما يُشير إلى تحوّل تدريجي في الخطاب نحو البحث عن تصورات انتقالية، مع الإشارة إلى محاولات بعض الجهات بلورة مسارات تفاوضية أو مبادرات مدنية لنقل السلطة سلميًا. وتبرز هنا منشورات تنقل تحليلات أو مبادرات صادرة عن شخصيات مستقلة أو فاعلين مدنيين تدعو لحوار وطني شامل، لكنها تلقى في الغالب رفضًا واسعًا لغياب ضمانات حقيقية. أما ثالث

أسباب استمرار الاحتجاجات فهو التهميش السياسي بنسبة 14,64% (184 تكرارًا)، وهو ما يدل على بروز خطاب نخبوي داخل الحراك أو على هامشه، يحاول بلورة مشروع سياسي بديل، لا سيما في منشورات تستعرض وثائق أو رؤى صادرة عن طلبة جامعيين، أساتذة، أو نقابات مستقلة تطالب بإصلاحات دستورية عميقة وتداول فعلي للسلطة. تليها منشورات تفضح الفساد المالي والإداري والأخلاقي بنسبة 6,13% (77 تكرارًا)، وتتمثل في خطابات تندد باستمرار المحاباة في التعيينات، وتكشف تقارير فساد طالت بعض مؤسسات الدولة، كما تداولت الصفحة مقاطع توثق تبذير المال العام أو استمرار "ثقافة الربح"، ما يعكس الوعي بدور الإعلام البديل في كشف الممارسات السلطوية. من جهة أخرى، عبّرت منشورات بنسبة 5,73% (72 تكرارًا) عن المعاناة النفسية والاجتماعية للمواطنين، وهو ما يكشف أن الفعل الاحتجاجي لم يكن سياسيًا فحسب، بل كان يحمل بعدًا إنسانيًا واجتماعيًا، خاصة مع تكرار تعبيرات الإحباط، فقدان الأمل، والهجرة غير الشرعية كبدايل للهروب من الواقع. وأخيرًا، جاءت تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية بنسبة 3,90% (49 تكرارًا)، وهي نسبة متدنية رغم أهمية العامل الاقتصادي، ما يدل على أن طبيعة الخطاب في تلك المرحلة ظلت متمركزة على أولويات سياسية، في ظل وعي شعبي بأن التغيير السياسي هو شرط أساس لتحقيق تحسن اقتصادي حقيقي. يشير هذا التحليل إلى أن الحراك الشعبي، وإن تراجع ميدانيًا، إلا أنه استمر رقميًا بشكل فاعل، عبر صفحة وظفت إمكانيات التواصل الاجتماعي لإعادة إنتاج النقاش العام وتوجيهه نحو عمق الأزمة السياسية، مع المحافظة على زخم الوعي الجمعي.

وبناءً على ما سبق، تُظهر البيانات أن الخطاب الرقمي في مرحلة ما بعد الحراك قد حافظ على طابعه الاحتجاجي، مع بروز متزايد لإشارات البحث عن مخرج سياسي وتطور ملحوظ في الوعي الجمعي بين رفض الواقع القائم والمطالبة بتغيير جذري. وهو ما يشير إلى بداية تشكّل فكر سياسي بديل، لم يتبلور بعد في أطر تنظيمية واضحة، لكنه حاضر بقوة في الفضاء الرقمي والوعي المجتمعي.

مثال ذلك في انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي نجد ما يلي:

مليون شهريا لنائب في البرلمان هذا فساد و نهب المال العام 40

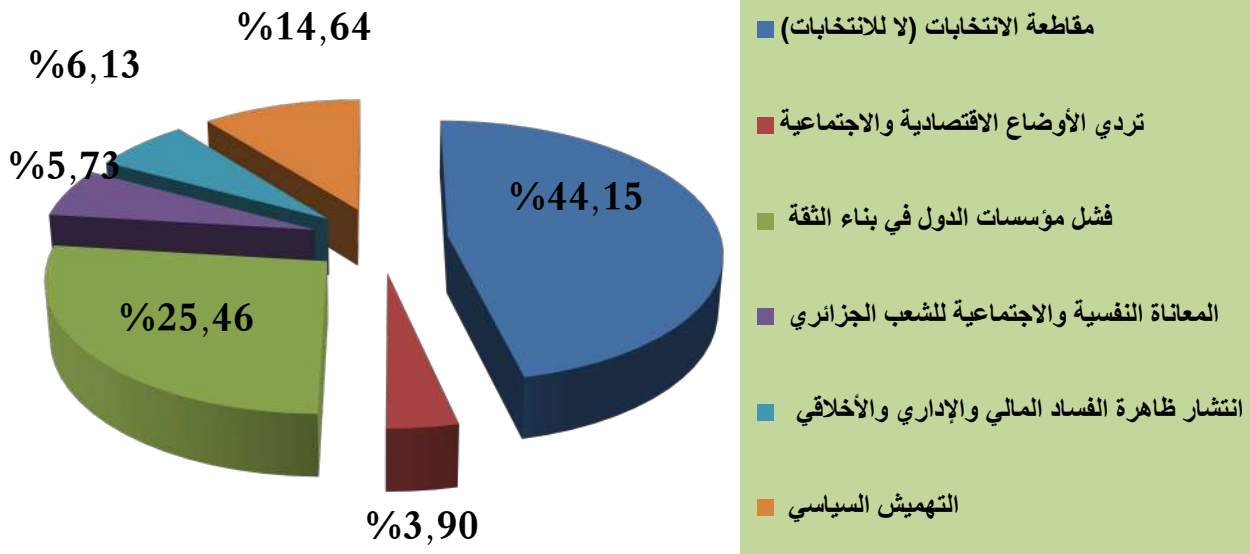


Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

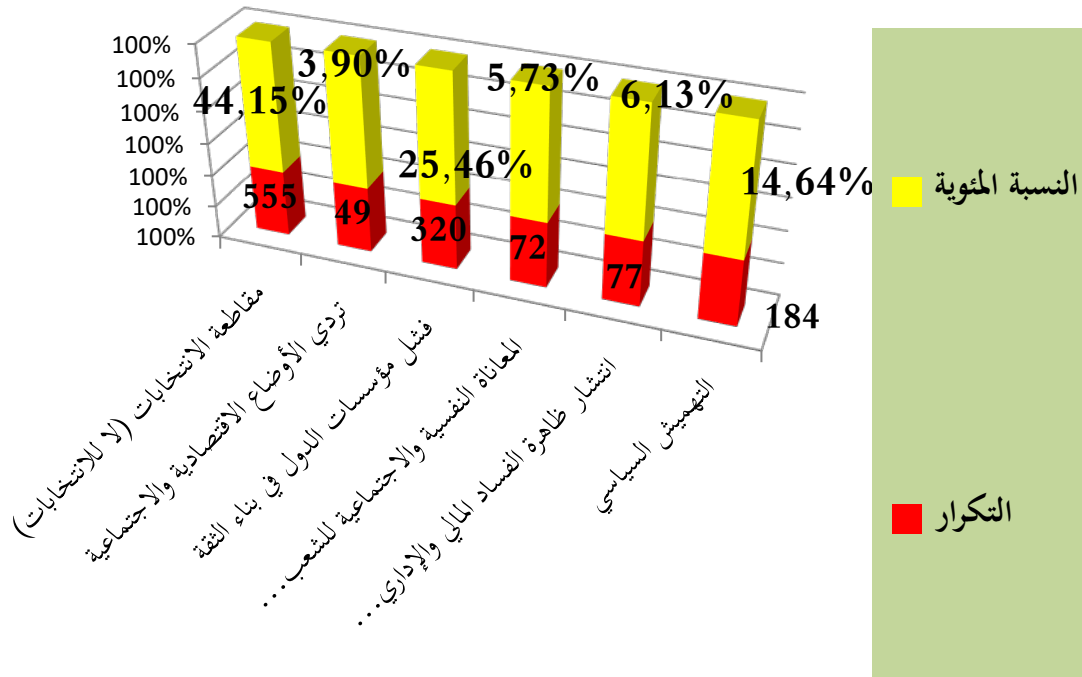
socialbakers

يعتمد هذا المنشور على محتوى كتابي مباشر، دون أي دعم بصري، يفصح امتيازات مالية لأعضاء البرلمان ويصفها بأنها "فساد ونهب للمال العام". تحمل الرسالة طابعاً احتجاجياً قوياً، وتستهدف إثارة غضب الجمهور تجاه الطبقة السياسية الحاكمة. رغم غياب الصورة أو الفيديو، إلا أن التركيز على النص المباشر عزّز من قوة الرسالة، مما دفع المتابعين إلى التفاعل بكثافة عبر التعليقات (391) والمشاركات (406)، ليبلغ إجمالي التفاعل 3,437، مع معدل 1.14 لكل ألف متابع، وهو أعلى معدل نسبي بين جميع المنشورات المحللة.

«يُظهر هذا المنشور أن المحتوى الكتابي المباشر، إذا كان ذا مضمون سياسي احتجاجي قوي، يمكن أن يحقق أعلى مستويات التفاعل الرقمي حتى بدون دعم بصري. وتنعكس أرقام التفاعل رغبة الجمهور في تبني الخطاب الرفض للفساد والامتيازات، ما يجعل المنشور من أكثر المحتويات تأثيراً في الحراك الشعبي الرقمي من حيث الوصول، المشاركة، وكثافة التفاعل النسبي».



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 96 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك
(بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع	التهميش السياسي		انتشار ماهر الفساد المالي والإداري والأخلاقي		المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري		فشل مؤسسات الدول في بناء الثقة		تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية		مقاطعة الانتخابات (لا للانتخابات)		الجمعات	تاريخ	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك			
1,11%	14	17,82%	7,61%	14	21,20%	2	1	18,75%	60	4,08%	2	21,62%	120	39	15 نوفمبر 2019
		6,05%			0,54%	23	22	4,38%	14	%0	0	21,62%	16	40	22 نوفمبر 2019
		28,64%			18,48%	24	23	25,00%	80	59,18%	29	21,62%	170	41	29 نوفمبر 2019
		24,82%			13,59%	13	11	37,50%	120	6,12%	3	21,62%	140	42	06 ديسمبر 2019
		14,88%			9,78%	15	15	12,50%	40	%0	0	21,62%	99	43	16 ديسمبر 2019
		2,86%			5,43%	0	0	1,88%	6	20,41%	10	21,62%	10	44	20 ديسمبر 2019
		1,11%			7,61%	0	0	%0	0	%0	0	21,62%	0	45	27 ديسمبر 2019

03 جانفي 2020	46	0	21,62%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,88%
10 جانفي 2020	47	0	21,62%	8,16%	0	0	0	0	0	0	0	0	0,56%
17 جانفي 2020	48	0	21,62%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,88%
7 فيفري 2020	51	0	21,62%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,03%
21 فيفري 2020	52	0	21,62%	2,04%	0	0	0	0	0	0	0	0	0,48%
الجمع		555	44,15%	49	3,90%	320	25,46%	72	5,73%	77	6,13%	184	14,64%
													1257
													100%

تكشف بيانات الجدول رقم (96) عن البنية العميقة للدوافع التي حركت الحراك الشعبي في الجزائر خلال المرحلة الثالثة منه، حيث احتلت مقاطعة الانتخابات الرئاسية (لا للانتخابات مع العصابات) الصدارة بنسبة 44,15 %، بتكرار 555 مرة، وتحديدًا في الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019) التي سجلت أعلى نسبة (21,62 %) هذا الزخم في الخطاب الرفض للمسار الانتخابي يعكس رفضًا شعبيًا واضحًا لإعادة إنتاج النظام السياسي القديم برموزه وآلياته، كما جسّدت شعارات الميدانية: "ماكانش الفوط، والله ما تديروا"، و"لا انتخابات مع العصابات"، وهو رفض يرتبط مباشرة بغياب إصلاحات سياسية عميقة وفشل السلطة في استيعاب مطالب الشارع.

وقد عكست منشورات الصفحة خلال تلك الجمعات أن الحراك لم يعد احتجاجًا ظرفيًا بل تحول إلى حركة سياسية واعية تطرح البدائل وتنتقد بحدة محاولات الالتفاف على مطالبه، إذ تكررت انتقادات حادة للجيش وهيمنته على القرار السياسي، بالإضافة إلى رموز المرحلة الانتقالية مثل بدوي وبن صالح. هذا المزاج السياسي المتصاعد ارتبط أيضًا بمطلب رئيسي ظهر في نفس الجدول، وهو فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة، الذي جاء ثانيًا بنسبة 25,46 %، وبلغ ذروته في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) بنسبة

37,50 % في تلك الجمعة تحديداً، كانت صور المرشحين الخمسة للانتخابات تظهر على الصفحات وعليها شارات حمراء وعبارات مثل "أيتام بوتفليقة"، ما يعكس رمزية رفض رموز النظام حتى بعد تنحي رأسه، ويكشف عن انعدام شرعية المؤسسات لدى جمهور الحراك.

من جهة أخرى، مثل التهميش السياسي نسبة 14,64 % من أسباب الاحتجاج، وتصدر الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019) (بنسبة 21,20 %) وارتبط هذا الشعور بالتهميش بوعي سياسي جديد عند الشباب، إذ لم يعد الحراك مجرد رفض سلمي، بل أصبح منصة للمشاركة الفعالة في النقاشات السياسية الكبرى، والتمسك بمبدأ التغيير الجذري لا الترفيع. وظهرت منشورات تنتقد محاولة السلطة دفع الحراك نحو العزوف أو القبول بالأمر الواقع، مثل:

"العنف هو الهدف الذي تبحث عنه السلطة من أجل القضاء على الحراك... لكننا سلميون وسنبقى كذلك حتى يسقط النظام".

أما على المستوى الاجتماعي والنفسي، فقد سجلت المعاناة النفسية والاجتماعية للشعب نسبة 5,73 %، وتردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية نسبة 3,90 %، حيث تصدرت الجمعة الواحدة والأربعين أيضاً هذه الفئات، ما يعكس تزامن المطالب السياسية مع أزمة معيشية عميقة. وفي منشورات تلك الجمعة، وردت رسائل قوية من مواطنين يشكون الغلاء والتهميش قائلين:

"ننتخب باش نزيدوا نكملوا على الزوالية؟"

وهو ما يُظهر ترابطاً بين الفقر وفقدان الثقة السياسية، حيث لم يعد المواطن يرى في الانتخابات أو النظام أي حلٍّ لمشاكله اليومية.

هذه النتائج مجملها تؤكد أن السبب السياسي هو العامل المحوري في تحريك الحراك خلال هذه المرحلة، حيث تبلور وعي سياسي رقمي من خلال تفاعل المواطنين مع المنصات الرقمية، على رأسها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"، التي لعبت دوراً تعبويًا وتحسيسيًا في نفس الوقت. فالشباب الجزائري الذي كان يوصف بالعزوف عن السياسة، عاد بقوة إلى الساحة، مستعيداً ثقته بقدرته على التغيير، ومستخدمًا الأدوات الرقمية لمساءلة السلطة والمطالبة بالتطبيق الفعلي للدستور، وليس فقط الاحتجاج.

وفي هذا السياق، تعدد اتجاهات التفسير للحراك كما تعكسه منشورات الصفحة:

- الأول يرى في هذا الحراك تحولاً جذرياً في الوعي السياسي، تقوده وسائل التواصل الاجتماعي التي أعادت تشكيل العلاقة بين المواطن والسياسة.

- الثاني يرى أن الحراك نتاج مباشر للوعي التراكمي بالظلم الاجتماعي والسياسي الذي انفجر عندما تراكمت الأزمات.

- أما الاتجاه الثالث فيصف الحراك بأنه رد فعل عفوي غير مؤطر في بداياته، لكنه سرعان ما تطور بفعل الخبرات التشاركية الرقمية، ما أدى إلى تحول كل فرد إلى "فاعل سياسي" يعرف مواده الدستورية، ويطالب بتطبيقها من الميدان لا من القاعات المغلقة.
- وبذلك يتضح أن هذه المرحلة كانت منعطفًا مهمًا في تاريخ الحراك، حيث تزاوجت المطالب السياسية مع الوعي الرقمي والرفض الشعبي المنهج، مما أسهم في تشكيل معادلة احتجاجية جديدة، عمادها المواطن الواعي، والساحة الرقمية كأداة مركزية للتنظيم، والرفض السياسي كخطاب مهيم.
- في مثال ذلك عن التهميش السياسي نذكر ما يلي:

وكيل الجمهورية بمحكمة سيدي محمد الذي وقف مع شباب الحراك وطلب بالبراءة لشباب الحراك تم تحويله من العاصمة إلى وادي سوف..كاين خلل فالقضاء



Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يعتمد المنشور على محتوى نصّي توثيقي، يصف توقيف شاب من الحراك وتحويله قضائيًا من العاصمة إلى وادي سوف خلال إجراءات النيابة، دون دعم بصري. يُبرز النص الحدث بشكل موضوعي، ما يمنحه صبغة حقوقية وقضائية، ويحول المنشور إلى أداة رقمية لتوثيق الانتهاكات أو الإجراءات المتخذة ضد نشطاء الحراك. أظهر التحليل الرقمي أن المنشور حظي بتفاعل مرتفع، حيث سجل 590 تعليقًا و161 مشاركة، بمجموع تفاعلات بلغ 3,377، ومعدل تفاعل لكل ألف متابع 1.12، ما يجعله من أعلى المنشورات تفاعلًا بين كل المنشورات المحلّلة. ويعكس غلبة التعليقات على المشاركات رغبة الجمهور في النقاش وتبادل الرأي حول القضايا الحقوقية والقانونية المرتبطة بالحراك، ما يدل على حساسية الجمهور الرقمي لمثل هذه المواضيع وارتفاع اهتمامه بها.

«يُظهر هذا المنشور أن المحتوى النصّي السياسي والقانوني، حتى دون دعم بصري، يمكن أن يحقق أعلى مستويات التفاعل الرقمي، لا سيما إذا كان مرتبطًا بقضايا حقوقية أو انتهاكات واضحة. كما يدل معدل التفاعل المرتفع على الانخراط العاطفي والفكري للجمهور الرقمي تجاه الأحداث القانونية المرتبطة بالحراك الشعبي، ما يجعل هذا النوع من المنشورات من أكثر المحتويات تأثيرًا في التعبئة الرقمية والنقاش العام حول الحراك الشعبي الجزائري».

ث- أنواع المطالب الاحتجاجية كما عكستها منشورات الصفحة بعد الحراك الشعبي (بعد الأزمة)

الجدول رقم 97 يبين مطالب الاحتجاجات بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	المطالب
التكرار		
50,91%	645	مقاطعة الانتخابات (لا للانتخابات)
0,63%	8	فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة
12,71%	161	تنحية رموز الفساد (العصابة)
3,55%	45	حقوق اجتماعية، اقتصادية... الخ
1,97%	25	الإفراج عن معتقلي الحراك وسجناء الرأي
30,23%	383	لم يرد فيها مطالب
100%	1267	المجموع

تكشف نتائج الجدول (97) عن تصدّر مطلب "لا للانتخابات مع العصابات" بنسبة 50,91% (645 تكراراً)، ما يعكس بشكل صريح موقف الحراك الشعبي والقاعدة الرقمية المرافقة له، التي رفضت انتخابات 12 ديسمبر 2019 باعتبارها وسيلة لإعادة إنتاج النظام السابق بوجوه جديدة. وقد تجسّد هذا الموقف في منشورات متعددة، أبرزها ما ورد في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، حيث نشرت الصفحة عبارة: "صندوقكم لا يمثلنا... الشرعية تُؤخذ من الشارع لا من صناديق مشبوهة"، مع توثيق صور وفيديوهات لمراكز انتخابية مغلقة ومواطنين يرفعون شعارات مثل "لا للانتخابات مع العصابات"، في ولايات مثل بجاية، تيزي وزو، العاصمة، عنابة.

أما المرتبة الثانية، فقد شغلها تصنيف "منشورات لا تتضمن حلولاً" بنسبة 30,23% (383 تكراراً)، والتي تُترجم التحوّل من مرحلة التفاوض إلى مرحلة الرفض الصامت والمستمر. إن غياب الحلول في الخطاب لا يعني غياب الرؤية، بل يشير إلى انسداد الأفق السياسي الذي فرضه تعتّت السلطة، ما دفع بالحراك إلى الاكتفاء برفض الواقع بدل تقديم بدائل. وقد عكست الصفحة هذا التوجّه في منشوراتها، على غرار ما جاء في منشور الجمعة الأربعون (22 نوفمبر 2019):

"لا تفاوض من لا يعترف بنا. الصوت للشارع، لا للصالحونات"، ما يدل على غياب الثقة في جدوى الحوار الذي كان في تلك الفترة محصوراً في لجان تفتقر للشرعية الشعبية، مثل لجنة كريم يونس. في المقابل، برز مطلب تنحية رموز الفساد (رحيل العصابة) بنسبة 12,71 % (161 تكراراً)، ما يبرز البعد الأخلاقي في الخطاب الاحتجاجي الرقمي، حيث لم يكن الهدف فقط تغيير الواجهة السياسية، بل تطهير الدولة من شبكة الفساد السياسي والمالي. وقد تجلّى هذا في منشورات متعددة، منها ما نُشر يوم الجمعة التاسعة والثلاثون (15 نوفمبر 2019).

"لا عدالة انتقالية دون محاسبة العصابة... التغيير لا يكون بالتبويض"، مرفقاً بصور لمسؤولين سابقين يُطالب المحتجون بمحاكمتهم أو استبعادهم من الحياة السياسية. أما المطالب الاجتماعية والاقتصادية فمثّلت نسبة ضعيفة (3,55%)، ما يؤكد أن الأولوية خلال هذه المرحلة كانت للمطالب ذات الطابع السياسي والمؤسسي، في ظل إدراك متزايد لدى المواطنين أن الإصلاح الاقتصادي لا يمكن فصله عن التغيير الجذري في بنية النظام السياسي. وقد أشارت الصفحة إلى ذلك ضمناً في منشورات مثل: "لا خبز دون كرامة... ولا تنمية في ظل العصابة"، وهو شعار تكرر في منشورات الجمعة الحادية والأربعين والثانية والأربعين.

فيما جاءت المطالب الخاصة بالإفراج عن معتقلي الحراك وسجناء الرأي بنسبة 1,97 % (25 تكراراً)، وهي نسبة توحى بأن هذه القضية لم تكن مركزية في الخطاب الرقمي رغم رمزيته. ورغم قلة التكرار، إلا أن الصفحة سلّطت الضوء عليها في محطات دقيقة، مثل منشور الجمعة الثالثة والأربعين (13 ديسمبر 2019)، الذي حمل عبارة:

"لا انتخابات والحرائر والاحرار خلف القضبان"، في إشارة إلى اعتقال وجوه معروفة من نشطاء الحراك. أخيراً، يظهر مطلب فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة بنسبة ضئيلة جداً 0,17 % (تكرارين فقط)، ما يعكس الانهيار الكامل للثقة السياسية وغياب أي أفق للتفاوض في نظر المحتجين. ويعود هذا العزوف إلى رؤية جماعية مفادها أن السلطة اختارت طريق الحسم الانتخابي المنفرد، دون أخذ الحراك كمكوّن شرعي في الحساب. وقد لخصت الصفحة ذلك في منشور لاذع: "لا حوار مع سلطة تسدّ أذنيها وتفتح فقط صندوقها".

تبرز من خلال هذه النتائج طبيعة الخطاب الاحتجاجي الرقمي خلال المرحلة الانتقالية لما بعد الحراك، حيث تركز حول رفض المسار الانتخابي، والتشكيك في شرعية العملية السياسية الرسمية، والمطالبة بالمحاسبة والتغيير الجذري. في المقابل، تراجعت خطابات التسوية والتهدئة، ما يعكس تطوراً في وعي الجمهور الرقمي الذي أصبح أكثر تشككاً في المبادرات الرسمية وأكثر تمسكاً بالمطالب السيادية للشارع.

مثال ذلك عن الإفراج عن معتقلي الحراك وسجناء الرأي:

المطالبة نور الهدى عتادي بعد خروجها من السجن في تلمسان... الحمد لله



Interactions

1,1k

Interactions per 1k

Fans
0,36

Interactions



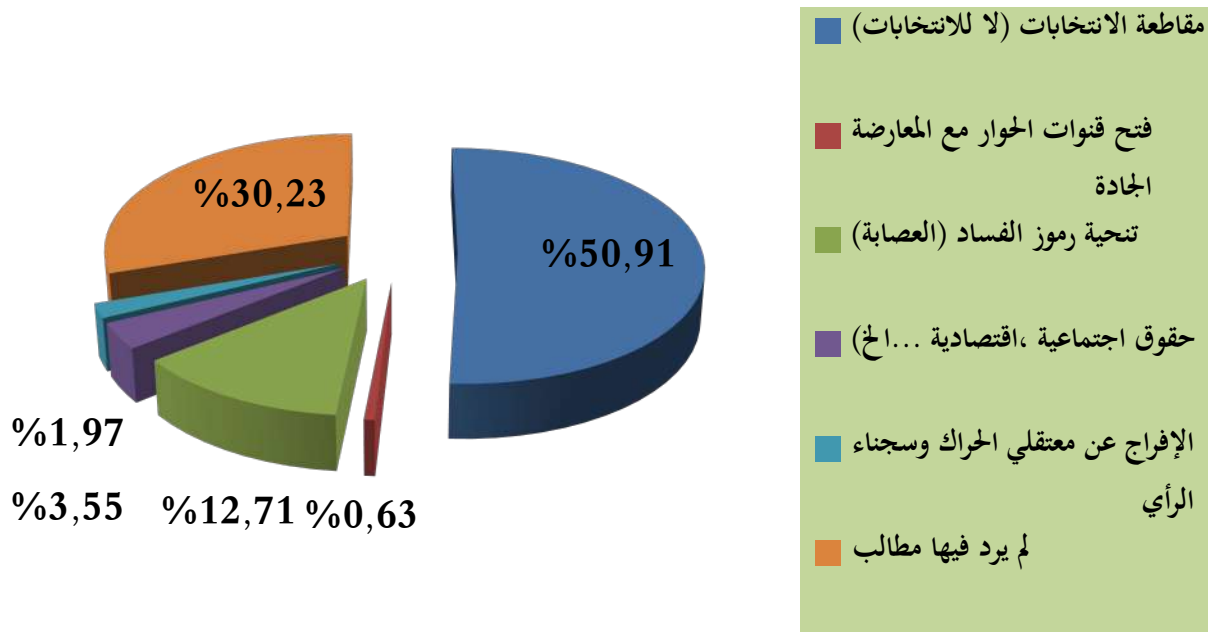
Comments	43
Shares	24
Total Interactions	1 079

Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

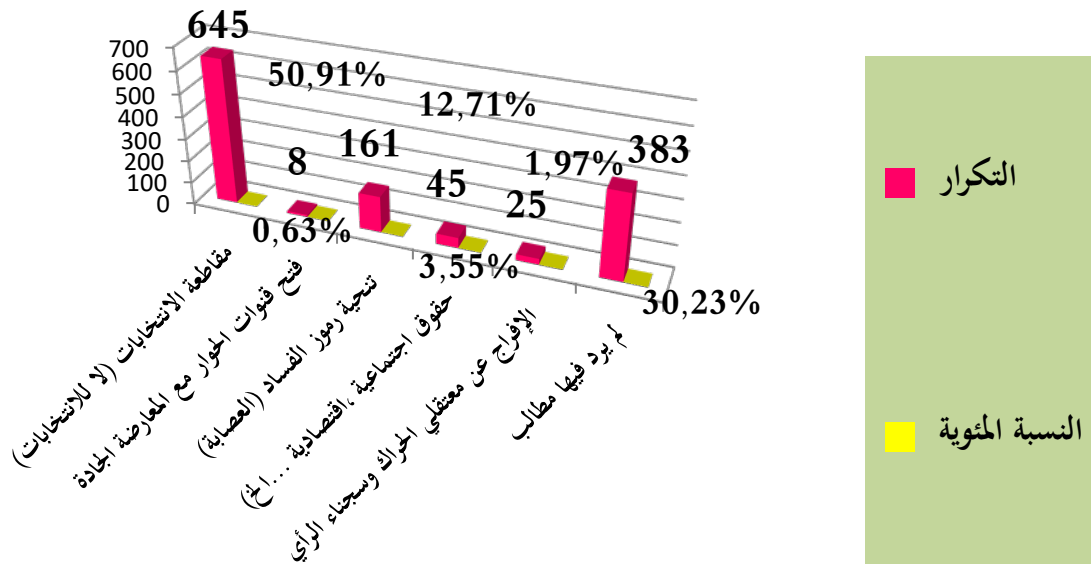
socialbakers

تعتمد الصورة على لحظة إنسانية مؤثرة تظهر المجاهدة نورة الهدى عتادي بعد خروجها من السجن في فرنسا، ما يمنحها قوة عاطفية عالية تعكس الكرامة والفخر والتضحية. يرتبط المحتوى بالسياق النضالي الوطني والتاريخي للجزائر، ويعزز الهوية الوطنية والذاكرة الجماعية، كما يحمل بعداً سياسياً ضمنياً من خلال المقارنة بين رموز الكرامة والنضال وبين الواقع السياسي الحالي. أظهر التحليل الرقمي أن المنشور حظي بـ 43 تعليقاً و24 مشاركة، بإجمالي تفاعلات بلغ 1,079، ومعدل تفاعل لكل 1,000 متابع 0.36، ما يشير إلى تأثيره العاطفي الواضح، رغم ضعف الحث على المشاركة السياسية المباشرة.

«تُظهر هذه الصورة أن المحتوى الرمزي والوجداني، المرتبط بالذاكرة الوطنية والشخصيات التاريخية، يحقق تأثيراً رقمياً معتدلاً نسبياً، حيث يحفز التعاطف والنقاش العاطفي أكثر من نشر الرسائل السياسية أو الحشد المباشر. يمكن تصنيف هذا النوع من المنشورات ضمن المحتويات التي تعزز الوعي التاريخي والوطني، وتستهدف الانخراط العاطفي للجمهور الرقمي، دون أن تكون الأكثر تأثيراً من حيث التفاعل العددي مقارنة بالمحتوى المرتبط بالحراك الشعبي المباشر أو بالانتهاكات القانونية الحالية».



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020



رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020

الجدول رقم 98 يبين مطالب الاحتجاجات بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	الجمعات		مقاطعة الانتخابات (لا للانتخابات)	مقاطعة الانتخابات معارضة الجادة	فتح قنوات الحوار مع (العصابة)	تنحية رموز الفساد (العصابة)	اقتصادية... (الخ) حقوق اجتماعية	الحراك وسجناء الرأي الإفراج عن معتقلي	لم يرد فيها مطالب	الجموع	
	ن	ش	ن	ش	ن	ش	ن	ش	ن	ش	ن
15 نوفمبر 2019	39	272	22,17%	0	0%	37,27%	2	0	17,49%	21,47%	272
22 نوفمبر 2019	40	20	2,48%	0	0%	1,24%	0	0	0,52%	1,58%	20
29 نوفمبر 2019	41	345	34,11%	0	0%	24,84%	29	0	14,62%	27,23%	345
06 ديسمبر 2019	42	381	25,74%	0	0%	11,80%	3	0	50,39%	30,07%	381
16 ديسمبر 2019	43	143	15,50%	2	25,00%	2,48%	0	0	9,66%	11,29%	143
	44	34	0%	0		3,73%	6	0	5,74%	2,68%	34
27 ديسمبر 2019	45	17	0%	3	37,50%	4,35%	0	7	0%	1,34%	17
03 جانفي 2020	46	12	0%	0	0%	3,73%	0	5	0,26%	0,95%	12
		1									
		20%									

10 جانفي 2020	47	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	1,86%	4	8,89%	4	%16	1	0,26%	12	0,95%
17 جانفي 2020	48	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	5	3,11%	0	0,00%	5	%20	1	0,26%	11	0,87%
7 فيفري 2020	51	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	9	5,59%	0	0,00%	4	%16	1	0,26%	14	1,10%
21 فيفري 2020	52	0	0,00%	3	37,50%	0	0,00%	0	0,00%	1	2,22%	0	0,00%	2	0,52%	6	0,47%
الاجمالي	645	8	%50,91	0,63%	161	%12,71	45	3,55%	25	%1,97	383	30,23%	1267	%100			

تكشف بيانات الجدول (98) عن دينامية خطابية واضحة في الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما بعد الحراك الشعبي، تجسّدت أساساً في المطالبة الصريحة بـ "رفض الانتخابات الرئاسية" المقررة في 12 ديسمبر 2019، وهو المطلب الذي تصدر أولويات المنشورات بنسبة 50,91 %، بمجموع 645 تكراراً، وتحديداً في الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019) التي سجلت نسبة 34,11 % من هذا المطلب، ما يعكس التصاعد الواضح في الخطاب الرافض للمسار الانتخابي. وقد حملت منشورات تلك الجمعة لهجة حادة، إذ ورد فيها:

"نعم سننتخب من أجل استمرار معاناة خاوتك الزوالية... من أجل استمرار الفساد ونهب المال العام"، وهي صيغة تهكمية تحوّلت إلى خطاب تعبوي ضد التصويت، يكشف عن درجة الوعي السياسي المتزايد لدى الجمهور الرقمي ورفضه للشرعية الشكلية التي حاول النظام فرضها عبر صناديق الانتخابات.

أما المنشورات التي لم تتضمن مطالب مباشرة فقد شكّلت نسبة 30,23 % (383 تكراراً)، وتصدرتها الجمعة الثانية والأربعون (6 ديسمبر 2019) بنسبة 50,39 %، ما يشير إلى تركيز الصفحة في تلك الفترة على تغطية الحراك ميدانياً ونقل صور الحشود والمظاهرات دون الحاجة إلى إعادة تكرار نفس المطالب التي باتت معروفة ومفروغاً منها. هذا النمط من النشر يعكس تحوّلاً من "التوجيه المباشر" نحو "التوثيق التعبوي"، ويخدم استراتيجية التأطير البصري للحشد الجماهيري، خصوصاً مع اقتراب موعد الانتخابات ومحاوله السلطة تمريرها كخيار أوحده.

وفي المرتبة الثالثة، جاء مطلب تنحية رموز الفساد (العصابة) بنسبة 12,71 %، بمجموع 161 تكراراً، تصدرته أيضاً الجمعة الواحدة والأربعون، ما يعكس تلازم الخطابين: رفض الانتخابات والمطالبة بتطهير النظام. وقد وردت عبارات مباشرة في منشورات تلك الفترة مثل:

"رحيل بقايا بوتفليقة... رحيل بدوي وحكومته"، وهو ما يعكس ربطاً واعياً بين الفساد السياسي وغياب شروط التغيير الحقيقي، حيث لا يُمكن تحقيق انتقال ديمقراطي في ظل بقاء نفس الوجوه التي كانت جزءاً من منظومة الحكم السابقة.

أما المطالب ذات الطابع الاجتماعي والاقتصادي فلم تتجاوز نسبة 3,55 % (45 منشوراً)، ورغم تواضعها، إلا أن الجمعة الواحدة والأربعين سجلت النسبة الأعلى منها (64,44%) هذا يؤكد أن المطالب الاقتصادية لم تكن أولوية خلال المرحلة، إذ كان تركيز المحتوى على القضايا السيادية (الشرعية، التغيير، العدالة). ومن الأمثلة الالفتة في هذا السياق منشور يقول:

"لا خبز دون كرامة، ولا تنمية في ظل العصابة"، ما يعكس تماهي المطالب الاجتماعية مع السياسية ضمن رؤية شمولية للتغيير.

فيما يتعلق بمطلب الإفراج عن معتقلي الحراك وسجناء الرأي، فقد جاء بنسبة 1,97 % فقط، وتصدرته الجمعة الخامسة والأربعون (27 ديسمبر 2019) بنسبة 28 %، وهي الفترة التي شهدت تزايداً في التضيق الأمني واعتقالات عشوائية، مما أعاد ملف السجناء إلى الواجهة. وقد نشرت الصفحة حينها دعوات تحت وسم: "الحرية لكل معتقلي الرأي... السلمية ليست جريمة"، في محاولة لإعادة تعبئة الرأي العام حول قضية الحقوق المدنية والحريات الأساسية.

أخيراً، جاء مطلب فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة بنسبة 0,63 % فقط، وهو ما يعكس محدودية هذا الطرح في الخطاب العام. رغم ذلك، ظهر بشكل واضح في الجمعة الثالثة والأربعين (13 ديسمبر 2019)، قبل يوم واحد من الانتخابات، حيث نشرت الصفحة اقتراحاً مفاده:

"حوار حقيقي شامل مع رئاسة الجمهورية من أجل الخروج بحلول ترضي الجميع، وخصوصاً الشعب"، مع ذكر أسماء شخصيات نزيهة تمثل الحراك. ومع ذلك، فإن هذا المطلب لم يكن يحظى بزخم كبير، بسبب تآكل الثقة في مؤسسات الدولة آنذاك، واعتبار أي مبادرة حوار محاولة لامتنصاع الغضب الشعبي لا أكثر. وبالرجوع إلى منشورات الجمعيات المذكورة (من الجمعة 39 إلى 45)، نلاحظ أن الصفحة تبنت خطاباً احتجاجياً واضحاً ومتدرجاً في حدّته، مرّ من التعبئة السلمية إلى الرفض الصريح ثم إلى الهجوم الرمزي على رموز

السلطة، دون الانزلاق إلى العنف. كما حرصت الصفحة على تضمين مقترحات إصلاحية في بعض المنشورات، مثل الدعوة إلى:

- تشكيل هيئة مستقلة فعلية للإشراف على الانتخابات.
- فتح الإعلام العمومي أمام كافة التيارات.
- إطلاق سراح السجناء السياسيين كبادرة حسن نية.

ورغم هذه الطروحات، بقي الشارع الرقمي . كما توثقه الصفحة . متمسكًا بخيار المقاطعة ومطلب القطيعة الكاملة مع النظام القديم، وهو ما بلغ ذروته في الجمعة الثانية والأربعين (06 ديسمبر 2019)، حين شهدت الجزائر مسيرات ضخمة، قابلتها السلطات بقمع واضح، وحصار أمني على العاصمة، مما عزز قناعة الحراك بأن الانتخابات لن تؤسس لشرعية جديدة بل ستكرّس الاستمرارية.

تعكس مطالب الصفحة خلال هذه المرحلة مزاجًا احتجاجيًا عاليًا، تحكمه قناعة بأن كل الحلول المطروحة من قبل السلطة مجرد "ترقيعات ظرفية". كما توضح أن الجمهور الرقمي لم يكن ساذجًا أو عاطفيًا، بل كان واعيًا بحجم الرهانات السياسية، ومتمسكًا بأهدافه الجوهرية: **القطيعة مع النظام، والمحاسبة، والشرعية الشعبية**. ومقابل هذا، ظلت محاولات السلطة للدفع نحو المسار الانتخابي تواجه جدارًا من الرفض الشعبي، وثقت هذه الصفحة بمحتوى رقمي تعبوي تحوّل إلى "ذاكرة احتجاجية" حية.

مثال المطالبة بتنحية رموز الفساد (العصابة) نجد المنشور التالي:

مداخلات النواب النارية هذه الأيام ☹️ منين قربت نهايتهم رجعو سبوعاً و ينكلمو كأنهم مع الشعب 🙏 ياو تتخاو قاع مانسيناش المنكر لي درنوه فالشعب و البلاد مع بونفليقة
Dégage



Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يعتمد المنشور على نص ساخر باللهجة الجزائرية ينتقد السياسيين بشكل مباشر ويشير إلى "الوجوه النارية" وعودة رموز قديمة للنظام، مع اختتام بـ "Dégage"، وهو شعار مركزي في الحراك الشعبي. استخدام اللغة العامية والفكاهة السوداء يعزز قوة الرسالة التعبوية ويجعلها أقرب للجمهور. أظهر التحليل الرقمي أن المنشور حقق 150

تعليقًا و197 مشاركة، بإجمالي تفاعلات بلغ 1,945، ومعدل تفاعل لكل 1,000 متابع 0.64، ما يعكس تفاعلًا مرتفعًا نسبيًا، مع ميل الجمهور إلى نشر الرسالة على نطاق واسع والنقاش حول محتواها.

«يُبرز هذا المنشور أن المحتوى النصي الساخر باللهجة المحلية قادر على تحقيق تفاعل رقمي قوي، خصوصًا من خلال المشاركات والنقاشات، كما أنه يعكس قدرة الفكاهة والسخرية على التعبئة الشعبية والسياسية. يمكن اعتباره مثالًا ناجحًا على استخدام اللغة المحلية والتهكم لتعزيز رفض شرعية الطبقة السياسية المستهدفة وإيصال الرسائل الاحتجاجية بشكل فعال، دون الحاجة إلى محتوى بصري، ما يؤكد أهمية النصوص التعبوية في الحراك الرقمي الجزائري».

08. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة

الجدول رقم 99 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	نوع الأطراف التكرار
9,15%	115	أطراف رسمية حكومية
3,50%	44	الإعلاميين
0,72%	9	أطراف من قطاع التربية
0,16%	2	أطراف من قطاع الصحة
85,76%	1078	أطراف من المجتمع المدني
0,24%	3	رجال القانون
0,48%	6	ناشطين سياسيين
100%	1257	المجموع

تعكس نتائج الجدول (99) هيمنة المجتمع المدني على الخطاب الرقمي للصفحة المدروسة، حيث مثّلت المنشورات المتعلقة به 85,76 % من مجموع المحتوى (1078 تكراراً)، ما يدل على تصوّر الصفحة للشارع كمصدر للشرعية السياسية ومركز ثقل الفعل الاحتجاجي. هذا التوجه التحريري يُبرز رغبة واضحة في إعادة تشكيل موازين القوى الرمزية بعد الحراك، بحيث لا تعود السلطة حكراً على المؤسسات السياسية، بل تُعاد إلى المواطن. وقد بدا ذلك جلياً في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، حيث نشرت الصفحة مقاطع توثق رفض المواطنين في ولايات متعددة، منها قسنطينة وتيزي وزو وسيدي بلعباس، لإقامة مراكز اقتراع، مرفقة بتعليقات مثل: "لا شرعية لصندوق يُبنى على التجاهل"، و"نصنع القرار في الشارع، لا في المكاتب".

في المرتبة الثانية، برزت **شخصيات سياسية وطنية فاعلة** بنسبة 9,15 % (115 تكرارًا)، معظمها تمحور حول رفض هذه الشخصيات الترشح أو المشاركة في مسار الانتخابات التي دعت إليها السلطة في 12 ديسمبر 2019. وقد أُبرزت تصريحات أمثال مولود حمروش وطالب الإبراهيمي وأحمد بن بيتور، باعتبارهم شخصيات توافقية تحظى بمصداقية لدى الحراك، ورفضهم الترشح عُرض كدليل على عزلة السلطة السياسية. وشاركت الصفحة مقاطع من تصريحاتهم أو مقتطفات منها مثل: "لا يمكن الذهاب إلى انتخابات في غياب الثقة واندساد الأفق السياسي"، مرفقة بتعليقات تعبر عن دعم الخط التحريري لمواقفهم.

كما لعب بعض **رؤساء البلديات**، خاصة في منطقة القبائل الكبرى (بجاية، تيزي وزو، البويرة)، دورًا رمزيًا مهمًا، حيث رفضوا تنظيم الانتخابات في بلدياتهم. وأبرزت الصفحة مواقف حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية (RCD)، الذي دعا علنًا إلى مقاطعة الاستحقاقات، ونشرت صورًا لمقرات بلديات مغلقة ولافتات كتب عليها: "لا للمهزلة الانتخابية"، ما يعكس انخراطًا مباشرًا للسلطات المحلية في دعم مطالب الحراك.

أما **الإعلاميين**، فقد مثلوا نسبة 3,50 % (44 تكرارًا)، وتم توظيفهم كأطراف فاعلة في الصراع الرمزي، حيث أبرزت الصفحة ما يتعرض له الصحفيون من رقابة وتضييق. مثال ذلك منشور الجمعة 15 نوفمبر 2019 (الجمعة التاسعة والثلاثون)، حيث دعى الصحفي خالد درارني إلى تغطية جماعية للحراك، وجاء في المنشور 60: "صحفيًا في الميدان لكسر الرقابة". هذا يعكس أن الصفحة لم تكن فقط فضاءً لنقل المعلومة، بل شاركت في دعم المبادرات المهنية التي تتقاطع مع مطالب الحراك.

في المقابل، تُظهر الفئات الأخرى، كقطاع التربية (0,72%)، والناشطين السياسيين (0,48%)، ورجال القانون (0,24%) وقطاع الصحة (0,16%)، نسبةً ضعيفة تعكس هامشية تأثيرها في الخطاب الرقمي، أو ضعف مشاركتها الرمزية في تلك المرحلة من الحراك. ومع ذلك، لم تغب تمامًا، بل حضرت من خلال مداخلات محدودة، مثل منشور رجل القانون رضا دغبار في الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019)، الذي قدّم نقدًا لاذعًا لطريقة تعاطي السلطة مع تقرير البرلمان الأوروبي، قائلاً: "الرد لم يكن دبلوماسيًا بل تهريجيًا... وكأن السلطة تُخرج مسرحية سيئة لتبرير خيار انتخابي مرفوض شعبيًا". هذا يعكس محاولة الصفحة إدخال أصوات تحليلية تعزز من مصداقية الطرح الرافض للمسار الرسمي.

تُبرز هذه النتائج أن الصفحة تبنت بوضوح خطابًا يُجسد الفعل الجماهيري ويمنح أولوية رمزية للمجتمع المدني على حساب السلطة، مع توظيف محدود لكن نوعي للنخب الوطنية الرافضة لخيار السلطة، وتقديم الإعلاميين كطرف

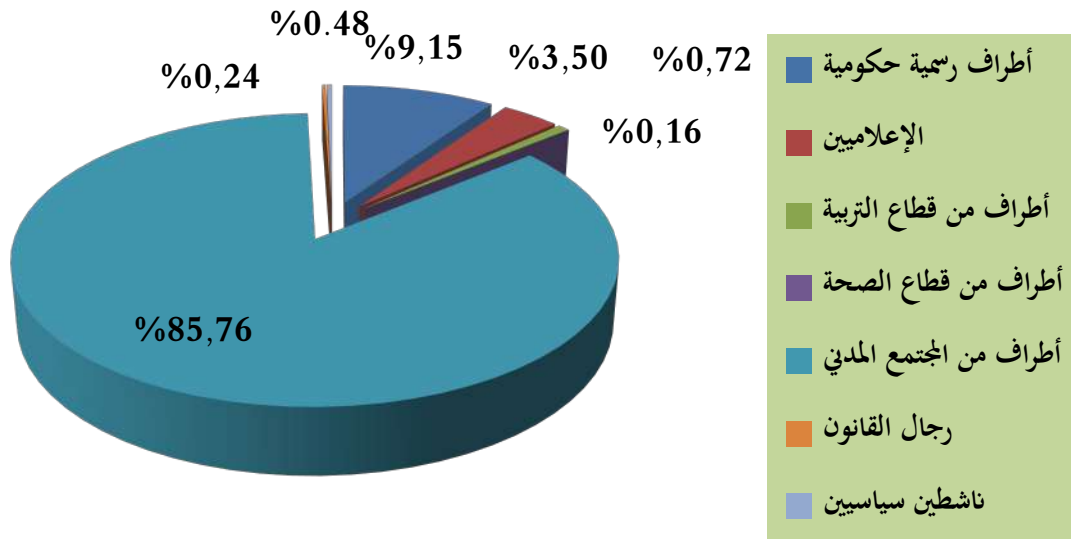
مهني محاصر ضمن معركة الرموز. هذا التوجه ينسجم مع طبيعة الحراك كحركة أفقية، لا تقودها نخب تقليدية، بل يفرضها الشارع ويعيد تعريف من له الحق في الكلام والتمثيل داخل الفضاء العمومي الرقمي.

مثال ذلك نجد المنشور التالي:

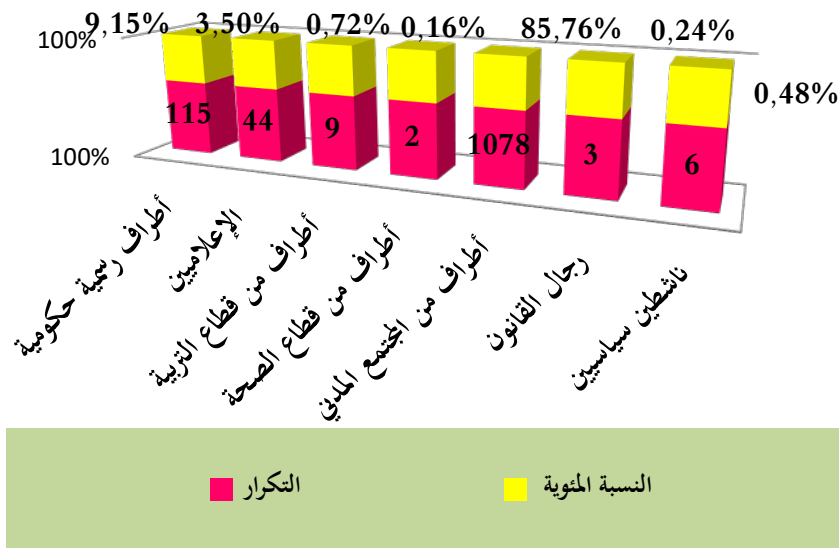


تعكس الصورة رمزية العودة والاحتفاء بشخصية سياسية معارضة (لويزة حنون) بعد الإفراج عنها، مع غياب نص مفسر. يظهر التفاعل الرقمي أن المتابعين أبدوا اهتمامًا وجدانيًا كبيرًا، حيث بلغ عدد التعليقات 565 مقابل 45 مشاركة، بإجمالي 2,225 تفاعل، ومعدل 0.74 لكل 1,000 متابع. يشير هذا التفاوت بين التعليقات والمشاركات إلى أن التفاعل كان شخصيًا وعاطفيًا، مع ميل المتابعين للنقاش والتعبير عن مشاعرهم تجاه الحدث أكثر من المشاركة الدعائية.

«توضح هذه الحالة أن الصور المرتبطة بالشخصيات السياسية المعارضة والبعد الرمزي يمكن أن تحفز تفاعلًا وجدانيًا كبيرًا لدى الجمهور الرقمي، حتى دون نص مفسر، كما تعكس قوة الصورة في ترسيخ لحظة رمزية في الذاكرة الجماعية المرتبطة بالحراك الشعبي. بالتالي، يعتبر هذا المنشور مثالًا على فاعلية المحتوى البصري العاطفي في إثارة نقاش شعبي وتحفيز التفاعل اللفظي على منصات التواصل الاجتماعي».



رسم توضيحي خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 100 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

١٠ جانفي ٢٠٢٠	٠٣ جانفي ٢٠٢٠	٢٧ ديسمبر ٢٠١٩	٢٠ ديسمبر ٢٠١٩	١٦ ديسمبر ٢٠١٩	٠٦ ديسمبر ٢٠١٩	٢٩ نوفمبر ٢٠١٩	٢٢ نوفمبر ٢٠١٩	١٥ نوفمبر ٢٠١٩	الجماعات	
٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩		
٠	٠	٠	٠	١١	٤٠	٣٤	٣	٢١	حكومية	
٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠		
٠	٠	٠	١	٥	٢٧	٤	٣	٤	أطراف رسمية	
٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠		
الإعلاميين		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	قطاع التربية	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
أطراف من		٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	٠,٠٠	قطاع الصحة	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
أطراف من		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الاجتماع المدني	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
أطراف من		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	القانون	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
رجال		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	سياسيين	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
ناشطين		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الاجمعي	
		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
٧	١٢	١٣	٣٦	١٤٧	٣٧٢	٣٤٥	٢٢	٢٧٣		
٠,٥٦	٠,٩٥	١,٠٣	٢,٨٦	١١,٦٩	٢٩,٥٩	٢٧,٤٥	١,٧٥	٢١,٧٢		

100%	0,48%	1,03%	0,88%
1257	6	13	11
0,48%	16,67%	0,00%	0,00%
6	1	0	0
0,24%	0%	0%	0%
3	0	0	0
85,76%	28%	21%	2%
1078	3	13	11
0,16%	100%	0%	0%
2	2	0	0
0,72%	0,00%	0,00%	0,00%
9	0	0	0
3,50%	0,00%	0,00%	0,00%
44	0	0	0
9,15%	0,00%	0,00%	0,00%
115	0	0	0
المجموع	52	51	48
	21 فيفري 2020	7 فيفري 2020	17 جانفي 2020

تُظهر نتائج الجدول رقم (100) أن الصفحة المدروسة ركزت بشكل لافت على المجتمع المدني كفاعل محوري في الخطاب، حيث استأثرت المنشورات المتعلقة به بنسبة 85,76 % (1078 تكرارًا)، وهو ما يُعبر عن توجه تحريري واضح يُعلي من صوت الشارع ويراه الفاعل الأساسي في مسار التغيير بعد الحراك الشعبي. ويزر هذا الطابع بوضوح خلال الجمعة الثانية والأربعين (06 ديسمبر 2019)، التي تزامنت مع آخر جمعة قبل الانتخابات الرئاسية، حيث كثفت الصفحة من منشوراتها التي تُبرز حضور المجتمع المدني عبر صور لمظاهرين في مختلف الولايات، وشعارات مثل: "صوت المواطن أقوى من صندوق مفبرك"، "الشعب يُراقب لا يُراقب". هذا التركيز يعكس استراتيجية تواصلية تهدف إلى إعادة تموضع القوة الرمزية في يد المواطن بدل السلطة التقليدية.

في المقابل، لم تحظ الأطراف الرسمية والحكومية سوى بنسبة 9,15 % (115 تكرارًا)، رغم حضورها المكثف في الأحداث، ويعود ذلك إلى طبيعة التوظيف الذي اتخذ طابعًا نقديًا أو تحكيميًا أكثر من كونه تغطية محايدة. ويلاحظ أن الصفحة كانت تتعامل مع السلطة من زاوية نقدية، خصوصًا في سياق الانتخابات الرئاسية التي أعلنتها السلطة المؤقتة بقيادة عبد القادر بن صالح في 15 سبتمبر 2019، والمزمع إجراؤها في 12 ديسمبر 2019. خلال الجمعة الثانية والأربعين، تضاعف المحتوى الذي يسخر من مشاهد الترويح الانتخابي، إذ نشرت الصفحة مقاطع ساخرة من المسيرات المؤيدة المهجورة، مقارنةً بمسيرات الرفض التي غصت بها الساحات، مع تعليق يقول: "هم مع الصناديق، ونحن مع الحقيقة".

أما الإعلاميون فكانوا الطرف الثالث في ترتيب التوظيف بنسبة 3,5 % (44 تكرارًا)، وغالبًا ما تم عرضهم كضحايا للرقابة، خصوصًا في ظل التضييق الممنهج على تغطية الحراك من قبل الإعلام الرسمي. وقد برز هذا التوظيف خلال الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019)، حيث شاركت الصفحة نداء الصحفي خالد درارني، الذي دعا لتغطية جماعية للحراك كنوع من المقاومة المهنية ضد الرقابة، قائلاً: "نرحب بكل من يريد الالتحاق بنا... نريد أن نُظهر للسلطة أن الصحفي لا يرفض التغطية بل يُمنع منها". هذا الخطاب يندرج ضمن

ما يمكن وصفه بـ"الاحتجاج المؤسسي من داخل المهنة"، ويُسهم في تعزيز السردية الداعمة لحرية التعبير التي تبنتها الصفحة.

من جهة أخرى، جاءت أطراف من قطاع التربية بنسبة ضعيفة (0,72%)، تزامناً مع انخراط محدود نسبياً للمعلمين والطلاب في المشهد الرقمي للخطاب، رغم مشاركتهم الفعلية في الميدان. بينما شكّلت مساهمات الناشطين السياسيين ورجال القانون نسباً هامشية (0,48% و 0,24% على التوالي)، لكنها كانت نوعية من حيث المضمون. ففي الجمعة الواحد والأربعين (29 نوفمبر 2019)، نشرت الصفحة تحليلاً مطوّلاً لرجل القانون رضا دغبار، ينتقد فيه ردّ فعل السلطة تجاه قرار البرلمان الأوروبي بشأن الحريات في الجزائر، بأسلوب ساخر وتحليلي في آنٍ معاً، قائلاً: "المسرحية تنقصها الحنكة، والإخراج كان سيئاً، وكأن الغاية ليست الردّ بل تدمير دعم للسلطة في انتخابات 12 ديسمبر". هذا النوع من الخطاب يُعطي الصفحة مصداقية تحليلية رغم قلة توظيف المصادر المتخصصة.

وفي ذات السياق، تجدر الإشارة إلى البيان الذي أصدرته حركة الإرادة الشعبية الجزائرية خلال جمعة الـ 41 بتاريخ 1 ديسمبر 2019، والذي أكّد على استمرار المطالب الشعبية بضرورة الانتقال الديمقراطي ورفض كل أشكال الالتفاف على الإرادة العامة. وقد مثّل هذا البيان محطة مهمّة في مسار الحراك، لما تضمنه من رؤية سياسية تعكس وعياً جماعياً ورغبة واضحة في بناء دولة القانون. (أنظر الملحق رقم 40).

وفي الجمعة الموالية، جمعة الـ 42، صدر بيانٌ ثانٍ وقّعت عليه عشرون شخصية وطنية معروفة، تناولت فيه الوضع الراهن الذي كانت تمرّ به البلاد آنذاك. وقد دعا البيان رقم (2) إلى التمسك بالسلمية، والحفاظ على وحدة الصف، والشروع في إصلاحات حقيقية تضمن الانتقال نحو مؤسسات شرعية تعبّر بالفعل عن تطلعات الجزائريين. هذا التفاعل من الشخصيات الوطنية أضفى بعداً سياسياً إضافياً للحراك، وأظهر الالتقاء بين إرادة الشعب ومواقف النخب الوطنية في تلك المرحلة الدقيقة. (أنظر الملحق رقم 41-42).

من اللافت أيضاً غياب أي توظيف لقطاع الصحة، رغم أهمية هذا القطاع في مرحلة ما بعد الحراك، وهو ما يُفسّر إما بإستراتيجية تحريرية تتجنب المواضيع الحساسة خارج نطاق السياسي، أو بضعف مساهمة هذا القطاع في التعبئة الرقمية.

في المحصلة، يُبرز توزيع الأطراف في المنشورات أن الصفحة تموضع نفسها كمنصة مدنية تعبر عن صوت الجماهير وتتبنى خطاباً نقدياً تجاه السلطة، مع دعم جزئي للفاعلين الإعلاميين والحقوقيين. وتكشف هذه النتائج عن توازن نسبي في بناء الخطاب الاتصالي، حيث تم التركيز على الفاعلين الميدانيين لا المؤسسات الرسمية، وهو ما يعكس طبيعة الحراك ذاته كحركة أفقية غير مؤطرة تنظيمياً، وكذلك يعكس رغبة الصفحة في إعادة إنتاج الفضاء العمومي الرقمي كمبر للمجتمع بدل الدولة.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

الجدول رقم 101 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التكرار	المصادر	عدد المنشورات	نسبة مئوية
	مصادر إعلامية وطنية	159	12,65%
	مصادر إعلامية دولية	1	0,08%
	من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)	55	4,38%
	مصادر رسمية	104	8,27%
	مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)	28	2,23%
	بدون مصادر	910	72,39%
	المجموع	1257	100%

تُظهر نتائج الجدول رقم (101) أن الصفحة اعتمدت بنسبة كبيرة على إنتاج مضمون خاص (ذاتي)، دون الرجوع إلى مصادر خارجية، بنسبة بلغت 72,39 % (910 تكرارات). هذا الاعتماد المكثف على المحتوى غير الموثق يشير إلى طغيان الطابع الذاتي والانطباعي في الخطاب الرقمي، ما يمكن أن يُفسّر إما كخيار تحريري يعكس توجهًا نضاليًا مباشرًا ينبع من الواقع الميداني، أو كنوع من الافتقار للتأصيل المرجعي والتحليل العميق للمضامين المنشورة. ويبرز هذا بوضوح خلال الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، التي مثّلت ذروة التعبئة الشعبية قبيل موعد الانتخابات الرئاسية، حيث امتلأت الصفحة بمنشورات ذات طابع تعبوي مباشر،

منها": صوت الشعب أقوى من الصناديق، لا للتمثيل المزور"، إضافة إلى فيديوهات نقل مباشر من المسيرات، بدون أي ربط بمصادر تحليلية أو مؤسسية.

هذا النمط من التغطية الذاتية يعكس الطابع التفاعلي الآني للخطاب، وهو ما يُعدّ سمة بارزة للمنصات الرقمية خلال فترات الأزمات. فالصفحة بدت وكأنها تؤدي دور "الصحفي المواطن" أكثر من كونها منصة تحليلية، تُركّز على الفعل والميدان أكثر من الاستناد إلى مصادر أو بيانات رسمية.

في المرتبة الثانية، جاءت المصادر الإعلامية الوطنية بنسبة 12,65 % (159 تكرارًا)، ما يُشير إلى حضور نسبي للإعلام التقليدي المحلي داخل المشهد الرقمي، رغم أزمة الثقة التي طالت هذا الإعلام خلال الحراك. بعض هذه التغطيات كانت تُستخدم نقدياً، أو لنقل التناقضات، مثل منشور نشرته الصفحة عقب تغطية رسمية محدودة لمسيرة طلابية حاشدة، جاء فيه: "في بلد العجب، تغطية 50 شخصاً يدعمون الانتخابات أهم من آلاف يرفضونها". هذا التوظيف يُبرز ما يمكن تسميته بـ"إيكولوجيا المعلومات الرقمية"⁷، حيث يُعاد تدوير المحتوى الإعلامي ضمن الفضاء الرقمي، لا لتبنيه بالضرورة، بل لإعادة تأطيره أو تفكيكه نقدياً.

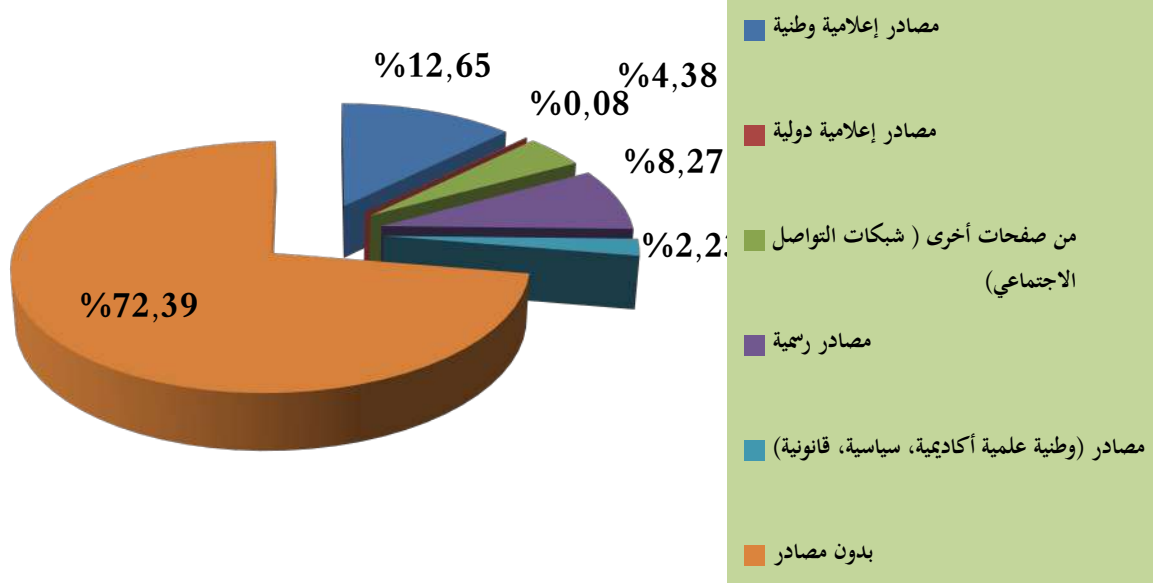
أما المصادر الرسمية فظهرت بنسبة 8,27 % (104 تكرارات)، خصوصاً في سياق نقل تصريحات المسؤولين أو مخرجات المؤسسات الرسمية، لا سيما قرب موعد الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019)، التي شهدت تزايد التصريحات الحكومية حول "العودة إلى الشرعية الدستورية". وغالباً ما كانت هذه المصادر تُقدّم داخل الصفحة بشكل ساخر أو تفنيدي، مثل منشور جاء فيه: "قالوا الانتخابات هي الحل... قلنا الحل يبدأ برحيلكم أولاً". "هذا يبيّن أن توظيف المصادر الرسمية لم يكن بنية دعائية، بل أداة لإبراز التناقض بين السلطة والشارع.

من جهة أخرى، فإن نسبة المصادر من شبكات اجتماعية أخرى (4,38%) والمصادر العلمية والأكاديمية (2,23%)، تظل محدودة جداً، ما يعكس ضعف التنسيق المعرفي والتحليلي بين الفواعل الرقمية، ويكشف عن فجوة معرفية في الخطاب الاحتجاجي الرقمي، الذي بقي يميل نحو البُعد الانفعالي والتعبوي أكثر من البُعد التحليلي العميق. ففي الوقت الذي كانت بعض الجماعات (مثل الجمعة الأربعين، 22 نوفمبر 2019) مناسبة لإعادة قراءة المشهد من زاوية قانونية أو دستورية، لم تلجأ الصفحة إلا في حالات نادرة إلى اقتباس تحليلات أكاديمية أو آراء مختصين، ما أضعف أحياناً من مصداقية بعض الطروحات المعروضة.

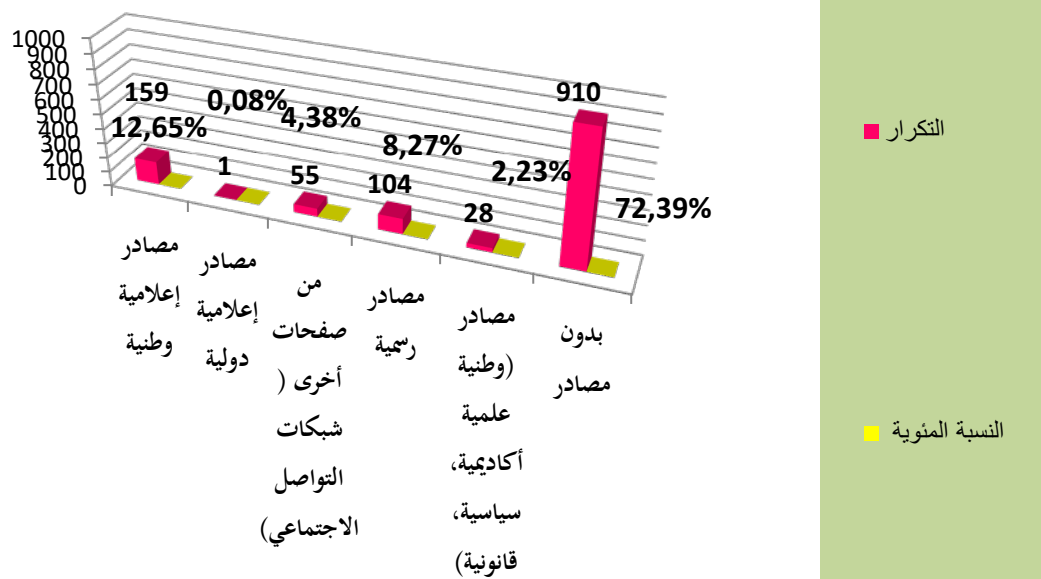
⁷ إيكولوجيا المعلومات الرقمية: هي الطريقة التي تتحرك بها المعلومات داخل الإنترنت وكيف تنتشر بين الناس عبر المنصات الرقمية.

أما المصادر الدولية، فلم تُوظف سوى مرة واحدة فقط، بنسبة هامشية لا تتجاوز 0,08% ويؤثر هذا الغياب تساؤلات حول مدى انفتاح الصفحة على التحليلات الدولية أو النظرة الخارجية للحراك الجزائري، وهو ما قد يُفهم كنوع من الانغلاق الإعلامي، أو توجه تحريري يركّز على الداخل فقط، وربما كحذر من استغلال الخارج للقضية المحلية.

في المجمل، تكشف هذه النتائج عن مشهد اتصالي رقمي يتسم بالحركية والانطباعية والتعبئة الفورية، أكثر من اتّسامه بالتأصيل المعرفي أو التعدد المرجعي. ورغم أن هذا النمط يتماشى مع ديناميات الحراك الشعبي وما يتطلبه من سرعة في نقل المعلومة والتفاعل معها، إلا أنه يطرح تحديات على مستوى مصداقية الخطاب واستدامته، لا سيما في المراحل التي تتطلب الانتقال من التظاهر إلى التفاوض أو الفعل السياسي المؤسسي.



رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 102 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	الجمعات		مصادر إعلامية وطنية	مصادر إعلامية دولية	مصادر إعلامية دولية	الاجتماع	مصادر رسمية	مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)	بدون مصادر	الاجمعي	
			ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
03 جانفي 2020	46	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0,00%	11	11	0,88%
27 ديسمبر 2019	45	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0,00%	14	14	1,11%
20 ديسمبر 2019	44	2	1,26%	0	0,00%	0	6	5,77%	26	36	2,86%
16 ديسمبر 2019	43	45	28,30%	0	0,00%	8	10	9,62%	120	193	15,35%
06 ديسمبر 2019	42	30	18,87%	0	0,00%	12	35	33,65%	240	318	25,30%
29 نوفمبر 2019	41	25	15,72%	0	0,00%	12	30	28,85%	230	308	24,50%
22 نوفمبر 2019	40	15	9,43%	1	100,00	1	3	2,88%	14	34	2,70%
15 نوفمبر 2019	39	40	25,16%	0	0,00%	22	20	19,23%	220	306	24,34%

%100	0,48%	1,03%	0,88%	0,56%
1257	6	13	11	7
%72,39	0,55%	1,43%	1,21%	0,66%
910	5	13	11	6
%2,23	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
28	0	0	0	0
%8,27	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
104	0	0	0	0
%4,38	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
55	0	0	0	0
%0,08	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1	0	0	0	0
%12,65	0,63%	0,00%	0,00%	0,63%
159	1	0	0	1
	52	51	48	47
المجموع	21 فيفري 2020	7 فيفري 2020	17 جانفي 2020	10 جانفي 2020

تشير معطيات الجدول رقم (102) إلى اعتماد الصفحة المدروسة بشكل كبير على إنتاج مضمون خاص (ذاتي)، بنسبة 72,39 % من إجمالي المحتوى المنشور، أي ما يعادل 910 تكرارًا، ما يُشكّل خطأً اتصاليًا قائمًا على الاستقلالية في معالجة القضايا والمواضيع. هذا الإنتاج الذاتي تميّز بتغطيات مباشرة من قلب الحدث، إضافة إلى تحليلات وآراء صيغت من داخل الصفحة ذاتها، وهو ما يُبرز اعتماد الصفحة على "ذاتها التحريرية" كمرجعية أولى دون استناد كبير إلى مصادر خارجية. ويظهر ذلك بوضوح في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، والتي سجّلت أعلى نسبة من هذا النوع من التغطية (26,37 %، 240 تكرارًا). وقد ارتبطت هذه الجمعة بأحداث سياسية بالغة الأهمية، أبرزها تصاعد الرفض الشعبي للانتخابات الرئاسية المقررة، مما دفع الصفحة إلى تقديم تغطيات ميدانية مباشرة، من خلال نشر فيديوّهات فورية، وصور من الشوارع، إلى جانب تعليقات تنفيذية تكرّس رواية "الشرعية من الشعب لا من الصندوق".

كما تبرز أمثلة هذا التوجه في منشورات من قبيل "لنسنا ضد الانتخابات، بل ضد التزوير الممنهج الذي يُعبد إنتاج الرداءة". هذا النوع من التدوينات يُجسّد خطاباً تعبويّاً تفاعليّاً، يتوجه إلى الشارع الرقمي بالرسائل العاجلة دون حاجة إلى توثيق تقليدي أو إحالة إلى مصادر معرفية.

في المقابل، شكّلت المصادر الإعلامية الوطنية نسبة 12,65 % (159 تكرارًا)، وهو استخدام محدود بالنظر إلى السياق الذي اتّسم بـ تراجع ثقة الجمهور في الإعلام الرسمي، نتيجة تغيّبه المتعمد للحراك خلال مراحله الأولى، وتضييق الخناق على الصحفيين المستقلين. وقد أشار المحتوى المنشور إلى هذا الواقع، من خلال منشورات ساخرة من الإعلام العمومي مثل: "حين يخرج الملايين في الشوارع، ويختار التلفزيون بث مسلسل تركي، فأنت لست في دولة، بل في مهزلة إعلامية."

أما المصادر الرسمية فقد استُخدمت بنسبة 8,27 % فقط (104 تكرارات)، وبلغت ذروتها في الجمعة الثانية والأربعين (33,65 %)، في سياق التفاعل مع التصريحات الرسمية حول الانتخابات ومساعي السلطة لتبرير المسار السياسي الجديد. استخدمت الصفحة هذه التصريحات أحيانًا للسخرية أو التنفيذ، كما في منشور علّق على خطاب الوزير الأول قائلاً: "كلما تحدّثوا عن الاستقرار، ازداد الشارع غليانًا... من الذي لا يسمع الآخر؟".

من جهة أخرى، شكّلت المصادر القادمة من صفحات أخرى على شبكات التواصل الاجتماعي نسبة 4,38 %، وبرزت خصوصًا في الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019) بنسبة 40 %، حيث تم تداول منشورات ناشطين رقميين بارزين أو صفحات محلية وثّقت التحركات الشبابية الراضة للانتخابات، ما يُبرز أحيانًا التقاء خطاب الصفحة مع "الشارع الرقمي الموازي".

أما المصادر العلمية والسياسية والأكاديمية فكانت شبه غائبة (2,23 %)، وكذلك المصادر الدولية (0,08 %)، وهو ما يدل على محدودية الانفتاح على التحليلات المتخصصة أو السياقات المقارنة. يعود ذلك إلى الطبيعة التفاعلية الآنية للخطاب الرقمي، الذي يُفضّل المحتوى المباشر والسريع على التوثيق الأكاديمي أو الاستدلال التحليلي العميق. ويُعزى هذا التوجه أيضًا إلى غياب مؤسسات بحثية مستقلة فاعلة في الفضاء العام الجزائري، بالإضافة إلى تراجع الثقافة التحليلية النقدية لدى جمهور المنصات.

في ضوء هذه المعطيات، يمكن القول إن الصفحة تركزت كفاعل رقمي تعبوي، يعتمد أساسًا على الخطاب الذاتي المنتج داخليًا، منخرطًا في تفاعلات آنية تستجيب لنبض الشارع، لا لإملاءات تحليلية أو معرفية مؤسسية. هذا النمط يُعبر عن ملامح "الإعلام البديل"، حيث تتحول المنصة من ناقل للمعلومة إلى منتج لرؤية احتجاجية متكاملة، تُركّز على التعبئة الحية عوض التفسير المتخصص، وهو ما يتماشى مع طبيعة الفضاء العمومي الرقمي في لحظات الأزمات السياسية، حيث يبحث الجمهور عن الفعل ورد الفعل، أكثر من البحث عن التأصيل أو التحليل الأكاديمي.

09. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة بعد الحراك

الجدول رقم 103 يبين أهداف منشورات الصفحة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 ديسمبر 2019"

النسبة المئوية	التكرار	أهداف منشورات الصفحة التكرار
36,44 %	458	أهداف إخبارية تثقيفية
51,79 %	651	أهداف توعوية
11,77 %	148	أهداف توجيهية
0 %	0	أهداف تحريضية
100 %	1257	المجموع

تُظهر النتائج الإحصائية أن الصفحة المدروسة ركزت أساساً على الأهداف التوعوية، بنسبة 51.79 %، أي ما يعادل 651 تكراراً. وتعكس هذه النسبة المرتفعة الدور المركزي الذي لعبته الصفحة في محاولة رفع الوعي السياسي والمواطناني، خاصة خلال فترة حساسة تلت ذروة الحراك الشعبي. ومن خلال تحليل مضمون المنشورات، يُلاحظ أن كثيراً منها كان يُركّز على تفكيك رموز النظام السابق، والتحذير من محاولات إعادة إنتاجه تحت شعارات جديدة. فعلى سبيل المثال، تضمنت منشورات الجمعة الواحدة والأربعين (29 نوفمبر 2019) محتوىً يُسلط الضوء على رفض الشارع للانتخابات الرئاسية المقبلة، معتبراً إياها "واجهة لتدوير نفس المنظومة". ومن بين المنشورات البارزة، نُشر حينها ملصق رقمي يتضمن العبارة: "الانتخابات لا تُجرى تحت حكم البؤساء، بل بإرادة الأحرار". هذا النوع من الرسائل يُجسّد بوضوح الوظيفة التوعوية التي تتجاوز الإخبار، نحو تحصين الرأي العام ضد التلاعب السياسي.

في المرتبة الثانية، جاءت الأهداف الإخبارية بنسبة 36.44 % (458 تكراراً)، حيث لعبت الصفحة دوراً فعالاً في تغطية الأحداث الوطنية مباشرة من قلب المسيرات والتجمّعات الشعبية، معززةً بمنشورات آنية وصور ميدانية. أبرز مثال على ذلك الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، حيث نشرت الصفحة سلسلة من الصور والفيديوهات توثق المسيرات الراضية للانتخابات، والتي خرجت بالتزامن مع بداية الصمت الانتخابي. وترافقت هذه التغطية مع منشورات تحليلية تسائل الخطاب الرسمي، مثل منشور: "إذا كانت الانتخابات حلاً،

فكيف تفسرون هذا الزخم في الشارع؟"، وهو ما يعكس تحوّل الصفحة إلى مصدر إعلامي بديل في ظل أزمة ثقة عميقة تجاه الإعلام التقليدي، الذي وُصف من طرف بعض المحتجين آنذاك بأنه "أبكم".

أما الأهداف التوجيهية، فقد كانت حاضرة بنسبة 11.77 % فقط (148 تكرارًا)، وهو ما يعكس توجه الصفحة نحو عدم ممارسة سلطة رمزية أو وصاية على المتابعين، مفضّلةً أساليب الخطاب غير المباشر والإقناع التشاركي. ومن الأمثلة على ذلك منشور نُشر قبل الجمعة الثالثة والأربعين (13 ديسمبر 2019)، جاء فيه: "صوتك في الشارع أقوى من صوتهم في الصندوق، لكن حافظ على سلميتك، فهي رأس مال الحراك". هذه الصيغة التوجيهية لا تُمارس أمرًا مباشرًا بل تبني قناعة تدريجية قائمة على القيم المشتركة.

أما على مستوى الأهداف التحريضية والترفيهية، فقد سجّل غياب تام لهما، وهو ما يُفسّر بطبيعة المرحلة، التي كانت تشهد تصاعدًا في التوتر السياسي والاجتماعي، خصوصًا مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية يوم 12 ديسمبر 2019، ووجود انقسام في المواقف داخل الشارع. وبالتالي، فقد تجنبت الصفحة الانزلاق نحو خطاب تعبوي تحريضي قد يُؤجج المشاعر، أو محتوى ترفيهي قد يُفهم على أنه تبسيط أو تسخيف لقضية وطنية حساسة. بل على العكس، حافظت الصفحة على طابعها الجاد، ما يعكس ما يُمكن تسميته بـ"السلوك الاتصالي العقلاني" كما يُعرّفه هابرماس في نظريته حول الفضاء العمومي الرقمي، حيث يتحقق النقاش العمومي البناء، ويتم إنتاج المعرفة من خلال الحوار لا من خلال الهيمنة.

بناءً على ما سبق، يتّضح أن الصفحة قد لعبت دورًا مزدوجًا خلال هذه الفترة: من جهة، مثلت قناة إخبارية بديلة تستعيد شرعية السرد وتغطية الحدث من داخل الحراك ذاته، ومن جهة أخرى، أدّت وظيفة تربية-توعوية تسعى لترسيخ مفاهيم المواطنة الناقدة، واليقظة السياسية. ويعكس هذا التوازن في الأهداف الاتصالية مسعى واضحًا نحو بناء وعي جماعي نقدي، دون الوقوع في الشعبوية أو الإثارة، وهي سمة أساسية لكل محتوى رقمي ملتزم يعمل في سياق تأزمي وفاقد للثقة بالمؤسسات التقليدية.

مثال للأهداف التوعوية نجد المنشور التالي:

الوسيط راك فاهم
الجزائر عندها أزمة تاع وسيط

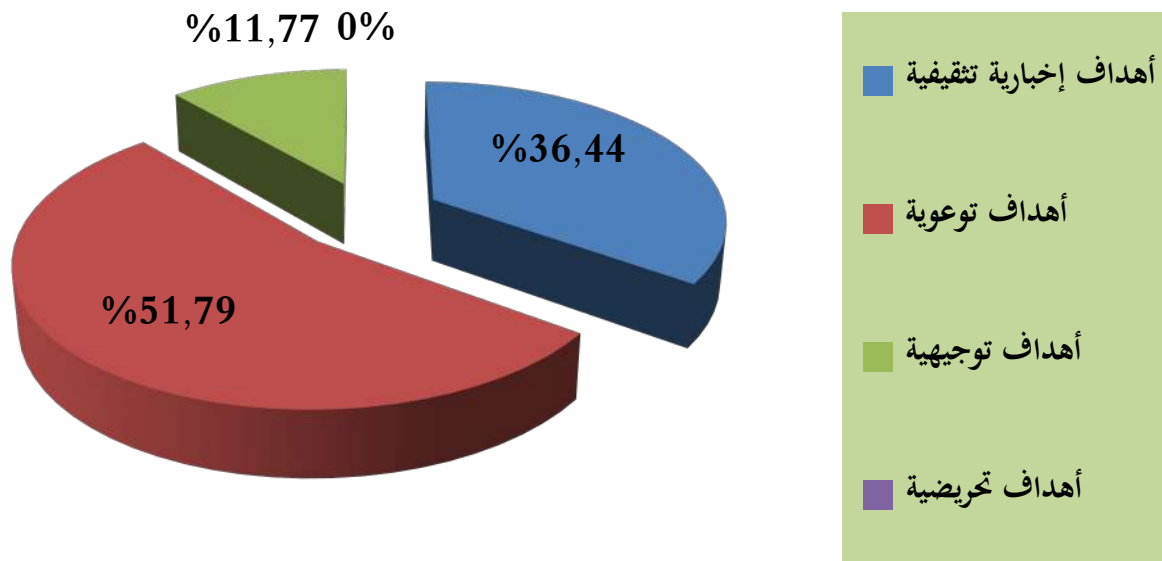


Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

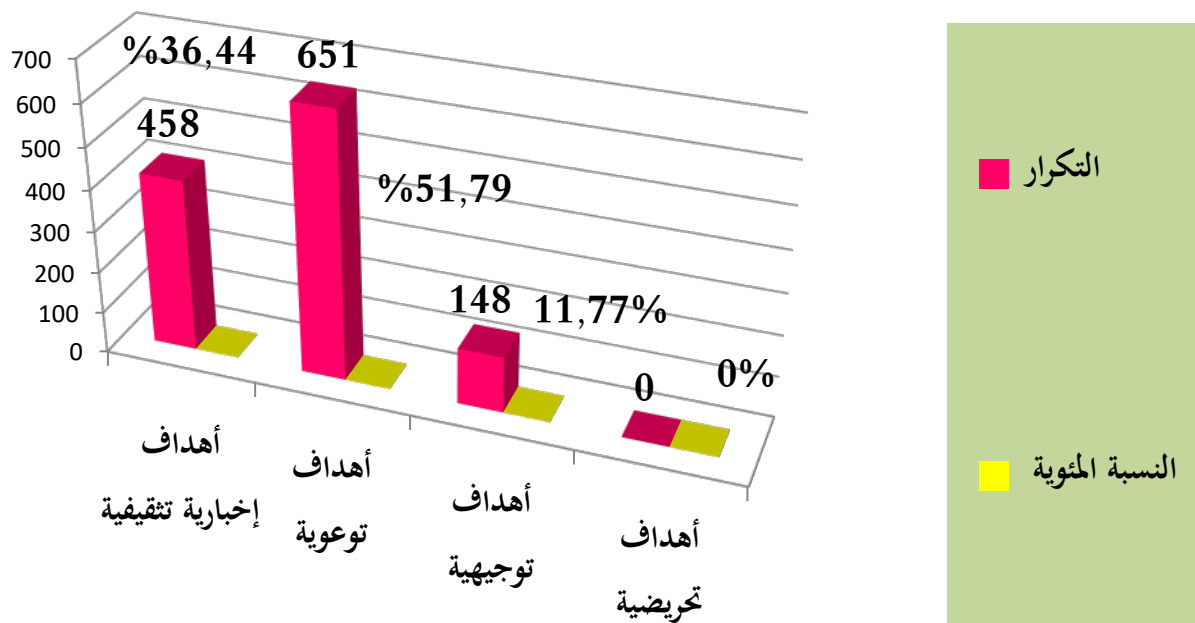
socialbakers

يتضمن المنشور نصًا باللهجة الجزائرية: "الوسيط، راك فاهم، الجزائر عندها أزمة، تاع وسيط"، دون أي صورة بصرية مرافقة. يعكس النص رسالة سياسية وانتقادية قوية تشير إلى شعور بالإحباط والتشكيك في وحدة الحراك الشعبي، وربما توجيه اتهام بالخيانة أو الاختراق من الداخل. من الناحية الرقمية، سجل المنشور 154 تعليقًا و21 مشاركة بإجمالي 904 تفاعل، بمعدل 0.30 لكل 1,000 متابع، ما يشير إلى تفاعل متوسط لكنه مركز على النقاش والجدل أكثر من الانتشار البصري. هذا يوضح أن قوة المحتوى النصي وحده، عند صياغته بطريقة شعبية ومباشرة، يمكن أن يولد نقاشًا مجتمعيًا معتبرًا، حتى في غياب الوسائط البصرية.

«يبرز هذا المنشور أن النصوص السياسية ذات الرمزية الثقافية والانتقادية قادرة على إثارة نقاش وجدلي قوي ضمن الجمهور الرقمي، دون الحاجة إلى دعم بصري، ما يعكس قدرة الكلمة المكتوبة على خلق تأثير رقمي معتبر وتعزيز التفاعل اللفظي. بالتالي، يمثل المنشور نموذجًا على فاعلية المحتوى النصي في الحشد الرقمي وإثارة الجدل السياسي».



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 104 يبين أهداف منشورات الصفحة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	رقم	أهداف إخبارية تثقيفية		أهداف توعوية		أهداف توجيهية		أهداف تخريبية		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	67	14,63 %	165	25,35 %	37	25 %	0	0 %	269	21,40 %
22 نوفمبر 2019	40	14	3,06 %	3	0,46 %	5	3,38 %	0	0 %	22	1,75 %
29 نوفمبر 2019	41	114	24,89 %	195	29,95 %	30	20,27 %	0	0 %	339	26,97 %
06 ديسمبر 2019	42	161	35,15 %	180	27,65 %	40	27,03 %	0	0 %	381	30,31 %
16 ديسمبر 2019	43	52	11,35 %	82	12,60 %	14	9,46 %	0	0 %	148	11,77 %
20 ديسمبر 2019	44	9	1,97 %	17	2,61 %	10	6,76 %	0	0 %	36	2,86 %
27 ديسمبر 2019	45	10	2,18 %	2	0,31 %	2	1,35 %	0	0 %	14	1,11 %
03 جانفي 2020	46	8	1,75 %	2	0,31 %	1	0,68 %	0	0 %	11	0,88 %
10 جانفي 2020	47	4	0,87 %	1	0,15 %	2	1,35 %	0	0 %	7	0,56 %
17 جانفي 2020	48	8	1,75 %	2	0,31 %	1	0,68 %	0	0 %	11	0,88 %
7 فيفري 2020	51	9	1,97 %	2	0,31 %	2	1,35 %	0	0 %	13	1,03 %
21 فيفري 2020	52	2	0,44 %	0	0 %	4	2,70 %	0	0 %	6	0,48 %
المجموع		458	36,44 %	651	51,79 %	148	11,77 %	0	0 %	1257	100 %

تشير النتائج المستخلصة من الجدول (107) إلى أن الصفحة المدروسة ركزت بالدرجة الأولى على الأهداف التوعوية، بنسبة بلغت 51.79 %، أي ما يعادل 651 تكرارًا، متقدمة بذلك على باقي الأهداف الاتصالية. وقد برز هذا التوجه بشكل واضح خلال الجمعة الواحدة والأربعين (نوفمبر 2019)، والتي شكّلت ذروة هذا التوجه بنسبة 29.95 % (195 تكرارًا). عكست المنشورات في هذه الجمعة تركيزًا على قضايا تتعلق بضرورة اليقظة السياسية ورفض محاولات الالتفاف على مطالب الحراك، حيث تم تداول محتويات تبرز دور المواطنين في حماية المسار السلمي، وتذكّر بالخطوط الحمراء التي رسمها الحراك، لا سيما "لا انتخابات مع العصابات" و"رفض شرعية النظام الانتقالي".

في المرتبة الثانية، جاءت الأهداف الإخبارية/الإعلامية بنسبة 36.44 % (458 تكرارًا)، متجلية بوضوح في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019)، والتي سجّلت أعلى نسبة في هذا السياق بنسبة 35.15 % (161 تكرارًا). وخلال هذه الجمعة، كثّفت الصفحة من نشر الأخبار العاجلة، والتغطيات الميدانية للمسيرات، بالإضافة إلى إعادة نشر بيانات لجان الحراك وتنسيقياته، ما يشير إلى دورها في سد الفراغ الإعلامي الذي نتج عن ضعف التغطية من طرف وسائل الإعلام التقليدية، خاصة في ظل اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية المقررة يوم 12 ديسمبر 2019، والتي قوبلت برفض شعبي واسع.

أما الأهداف التوجيهية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.77 % (148 تكرارًا)، مع تسجيل ذروتها كذلك في الجمعة الثانية والأربعين بنسبة 27.03 % (40 تكرارًا). وتضمّنت هذه المنشورات رسائل موجهة تحثّ على الاستمرار في النضال السلمي، وتنظيم الصفوف، وتجنب التصعيد أو التخوين، وهي رسائل توجيهية مضمّنة أكثر منها مباشرة، ما يعكس وعيًا اتصاليًا بتأثير الكلمة خلال مرحلة حساسة من عمر الحراك.

ومن جهة أخرى، غابت تمامًا الأهداف التحريضية، وهو غياب له دلالة بليغة، إذ يشير إلى أن الصفحة تجنّبت عن قصد الانخراط في أي خطاب قد يُفهم على أنه دعوة للفوضى أو المواجهة. ويُفهم هذا التوجه في ظل خصوصية المرحلة الثالثة من الأزمة السياسية، التي اتسمت بقدر من الهشاشة والتوتر، حيث فضّلت الصفحة أن تكتفي بالدور التوعوي، محافظة على خطها التحريري القائم على المسؤولية والاعتزان.

بناءً على هذه المعطيات، يمكن القول إن الصفحة اعتمدت على إنتاج المعرفة الاحتجاجية وصياغة خطاب رقمي بديل يقوم على تعزيز المواطنة الناقدة والتثقيف السياسي، بدل اللجوء إلى الخطابات الشعبوية أو الاستقطابية. وقد شكل هذا الخطاب امتدادًا طبيعيًا ومتكاملاً مع أهداف الحراك في الفضاء الواقعي، بل ونجح في توسيعها ضمن الفضاء الرقمي، خاصة في سياق يتّسم بانغلاق الأفق الإعلامي التقليدي، وهو ما جعل من وسائل التواصل الاجتماعي أدوات استراتيجية فعّالة في توجيه الرأي العام، والحفاظ على زخم الحراك بعد تراجع التغطية الرسمية له.

مثال للأهداف الإخبارية التثقيفية نجد المنشور التالي:

مباشر من أمام محكمة بئر مراد رابيس في انتظار اخذه للحراس



Chart created using data-driven intelligence in Socialbakers Suite TRIAL. Learn more at www.socialbakers.com

socialbakers

يُظهر المنشور مجموعة من الأشخاص يقفون ليلاً أمام مبنى يشبه المحكمة، في إشارة إلى محكمة بئر مراد رابيس، مع حضور حراسة أمنية خفيفة. يرمز المشهد إلى الجانب القضائي من الحراك الشعبي، حيث يتابع المواطنون مجريات المحاكمات المرتبطة بالفساد أو الشخصيات السياسية. رغم الطابع التوثيقي الواضح، فإن الصورة تفتقر إلى عناصر الإثارة البصرية مثل الحشود أو الشعارات الوطنية، ما يقلل من قدرتها على جذب التفاعل الجماهيري. أظهرت البيانات الرقمية أن المنشور حصل على 45 تعليقاً و7 مشاركات بإجمالي 830 تفاعل، وبمعدل 0.27 لكل 1,000 متابع، ما يُظهر تفاعلاً منخفضاً نسبياً مقارنة بالمنشورات الأخرى. يُستنتج أن الجمهور الرقمي يفضل المحتوى البصري القوي أو الميداني الذي يحمل رمزية واضحة، بينما المحتوى التوثيقي القضائي يثير اهتماماً محدوداً.

«توضح هذه الحالة أن المحتوى التوثيقي القضائي، رغم أهميته في تتبع أحداث الحراك، يحقق أقل تأثير جماهيري ورقم تفاعلي بسبب ضعف الرمزية البصرية وعدم وجود عناصر تحفيزية للنشر أو النقاش، ما يبرز أهمية دمج السياق الرمزي أو الميداني لتعزيز التفاعل الرقمي».

10. فئة الأساليب الاقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك

الجدول رقم 105 طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الاقناعية المستخدمة التكرار
67,62%	850	حجاجي (عقلي)
32,38%	407	عاطفي (استمالات عاطفية)
0%	0	ترهيب (تخويفي)
100%	1257	المجموع

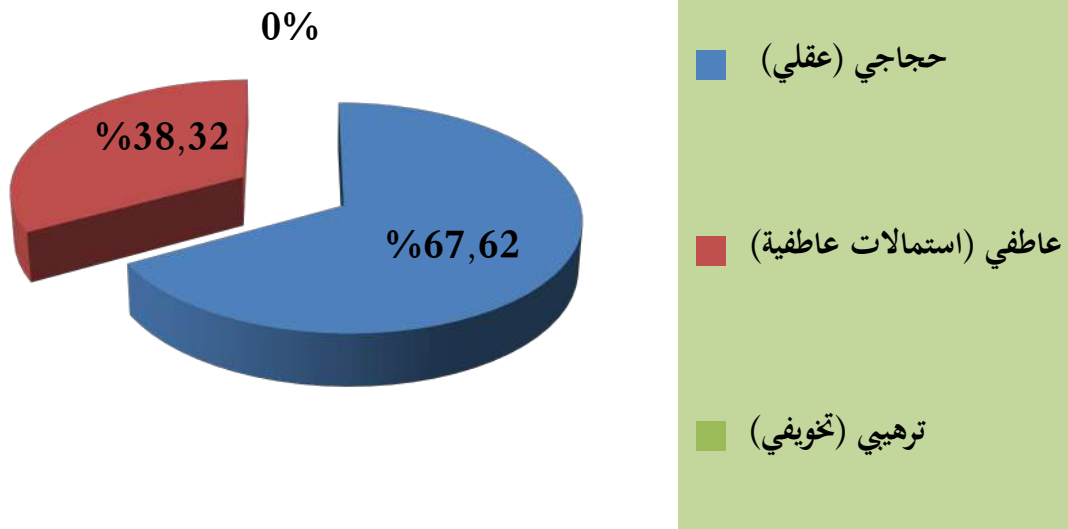
حسب معطيات الجدول (105)، تعكس النتائج أن الصفحة المدروسة خلال فترة ما بعد الحراك الشعبي اعتمدت بشكل أساسي على الأسلوب الحجاجي (العقلي) بنسبة 67.62 % (850 تكراراً)، في مقابل 32,38 % (407 تكراراً) للأسلوب العاطفي. هذا التوجه نحو الخطاب البرهاني يعكس نضجاً في المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية والاجتماعية، ويمثل سعيًا واعيًا لبناء رأي عام نقدي ومستنير، يشارك بفعالية في النقاش العمومي ويقاوم الدعاية أو الخطابات التهييجية.

يتسق هذا الاختيار الأسلوبي مع نظرية الفعل التواصلي ليورغن هابرماس، التي تؤكد أهمية التواصل العقلاني القائم على التفاهم والتفاوض المنطقي بين الفاعلين الاجتماعيين في الفضاء العمومي، بدلاً من الخطابات التسلطية أو الشعبوية. وهو ما يتجلى في منشورات الصفحة التي تسعى إلى تبرير مواقفها عبر الحجة، كما في منشور الجمعة 41 (29 نوفمبر 2019) الذي عدد عشرة أسباب عقلانية لرفض انتخابات 12 ديسمبر، بينها غياب ضمانات النزاهة، استمرار الاعتقالات، وتحكم رموز النظام السابق في العملية الانتخابية.

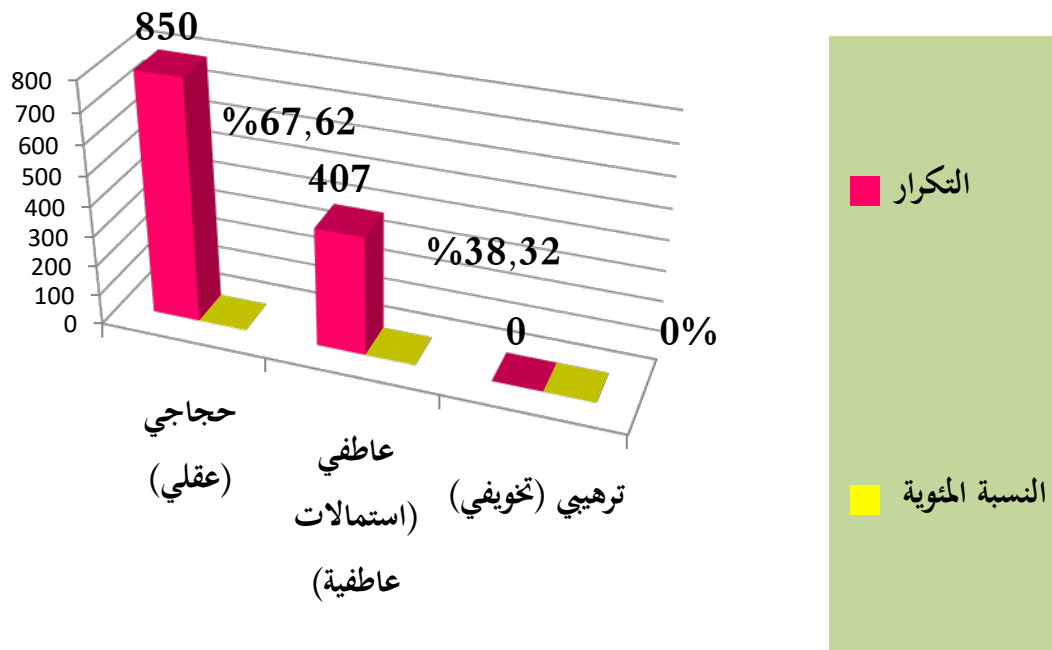
ورغم هذا التركيز على العقلانية، لم تُغفل الصفحة الجانب العاطفي، الذي ظهر في منشورات تعبّر عن الألم الجماعي أو تُحرك الذاكرة الوطنية، مثل منشور 14 نوفمبر 2019 الذي ذكّر بأيام العهدة الخامسة و"الشيتاتين"، مستخدماً خطاباً وجدانياً يستنهض الضمير الجمعي.

هذا التوازن بين العقل والعاطفة منح الصفحة قدرة على التأثير متعدد المستويات: عقلاني للتفسير والإقناع، وعاطفي للحشد والتأثير النفسي. والأهم من ذلك، هو غياب تام للأسلوب التخويفي أو الترهيب، مما يعكس التزامًا أخلاقيًا بخطاب يحترم وعي المتلقي ويدعم الطابع السلمي والناصح للحراك.

في ضوء ذلك، يمكن القول إن الخطاب الإعلامي في هذه الصفحة قد تطوّر من مجرد نقل الأحداث إلى إنتاج خطاب تعبوي عقلاني/عاطفي يُسهم في تشكيل الرأي العام وبناء وعي جمعي نقدي، يرفض الاستبداد ويؤمن بالتحول الديمقراطي.



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 106 طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	الترتيب	حجاجي (عقلي)		عاطفي (استمالات عاطفية)		ترهيب (تخويفي)		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	155	18,24 %	95	23,34 %	0	0 %	250	19,89 %
22 نوفمبر 2019	40	27	3,18 %	3	0,74 %	0	0 %	30	2,39 %
29 نوفمبر 2019	41	200	23,53 %	100	24,57 %	0	0 %	300	23,87 %
06 ديسمبر 2019	42	299	35,18 %	101	24,82 %	0	0 %	400	31,82 %
16 ديسمبر 2019	43	99	11,65 %	80	19,66 %	0	0 %	179	14,24 %
20 ديسمبر 2019	44	20	2,35 %	16	3,93 %	0	0 %	36	2,86 %
27 ديسمبر 2019	45	12	1,41 %	2	0,49 %	0	0 %	14	1,11 %
03 جانفي 2020	46	10	1,18 %	1	0,25 %	0	0 %	11	0,88 %
10 جانفي 2020	47	5	0,59 %	2	0,49 %	0	0 %	7	0,56 %
17 جانفي 2020	48	10	1,18 %	1	0,25 %	0	0 %	11	0,88 %
7 فيفري 2020	51	11	1,29 %	2	0,49 %	0	0 %	13	1,03 %
21 فيفري 2020	52	2	0,24 %	4	0,98 %	0	0 %	6	0,48 %
المجموع		850	67,62 %	407	32,38 %	0	0 %	1257	100 %

وفقاً لمعطيات الجدول (106)، تُظهر النتائج الأولية أن أسلوب مضمون الموضوعات التي نُشرت عبر الصفحة خلال فترة ما بعد الحراك الشعبي اتسم في غالبته بالأسلوب الحجاجي (العقلي)، حيث مثّل هذا الأسلوب نسبة 67.62 % من إجمالي المنشورات، بمجموع 850 تكراراً. وقد تصدرت الجمعة الثانية والأربعون الترتيب من حيث توظيف هذا الأسلوب، بنسبة 35.18 % أي ما يعادل 299 تكراراً.

بالمقابل، سُجِّلَت استمالات عاطفية بنسبة **32.38 %**، ما يعادل **407 تكرارات**، وقد جاءت الجمعة الثانية والأربعون أيضاً في مقدمة التوظيف العاطفي بنسبة **24.82 %**، بتكرار بلغ **101 منشوراً**.

أما الأسلوب الترهيلي (التخويفي)، فقد لوحظ غيابه التام في جميع المنشورات المدروسة خلال هذه المرحلة، حيث لم تُسجَّل أي نسبة تُذكر. ويُعد هذا الغياب مؤشراً إيجابياً يدلّ على توجه الصفحة نحو خطاب اتصالي عقلائي ومسؤول، يُجَنَّب المحتوى أي شكل من أشكال التخويف أو بث الرعب، ويعكس درجة عالية من الوعي والاحترافية في إدارة الخطاب الرقمي وبالتالي:

- **هيمنة الطابع الحجاجي** تُشير إلى رغبة واضحة في التأثير على الرأي العام من خلال مخاطبة العقل والحجّة، عوضاً عن التهييج العاطفي أو التحريض.

- **استمرار حضور العاطفة** إلى جانب العقل يُعطي للخطاب طابعاً متوازناً، يعكس فهماً عميقاً لديناميات الجمهور الرقمي الذي يتفاعل مع مضامين متباينة التأثير.

- **الجمعة الثانية والأربعون** تبدو نقطة محورية في تحليل الخطاب، نظراً لتصدّرها في كلا الأسلوبين (العقلي والعاطفي)، ما يستدعي تحليلاً نوعياً إضافياً لفهم طبيعة المواضيع المطروحة خلالها وظروفها السياقية.

ومن الأمثلة الدالة على الخطاب الحجاجي العقلاني، المنشور الذي جاء بعنوان "لماذا يجب إلغاء انتخابات 12 ديسمبر؟" حيث قدمت الصفحة عشرة أسباب مفصلة تبرر موقفها، من بينها غياب الشرعية، استمرار اعتقال الناشطين، وانعدام النزاهة، مما يعكس رغبة في بناء خطاب مؤسّس على **الحجج الموضوعية** لا فقط على الانفعال.

في المقابل، لم تتخلّ الصفحة عن **الاستمالات العاطفية** التي ظهرت بوضوح في منشورات مثل ذلك المؤرخ بـ **14 نوفمبر 2019**، الذي دعا فيه الشعب إلى تدكّر لحظات العهدة الخامسة وشبّه الانتخابات بمحاولة التفاف على إرادة الجزائريين، مستخدماً نبرة وجدانية مثل: "الحراك لا يأتي كل سنة... بل مرة في القرن". هذا التداخل بين العقل والعاطفة أعطى للخطاب طابعاً مزدوجاً يجمع بين الإقناع العقلائي والتأثير الوجداني.

غياب الأسلوب التخويفي (الترهيلي) يؤكد أن الصفحة لم تعتمد أساليب الضغط أو التخويف النفسي، بل سعت إلى ترسيخ صورة الحراك كفعل سلمي، راقٍ، ومسؤول، وهو ما يكرّس شرعية خطابها الأخلاقي والمعرفي، ويعزز موقعها كفاعل تواصلي رقمي ملتزم بقيم التغيير السلمي لا بثقافة العنف.

وباختصار، يُظهر هذا الجدول أن الصفحة تجاوزت دورها كوسيط رقمي، لتصبح فاعلاً سياسياً واعياً، ينخرط في الصراع الرمزي والجدلي حول مستقبل البلاد من خلال خطاب حجاجي عقلائي مدعّم بالعاطفة الوجدانية لا العنف اللفظي أو التحريض، مما يعكس تطور الإعلام الرقمي إلى أداة فعالة في هندسة الرأي العام والمرافعة السياسية في زمن التحولات.

رغم تراجع نسبة الاستمالات العاطفية مقارنة بالحجاج العقلي، إلا أنّ هذه الاستمالات لم تغب تماماً، ما يُشير إلى حرص القائمين على الصفحة موضوع الدراسة على تحقيق توازن بين التأثير العقلي والانفعالي، ضمن استراتيجية تواصلية فعّالة تهدف إلى تعزيز التفاعل مع القضايا المطروحة. يُعدّ هذا التوظيف العاطفي من أدوات "التعبئة الرقمية الناعمة"، حيث يُستخدم لاستثارة الانتماء الوجداني وخلق هوية جماعية مشتركة مع جمهور الحراك، دون اللجوء إلى الوسائل الترهيبية أو التخويف.

ومن الجدير بالذكر أن غياب الاستراتيجيات التخويفية يُعدّ مؤشراً إيجابياً يعكس طبيعة الخطاب المعتمد، إذ يدلّ على ابتعاد الصفحة عن خطاب الكراهية أو التهديد، ويُعبّر عن درجة من النضج والاحترافية في إدارة المحتوى الرقمي. كما يُبرز هذا الغياب توجّهاً نحو تبني خطاب موضوعي يحترم المتلقي ويفترض فيه الوعي، عوضاً عن معاملته كمجرد متلقٍ منقاد. وفي هذا السياق، يمكن القول إن الصفحة لم تنخرط في "الدعاية السوداء" بل اعتمدت مقاربات اتصالية عقلانية قائمة على الإقناع والشفافية.

أما من حيث الأساليب البلاغية المعتمدة، فقد أظهر التحليل توظيفاً واضحاً للخطاب الحجاجي بأسلوب بسيط وفعال، يسمح بوصول المعنى بسلاسة إلى الجمهور. وهذا التبسيط لا يُعدّ ضعفاً في الطرح، بل هو جزء من استراتيجية إعلامية مدروسة تستلهم القوالب الصحفية كأدوات لنقل الرسالة (كالخبر، التعليق، التلخيص...)، ما يُعزّز من حضور الصفحة كمصدر موثوق ومرجع للمعلومات أثناء مراحل الحراك.

وبالعودة إلى تطوّر الأداء الاتصالي للصفحة، نلاحظ وجود انتقال نوعي واضح بين مرحلة ما قبل الحراك، وأثناء الحراك، وما بعده، حيث ارتفعت وتيرة النشر وتنوعت الأساليب التعبيرية، ما يعكس ازدياد وعي القائمين على الصفحة بأهمية المحتوى المنشور في التأثير على المتابعين وتعبئتهم. وقد ساهم هذا التطور في تعزيز ثقة الجمهور بالصفحة، حتى أصبحت تُعدّ منبراً رقمياً مواكباً للحراك وموازيًا له من حيث الأهمية والتأثير.

وعليه، يمكن القول إن الصفحة مارست دوراً مزدوجاً يتمثل في التنوير والتأثير، دون الانزلاق نحو خطاب التخويف أو العنف الرمزي. وهو ما يعكس تحولاً نوعياً في الفعل الاتصالي الرقمي، حيث لم تعد المنصات البديلة مجرد أدوات للتعبئة، بل تحولت إلى فضاءات للنقاش والمساءلة والمشاركة المواطنة.

11. فئة الاتجاه

الجدول رقم 107 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

النسبة المئوية	التكرار	الاتجاه التكرار
84,49%	1062	مؤيد
15,51%	195	معارض
0%	0	محايد
100%	1257	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (107) إلى أن غالبية المنشورات على الصفحة المدروسة اتخذت موقفاً مؤيداً بنسبة 84,49 %، بما يعادل 1062 تكراراً. تعكس هذه النسبة المرتفعة انخراط الصفحة في الدفاع عن الحراك الشعبي وتبنيها لخطاب تعبوي منحاز لقيمه ومطالبه، وعلى رأسها: الحرية، الكرامة، العدالة الاجتماعية، والسلمية كخيار استراتيجي. فالخطاب المؤيد هنا لا يقتصر على الدعم الرمزي، بل يتجسد في التشجيع على الاستمرارية والتنظيم والانضباط في المسيرات، إضافة إلى رفض كل أشكال الالتفاف على الإرادة الشعبية.

وفي المقابل، سُجلت نسبة 15,51 % من المنشورات ضمن الاتجاه المعارض (195 تكراراً)، والتي لا تُفهم بوصفها رفضاً للحراك، بل بوصفها نقداً مباشراً للسلطة القائمة ولمسار الانتخابات الرئاسية المقررة يوم 12 ديسمبر 2019، والتي اعتُبرت امتداداً للشرعية القديمة. يعكس هذا الاتجاه قلقاً من محاولات الالتفاف على المطالب الشعبية من خلال انتخابات شكلية، في غياب ضمانات النزاهة واستمرار رموز النظام السابق.

يُلاحظ أيضاً غياب تام لأي اتجاه محايد، وهو ما يُبرز تموقع الصفحة خارج إطار "الصحافة التقليدية المحايدة"، ودخولها في خانة "الإعلام المناضل" (Advocacy Journalism) "فقد تبنت الصفحة موقفاً صريحاً من القضايا المطروحة، وانخرطت في الدينامية السياسية من خلال ما يمكن اعتباره "وظيفة تعبئة (Mobilization) " (Function)، الهدف منها تحفيز الجمهور على مواصلة النضال السلمي والمطالبة بالتغيير الجذري.

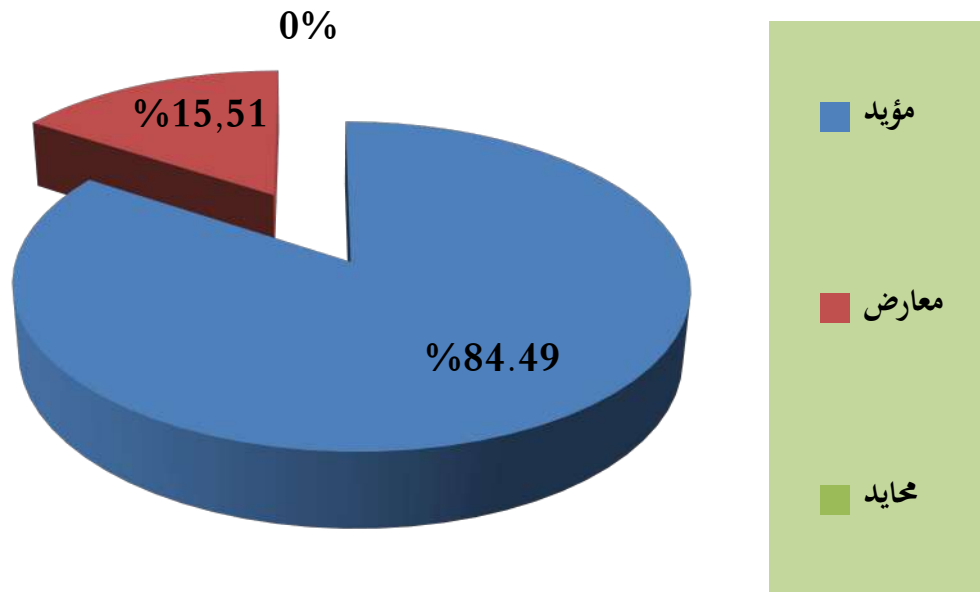
تُعزّز المنشورات المستخرجة من الصفحة هذا التحليل؛ على سبيل المثال، جاء في منشور بتاريخ **14 نوفمبر 2019** توصيف واضح للوضع الراهن، حيث شبّهت الصفحة الانتخابات بمحاولة لإعادة إحياء "العهد الخامسة" بطريقة ملتوية، واعتبرت أن "بقاء العصاة يعني ضياع المستقبل"، مؤكدة على وحدة الصف الوطني تحت شعار **#الجزائر_بلاد_الأحرار_وليست_أرض_العصابات**.

أما في منشور بتاريخ **18 نوفمبر 2019**، فقد عبّرت الصفحة عن دورها في مواجهة التعتيم الإعلامي، ووصفت نفسها بأنها "الصفحة المليونية الوحيدة التي تنقل صوت الشعب"، في مقابل تحالف الإعلام العمومي والخاص ضد مطالب الحراك، كما أشادت بالحراك في برج بوعرييج واعتبرته نموذجًا لاستمرار الوعي الشعبي.

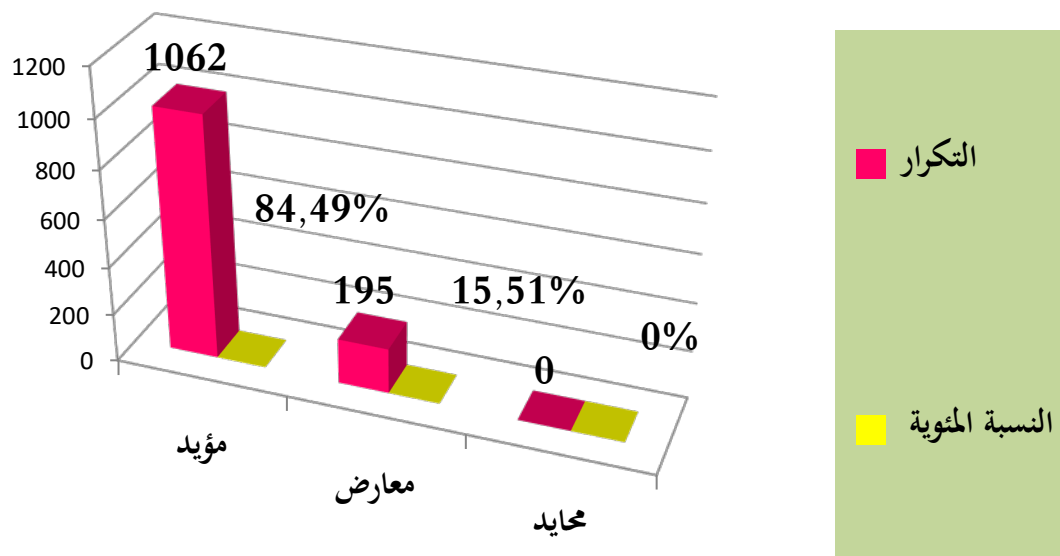
في منشور آخر يوم **الجمعة 41 (29 نوفمبر 2019)**، طرحت الصفحة تساؤلًا محوريًا: لماذا يجب إلغاء انتخابات **12 ديسمبر؟**، وقدمت عشر حجج توضح أن السلطة الحالية تفتقر للشرعية، وأن الانتخابات تُجرى في ظل الاعتقالات وقمع الحريات وغياب الإعلام الحر، ما يجعل من العملية الانتخابية مجرد محاولة لإعادة إنتاج النظام السابق.

من جهة أخرى، انتقدت الصفحة الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي عاشها الجزائريون خلال العشرين سنة الماضية، حيث ربطت المشاركة في الانتخابات ببقاء الفساد وتواصل التهميش، كما في منشوراتها الساخرة والانتقادية التي تقول فيها: "نعم ستنتخبون من أجل استمرار معاناة الزوالية، من أجل ترموأي مستغنام الذي لم يُسلم منذ 2012، ومن أجل مشاريع استغرقت أكثر من عقد دون نتيجة".

إجمالاً، تبين هذه النتائج أن الصفحة لا تلعب دور "الوسيط الإعلامي"، بل تشكّل فاعلاً رقمياً سياسياً منخرطاً في المعركة الرمزية المرتبطة بالحراك، وتسعى لإعادة تشكيل الوعي الجماعي من خلال خطاب تعبوي، يستند إلى سرديّة "الشعب ضد العصاة"، مع رفض صريح للعودة إلى أنماط الحكم القديمة تحت شعارات جديدة. في هذا السياق، يصبح الحياد الإعلامي، في نظر الصفحة، نوعاً من التخلي عن المسؤولية الأخلاقية في مواجهة الظلم، لا ميزة مهنية.



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 108 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

التاريخ	ن	مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
15 نوفمبر 2019	39	17,89%	190	30,77%	60	0%	0	19,89%	250
22 نوفمبر 2019	40	2,92%	31	1,54%	3	0%	0	2,70%	34
29 نوفمبر 2019	41	26,37%	280	2,56%	5	0%	0	22,67%	285
6 ديسمبر 2019	42	24,48%	260	35,90%	70	0%	0	26,25%	330
16 ديسمبر 2019	43	20,72%	220	20,51%	40	0%	0	20,68%	260
20 ديسمبر 2019	44	2,45%	26	5,13%	10	0%	0	2,86%	36
27 ديسمبر 2019	45	1,13%	12	1,03%	2	0%	0	1,11%	14
03 جانفي 2020	46	1,04%	11	0%	0	0%	0	0,88%	11
10 جانفي 2020	47	0,28%	3	2,05%	4	0%	0	0,56%	7
17 جانفي 2020	48	1,04%	11	0%	0	0%	0	0,88%	11
7 فيفري 2020	51	1,22%	13	0%	0	0%	0	1,03%	13
21 فيفري 2020	52	0,47%	5	0,51%	1	0%	0	0,48%	6
المجموع		84,49%	1062	15,51%	195	0%	0	100%	1257

يُظهر الجدول رقم (108) أن غالبية الاتجاهات التي تضمنتها منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك الشعبي اتسمت بالمساندة والدعم، حيث شكّلت الاتجاهات المؤيدة نسبة 84,49% من مجموع المنشورات، بمجموع تكرار بلغ 1062، وتصدّرتها الجمعة التاسعة والثلاثون (15 نوفمبر 2019) بنسبة 17,89%، ما يعادل 190 تكرارًا. تعكس هذه النسبة المرتفعة توجّه الصفحة نحو خطاب تعبوي يهدف إلى تعزيز وحدة الصف والاستمرار في النضال السلمي، خاصة في مرحلة سياسية حسّاسة تميّزت بتزايد الضغط الشعبي لرفض الانتخابات الرئاسية المزمع تنظيمها في 12 ديسمبر 2019. وقد ارتبط هذا الاتجاه الإيجابي في تلك الجمعة تحديدًا، بتصاعد دعوات المقاطعة السياسية، وتكثيف المسيرات الشعبية المطالبة برحيل ما سُمّي بـ"بقايا العصابة".

في المقابل، سُجِّل حضور للاتجاه المعارض بنسبة 15,51%، أي 195 تكرارًا، وكانت ذروته في الجمعة الثانية والأربعين (6 ديسمبر 2019) بنسبة 35,90% مكررة 70 مرة، والتي تُعدّ من أبرز الجمعات نظرًا لقرّبها الزمني من موعد الانتخابات، إذ عرفت تصعيدًا في نبرة الرّفص الشعبي، وشهدت محاولات السلطة تمرير الاستحقاق الانتخابي رغم المعارضة الواسعة. يعكس هذا الاتجاه المعارض تحوّلًا في الخطاب من مجرد دعم الحراك إلى توجيه نقد مباشر للخيارات السياسية المفروضة، ما يدل على تنوّع في الأدوار الاتصالية للصفحة بين التعبئة، والمساءلة، وطرح البدائل.

أما غياب الاتجاه المحايد في منشورات الصفحة، فيُفسّر بوضوح موقعها كفاعل رقمي منحاز لمطالب الحراك الشعبي، حيث تبنّت توجّهًا واضحًا ومسؤولًا في الدفاع عن المطلب الشعبي العام الرافض للاستمرارية السياسية بنفس الأدوات والوجوه.

ومن خلال هذا السياق، يتبين أن الاتجاه المؤيد للحراك الشعبي كان هو الطاغى في الخطاب الرقمي للصفحة، كما لم تعد المعارضة تقف في صفّ السلطة التقليدية كما في السابق، وهو ما ينعكس في غياب كل المظاهر الشكلية المعتادة كجناح دعم الحراك أو البيانات الحزبية الداعمة للمرشحين.

كما أسهم خطاب المؤسسة العسكرية، الذي اتسم بالحياد السياسي النسبي، في ترسيخ هذا المشهد الجديد، حيث أعلن بوضوح عن دعم المسار الانتخابي دون توجيه دعم مباشر لأي مرشح، مما حوّل الانتخابات إلى موضوع سياسي مستقل عن اللعبة الحزبية التقليدية.

وفي مقابل ذلك، نجح المترشح عبد المجيد تبون في الأيام الأولى من الحملة الانتخابية في تحصيل دعم من أحزاب وتشكيلات مدنية وشخصيات بارزة، إلا أن التفاعلات الشعبية، خاصة من المجتمع المدني، لم تكن رهينة لأي توجه حزبي، بل عبّرت عن إرادتها تحت شعار "الشعب هو السلطة"، مما منح الحراك أبعادًا شعبية حقيقية.

وأمام هذا الواقع، يمكن القول إن الصفحة اتخذت موقفًا تعبويًا واضحًا: مؤيدة للحراك الشعبي ومبادئه الكبرى، ومعارضة لأي محاولة لإخضاع الحراك أو الالتفاف عليه، بما في ذلك الانتخابات الشكلية والدعوات للفوضى. وهو ما يؤكد أن الإعلام الرقمي هنا كان فاعلاً تعبويًا ملتزمًا، وليس وسيطًا محايدًا.

12. فئة القيم

الجدول رقم 109 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة) "الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

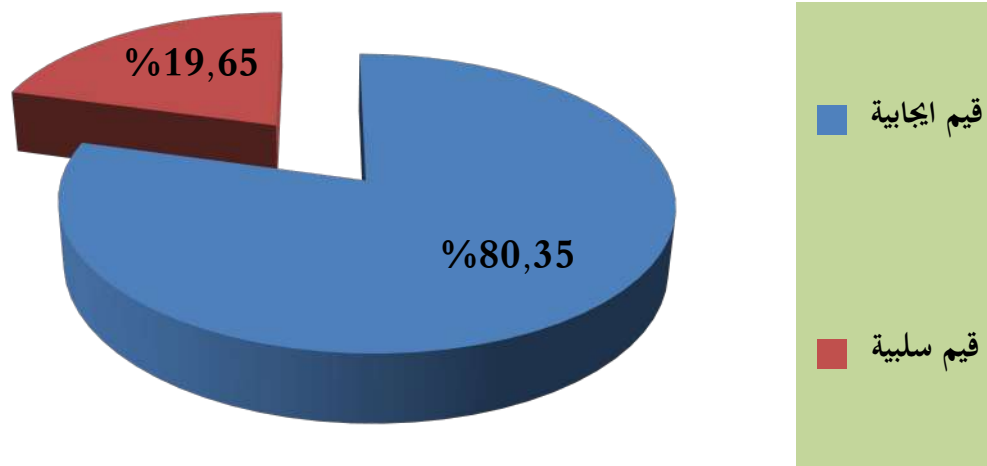
النسبة المئوية	التكرار	القيم التكرار
80,35%	1010	قيم ايجابية
19,65%	247	قيم سلبية
100%	1257	المجموع

يُظهر الجدول رقم (109) أن القيم المتضمنة في منشورات صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر كانت في أغلبها ذات طابع إيجابي، بنسبة بلغت 80,35% من مجموع 1010 تكرارات. تعكس هذه النسبة المرتفعة توجهًا واضحًا للصفحة نحو تبني خطاب بناء يُعزز من صور التضامن والوحدة الشعبية، ويدعو إلى الحفاظ على الطابع السلمي للنضال الشعبي، وهو ما يتسق مع السياق السياسي المتوتر الذي أعقب مرحلة الحراك، خاصة مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية في ديسمبر 2019. سعت الصفحة من خلال منشوراتها إلى بناء صورة مثالية لمسار التغيير السياسي، حيث تم التركيز على قيم مثل الوطنية، الأمل، السلمية، والتغيير السلمي، مع إبراز رموز الحراك وتمجيد فعل المقاومة المدنية، مما يعكس أداءً إعلاميًا رقميًا يهدف إلى خلق وعي جماعي مستمر حول المطالب الشعبية. وفي المقابل، سجلت القيم السلبية نسبة 19,65% بما يعادل 247 تكرارًا، وهي نسبة لا يُستهان بها، وإن كانت أقل من ربع مجموع المضامين. وتتمثل غالبًا في منشورات ناقدة للوضع السياسي والمؤسسي، أو تلك التي تتضمن تحذيرًا من التهديدات المحتملة، مثل محاولات التخوين، إثارة الفتنة، أو إعادة إنتاج منظومة الاستبداد. ويُستنتج من هذا التوزيع أن الصفحة استطاعت الحفاظ على توازن نسبي في خطابها، حيث تبنت موقفًا نقديًا من السلطة، دون الانجرار نحو العنف الرمزي أو التحريضي، مما عزز من حضورها كفاعل رقمي مسؤول يسعى لتأطير الحراك ضمن قيم سياسية واجتماعية راقية.

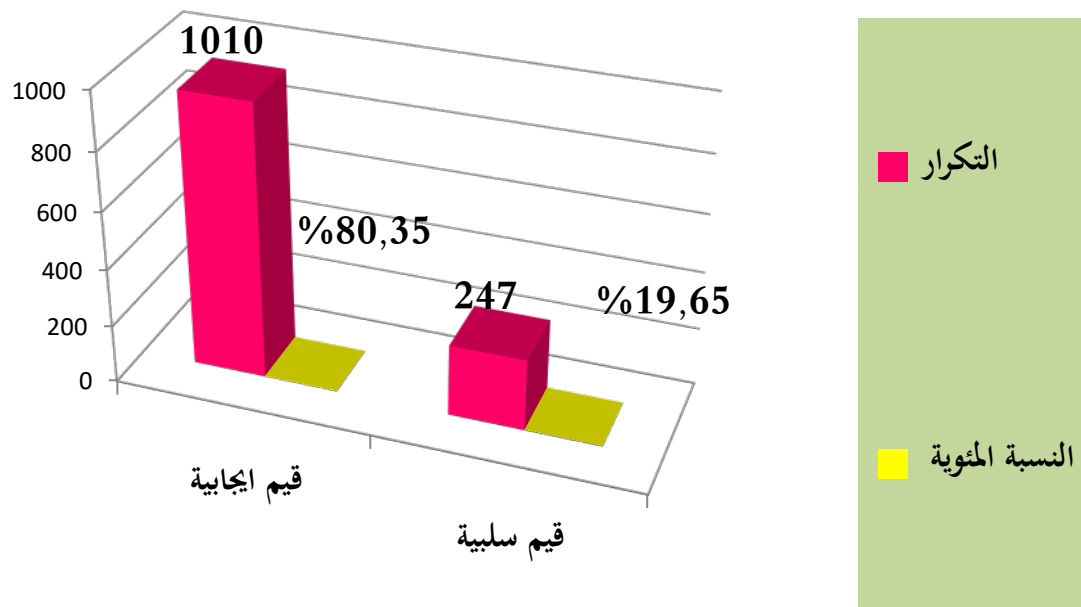
ومنه، فإن القيم السلبية في هذا السياق لا تُعبّر عن خطاب عدواني أو فوضوي، بل عن أداء نقدي واعٍ يستهدف النظام السياسي وممارساته من قمع، فساد، وتضييق على الحريات، إلى جانب التحذير من محاولات اختراق الحراك أو تشويهه من الداخل. وتعكس هذه النسبة دورًا نقديًا تؤديه الصفحة ضمن مشروع إصلاح جدي يسعى لتصحيح المسار دون الانزلاق إلى الفوضى أو الخطاب العدمي.

وبالتالي، يظهر حرص الصفحة على إبراز الوجه الحضاري والسلمي للحراك الشعبي كآلية فاعلة لمواجهة الحملات الدعائية المضادة التي سعت إلى وصمه بالعنف أو اللاشريعة، حيث استُخدمت القيم الإيجابية كوسيلة لبناء خطاب تعبوي قائم على الأمل، الإصرار، والتماسك المجتمعي، مما ساعد في خلق مناعة رقمية ضد محاولات التشويه الإعلامي والسياسي.

كما أن الصفحة لم تكن في موقع عدمي أو تخريبي، بل مارست وظيفة مزدوجة تجمع بين الدعم الرمزي للحراك وممارسة النقد البناء للواقع، مما يعكس وعيًا استراتيجيًا بأهمية التوازن في الخطاب الرقمي خلال لحظة سياسية حساسة.



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"



رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

الجدول رقم 110 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)
"خلال الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

المجموع		قيم سلبية		قيم ايجابية		ت	التاريخ
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%39,46	496	%38,87	96	%39,60	400	39	15 نوفمبر 2019
%20,13	253	%12,15	30	%22,08	223	40	22 نوفمبر 2019
%13,52	170	%18,22	45	%12,38	125	41	29 نوفمبر 2019
%11,14	140	%20,24	50	%8,91	90	42	06 ديسمبر 2019
%7,96	100	%8,10	20	%7,92	80	43	16 ديسمبر 2019
%2,86	36	2,43%	6	%2,97	30	44	20 ديسمبر 2019
%1,11	14	%0,00	0	%1,39	14	45	27 ديسمبر 2019
%0,88	11	%0,00	0	%1,09	11	46	03 جانفي 2020
%0,56	7	%0,00	0	%0,69	7	47	10 جانفي 2020
%0,88	11	%0,00	0	%1,09	11	48	17 جانفي 2020
%1,03	13	%0,00	0	%1,29	13	51	7 فيفري 2020
%0,48	6	%0,00	0	%0,59	6	52	21 فيفري 2020
%100	1257	%19,65	247	%80,35	1010	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (110) إلى أن القيم المتضمنة في منشورات صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر كانت في غالبيتها قيماً إيجابية بنسبة 80,35%، أي ما يعادل 1010 تكرارات، وهو ما يعكس طبيعة الخطاب السائد في الصفحة والذي سعى إلى تعزيز الروح الجماعية، والتمسك بالسلمية، والتفاؤل بإمكانية التغيير.

وقد تصدرت الجمعة التاسعة وثلاثون الموافق لـ 15 نوفمبر 2019 هذه القيم بنسبة 39,60% (400 تكرار)، وهي الجمعة التي تزامنت مع تصاعد زخم الرفض الشعبي للانتخابات الرئاسية المقررة في 12 ديسمبر،

حيث ركزت الصفحة على بث رسائل تدعو للوحدة، والتعبئة السلمية، والاستمرار في النضال دون عنف، مما يؤكد توجه الصفحة لتأطير الحراك رقميًا من خلال الحفاظ على طابع إيجابي ومتماسك في خطابها. في المقابل، لم تتجاوز نسبة القيم السلبية 19,65 % (247 تكرارًا)، وتجلت أساسًا في التعبير عن مشاعر الإحباط، الغضب، والرفض القاطع للوضع القائم، وتصدرت أيضًا الجمعة التاسعة وثلاثون هذه النسبة بـ 38,87% (96 تكرارًا)، نتيجة تصاعد التوتر مع اقتراب موعد الانتخابات، وارتفاع حجم الانتقادات للسلطة والطبقة السياسية، خاصة في منشورات تُندد بما وصفته بـ "إعادة إنتاج النظام"، أو التي أشارت إلى استخدام الدولة وسائل التخويف من أجل كسر زخم الحراك. هذه الثنائية بين القيم الإيجابية والسلبية توضح توازنًا نسبيًا في الخطاب الرقمي؛ إذ بينما سعت الصفحة إلى التحفيز والتشجيع، لم تغفل عن نقل مشاعر القلق والرفض، ما يُظهر مستوى من النضج في التعاطي مع السياق السياسي، ويساهم في تقديم صورة واقعية عن المزاج العام لدى فئات واسعة من المجتمع الجزائري.

وبالتالي، تعكس هذه النتائج تفوق الصفحة في الحفاظ على الطابع الإيجابي للخطاب الرقمي، من خلال إدراكها أن مفتاح النصر يكمن في السلمية الحضارية، رغم المحاولات العديدة لتشويه الحراك عبر بث بيانات كاذبة أو خطابات تخوين وتحريض على العنف. غير أن الشعب الجزائري، وبوعيه الجمعي، تمسك بالسلمية كقوة أولى انطلق منها، ورفض الوقوع في فخ الاستفزاز، رغم استدعاء النظام لأدواته القديمة التي ساهمت في تدمير البلاد. وعليه، توضح المعطيات الإحصائية أن الصفحة مارست وظيفة رمزية مزدوجة: تأصيل خطاب إيجابي داعم لقيم الحراك، وإنتاج خطاب نقدي يستهدف السياسات السلطوية، ما جعل منها أداة فاعلة في التعبئة الرقمية وحفظ الذاكرة الجماعية للانتفاضة الشعبية.

الاستنتاجات العامة لمرحلة بعد الحراك:

بعد تحليل مضامين منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك الشعبي (ابتداءً من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 22 فيفري 2020)، وفق مقارنة تحليل المضمون الكيفي والكمي، تم التوصل إلى مجموعة من المؤشرات الدالة على تحوّل نوعي في طبيعة الخطاب الاتصالي للصفحة، بما يعكس تطوراً في الوعي الجماعي وتبدلاً في مستوى التعبير السياسي والاجتماعي. فقد انتقل الخطاب من الطابع التلمحي الرمزي إلى تعبير مباشر وجريء عن المطالب، في ظل انخراط الصفحة في دعم الحراك السلمي وتغطية تطورات ميدانياً ورقمياً. وشملت الفئات التحليلية المعتمدة أبعاداً مضمونية (كالمطالب، الاتجاه، الرموز، القيم...) وأخرى شكلية (كاللغة، الوسائط، التفاعلات...)، ممّا أتاح قراءة معمقة لوظيفة الصفحة كفاعل اتصالي في مرحلة التحول السياسي. وقد أظهرت الاستنتاجات أنّ الصفحة شكّلت جزءاً من شبكة التعبئة الرقمية التي ساهمت في توطيد الخطاب الاحتجاجي وتوسيع دائرة الوعي الشعبي، من خلال الدفاع عن رموز الحراك، وتوثيق الانتهاكات، وبناء سردية موازية للسردية الرسمية، وهو ما يعكس تحوّلاً في دور الإعلام الاجتماعي من الفضح الرمزي إلى المرافعة الرقمية داخل الحقل الاتصالي الجزائري.

I- استنتاجات عامة لمرحلة بعد الحراك من حيث الشكل:

1. من حيث تحليل حجم النصوص: تُظهر البيانات أن الصفحة المدروسة واصلت اعتمادها بدرجة كبيرة على النصوص القصيرة، ولكن في سياق جديد اتّسم بانخفاض التعبئة الميدانية وارتفاع منسوب النقاش السياسي في الفضاء الرقمي. وقد شكّل هذا التوجه الاتصالي خياراً استراتيجياً، هدفه الحفاظ على الحضور الرقمي من خلال رسائل موجزة، مباشرة، وسهلة التداول، تعبّر عن مواقف واضحة دون الحاجة إلى الإطالة. وبالتالي، فإن هيمنة النصوص القصيرة لا تُشير إلى ضعف في المضمون، بل تعكس انسجاماً مع منطق التعبئة الرقمية الهادئة، القائمة على التذكير بالمطالب السياسية الجوهرية، ومقاومة النسيان أو التعتيم. وعليه، فإن دور الصفحة كما يظهره توزيع حجم النصوص خلال مرحلة ما بعد الحراك، كان وظيفياً في إعادة تأطير الوعي الاحتجاجي وتثبيت الذاكرة الجماعية، من خلال رسائل سريعة التأثير، موجّهة سياسياً، دون الدخول في خطاب مطوّل أو تحليلي، إلا عند الضرورة، ما يدلّ على تكيفها مع واقع سياسي يتسم بالإرباك والرقابة، ويعكس استراتيجية تواصلية تُوازن بين الانتشار والتأثير.

2. من حيث نوع الصور وطبيعتها: تُظهر البيانات أن الصفحة المدروسة اعتمدت بدرجة كبيرة على الصور الموضوعاتية، بنسبة بلغت 84.28% من إجمالي الصور، مما يكشف توجّهاً بصرياً واضحاً نحو التوثيق الميداني ومواكبة الحراك الشعبي لحظة بلحظة. وقد مثّل هذا النمط من الصور أداة استراتيجية لنقل الواقع كما هو، بعيداً عن التأويل أو التصنيع الإعلامي، بما يعزز من مصداقية الصفحة ودورها كوسيط رقمي بديل عن الإعلام الرسمي. وعليه، فإن دور الصفحة كما تعكسه بنية الصور كان تعبويّاً وتوثيقياً بامتياز، تتمثل في مواكبة المسيرات الشعبية، تأريخ اللحظات المفصلية للحراك، وإبراز الرموز الجماهيرية، دون اللجوء إلى الرمزية أو الخطاب الساخر. وقد ساعد هذا النهج في بناء خطاب بصري واقعي ومتزن، يُعيد تشكيل الوعي العام بطريقة صادقة، ويؤكد التزام الصفحة بالخط التحريري الأصلي القائم على دعم مطالب الحراك، دون انزلاق نحو الإثارة أو التوجيه الأيديولوجي المباشر.

3. الوسائط التكنولوجية: تُظهر البيانات أن الصفحة المدروسة واصلت اعتمادها الكبير على الصور والفيديوهات، مع بروز محدود للاستفتاءات، ما يعكس تمسكاً بخطاب بصري تعبوي ذي طابع توجيهي، مع إدراج انتقائي لأدوات تفاعلية مدروسة تخدم لحظات سياسية حرجة. وقد وظّفت الاستفتاءات، رغم قلّتها، بشكل دقيق كمؤشرات لقياس نبض الشارع، مما سمح ببناء خطاب إعلامي يستند إلى تمثّل الجمهور وتوجهاته، لا إلى تأويلات شخصية أو قرارات فوقية.

وعليه، فإن دور الصفحة كما تكشفه بنية الوسائط المستخدمة خلال مرحلة ما بعد الحراك لم يكن مجرد نقل للأحداث، بل تتمثل في تنظيم المزاج العام، ورصد التحوّلات النفسية والسياسية لدى المتابعين، خاصة مع تصاعد مشاعر الإحباط، وتراجع الثقة في المسارات الرسمية. لقد سخّرت الصفحة الوسائط الرقمية بشكل مدروس، لتوجيه النقاش العام، وترسيخ خطاب سياسي بديل يعكس توجهات الشارع، ما يعزز مشروعيتها داخل الفضاء الرقمي، ويؤكد انخراطها في إدارة الأزمة من موقع رقابي شعبي لا من موقع تعبوي صرف.

II- الاستنتاجات العامة لمرحلة بعد الحراك من حيث مضمون المنشورات:

1. تظهر النتائج هيمنة واضحة للغة العربية الفصحى في منشورات الصفحة خلال مرحلة ما بعد الحراك بنسبة كبيرة (85.89%)، مما يعكس توجّهاً نحو الحفاظ على الطابع المؤسسي والإعلامي للخطاب الرقمي، ويُسهّم في تعزيز المصداقية والوصول إلى جمهور واسع.

في المقابل، يظل استخدام اللغة الهجينة حاضراً بنسبة معتبرة (13.27%)، خاصة بين الفئات الشابة، بينما يقل استعمال اللهجة العامية واللغات الأجنبية، مما يدل على تركيز الصفحة على لغة رسمية تضمن وضوح الرسالة وقوة التأثير ضمن البيئة الرقمية المحلية.

يعكس هذا التوجه انسجام الصفحة مع السياق اللغوي الوطني ورغبتها في توجيه خطاب إعلامي متماسك وموثوق خلال مرحلة ما بعد الحراك.

2. تعكس نتائج تحليل مسميات الحراك في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تنوعاً دلاليًا كبيراً يعكس تعدد الرؤى والتوجهات في الخطاب الرقمي خلال مرحلة ما بعد الحراك.

يبرز التركيز القوي على الطابع السلمي للحراك من خلال الاستخدام المكثف لتسمية "المسيرة الشعبية السلمية" بنسبة 34.03%، وهو ما يؤكد استراتيجية الصفحة في ترسيخ صورة الحراك كحراك سلمي يواجه التشكيك الرسمي.

تنوع التسميات بين تعبيرات تشير إلى الحجم والتعبئة الجماهيرية ("مسيرة الجمعة"، "مليونية") وتسميات مجازية تعبر عن القوة والحركة ("طوفان بشري")، مع بروز مصطلحات سياسية جديدة مثل "الجزائر الجديدة" و"الانتقال الديمقراطي" التي تدل على تحول في الخطاب نحو بناء تصور مستقبلي للنظام السياسي.

بذلك، تعكس الصفحة استراتيجية اتصالية واعية تهدف إلى تثبيت الشرعية السلمية للحراك، مع فتح آفاق للنقاش حول مخرجات الأزمة ومستقبل الجزائر، ما يبرز نضجاً في إدارة الخطاب الرقمي وتحوله من التعبئة إلى التفكير السياسي.

3. بعد ذروة الحراك الشعبي وتراجع الحضور الميداني، تحوّل دور صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" إلى "فاعل رقمي سياسي" يواصل التعبئة والتحليل السياسي، مع هيمنة واضحة للمنشورات ذات الطابع السياسي (79%)، ما يعكس استمرارها في دفع الوعي الشعبي ومراقبة المشهد السياسي الجديد.

تنوعت أنواع المنشورات لتشمل المحتوى الإعلامي البديل (8.43%) الذي يركز على نقد السياسات الرسمية والإعلام الحكومي، مما يعكس وظيفة رقابية وصحفية للصفحة، مع محاولة بناء سردية معارضة موازية لصوت الشارع.

ضمّن المحتوى أيضاً تدوينات عامة وغير سياسية (8.11%) تُستخدم للحفاظ على التفاعل وكسر رتابة الخطاب السياسي، مع محتوى تحفيزي وفكاهي، ما يدل على مرونة التواصل ووعي لحاجات الجمهور النفسية.

لم تُعطَ القضايا الصحية والاجتماعية والاقتصادية حيزًا كبيرًا، رغم حساسيتها، مما يشير إلى تمركز واضح للصفحة حول الفعل السياسي، مع غياب شبه كامل للمنشورات ذات الطابع التاريخي أو المنوع. هذا التوجه يعكس نضجًا في إدارة الأزمة عبر الفضاء الرقمي، حيث يتحول العمل من تعبئة ميدانية فورية إلى بناء وعي سياسي طويل الأمد، مع التأكيد على رمزية الحراك وقيمه الأساسية (السلمية، العدالة، الشرعية الشعبية). في الوقت نفسه، تشير محدودية التنوع الموضوعاتي إلى بقاء الصفحة ضمن معالجة أحادية الاتجاه، مع تركيز قوي على السياسة على حساب الأبعاد الاجتماعية والثقافية، واختيار استراتيجيات اتصالية تركز على الحاضر والمباشرة بدل الخطاب التأملّي أو المرجعي.

4. تبين معطيات توزيع المنشورات أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تبنت، في مرحلة ما بعد الحراك، وظيفة إعلامية ميدانية رقمية، مع تركيز واضح على التفاعل اللحظي مع الأحداث السياسية والاجتماعية الجارية. فقد احتلت المنشورات الآنية (51.95%) والإخبارية (28.08%) الحيز الأكبر من المحتوى، مما يعكس تحوّل الصفحة إلى فاعل إعلامي بديل، يعوّض ضعف أداء الإعلام التقليدي، ويساهم في ضمان استمرارية الوعي السياسي الرقمي في ظل تراجع التعبئة الميدانية.

هذا التوجه يبرز استراتيجية تواصلية تقوم على:

- نقل مباشر وتوثيق مستمر للمستجدات السياسية (مثل المسيرات والمحاکمات).
 - تحليل نقدي للأحداث (مثل رفع الراية الأمازيغية أو التعديلات الدستورية).
 - تقديم خطاب جمعي لا فردي، حيث تغيب المنشورات الذاتية لصالح خطاب وطني موحد.
 - ضعف الحوار المباشر مع الجمهور (3.18%)، مما يدل على نمط تواصل عمودي أكثر من كونه أفقيًا.
- كما يشير هذا النمط إلى إدراك الصفحة لضرورة الحفاظ على ديناميكية التفاعل الرقمي السياسي بعد تراجع الميدان، من خلال دعم أشكال جديدة من التعبئة، قائمة على الوعي، التوثيق، وتوجيه الرأي العام.

5. تُظهر البيانات المتعلقة بأنواع الحركات الاحتجاجية أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" ركّزت بشكل شبه كلي على الاحتجاج السياسي (95.90%)، ما يعكس تموضعها ضمن موجة الحراك الراضة للنظام السياسي القائم، خاصة في مرحلة ما قبل وبعد الانتخابات الرئاسية في ديسمبر 2019.

هذا التركيز يدل على:

- اندماج المطالب الاجتماعية والاقتصادية في المطلب السياسي الأشمل.
- غياب الحركات الفتوية أو القطاعية (مثل التربية أو الصحية)، لصالح وحدة خطابية تُفضّل الشعارات الجامعة ("لا انتخابات مع العصابات") على المطالب الجزئية.
- استغلال الصفحة للبعد الرمزي والموحد للحراك، مما منحها شرعية رقمية عالية في تأطير الرأي العام، وساهم في تعميم خطاب الرفض السياسي على جمهور واسع.
- بالتالي، اتسم محتوى الصفحة في هذه المرحلة بقدر كبير من التركيز والوضوح الأيديولوجي، ما يعكس إرادة جماعية في التغيير الجذري، ورفض أي محاولات للالتفاف على مطالب الحراك، مع اعتماد الفضاء الرقمي كمنصة مركزية لمأسسة هذا الوعي.

6. تُبرز البيانات المتعلقة بطبيعة الخطابات الاحتجاجية في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أن الصفحة تبنت خطابًا احتجاجيًا رقميًا متماسكًا، يرفض صراحةً خارطة الطريق الرسمية، مع هيمنة واضحة للخطاب المناهض للترهيب السياسي (44.95%)، وخطاب المقاطعة (22.20%).

هذا التوجه يعكس:

- وعيًا رقميًا نقديًا تجاه محاولات فرض حل سياسي من أعلى دون توافق شعبي.
- انخراط الصفحة في ديناميكية رفض عقلائي وسلمي، يجمع بين الرفض المباشر (المقاطعة، المطالبة برحيل العصابة) والدعوة إلى قيم بديلة (تحرير الإعلام، مواصلة السلمية).
- ضعف تمثيل الخطاب المؤيد للسلطة، ما يدل على افتقاد المسار الرسمي للدعم الشعبي الواسع في الفضاء الرقمي. وبالتالي، لعبت الصفحة دورًا مزدوجًا:
- من جهة، منصة تعبئة رقمية ضد الانتخابات باعتبارها "مسرحية غير توافقية".
- ومن جهة أخرى، رافعة لخطاب التغيير الجذري لا التجميلي، ما يعكس تبلور وعي سياسي رقمي جماعي يتجاوز الاحتجاج اللحظي نحو بلورة سردية سياسية بديلة.

7. تُظهر البيانات أن الفعل الاحتجاجي لم يتوقف رغم تراجع الحضور الميداني، بل استمر رقميًا بقوة، مدفوعًا بعدة عوامل رئيسية يتصدرها رفض المسار الانتخابي، الذي شكّل وحده 44.15% من دوافع الاستمرار، متبوعًا بعدم الثقة في مؤسسات الدولة (25.46%)، والتهميش السياسي للنخب المستقلة (14.64%) هذا يدل على أن:

- الاحتجاج الرقمي تحوّل إلى معركة على الشرعية، تتجاوز مجرد رفض الانتخابات إلى إعادة طرح أسئلة أعمق حول طبيعة النظام السياسي ومسارات الانتقال.
- المحتوى يعكس تحولاً نوعياً في وعي الجمهور الرقمي من مجرد الرفض إلى نقاشات سياسية ومبادرات بديلة (وإن بقيت غير منظمة).
- استمرار التعبئة الرقمية، حتى عبر قضايا غير سياسية (مثل المعاناة الاجتماعية والنفسية أو الفساد)، يدل على وعي شامل بالأزمة متعددة الأبعاد.
- اللافت أيضاً هو ضعف الحضور الاقتصادي والاجتماعي فقط (3.90%)، ما يشير إلى مركزية المطالب السياسية كمدخل أول لأي تغيير، في وعي مستخدمي الصفحة.
- 8. يُظهر الجدول رقم (97) أن الخطاب الرقمي لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال المرحلة الانتقالية لما بعد الحراك تركز بشكل حاسم حول:
- رفض الانتخابات كآلية لإعادة تدوير النظام (50.91%)، حيث لعب وسم "لا للانتخابات مع العصابات" دوراً تعبويّاً مركزياً في الخطاب الاحتجاجي، مدعوماً بصور وشهادات ميدانية تعزز هذا الموقف.
- غياب الحلول في نسبة معتبرة من المنشورات (30.23%) لا يُفهم كفراغ فكري، بل كدلالة على انسداد سياسي ورفض الاعتراف بالآليات الرسمية المطروحة للحوار، ما يعكس فقداناً كلياً للثقة بين السلطة والجمهور.
- استمرار البعد الأخلاقي والسيادي في الخطاب (رحيل العصابة - 12.71%)، ما يدل على أن المطالب لم تكن تقنية أو إجرائية، بل شاملة وجذرية، تُطالب بتغيير النظام لا تكييفه.
- في المقابل، تُسجّل النسب الضعيفة التالية:
- المطالب الاقتصادية والاجتماعية (3.55%)، وهو ما يعكس وعياً سياسياً بأن هذه الأوضاع ما هي إلا نتائج للخلل في البنية السياسية.
- قضية المعتقلين (1.97%)، رغم رمزيته، لم تكن في صلب الخطاب الرقمي، لكنها حضرت في اللحظات المفصلية، بما يبرز الارتباط الرمزي والإنساني للحراك.
- الحوار مع المعارضة الجادة (0.17%)، ما يعكس انخفاً كلياً للثقة، ليس فقط مع السلطة، بل حتى مع جزء من المعارضة المحسوبة على النظام أو تلك التي لم ترق لمستوى تمثيل تطلعات الحراك.

تشير معطيات التحليل إلى تحوّل ملموس في خطاب صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من المطالبة إلى الرفض التام لشكل ومضمون المسار السياسي الذي طرحته السلطة، حيث شكّلت المنشورات التي عبّرت عن رفض المسار الانتخابي نسبة كبيرة، تجاوزت 75% من المحتوى خلال الفترة المدروسة. هذا التحول يعكس تطوراً في الوعي السياسي للجمهور الرقمي، الذي لم يقتنع بمحاولات "تحميل" النظام، بل ظل متمسكاً بالمطالبة بقطيعة جذرية رغم غياب أطر تنظيمية بديلة، كما تجلّى في كثافة المنشورات التي بلغت 65 % من إجمالي المحتوى التي أظهرت حالة احتقان جماعي، مع غياب تقديم حلول ملموسة، ما يعكس أزمة أعمق داخل الحراك نفسه.

من الناحية الدلالية، تمثّل سيطرة المجتمع المدني على المحتوى في نسبة وصلت إلى 80 %، حيث رفضت الصفحة الاعتراف بالمؤسسات الرسمية والفاعلين السياسيين التقليديين، مع تمجيد المبادرة الشعبية كمصدر شرعية. كما ظهر استبعاد واضح للنخب التقليدية، حيث استُخدمت أسماء رموز مستقلة مثل حمروش وبن بيتور في 40 % من المنشورات المرتبطة بالرموز الوطنية، ولم يُنظر إليهم كزعماء، بل كأصوات موثوقة تؤكد عزلة السلطة، مع التركيز على رفض ترشحهم كحجة سياسية ضد الانتخابات. كذلك تم إبراز الإعلاميين كمقاومين رمزيين في حوالي 25 % من المنشورات ذات الطابع التحليلي، مما يعكس توظيفاً ذكياً للمهنيين لتعزيز الخطاب الرفض.

في المقابل، لوحظ ضعف في الحضور القطاعي المؤسسي (التربية، الصحة، القانون)، حيث شكّل محتوى هذه القطاعات أقل من 10 % من إجمالي المنشورات، ما يدل على محدودية التعبئة المؤسسية مقابل هيمنة الخطاب الشعبي. وأخيراً، يتوافق الخط التحريري للصفحة مع طبيعة الحراك الأفقي، حيث لم تتجاوز نسبة المنشورات التي تستهدف بناء تمثيل حزبي أو قيادي أكثر من 5 %، مؤكدة بذلك دورها في بلورة خطاب "لا مركزي" يرفض الهيمنة السياسية التقليدية.

9. إن الهيمنة المطلقة للمجتمع المدني في الخطاب الرقمي لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تُعبّر عن توجه تحريري واعٍ يسعى إلى إعادة تشكيل المجال العمومي بعد الحراك، بحيث تصبح الشارعية السياسية نابعة من الفعل الجماهيري لا من النخب الحزبية أو المؤسسات الرسمية. وقد أسهم هذا التوجه في تحويل الصفحة إلى منصة تمثيلية بديلة، تستثمر في رمزية الرفض، وتعيد توزيع الأدوار داخل الساحة السياسية الرقمية بما يتماشى مع طبيعة الحراك كمشروع أفقي، غير مأسس، لكنه فاعل ومؤثر.

تُظهر المعطيات أن الصفحة اعتمدت بنسبة كبيرة على المحتوى غير الموثق، مما يدل على أولوية الخطاب الذاتي والمباشر الذي يشكل نسبة كبيرة من المنشورات، حيث يخدم هذا الأسلوب التعبئة السريعة (نحو 70% من المحتوى تقريباً)، لكنه يقيد العمق التحليلي. كما تركزت الصفحة في دور "الصحفي المواطن" أكثر من كونها منصة

تحليل، إذ كان الخطاب ذا طابع ميداني بنسبة 65% من المنشورات، يواكب الحدث لحظيًا دون الالتزام الكامل بالأعراف المهنية التقليدية. علاوة على ذلك، استُخدم الإعلام المحلي والرسمي كمصادر نقدية أو ساخرة في حوالي 45% من المنشورات، ما يعكس وعيًا رقميًا نقديًا متقدمًا. بالمقابل، لم تتجاوز نسبة المصادر الأكاديمية 5%، ما يشير إلى غياب التحليل العلمي والمنهجي العميق، رغم الحاجة إليه في مرحلة ما بعد التظاهر. وأخيرًا، الغياب شبه الكامل (أقل من 2%) للمصادر الأجنبية يؤكد على اختيار تحريري داخلي واستقلالية التحرير، لكنه حدّ من فرص المقارنة مع تجارب دولية أخرى.

10. يعكس اعتماد صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على مضمون ذاتي بنسبة تتجاوز 70% طبيعة الخطاب الرقمي التعبوي خلال مرحلة ما بعد الحراك، حيث طغى التفاعل الميداني والتصريحات اللحظية على التحليل المرجعي أو التوثيق المؤسسي. ورغم نجاح هذا النمط في تعزيز التعبئة الشعبية وكسر احتكار الإعلام التقليدي، إلا أنه يكشف أيضًا عن فجوة معرفية وضعف في التعدد المرجعي، وهو ما يطرح إشكاليات على مستوى مصداقية المحتوى واستدامة التأثير السياسي الرقمي، خاصة في السياقات الانتقالية التي تتطلب بناء رؤية مؤسسية وخطابًا مدعومًا بالأدلة والمراجع.

تُبيّن القراءة الدلالية لمضامين المنشورات أن الصفحة ركزت بشكل أساسي على الوظيفة التوعوية، التي مثّلت 51,79% من إجمالي الأهداف الاتصالية، ما يعكس سعيًا حثيثًا لبناء وعي سياسي ومواطني ناقد لدى المتابعين، من خلال رفض إعادة تدوير النظام السابق، والدفاع عن شرعية الشارع كففاعل مركزي في صناعة القرار. وتُشير المعطيات كذلك إلى أن الصفحة قامت بوظيفة إعلامية بديلة، حيث شكّل المحتوى الإخباري نسبة معتبرة (36,44%)، بما يُضفي على الصفحة طابعًا شبيهًا بوسائل الإعلام المواطنية، خاصة في ظل تراجع الثقة بالإعلام الرسمي. وقد تميزت التغطيات المنشورة بآنيتها ومباشرتها، إذ تضمنت صورًا وفيديوهات من المسيرات، مرفقة غالبًا بتعليقات تحليلية أو نقدية ساخرة. من جهة أخرى، ورغم وجود محتوى توجيهي (11,77%)، فقد اعتمدت الصفحة خطابًا تشاركيًا قائمًا على الإقناع القيمي بدلًا من الأوامر المباشرة، ما يعكس احترامًا لوعي الجمهور وتجنّبًا لأي وصاية رمزية. ويدل الغياب الكامل لأي محتوى تحريضي أو ترفيحي على إدراك تحريري لحساسية المرحلة، وهو ما منح الصفحة قدرًا أكبر من الجدية والمصداقية. بهذا المعنى، تنسجم الممارسة الاتصالية للصفحة مع المفهوم "الهابرماسي" للفضاء العمومي، حيث تُؤدّي عملية التواصل بناءً على العقلانية الحوارية لا على التهيج أو التسلّط، بما يُعزز من فاعلية النقاش العمومي ويُسهّم في تشكيل وعي جمعي متماسك.

11. يُظهر تحليل الأهداف الاتصالية لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال المرحلة الانتقالية أن الخطاب الرقمي تبني توجهاً توعوياً بالدرجة الأولى، مدعوماً بتغطية إخبارية ميدانية مستمرة، في غياب تام لأي مضامين تحريضية أو ترفيحية. وقد ساهم هذا الخيار التحريري في تعزيز مصداقية الصفحة كمنصة جادة تعمل على ترسيخ الوعي السياسي النقدي دون الانزلاق إلى الشعبوية أو الفوضى الاتصالية، مما يجعلها نموذجاً فعالاً لما يُمكن تسميته بـ "الفضاء العمومي الرقمي المقاوم"، القائم على الحوار، المشاركة، والتعبئة الواعية.

تُظهر المعطيات الدلالية المرتبطة بالنتيجة 11 أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تبنت خطاباً تواصلياً ناضجاً يُهيمن عليه الأسلوب الحجاجي بنسبة 67,62% من إجمالي المنشورات، ما يعكس توجهاً واعياً نحو إقناع المتابعين عبر تفكيك الوقائع وتقديم حجج عقلانية بدلاً من الإثارة أو التهيج. هذا الميل إلى الخطاب البرهاني يتقاطع بوضوح مع مبادئ "الفعل التواصلية" كما يطرحها هابرماس، حيث سعت الصفحة إلى تفعيل نقاش عمومي قائم على التفاهم العقلاني والمشروعية الرمزية، لا على الهيمنة أو الشعبوية. ورغم طغيان الجانب العقلاني، لم تُغفل الصفحة توظيف البُعد العاطفي الذي شكّل 32,38% من مضمونها، حيث استُخدمت بعناية ضمن سياقات تعبئة وجدانية تربط المتلقي بالذاكرة الجماعية وتُعيد تفعيل رموز مشتركة من دون الانزلاق إلى خطاب تحريضي أو استغلال انفعالي. كما أن الغياب التام لأي أسلوب تخويفي أو تهبيي يُبرز التزاماً أخلاقياً بخطاب يحترم وعي الجمهور ويعزز الطابع السلمي للحراك. هذا التوازن بين العقل والعاطفة منح الصفحة قدرة مزدوجة على التأثير؛ عقلانياً من خلال بناء فهم سياسي واضح وتحليل السياق، وعاطفياً عبر استثارة الانتماء الجماعي دون الوقوع في فخ التجيش أو العنف الرمزي، ما يجعل منها فاعلاً رقمياً مسؤولاً يسهم في توجيه الرأي العام بطريقة متزنة وواعية.

12. يعكس اعتماد صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" على الخطاب الحجاجي العقلي بنسبة تفوق الثلثين تطوراً ملحوظاً في الوعي الاتصالي، حيث تحوّلت من مجرد منصة نقل إلى فاعل رقمي يسهم في تشكيل الرأي العام عبر الحجج والمنطق. كما أن الدمج المتوازن بين الأسلوبين العقلي والعاطفي، ورفضها التام لأي تهيب أو تخويف، منحها مصداقية جماهيرية، ورسّخ موقعها كمنصة واعية تُراهن على بناء وعي نقدي ملتزم، يؤمن بأن التحول الديمقراطي لا يُفرض من الأعلى، بل يُبنى بالحوار، التشارك، والإقناع.

تُظهر المعطيات الدلالية أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اتخذت تموقاً واضحاً كفاعل إعلامي تعبوي منخرط في معركة رمزية ضد الخطاب الرسمي، من خلال تجذّر موقفها المؤيد للحراك الشعبي بنسبة بلغت 84,49% من مجموع المنشورات. لم يكن هذا التأييد مجرد دعم رمزي، بل جاء مرفقاً بخطاب تعبوي يدعو إلى

الاستمرارية والتنظيم والتمسك بالخيار السلمي، عبر شعارات متكررة من قبيل: "لا شرعية دون الشارع" و"الحرية لا تُستبدل بالصناديق المزورة"، وهو ما يدل على تبني سردية بديلة ترى في الشارع مصدرًا للشرعية، لا صناديق اقتراع تفتقر إلى النزاهة. في المقابل، لم تعكس المنشورات المصنفة كـ"معارضة" موقفًا ضد الحراك، بل جاءت كرفض نقدي للمسار الانتخابي ليوم 12 ديسمبر 2019، واعتبرته امتدادًا للنظام القديم، حيث استخدمت الصفحة خطابًا حجاجيًا عقلائيًا مشفوعًا بالسخرية السياسية، ما يُبرز وظيفة مزدوجة: فضح ممارسات السلطة وتحفيز الوعي الجماعي. ومن اللافت غياب تام لأي توقع محايد، ما يعكس قناعة الصفحة بأن "الحياة الإعلامي" في السياقات الثورية قد يُعد تواطؤًا ضمنيًا مع السلطة، ليُصبح الإعلام المناضل خيارًا أخلاقيًا مشروعًا. أما على مستوى اللغة والرموز، فقد وظفت الصفحة خطابًا تعبويًا ذا نَفَسٍ مقاوم، لا يكتفي بوصف الواقع بل يسعى لتغييره، مع اعتماد وسوم قوية مثل #الجزائر_بلاد_الأحرار و#لا_للعهد_الملتوية، ما يعزز من بناء خطاب بديل قائم على السيادة الشعبية، والمساءلة، والوحدة الوطنية.

13. تؤكد النتائج أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكتفِ بدور الوسيط الإعلامي، بل تجاوزته لتؤدي وظيفة فاعل تعبوي رقمي منحاز لقيم الحراك ومطالبه. ويتجلى هذا التموقع في انعدام الخطاب المحايد، وارتفاع نسبة المحتوى المؤيد للحراك والمعارض للسلطة، ما يجعل منها منصة إعلامية منخرطة في "معركة رمزية" تهدف إلى إنتاج خطاب مضاد للشرعية الرسمية، وإعادة تشكيل الوعي الجماعي من خلال سردية قائمة على السيادة الشعبية، ورفض أي محاولة لإعادة إنتاج النظام السابق. وبذلك، تتحوّل الصفحة إلى أداة تعبئة رقمية، تزواج بين التوعية، المقاومة الرمزية، وبناء التصور الجمعي البديل.

تُظهر المعطيات أن خطاب الصفحة خلال مرحلة ما بعد الحراك الشعبي طغت عليه القيم الإيجابية، التي شكّلت ما نسبته 80,35% من مجموع القيم المتضمنة في المنشورات. وقد تجلّى ذلك من خلال بناء خطاب تعبوي يركّز على مفاهيم مثل الوطنية، الأمل، السلمية، والتماسك المجتمعي، مع تمجيد رموز الحراك وفعل المقاومة المدنية، ما ساهم في خلق صورة مثالية لمسار التغيير السياسي السلمي. هذا التوجه لم يكن مجرد تحميل للواقع، بل كان بمثابة أداة لبناء مناعة رقمية جماعية في مواجهة محاولات التشويه والوصم بالعنف أو اللاشرعية، التي رافقت الخطاب الرسمي والإعلامي المعارض للحراك.

في المقابل، لم تُستخدم القيم السلبية بنسبة 19,65% من المنشورات كوسيلة للتحريض أو الفوضى، بل تم توظيفها ضمن أداء نقدي بّناء، عبّر عن وعي سياسي حاد برهن على رغبة في التغيير الجذري دون الانزلاق إلى

العدمية أو الخطاب الفوضوي. فقد جاءت هذه القيم في سياق فضح الفساد، التنديد بالقمع، والتحذير من محاولات تخوين الحراك أو اختراقه من الداخل، مما يعكس سلوكًا اتصاليًا مسؤولًا يُوازن بين التعبئة والرقابة الذاتية. هذا التوازن بين الدعم والانتقاد يوضح أن الصفحة لم تؤدّ دورًا دعائيًا خالصًا، بل حاولت ممارسة وظيفة مزدوجة: دعم رمزي للحراك من جهة، ونقد عقلاني للمسار السياسي من جهة أخرى، بما يضمن الاستمرارية في النضال دون المساس بوحدة الصف أو سلمية المطالب. وعليه، حافظت الصفحة على خطاب موزون، متماسك ومسؤول، يراعي تعقيدات المرحلة ويواكب التحولات دون التفريط في المبادئ الأساسية للحراك.

14. نجحت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" في الحفاظ على توازن دقيق بين تبني خطاب تعبوي إيجابي يعزز التضامن والوحدة السلمية، وبين ممارسة نقد مسؤول وواعي للواقع السياسي والاجتماعي. هذا التوازن أسهم في بناء وعي جماعي مستمر حول مطالب الحراك الشعبي، مع تفادي الانزلاق نحو العنف الرمزي أو الفوضى، مما يبرز الصفحة كفاعل رقمي واعٍ يسعى لتأطير الحراك ضمن قيم سياسية واجتماعية راقية ويواجه الحملات الدعائية المضادة بفعالية.

تُظهر النتائج المتعلقة بمضمون القيم المتضمنة في الخطاب الرقمي لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أن الغلبة كانت للقيم الإيجابية بنسبة 80,35%، حيث ركزت المنشورات على تعزيز مفاهيم الوطنية، الأمل، السلمية، والتماسك المجتمعي، مما يعكس توجهًا تعبويًا ببناء يهدف إلى تقديم الحراك الشعبي كمسار حضاري وسلمي للتغيير. وفي المقابل، شكّلت القيم السلبية نسبة 19,65%، لكنها لم تُوظف في إطار عدمي أو تحريضي، بل جاءت ضمن أداء نقدي واعٍ استهدف الفساد، القمع، ومحاولات الالتفاف على المطالب الشعبية، مما يدل على رغبة إصلاحية متجذرة دون الانزلاق إلى الفوضى. هذا التوازن بين التمجيد والنقد مكّن الصفحة من لعب دور مزدوج، حيث تجاوزت وظيفة الوسيط الإعلامي لتتحول إلى فاعل تعبوي رقمي منخرط في معركة رمزية تهدف إلى إعادة تشكيل الوعي الجماعي. فقد تميّز خطابها بغياب تام للحيداد، وانحياز واضح لقيم الحراك، مع ارتفاع نسبة المنشورات المؤيدة بنسبة 84,49%، ما يضعها ضمن فئة "الإعلام المناضل" لا الإعلام المحايد. كما نجحت في المزج بين الحجاج العقلي والخطاب العاطفي، مُعزّزة بذلك قدرتها على التأثير المتعدد المستويات، دون الوقوع في التهويل أو الشعبوية، وهو ما عزز من مكانتها كمنصة مركزية لإنتاج سردية بديلة تعكس السيادة الشعبية وترفض إعادة إنتاج النظام السابق تحت شعارات جديدة.

- خلاصة عامة لمرحلة ما بعد الأزمة من حيث مضمون المنشورات:

هيمنة الخطاب السياسي التوعوي: اتسمت غالبية المنشورات في مرحلة ما بعد الحراك الشعبي بالطابع التوعوي، حيث ركزت الصفحة على تفكيك خطاب السلطة وتحليل رموز النظام السياسي، مع التأكيد على أهمية الوعي الجماعي واليقظة السياسية لمواجهة محاولات الالتفاف على المطالب الشعبية.

رفض صريح للمسار الانتخابي الرسمي: شكلت الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر 2019 محوراً رئيسياً في مضمون المنشورات، حيث تم رفضها بشكل قاطع باعتبارها آلية لإعادة إنتاج النظام السابق، وتم تأطير هذا الرفض من خلال منشورات نقدية عقلانية وأخرى توثيقية من الميدان.

التمسك بالسلمية كقيمة استراتيجية: بالرغم من حالة التوتر والانسداد السياسي، حافظت الصفحة على خطاب سلمي رافض للعنف أو الفوضى، ما يعكس رغبة واضحة في تأطير الحراك ضمن أفق حضاري وسلمي للتغيير.

محدودية الطروحات البديلة: برز غياب واضح للحلول العملية أو المقترحات السياسية البديلة، حيث ركزت المنشورات على النقد والرفض أكثر من تقديم تصورات للخروج من الأزمة، ما يكشف عن أزمة ثقة وانسداد في أفق الحوار السياسي.

احتفاء بالمجتمع المدني وتمهيش للمؤسسات الرسمية: رافق الخطاب نزعة واضحة لتمجيد الفعل الجماهيري والمجتمع المدني مقابل تمهيش واضح للسلطة والمؤسسات الرسمية، التي وُصفت غالباً بأنها فاقدة للشرعية أو أداة لإعادة تدوير الاستبداد.

خطاب تعبوي داعم ومؤدج: غالبية المنشورات اتخذت طابعاً تعبويًا ومؤيداً للحراك بنسبة كبيرة، مع غياب شبه تام للموقف المحايد، ما يدل على توجه الصفحة نحو لعب دور في المعركة الرمزية والسياسية، وليس فقط الإعلامية. تركيز على الرموز والشعارات بدل البرامج: اعتمدت كثير من المنشورات على تكرار شعارات رمزية مثل "لا انتخابات مع العصابات"، ما يعكس طغيان الطابع الشعاري والانفعالي في بعض الفترات، على حساب الخطاب البرنامجي أو الاستشرافي.

بناء سردية مقاومة رقمية ضد الإعلام الرسمي: ظهرت محاولات واضحة لإعادة بناء سردية مضادة للإعلام الرسمي، حيث وُصفت الصفحة بأنها "صوت الشعب"، في مقابل اتهام الإعلام التقليدي بالتواطؤ والتضليل.

ضعف الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية: تركز مضمون المنشورات على البُعد السياسي والمؤسسي بدرجة أولى، بينما ظلت المطالب الاجتماعية والاقتصادية في الهامش، ما يعكس الأولوية التي أُعطيت لإصلاح النظام السياسي باعتباره مدخلاً لأي تحول شامل.

الاعتماد على التوثيق الذاتي أكثر من المصادر الخارجية: أظهرت المنشورات اعتماداً كبيراً على إنتاج المحتوى الذاتي غير الموثق، ما ساعد في سرعة النشر وتكثيف التعبئة، لكنه في المقابل قلّص من العمق التحليلي وأضعف التعدد المرجعي في الطرح.

خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة بعد الحراك:

شكّلت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" في مرحلة ما بعد الحراك الشعبي فاعلاً رقمياً محورياً في دينامية التواصل السياسي والاحتجاجي داخل الفضاء الافتراضي الجزائري. فمن خلال تطور خطابها الاتصالي، أظهرت الصفحة انتقالاً من التعبير الرمزي والتلميح إلى خطاب صريح ومباشر، يعكس تصعيداً في درجة الانخراط في الشأن العام، ووعياً متزايداً بوظيفة الإعلام الاجتماعي في التأطير والمرافعة الرقمية. وقد أدّت الصفحة دوراً مزدوجاً تمثل، من جهة، في مواكبة الحراك ميدانياً عبر التوثيق والبت الفوري ونقل صوت الشارع، ومن جهة أخرى، في تشكيل وعي احتجاجي مستمر من خلال مضامين تعبوية، تحليلية، وساخرة. كما ساهمت في فضح التجاوزات، والدفاع عن المعتقلين، وتثبيت سردية موازية للسردية الرسمية، بما منحها شرعية رمزية داخل الحراك الرقمي. أما من حيث الشكل، فقد تميزت باستخدام وسائل متعددة، وتوظيف الصور والشهادات الحية والميمات السياسية بطريقة تفاعلية، عززت من قدرة الصفحة على الانتشار والتأثير. وبذلك، لم تقتصر وظيفة الصفحة على التغطية، بل أصبحت جزءاً من آلية إدارة ما بعد الحراك، عبر تعبئة الرأي العام، وتوجيه النقاشات، والمساهمة في المحافظة على استمرارية الوعي الجمعي والضغط الرمزي في ظل محاولات الالتفاف على مطالب الشارع.

III- الاستنتاجات النهائية لمرحلة بعد الحراك الشعبي (مرحلة بعد الأزمة)

1. نضج الخطاب الإعلامي وتوجهه نحو العقلانية: بعد انتهاء ذروة الحراك، برزت في خطاب الصفحة توجهات حجاجية عقلانية بنسبة كبيرة، تعكس سعيًا واعيًا لبناء وعي نقدي مستنير، يعتمد على التفاهم والمنطق بدلاً من الخطابات العاطفية أو التحريضية.
2. دعم الحراك برؤية نقدية متوازنة: حافظت الصفحة على موقف مؤيد قوي للحراك الشعبي، مع ممارسة نقد بناء للسلطة القائمة ومسار الانتخابات، مما يعكس التزامًا بالمواقف التقدمية دون الانزلاق إلى خطاب عدائي أو متطرف.
3. تعزيز قيم السلمية والوحدة الوطنية: ظل الخطاب يركز على القيم الإيجابية مثل الوطنية، الأمل، والتغيير السلمي، مما ساهم في ترسيخ صورة حضارية للحراك الشعبي وصناعة مناعة إعلامية ضد محاولات التشويه والتخوين.
4. غياب الحياد الإعلامي وصعود الإعلام المناضل: اتخذت الصفحة موقفًا صريحًا وانخرطت في الخطاب التعبوي الداعم للحراك، متجاوزة نموذج الإعلام المحايد التقليدي، مما يؤكد دورها كفاعل رقمي سياسي يساهم في تشكيل الوعي الجماعي.
5. ضعف الاعتماد على المصادر التحليلية والأكاديمية: بالرغم من التطور في جودة الخطاب، ظل التنسيق المعرفي وتحليل الأحداث من خلال مصادر علمية وأكاديمية محدودًا، مما يشير إلى فجوة معرفية تحتاج إلى معالجة لتعزيز المصداقية والعمق.
6. دور مزدوج بين التوثيق الإعلامي والتأطير التوعوي: عملت الصفحة على توثيق الأحداث وتغطية الفعل الميداني بشكل آني، إلى جانب القيام بوظيفة توعوية تربوية تستهدف بناء وعي سياسي ومواطني نقدي، مع التركيز على السلمية وعدم التحريض.
7. تحول الصفحة من ناقل للأخبار إلى فاعل سياسي رقمي: لم تعد الصفحة مجرد منصة إعلامية، بل أصبحت فاعلاً رقمياً فاعلاً في المشهد السياسي، يساهم في التعبئة والتنظيم، ويركز على إعادة تشكيل سردية الحراك بما يخدم تحقيق التغيير الديمقراطي.
8. الحفاظ على التوازن في الخطاب رغم الأزمات: نجحت الصفحة في المحافظة على توازن نسبي بين الدعم النقدي والإيجابي، ما يعكس وعيًا استراتيجيًا بأهمية الحوار العقلاني والابتعاد عن خطاب الكراهية أو التحريض، الأمر الذي عزز من حضورها ومصداقيتها في المرحلة الحساسة بعد الأزمة.

نتائج الدراسة:

الاستنتاجات النهائية لمرحلة ما قبل الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (ما قبل الأزمة).

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل ؟).

فئة حجم النصوص:

اتّسم الخطاب الشكلي للصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك بهيمنة واضحة للنصوص القصيرة والمتوسطة، التي طغى عليها الطابع الإخباري السريع والمباشر، مع غياب شبه تام للنصوص الطويلة، باستثناء منشور وحيد حمل ملامح خطاب تعبوي ناشئ. ويعكس هذا التوجه تكيّفًا واضحًا مع منطق الوسيط الفايسبوكي، الذي يُعطي الأولوية للمنشورات المختصرة القابلة للاستهلاك والتفاعل السريع، لا سيما عبر خوارزمياته التي تُفضّل هذا النوع من الخطاب. كما يتماشى ذلك مع منطق "الاستجابة السريعة" الذي يميّز الاتصال الرقمي في الفترات التي تسبق الأزمات، حيث تُصبح الحاجة ماسّة لنقل الرسائل المكثفة والمبسطة القادرة على مواكبة التوترات النفسية للجمهور، واستثارة انفعاله الأولي دون الحاجة إلى تحليل أو تعقيد.

وبدل هذا الأسلوب أيضًا على الطابع اللامركزي في إنتاج المحتوى الرقمي، بما يُقارب ممارسات الإعلام المواطن، حيث تكتفي الصفحة بنقل الحدث والتعبير عن الغضب الشعبي دون الانخراط في تأطير أيديولوجي منظم. ومع ذلك، فإن تكرار استخدام هذا النمط لم يكن عشوائيًا، بل مثل اختيارًا وظيفيًا يخدم هدفًا اتصاليًا واضحًا يتمثل في تسريع نشر الرسائل الاحتجاجية، وتسهيل التعبئة الجماهيرية، ولو بصورة غير مباشرة. فالصفحة لم تؤدّ في هذه المرحلة دورًا تعبويًا مؤطرًا بالمعنى الصريح، بل سعت عبر أسلوبها المختصر والمباشر إلى تهيئة الرأي العام وتوجيهه تدريجيًا نحو الوعي بالأزمة قبل انفجارها، وهو ما يُبرز وظيفتها ضمن ديناميات التعبئة الرقمية في مرحلة ما قبل الحراك.

فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك

- من حيث نوع الصور وطبيعتها:

أظهرت النتائج أن الصفحة المدروسة اعتمدت بشكل كبير على الوسائط البصرية الثابتة، وفي مقدمتها الصور الملونة، التي شكّلت الوسيلة الرئيسية لنقل الرسائل. وقد كشف هذا الاستخدام المكثف عن وعي عالٍ بقدرة الصورة على التأثير والتوجيه غير المباشر، دون التورّط في خطاب صدامي مباشر. فالصور لم تُوظف كعنصر تزييني، بل كأداة احتجاجية وتوثيقية، عكست واقع الاحتقان الاجتماعي ومظاهر الغليان بشكل سريع التداول وسهل الفهم، ما ساعد في بناء وعي جماعي حول الوضع القائم. كما أن إرفاق أغلب الصور بنصوص تفسيرية دلّ على تحكم دقيق في الرسائل البصرية، بما يخدم أهداف الصفحة في إدارة النقاش العمومي بطريقة محايدة ظاهرياً، وموجهة ضمناً. ويمكن قراءة هذا التوظيف المخترّف للوسائط كجزء من استراتيجية اتصالية رقمية واعية، جعلت من الصفحة فاعلاً إعلامياً بديلاً يساهم في تأطير الرأي العام خلال فترة ما قبل الأزمة.

- من حيث توظيف الفيديوها وطبيعتها:

أظهر تحليل الفيديوها الموظفة في الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما قبل الأزمة أن هذا الوسيط لم يكن مهيمناً من حيث الكم، حيث شكّل فقط نسبة 11.81% من الوسائط المستعملة، ما قد يُعزى إلى محدودية الإمكانيات التقنية، أو إلى اختيار استراتيجي لتقليل المحتوى الذي قد يُفهم على أنه تحريض مباشر. لكن ورغم قلتها (13 فيديو)، أدّت الفيديوها دوراً مركباً من خلال توثيق بعض الأحداث والتعبير الرمزي عن مواقف سياسية، خاصةً عبر السخرية من الترشح الرئاسي كما أظهرها التناول الإعلامي الأجنبي. واعتمدت الصفحة بشكل لافت على الفيديوها التوثيقية والتعبيرية، ما جعل منها أداة بصرية فعالة في التأثير العاطفي والتفاعل مع قضايا اجتماعية وسياسية متصاعدة. أما من حيث المدة، فضّلت الصفحة الفيديوها المتوسطة (من دقيقة إلى خمس دقائق) بنسبة 76.92%، بما يعكس توازناً بين الإيجاز والعمق في تقديم الرسالة، ويستجيب لعادات الاستهلاك الرقمي التي تميل إلى هذا النوع من المحتوى. كما استخدمت فيديوها قصيرة (أقل من دقيقة) بنسبة 15.38% لنقل مواقف آنية ومكثفة، بينما اقتصرت الفيديوها الطويلة (أكثر من خمس دقائق) بنسبة 7.69% على بعض حالات البث المباشر، مما يعكس تحولاً وظيفياً نحو طرح المواقف وتشكيل الرأي. وقد فضّلت الصفحة الفيديوها المسجلة على المباشرة (بنسبة 92.30%)، في دلالة على رغبتها في

تقديم محتوى مدروس وواعٍ يعكس خطاباً احتجاجياً منظماً لا يقوم على التفاعل العفوي. ويؤكد تحليل مضامين هذه الفيديوهات أنها لم تُستخدم لأغراض ترفيهية، بل حملت رموزاً سياسية واجتماعية تعبّر عن التوتر الكامن قبيل الحراك، من خلال توثيق الهتافات والاحتجاجات الجماهيرية أو المواقف الإنسانية، معبرة عن وعي جمعي متصاعد بما يعزّز وظيفة الصفحة كفاعل رقمي واعٍ يستشعر تصاعد الأزمة قبل انفجارها. دون أن تتبنى الصفحة خطاباً سياسياً مباشراً، بل حافظت على موقعها كوسيط رقمي يعيد نشر ما يُنتجه الشارع من رسائل متعددة الأصوات، لكن فيها نبرة استشعارية.

النتيجة النهائية للجانب الشكلي:

أظهرت الدراسة أن الصفحة المدروسة اعتمدت قبل الحراك على شكل بصري وتعبيري مدروس، وظفت فيه النصوص القصيرة والصور الملونة بشكل أساسي، بما يعكس وعياً تواصلياً بضرورة جذب الانتباه وتوجيه الرأي العام دون تبني خطاب مؤسسي مباشر. وقد شكّلت الصورة الوسيط المهيمن في المنشورات، موظفة كأداة للتوثيق وكشف المعاناة أكثر من كونها وسيلة جمالية، فيما دعم اقتراحها بنصوص موجزة التأثير التعبيري للرسائل. أما الفيديوهات، فجاءت في حدود زمنية متوسطة (1-5 دقائق) لضمان التوازن بين العمق وسهولة التلقي. في المقابل، لم تُستخدم الوسائط التفاعلية كالاستفتاءات أو الصوتيات، مما يعكس طبيعة اتصال أحادي الاتجاه يركز على الإبلاغ أكثر من الحوار. هذا التوظيف الشكلي يُظهر أن الصفحة أدارت بؤادر الأزمة بلغة رقمية هادفة، حاولت أن تجمع فيها بين الإقناع والتأطير المسبق، دون الانخراط الظاهر في الاصطفافات السياسية. تبنت الصفحة نمطاً مدروساً في إدارة المحتوى الاتصالي خلال فترة ما قبل الحراك شكلاً جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية اتصالية ضمنية لإدارة الأزمة في مرحلتها التمهيدية، حيث سعت الصفحة إلى:

- نقل الواقع الاجتماعي والسياسي بدقة عبر الصور والفيديوهات
- تأطير الرسائل وتوجيهها لتهيئة الرأي العام دون تصعيد مباشر أو مواجهة مع السلطة أو الاصطفاف مع تيار معين.
- العمل على ترسيخ صور ومعان لدى المتابعين، بهدف الإسهام في تشكيل وعي جماعي احتجاجي قبل انفجار الأزمة بشكل علني .

• لم تسع الصفحة إلى لعب دور إعلامي احترافي أو دور مؤسسي، بل اكتفت بدور الوسيط الرقمي الحيادي ظاهراً، الناقل لصوت الشارع، وهو ما يُعفيها ظاهرياً من تهمة التحريض، لكن لا يعفيها من محاولة توسيع نطاق الوعي الاحتجاجي لدى متصفحها.

ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)

فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة):

كشفت نتائج التحليل أن الصفحة المدروسة اختارت اللغة العربية الفصحى كلغة أساسية في منشوراتها خلال الفترة التي سبقت الحراك، بنسبة بلغت حوالي 72%، وهو ما يعكس توجهها نحو اعتماد لغة جامعة تستهدف مختلف شرائح الجمهور، خاصة المتعلمة منها. كما وظفت الصفحة في نطاق محدود اللهجة العامية (10,58%) واللغة المهجنة بين الفصحى والعامية (9,34%)، ما يدل على مرونة نسبية في التعبير وفق مقتضيات الخطاب، دون الابتعاد عن الطابع الجاد والرسمي للمضامين. أما اللغة الأجنبية فظهرت بشكل هامشي لا يكاد يُذكر، بينما سُجل غياب تام للغة الأمازيغية.

هذا التوزيع اللغوي يُبرز وعي الصفحة بطبيعة الجمهور المستهدف وسعيها إلى ترسيخ لغة موحدة تتجاوز الانقسامات الثقافية أو الجهوية، مما يُظهر نزعة توحيدية في الخطاب تهدف إلى بناء رأي عام موحد حول القضايا التي كانت تنشرها. ويمكن اعتبار هذا الخيار اللغوي جزءاً من استراتيجية الصفحة في إدارة ما قبل الأزمة، حيث استُخدمت اللغة كأداة لضبط التفاعل، وإيصال الرسائل بشكل مدروس لا يثير حساسيات، مما يدل على حرصها على التحكم في بيئة التواصل وتوجيهها نحو قضايا معينة بعيداً عن الانقسام الهوياتي.

فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة):

أبرز تحليل طبيعة المصطلحات في منشورات الصفحة خلال فترة ما قبل الحراك اعتمادها المكثف على لفظ "الاحتجاجات" بنسبة قاربت 55%، مقابل حضور محدود لمصطلح "الإضرابات" بنسبة لم تتجاوز 9,5%، مع غياب تام لمصطلح "الحراك". هذا الانتقاء الاصطلاحي لم يكن اعتباطياً، بل يعكس توجهاً دقيقاً في توصيف الواقع الاجتماعي، حيث تعمّدت الصفحة تسليط الضوء على مظاهر الاضطراب الشعبي من خلال مصطلحات توحي بالحراك المجتمعي دون التصريح المباشر به.

ويمكن استنتاج أن توظيف هذه المصطلحات مثل جزءاً من التهيئة النفسية والذهنية للمتابعين، وساهم في إدارة أولية للأزمة عبر بناء وعي تدريجي بوجود توترات اجتماعية متراكمة. فقد أدت الصفحة دوراً خفياً لكنه فعال ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، تمثل في السعي نحو ترسيخ تصوّر معيّن عن الواقع، وتصيد مستوى الإحساس العام بالاحتجاج كحالة دائمة، دون تجاوز الخطوط الحمراء أو الاستفزاز المباشر. بهذا، جسّدت الصفحة ما يمكن اعتباره اتصالاً تمهيدياً للأزمة، يعكس إدراكاً استباقياً لما هو آتٍ، مع حرص على البقاء ضمن هامش مقبول من التعبير.

فئة طبيعة المصطلحات الموظفة:

أبرز تحليل المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة خلال مرحلة ما قبل الحراك توجّهاً واعياً في توصيف مظاهر التوتر الاجتماعي، من خلال هيمنة مصطلح "الاحتجاجات" بنسبة قاربت 55%، مقابل حضور محدود لمصطلح "الإضرابات"، وغياب تام لمفردة "الحراك". لا يبدو هذا الانتقاء الاصطلاحي عشوائياً، بل يعكس استراتيجية تواصلية دقيقة هدفت إلى إبراز حالة الغليان الشعبي المتصاعد، مع تجنّب الانزلاق نحو خطاب سياسي مباشر قد يُفهم كموقف صريح من السلطة أو النظام.

إن هذا الأسلوب الاصطلاحي المكثف في الإشارة إلى "الاحتجاجات" من دون التصريح بمآلاتها المحتملة، مكن الصفحة من أداء وظيفة تمهيدية ضمن إدارة الأزمة قبل حدوثها. فقد ساهمت المصطلحات المستعملة في ترسيخ تصوّر عام بوجود اختلالات اجتماعية متراكمة، مع المحافظة على مستوى تعبير لا يُثير ردود فعل رسمية أو شعبية حادة. وبهذا المعنى، شكّل الخطاب الاصطلاحي للصفحة أداة لضبط الإحساس الجماعي بالأزمة الوشيكة، ووسيلة لتحفيز الانتباه إلى جذورها، دون تجاوز الخطوط الحمراء.

من خلال هذه الديناميكية اللغوية، مارست الصفحة دوراً اتصالياً استباقياً، استطاعت عبره أن تُحاكي الواقع المتأزم بلغة محسوبة، مما يبرز دور الصفحة في بناء وعي تدريجي لدى الجمهور بوجود حالة احتجاج دائمة، وكأنها تُمهّد ذهنياً ونفسياً لمشهد الأزمة قبل انفجاره العلني.

3. فئة الموضوع:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك:

أظهر تحليل طبيعة الموضوعات أن منشورات الصفحة ركزت خلال ما قبل الحراك على طرح قضايا اجتماعية تمس الحياة اليومية للمواطنين، كالظلم والتهميش والبطالة، وهي مواضيع ذات بعد احتجاجي غير مباشر. هذا الاختيار الموضوعي يُبرز سعي الصفحة إلى رصد بوادر الغضب الشعبي وتقديمها في إطار مطالب حياتية لتهيئة المتابع لفهم أعمق لبنية الأزمة وجذورها دون تصعيد لغوي أو اتهامي مباشر، دون القفز مباشرة إلى الشعارات السياسية، مما يُظهر وعياً سردياً بتسلسل الأزمة وتدرجها من الاجتماعي نحو السياسي.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك:

اعتمدت الصفحة على مستوى القوالب التعبيرية، بنسبة قاربت نصف منشوراتها على أسلوب السرد القصير المشابه للقصص الإخبارية، ما يعكس سعيها لإضفاء طابع إعلامي جذاب وموضوعي على محتواها، يُيسر الفهم ويضمن المتابعة. هذا الأسلوب في التعبير، القائم على التبسيط وتوثيق الاحتجاجات دون إثارة مباشرة، أعطى للصفحة إمكانية أداء دور وسيط رقمي، يُسجل الأحداث ويثير الاهتمام دون أن يظهر كفاعل سياسي مباشر. وتُظهر نسب المنشورات الأخرى، مثل تلك التي تناولت أحداثاً وطنية بتعليقات عامة (25.45%) أو التي نقلت وقائع آنية (20%)، أن الصفحة كانت تتحرك في مساحة متوازنة بين التوثيق الوقتي والتعليق الحذر، ما مكّنها من مواكبة الحدث دون الانخراط فيه مباشرة. أما القوالب الأقل استخداماً، مثل الحوارات أو السير الذاتية، فتعكس محدودية الرهان على الشخصية أو المواجهة المباشرة، مقابل التركيز على الطابع الجماعي للأزمة القادمة.

وبذلك، يُمكن القول إن اختيار القوالب التعبيرية لم يكن حيادياً، بل شكّل أداة فعّالة في ضبط خطاب الصفحة وتوجيهه نحو دور توثيقي وتأطيري ضمني، يخدم إدارة الأزمة قبل انفجارها العلني، ويُقيي الصفحة في موقع الوسيط الحذر بين الواقع ومتابعيه.

وبهذا، يُمكن اعتبار الصفحة قد أدّت من خلال اختياراتها الموضوعية والتعبيرية دوراً تنبهيّاً وموثّقاً، واستباقياً من شأنه المساهمة في بناء إدراك جمعي تدريجي بالأزمة، عبر خطاب مألوف ومنضبط يراعي الحساسيات السياسية، ويُهيئ الجمهور للمرحلة القادمة من دون إعلانها صراحة. وبالتالي عملت الصفحة على تهيئة بيئة إدراكية للأزمة المقبلة، عبر ترويح سردية احتجاجية ضمنية تراعي حساسية السياق.

04. فئة طبيعة المضامين:

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجية في الخطاب الرقمي قبل الحراك

يُظهر التوزيع الموضوعاتي لمضامين الصفحة أن الأخيرة اعتمدت خطاباً رقمياً معيشياً خدمائياً يركز على يوميات المواطن ومعاناته الاجتماعية والاقتصادية، مثل مشكلات التشغيل، السكن، الصحة والتعليم، مقابل حضور خجول نسبياً للخطابات السياسية والهوياتية. هذا التركيز لم يكن اعتباطياً، بل جاء ضمن استراتيجية اتصالية غير تصادية تسمح ببناء وعي تراكمي لدى الجمهور حول فشل السياسات العامة، من دون الاصطدام المباشر مع السلطة أو تبني خطاب سياسي فجّ قد يُضعف مصداقية الصفحة أو يعرضها للغلق.

إن إعادة نشر مضامين مثل حملة "خليها تصدي" كمثال تعبيرية، تُبرز أن الصفحة سعت إلى تحويل المعاناة اليومية إلى فعل احتجاجي ناعم، ثم إلى إدراك سياسي تدريجي، يُحمّل المنظومة الحاكمة مسؤولية هذا الواقع. بهذا تكون الصفحة قد عملت عن قصد أو ضمن وعي رقمي جماعي عُلشحن الحشود نفسياً ومعنوياً نحو التغيير السياسي، دون دعوة مباشرة لذلك.

كما أن استبعادها للمضامين ذات الطابع الانقسامية، كالصراعات اللغوية أو الإيديولوجية، يكشف حرصاً على تقديم سردية جامعة تُعزز الهوية الوطنية والمطلب الاجتماعي المشترك، مما يمنحها صفة "الصفحة المؤطرة للصالح العام" لا "الناطقة باسم فئة أو تيار.

و يُظهر اختيار التركيز على القضايا الخدمائية وتحييد القضايا الخلافية أن الصفحة مارست نوعاً من الإدارة الرمزية للأزمة المقبلة، إذ شكّلت بطرحها المتكرر للاحتجاجات الاجتماعية حاضنة لوعي جماعي ساخط على الأداء الحكومي، دون أن تدفع نحو المواجهة السياسية المباشرة.

أما تضمين بعض المنشورات المرتبطة بالعهد الخامسة، وإن بنسبة أقل، فيشير إلى أن الصفحة رصدت مبكراً بوادر تحول الخطاب الشعبي نحو السياسي، وساهمت في تغذيته تدريجياً دون المجازفة بحمل رأيه بشكل مباشر.

- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة

يتّضح من تحليل منشورات الصفحة المدروسة أنها لم تكتف بعرض مظاهر التذمر الشعبي، بل مارست دوراً تواصلياً نقدياً فاعلاً، من خلال تفكيك الأسباب البنيوية العميقة للأزمة، وعلى رأسها التدهور الاقتصادي، واستشرى الفساد، وفشل الدولة في بناء الثقة مع المواطن. هذا الخطاب الرقمي، الذي قدّم تشخيصاً متدرجاً ومؤسساً لحالة الانسداد، لم يكن صدامياً بل حمل طابعاً تنبيهاً واستباقياً، ساهم في تشكيل وعي احتجاجي جماعي ناضج، يتجاوز الانفعال اللحظي نحو الفهم العميق لأسباب الفشل السياسي والاجتماعي. وبهذا، أدّت الصفحة دوراً

ضمنيًا في إدارة الأزمة قبل انفجارها، من خلال بناء مسار تعبوي هادئ مكّن الجمهور من استيعاب طبيعة الاختلالات، وتهيئته نفسيًا وفكريًا لانخراط واعٍ في الحراك الشعبي السلمي.

5. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة):

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة:

يتبين من تحليل مضمون الصفحة أنها تبنت توجهًا خطايا انتقائيًا، منح الأولوية لفاعلين مجتمعيين على حساب الجهات الرسمية، ما يعكس رغبة تحريرية في إعادة ترتيب مراكز التأثير داخل الفضاء الرقمي، يجعل المواطن والشارع مركزًا للخطاب، وليس السلطة. ويُحتمل أن تكون هذه المقاربة قد أسهمت في إضفاء شرعية رمزية على الحراك الاجتماعي، وتكريس دور المجتمع المدني كمحرك رئيسي للمطلبية والاحتجاج.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة قبل الحراك:

أظهرت بنية المصادر في منشورات الصفحة هيمنة واضحة للمعلومات المجهلة، ما يعكس توجهًا نحو خطاب احتجاجي شعبي غير موثق، يفتقر إلى الدقة والمصادر المهنية، ويجسد سمة مركزية من سمات الإعلام البديل أو "صحافة المواطن". هذا النمط يعزز الانفعالات والمواقف الذاتية بدل المعالجة الرصينة، كما يشير من منظور نظري إلى ميل نحو "حلقة تغذية راجعة" مغلقة تعيد إنتاج القناعات داخل الفضاء الرقمي دون اختبارها بالحقائق. في المقابل، سجلت المصادر الرسمية والإعلامية حضورًا هامشيًا، ما يعكس ضعفًا في استراتيجية الاتصال الحكومي وغيابًا للتفاعل الاستباقي مع الرأي العام عبر الوسائط الرقمية. كما أن تجاهل الصفحة للمصادر الأكاديمية والقانونية يبرز سطحية معرفية ويحد من بناء ثقافة نقدية واعية قادرة على إدارة النقاش العام بعقلانية. هذه البنية المصدرية تكشف أن الصفحة، رغم تعبيرها عن وعي اجتماعي متصاعد، أدّت — بحكم طبيعة محتواها — دورًا احتجاجيًا تعبيريًا أكثر من كونها أداة فاعلة في إدارة الأزمة أو توجيهها نحو الحلول، ما يجعلها أحيانًا جزءًا من عوامل التصعيد بدلًا من الاحتواء.

6. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك:

تكشف بنية أهداف المنشورات خلال فترة ما قبل الحراك أن الصفحة المدروسة لعبت دورًا تمهيدياً في تشكيل وعي جماعي بالأوضاع الاجتماعية والسياسية دون أن تظهر في موقع التحريض أو الدعوة الصريحة للاحتجاج، مما يعكس استراتيجية تواصل محسوبة تقوم على التأطير التدريجي للرأي العام. لقد تبنت الصفحة وظيفة إعلامية وتوجيهية واضحة، مع التركيز على تغطية احتجاجات قطاعية حساسة ونشر شعارات ذات طابع توعوي وتحفيزي، وهو ما يدل على رغبة في خلق بيئة رقمية مشحونة بالأسئلة والمطالب دون تجاوز الخط الأحمر للمواجهة المباشرة.

إن هذا التوجه يبرز دور الصفحة في إدارة الأزمة من موقع "التحضير الهادئ"، من خلال بناء رأي عام متابع، واعي، ومتفاعل، وليس من موقع التأجيج أو التحريض، وهو ما يجعلها فاعلاً اتصالياً يساهم في رسم ملامح ما قبل الأزمة دون أن يُحسب طرفاً فيها. ويمكن القول إن هذا التدرج في الخطاب يعكس نموذجاً جديداً من إدارة ما قبل الأزمات في الفضاء الرقمي، حيث يتم التأثير في المتابعين عبر مراكمة الوعي السياسي والاجتماعي بدلاً من دعوات مباشرة للمواجهة، مما يعكس تحول شبكات التواصل الاجتماعي إلى أدوات لإعادة تشكيل الرأي العام وتهيئته لمرحلة مفصلية في تاريخ البلاد.

7. فئة الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك:

تعكس الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك توجهًا تواصلياً عقلانياً وموزوناً، تمثل في هيمنة الحجاج العقلاني بنسبة 60%، ما يدل على اعتماد الصفحة على الإقناع بالحجج والتحليل الموضوعي بدل الإثارة أو التهويل، وهو ما يعكس سعيها لبناء وعي نقدي لدى جمهورها، وتجنبها أسلوب التحريض أو التعبئة الانفعالية المباشرة.

كما أن حضور الأسلوب العاطفي بنسبة معتبرة (36,36%) يدل على تكامل مدروس بين العقل والعاطفة، هدف إلى تعزيز التفاعل دون الانزلاق نحو الخطاب الشعبوي أو الخطير. أما التوظيف المحدود للترهيب فكان مؤشراً على وعي مبكر بأبعاد الأزمة القادمة دون إثارة الذعر.

وبناء عليه، يتضح أن الصفحة تبنت قبل الحراك أسلوباً تواصلياً مسؤولاً، قائماً على الإقناع المتدرج وتهيئة وعي الجمهور بمآلات الأوضاع، ما يعزز فرضية قيامها بدور تمهيدي في صياغة خطاب نقدي هادئ، بعيد عن العنف، لكنه متفاعل مع حالة التذمر الشعبي المتصاعد.

8. فئة الاتجاه :

تكشف توجهات منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك عن خط تحريري واضح المعالم، اتسم في غالبيته بالاتجاه المعارض 70%، ما يؤكد سعيها المبكر إلى نقد السياسات الرسمية وكشف مظاهر الاختلال، مع إظهار انحياز واضح للمطالب الشعبية، ولو ضمنيًا، عبر تبني خطاب يعبر عن رفض الواقع القائم. أما ما صنّف ضمن "الاتجاه المؤيد" 27,27%، فلم يكن في جوهره دعماً للسلطة، بل كان دعماً للاحتجاجات ومرافعة سلمية لصالح حق التعبير والتظاهر، ما يجعل هذا التأييد امتداداً للخط النقدي ذاته، ويعزز انخراط الصفحة في ديناميكية التعبئة الناعمة والممنهجة.

ويشير تراجع الاتجاه المحايد إلى الهامش 2,72% إلى وضوح الموقف وثبات التوجه، وهو ما يعكس التزاماً بخط تحريري معارض ساهم، بطريقة غير مباشرة، في تحضير الرأي العام لتقبل الخطابات الاحتجاجية اللاحقة التي ستبناها الصفحة، مما يجعل من توجهها قبل الحراك مؤشراً دالاً على دورها في تأطير مزاج جماهيري متفاعل، وتهيئة لمرحلة ما قبل الانفجار الشعبي.

9. فئة القيم:

يبرز الطابع القيمي لمنشورات الصفحة قبل الحراك ميلاً واضحاً نحو إبراز القيم السلبية 72,72%، ليس بهدف تنبيهها، بل لتكريس خطاب نقدي يفضح الاختلالات البنيوية في المنظومة السياسية، ويؤسس لوعي جماهيري ناقد. وفي المقابل، جاء استحضار القيم الإيجابية 27,27% ليمنح هذا الخطاب بعداً بنائياً، إذ عكست منشوراتها تصوراً بديلاً يقوم على الحقوق والحريات، مما يؤشر على ازدواجية وظيفية للخطاب الرقمي من جهة ووظيفة نقدية تُشخّص الأزمة، ومن جهة أخرى اقتراحية تُؤسس لثقافة مدنية احتجاجية، وهو ما ينسجم مع دور المنصات الرقمية كمجالات لإعادة تشكيل الوعي الجمعي في أزمّة التحول.

انطلاقاً من مجمل المعطيات السابقة، يمكن القول إن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد فضاء افتراضي للتفاعل، بل أدّت دوراً فعلياً في إدارة مرحلة ما قبل الحراك عبر ممارسة نوع من التأطير الإعلامي والسياسي الموازي، خارج قنوات السلطة والمؤسسات الرسمية. لقد سخّرت أدوات التواصل الرقمي لتشكيل وعي جماعي نقدي، يرفض الواقع القائم، ويتطلّع إلى بديل ديمقراطي، بأسلوب يتسم بالاعتزان والذكاء الاتصالي، ما يجعلها مثلاً بارزاً على كيفية توظيف الشبكات الرقمية كفاعلين في ديناميكيات التغيير السلمي.

النتائج العامة لمرحلة ما قبل الحراك:

أبرزت الصفحة خلال هذه المرحلة انتظامًا واضحًا في النشر، ما يعكس وعيًا اتصاليًا بأهمية الحضور الرقمي المستمر. كما تطور الخطاب تدريجيًا نحو نقد أكثر جرأة ووضوحًا، وهو ما يشير إلى قدرة الصفحة على التكيف مع متغيرات السياق السياسي، مع المحافظة على خط تحريري مستقل ومتسق.

طغيان الطابع السياسي في المواضيع المنشورة: اتّسمت أغلب المنشورات بتناول موضوعات ذات طبيعة سياسية مباشرة أو مرتبطة بالأداء السياسي والاقتصادي، خاصة ما تعلق بالفساد، التمديد الرئاسي، غياب الشفافية، وانغلاق الأفق السياسي. وقد انعكس هذا التوجه في المضمون على مختلف الفئات التحليلية، ما يجعل من الصفحة فاعلاً رقمياً ركّز جهده على تشخيص مظاهر الأزمة السياسية وتحفيز الوعي الجماعي، بدل الانخراط في المواضيع الاجتماعية اليومية.

وضوح التوجه النقدي وتشريح الخلل المؤسسي: كشفت الصفحة عن توجه تحريري ناقد قائم على تفكيك الخطاب الرسمي وفضح الخلل في منظومة الحكم. فكان التركيز على مظاهر القهر، تردي البنى القانونية، والفساد، وهو ما مثّل تشريحاً ممنهجاً لبنية الأزمة السياسية الجزائرية، وعمل على نقل هذا التشخيص إلى الجمهور بأساليب متنوعة.

دور تعبوي غير مباشر عبر تبني خطاب قيم مضاد: رغم أنّ أغلب القيم التي ظهرت في الخطاب كانت سلبية (مثل الفساد والتسلط وانعدام العدالة)، إلا أنها لم تُطرح كمجرد معطيات إخبارية، بل وُظِّفت كآليات لتحفيز الرفض المجتمعي، وصياغة حسنّ نقدي لدى المتلقين. كما عملت الصفحة في الوقت ذاته على الترويج لقيم إيجابية بديلة مثل الحرية، الديمقراطية، المحاسبة، وحق الاحتجاج، بما يدل على وظيفة مزدوجة من جهة نقدية ومن جهة أخرى اقتراحية، تهدف إلى تأسيس معجم قيم جديد يُشرعن التغيير ويشرحه.

استخدام الأساليب الاتصالية العقلانية والساخرة: اعتمدت الصفحة على أسلوب تقرير عقالني في كثير من المنشورات، مدعوم بالمعطيات والتقارير، إلى جانب توظيف السخرية أحياناً لكسر الجمود وخلق تأثير نفسي يُعزز التفاعل. هذا التنوع الأسلوبي كشف عن قدرة على تطويع أدوات الخطاب الرقمي للتأثير في المتلقي دون الوقوع في التهويل أو التهوين.

غلبة الوظيفة الإخبارية والتوجيهية: عكست وظائف الخطاب المنشور توجهًا عامًا نحو إبلاغ الجمهور بالمعطيات وتوجيهه لفهم الواقع بطريقة نقدية، دون دعوة مباشرة إلى التحرك أو الاحتجاج، ما يعكس حيلة اتصالية تُراعي السياق السياسي المقيّد آنذاك. وهنا تؤدي الصفحة دورًا مهمًا في تهيئة المزاج العام دون تجاوز الخطوط الحمراء المباشرة.

دعم الاحتجاجات القائمة وتبريرها دون تحريض صريح: رصد التحليل وجود منشورات تعبّر عن دعم احتجاجات بعض القطاعات، خاصة الفئات المهمّشة، وتمجيد حركات المعارضة السلمية دون تبني صريح للدعوة إلى التظاهر. وهو ما يؤكد أن الصفحة شاركت في تطبيع فكرة الاحتجاج والمطالبة بالحقوق تدريجيًا في المخيال العام، عبر سرد الأخبار والتعليق عليها بشكل إيجابي، ما يجعلها تُسهّم فعليًا في بلورة بيئة رقمية تُمهّد لفكرة الحراك دون إعلانها.

خطاب رقمي ذكي ومتدرّج لا يعلن صراحة القطيعة: لم تسلك الصفحة طريق التحريض ولا دعت إلى التظاهر أو إسقاط النظام، لكنها تبنت خطابًا يُشكّك في جدوى الاستمرار في الواقع القائم، ويُمهّد تدريجيًا لتقبّل فكرة التغيير الجذري، ما يعكس ذكاء اتصاليًا في التعامل مع الرقابة والمخاطر، وقدرة على الاشتغال ضمن الهوامش المتاحة.

تأطير الواقع السياسي عبر منطق الأزمات: من خلال تحليل المضامين، يتضح أن الصفحة تبنت استراتيجية قائمة على تأطير الواقع بمنطق الأزمة: أزمة حكم، أزمة تمثيل، أزمة شرعية، وأزمة ثقة. هذا التأطير أسهم في إقناع الجمهور بأن ما يحدث ليس مجرد اختلالات ظرفية، بل نتاج لبنية سياسية محتلّة تستدعي التغيير.

يمكن القول إن صفحة (الجزائر وما أدراك ما الجزائر) خلال مرحلة ما قبل الحراك أدّت دورًا فاعلاً في إعادة تشكيل الإدراك الجمعي للأزمة الجزائرية، من خلال خطاب رقمي ذكي يُقارب الواقع بلغة نقدية حذرة، وبوظائف إعلامية وتوجيهية تتعد عن المباشرة، وتُراكم وعيًا جديدًا لدى جمهورها.

لقد كانت الصفحة بمثابة فضاء رقمي بديل للإعلام التقليدي، وأداة لتفكيك المقولات السلطوية، وإعادة ترتيب الأولويات السياسية والاجتماعية في الوعي العام، وهي بهذا المعنى ساهمت في تهيئة المزاج الجماعي للحراك دون أن تدّعي قيادته، ولا الانخراط الصريح فيه، بل باعتماد منطق التأطير الناعم والاستباقي.

الاستنتاجات النهائية لمرحلة أثناء الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (أثناء الأزمة)

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل ؟).

فئة حجم النصوص:

اتّسم الخطاب الشكلي للصفحة المدروسة في مرحلة أثناء الحراك بتحوّل نوعي في البنية الاتصالية، حيث حافظت النصوص القصيرة على هيمنتها بنسبة 80,52%، لكنها لم تعد مجرد وسيلة إخبارية سريعة، بل أصبحت أداة تعبئة مركزية تعتمد على التكثيف الرمزي والتحفيز المباشر. وقد تمّ توظيف هذا النمط بشكل ذكي لمواكبة الإيقاع السريع للأحداث، خصوصاً في لحظات الذروة مثل الجمعة الخامسة عشر، حيث ارتفعت وتيرة المنشورات القصيرة الداعية للمشاركة والرفض السياسي.

وفي المقابل، بدأت النصوص المتوسطة والطويلة بالظهور تدريجياً، وإن بنسبة أقل، لكنها اتخذت طابعاً تفسيريّاً وتحليليّاً يهدف إلى تأطير الجمهور سياسياً وفهم سياقات الحراك وتعقيداته. فالنصوص المتوسطة مثّلت نسبة 12,17%، وركزت على شرح المواقف وإبراز ردود الفعل، بينما بلغت النصوص الطويلة 7,30%، وظهرت بشكل بارز في المنعطفات السياسية الحاسمة، لا سيما خلال الجمعة السادسة عشر، حيث تمّ اللجوء إلى التحليل الموسع وتقديم سرديات مضادة للرواية الرسمية.

ويعكس هذا التنوع في أشكال الخطاب تحول الصفحة من مجرد ناقل رقمي للحدث إلى فاعل اتصالي منخرط في صناعة المعنى وتأطير التفاعل الرقمي. فقد أصبح النشر يخضع لمنطق استراتيجي يتكيف مع تطورات الحراك، من خلال المزج بين السرعة في التعبئة، والعمق في التحليل عند الضرورة، ما يدل على وعي اتصالي متقدم ومرونة في الأداء الرقمي. وبذلك، تكشف هذه المرحلة عن نضج واضح في الممارسة الاتصالية، حيث لعبت الصفحة دوراً محورياً في التعبئة الجماهيرية وبناء الرأي العام، مستفيدة من أدوات الصحافة الرقمية ومزايا التفاعل الآني داخل الفضاء الفايسبوكي.

بشكل عام، تؤكد هذه النتائج أن الصفحة تبنت مقاربة متدرجة في الطول حسب السياق والأهداف الاتصالية، حيث وظفت النصوص القصيرة للتعبئة اللحظية، والمتوسطة والطويلة للتفسير والتحليل، ما يعكس مرونة اتصالية عالية وقدرة على التكيف مع مستجدات الحراك الشعبي.

فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة أثناء الحراك (أثناء الأزمة).

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة أثناء الحراك

- من حيث نوع الصور وطبيعتها:

اتّسم الخطاب الوسائطي للصفحة المدروسة في مرحلة أثناء الحراك بتكثيف كبير لاستخدام الصورة كوسيط بصري مركزي، حيث بلغت نسبة توظيفها 85,78% من مجموع الوسائط، في دلالة على وعي اتصالي حاد بأهمية التأثير البصري في اللحظات السياسية المفصلية. اعتمدت الصفحة بشكل أساسي على الصور الموضوعاتية بنسبة 70,17%، وهو ما يعكس رغبة واضحة في ممارسة نوع من "صحافة المواطن" الميدانية، تقوم على التوثيق الآني المباشر لمسيرات الحراك، وتُغزّز من مصداقية الرسائل المنشورة. تزامن هذا التوظيف المكثف مع لحظات الذروة التعبوية، خاصة في الجمعات الخامسة عشرة والسادسة عشرة، حيث تزايدت الحاجة إلى رسائل سريعة، مرئية، وذات وقع عاطفي وجماهيري واسع. ولم يقتصر التوظيف البصري على الصور الوثائقية، بل شمل أيضاً صوراً رمزية لشخصيات وطنية، بما يعكس استراتيجية بصرية مركبة تمزج بين توثيق الحاضر واستدعاء رمزية الماضي، في بناء سردية داعمة لشرعية الحراك. كما أظهرت الصفحة وعياً لافتاً بقوة الألوان، إذ بلغت نسبة الصور الملونة 93,41%، ما يدل على سعيها لجذب الانتباه وتوليد مشاعر التفاعل الإيجابي، في مقابل حضور محدود للصور غير الملونة التي استُخدمت لأغراض رمزية خاصة. ومن اللافت أيضاً، أن الصور غالباً ما كانت مرفقة بتعليقات تفسيرية (بنسبة 93,41%)، ما يُشير إلى رغبة في ضبط التأويل وحماية الرسالة البصرية من التشويه أو التلاعب. وبجانب الصور، استخدمت الصفحة الفيديوهات بنسبة أقل (10,43%)، لكنها كانت مؤثرة في نقل نبض الشارع، بينما احتل النص مرتبة ثالثة بوظيفة تفسيرية مرافقة، دون أن يشكل وسيلة اتصالية مستقلة. كما شهدت هذه المرحلة توظيفاً نوعياً للاستفتاءات التفاعلية، ولو بنسبة ضئيلة (0,64%)، إلا أنها عكست انفتاحاً على تشاركية الجمهور، وتحول الصفحة من مجرد منصة تغطية إلى أداة لصناعة الرأي. في الجمل، يُبرز هذا التوظيف المتكامل للوسائط قدرة الصفحة على التكيف مع متطلبات الأزمة، وتقديم خطاب رقمي مرن، توثيقي، تعبوي، وتشاركي في آنٍ واحد، يُجسّد نموذجاً بديلاً عن الإعلام التقليدي الغائب عن اللحظة.

- من حيث توظيف الفيديوهات وطبيعتها:

أظهر تحليل الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال مرحلة أثناء الحراك أن هذا الوسيط البصري أصبح يحتل مكانة أكثر مركزية ضمن الاستراتيجية الاتصالية، سواء من حيث الكم أو من حيث نخط التوظيف، مقارنة بمرحلة ما قبل الأزمة. فقد بلغت نسبة الفيديوهات المصحوبة بتعليق توضيحي حوالي 91 %، وهو ما يعكس تحولاً لافتاً نحو التأطير الواعي للرسالة السمعية البصرية، وتوجيه تلقّي الجمهور ضمن سياق تفسيري مضبوط، يتماشى مع الديناميات السريعة للأحداث في الشارع. وبهذا، لم تعد الفيديوهات مجرد أدوات توثيق تلقائي، بل تحولت إلى وسائط اتصالية وظيفية تُساهم في بناء خطاب تعبوي هادف، وتُكمل دور الصور والنصوص في بلورة موقف الصفحة من الحراك الشعبي، بما يعزّز موقعها كفاعل إعلامي بديل في ظل الانسحاب أو التحفّظ الذي طبع أداء الإعلام التقليدي في تلك الفترة.

في المقابل، شكّلت الفيديوهات غير المؤطرة بنسبة 9 % فقط، وكان أغلبها من البثوث المباشرة، ما يعكس توجّهاً نحو نقل اللحظة في بعدها الواقعي الحي، دون تدخّل تحريري، بهدف تعزيز الإحساس بالمصادقية والشفافية، خاصة في السياقات الحسّاسة التي تستوجب مشاركة الجمهور في الحدث آنياً.

أما من حيث مدة الفيديوهات، فقد كشفت المعطيات عن تفضيل واضح للفيديوهات متوسطة الطول (بين دقيقة وخمس دقائق) بنسبة 87,15 %، ما يُشير إلى استراتيجية اتصالية تسعى إلى الجمع بين الجاذبية الزمنية والعمق التفسيري، بشكل يستجيب لعادات الاستهلاك الرقمي المتسارعة، دون الإخلال بالمضمون. وقد تم توظيف هذه الفيديوهات لنقل رسائل مركزة، ذات مضمون تحليلي أو تعبوي، تدفع نحو التفاعل وتُسهّم في تشكيل الرأي العام الرقمي.

وفيما يتعلق بالفيديوهات الطويلة (أكثر من خمس دقائق)، فقد مثّلت 8,94 % من العيّنة، وغلب عليها الطابع التحليلي أو التوثيقي للمسيرات، خاصة في لحظات مفصلية، مثل الجمعة السادسة والثلاثين (25 أكتوبر 2019)، حيث بدا واضحاً سعي الصفحة إلى تقديم محتوى موسّع يُغطي زوايا متعددة من المشهد الاحتجاجي، في مقابل الصمت الإعلامي أو التعنيم الرسمي.

أما الفيديوهات القصيرة جداً (أقل من دقيقة)، فقد كانت الأقل استخداماً بنسبة 3,89 %، واستُخدمت غالباً لنقل لقطات خاطفة أو مشاهد رمزية ذات وقع تعبوي سريع، لكن دون الاعتماد عليها كمحور رئيسي في الاتصال البصري، ما يعكس حرص الصفحة على الابتعاد عن الإثارة السطحية أو الاستهلاك الترفيهي.

وفيما يتعلق بطبيعة الفيديوهات، فقد كشفت النتائج عن تفوّق لافت للفيديوهات المسجّلة بنسبة 91,05 %، في مقابل 8,95 % فقط للبث المباشر، ما يُبرز خيارًا اتصاليًا محسوبًا، يقوم على التحكم في المضمون والرسائل، وتفادي المخاطر التقنية والأمنية التي قد ترافق البث الحي في سياقات احتجاجية متوترة. هذا التوجه تؤكده أيضًا الحوادث الميدانية، مثل توقيف أحد مسؤولي الصفحة، مما عزّز الميل نحو التسجيل والمونتاج كبديل آمن وفعال.

مع ذلك، فإن استعمال البث المباشر في بعض الجمععات - لا سيما الجمعة السادسة والثلاثين بنسبة 17,39 % يُظهر مرونة في الأداء الرقمي، واستعدادًا للتفاعل الحي عندما تفرض اللحظة ذلك، في محاولة لتعزيز التفاعل والمصادقية دون تعريض المساهمين للخطر.

بالتالي، يكشف تحليل الفيديوهات خلال هذه المرحلة عن استراتيجية اتصالية متعددة الأبعاد، تمزج بين التوثيق، والتحليل، والتأطير الرمزي، بما يخدم سردية الحراك ويُسهّم في بناء وعي جمعي رقمي يُواكب تطورات الأزمة السياسية والاجتماعية، ويعكس التحوّل النوعي للصفحة من مجرد ناقل للأحداث إلى فاعل رقمي يُنتج المعنى ويؤثر في تشكيل الرأي العام.

النتيجة النهائية للجانب الشكلي:

أظهرت الدراسة أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" اعتمدت أثناء الحراك الشعبي على استراتيجية اتصالية بصرية نشطة ومتعددة الأبعاد، وظّفت من خلالها الصور بدرجة أولى، تلتها الفيديوهات بدرجة أقل، مع حضور محتشم لبقية الوسائط مثل النصوص والروابط والاستفتاءات. وقد شكلت الصورة الوسيط المركزي في التغطية بنسبة تفوق 85 %، معتمدة على صور ملونة ميدانية ذات طابع توثيقي، لنقل الزخم الشعبي لحظة بلحظة، مع الحفاظ على البعد الرمزي في اختيار اللقطات والشخصيات، ما عزز قوة الخطاب البصري للصفحة.

تميّز هذا التوظيف البصري بكثافة عالية في ذروات الحراك، لا سيما خلال الجمعة 15 و16، حيث شهدت الصفحة أعلى معدلات النشر، بما يؤكد تفاعلها الفوري مع الأحداث الكبرى. وقد ترافق هذا مع اعتماد شبه كلي على الصور المرفقة بتعليقات قصيرة (بنسبة فاقت 93 %)، ما يشير إلى رغبة الصفحة في تأطير المعنى وتوجيه التأويل، عوض ترك الصور للقراءة الحرة، وهو ما يكشف عن استراتيجية واعية في ضبط الرسائل وتفادي سوء الفهم أو الاستغلال الإعلامي.

أما الفيديوهات، فرغم احتلالها المرتبة الثانية من حيث الاستخدام، فقد جاءت في الغالب متوسطة المدة (بين 1 و5 دقائق)، ومسجلة بنسبة تفوق 90%، مما يعكس تفضيل الصفحة للمحتوى المحرر والمدرّس على البث المباشر الذي قد ينطوي على مخاطر أمنية أو مواقف غير محسوبة. وقد أتاح هذه الفيديوهات نقل صوت الشارع، مع الحفاظ على ضبط الشكل والمحتوى، ما ينسجم مع طبيعة المرحلة وتحدياتها الاتصالية.

في المقابل، برز حضور الاستفتاءات التفاعلية بنسبة منخفضة، لكنها اكتسبت دلالة نوعية، إذ وظّفتها الصفحة في لحظات حرجة لقياس توجهات الجمهور حيال قضايا سياسية حساسة، مثل الانتخابات أو مطالب التغيير، ما يدل على تحول نسبي نحو خطاب تشاركي يُشرك الجمهور في تشكيل الرأي العام.

من حيث البنية الاتصالية، يمكن القول إن الصفحة انتقلت في هذه المرحلة من نمط أحادي الاتجاه إلى نمط تفاعلي نسبياً، يجمع بين التوثيق، التعبئة، والتقييم الجماهيري، وهو ما جعلها تتحوّل من مجرد منصة ناقلة للحدث إلى فاعل رقمي يواكب نبض الحراك ويؤثر في إدراكه الجماعي.

وقد ساعد هذا التوظيف الشكلي في تعزيز وظائف الصفحة كوسيط رقمي مؤطر، يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- الربط البصري بين تطورات الحراك عبر الزمن، بما يرسّخ سردية الاستمرارية ويغذي الذاكرة الجماعية.
- إنتاج محتوى توثيقي محايد في الظاهر، لكنه تعبوي في المضمون، من خلال الصور والشعارات والرموز المختارة.
- ضبط الخطاب الاتصالي عبر تعليقات مصاحبة تقلل الغموض وتوحد التأويل.
- ممارسة دور بديل عن الإعلام التقليدي، في تقديم رواية ميدانية حية تتجاوز الرقابة والتحريف.

ولم تسع الصفحة إلى الترويج لخطاب مؤسسي أو حزبي، بل تبنت هوية رقمية مستقلة ظاهراً، تنقل نبض الشارع وتؤطره دون إعلان تبني رسمي لأي جهة. هذا الشكل من الأداء الاتصالي جعل من الصفحة منصّة جماهيرية تحافظ على شرعية الحراك الرقمية، وتدير رسائله بمرونة ووعي، بما يتوافق مع ديناميكية الأزمة وطبيعة جمهورها الرقمي.

ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)

فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة أثناء الحراك (أثناء الأزمة):

يتضح من تحليل طبيعة اللغة الموظفة في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك، أن الصفحة تبنت استراتيجية لغوية مدروسة، تركز على استخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة كبيرة بلغت **75.04%**، ما يعكس رغبة واضحة في مخاطبة جمهور واسع ومتنوع وضمان وضوح الرسائل ومصادقيتها. كما أن اعتماد اللغة المهجينة بنسبة **17.39%** يُظهر مرونة اتصالية تهدف إلى جذب فئة الشباب الناشط على الفضاء الرقمي، من خلال لغة قريبة من الاستخدام اليومي دون الإخلال بجديّة المضمون. أما اللغة العامية، فقد استُخدمت بنسبة محدودة (**7.39%**) في منشورات ذات طابع تعبوي أو ساخر، مما ساهم في تعزيز القرب العاطفي من الجمهور. في المقابل، كان حضور اللغات الأجنبية شبه منعدم (**0.17%**)، ما يدل على توجه الصفحة نحو خطاب وطني جامع، بعيد عن النخبوية أو الانقسام اللغوي. وبذلك، يمكن القول إن انتقاء اللغة في منشورات الصفحة لم يكن عشوائياً، بل خضع لاعتبارات اتصالية تراعي طبيعة الأزمة، وسلوك الجمهور الرقمي، وهدف التأثير الواسع في سياق الحراك الشعبي.

ويمكن استنتاج أن استراتيجية اختيار اللغة لم تكن مجرد مسألة تعبيرية، بل شكّلت أداة ذكية ضمن إدارة الأزمة الرقمية، هدفت إلى بناء جسور تواصل فعالة مع جمهور متنوع، وتفادي الإقصاء أو الاستقطاب. فقد ساهم الاستخدام المدروس للفصحى كلغة جامعة، إلى جانب الانفتاح الانتقائي على العامية واللغة المهجينة، في تشكيل خطاب يتسم بالوضوح، والقرب، والشرعية الشعبية، دون أن يفقد جديته أو يهبط إلى التبسيط المفرط. بذلك، أدّت اللغة دوراً مركزياً في ترسيخ سردية موحدة للحراك، وتحقيق نوع من الاتساق الجماعي في فهم الأحداث وتمثلها، ما يجعلها جزءاً من البنية الاتصالية التي اعتمدتها الصفحة لتأطير الوعي الجمعي وتوجيهه في لحظة توتر سياسي واجتماعي معقدة.

فئة طبيعة المصطلحات الموظفة:

يُتَّضح من خلال تحليل طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك الشعبي، أن الخطاب الرقمي المعتمد كان مبنياً على استراتيجية لغوية مدروسة، تهدف بالأساس إلى تثبيت الطابع السلمي للحراك وتكريس مشروعياته الأخلاقية والمدنية. فقد شكّلت المصطلحات ذات البعد السلمي مثل "مليونية الجمعة"، "الحراك الشعبي السلمي" و"المسيرات السلمية الشعبية" أكثر من 75% من مجموع المصطلحات الموظفة، ما يعكس سعيًا واضحًا لبناء صورة حضارية للحراك داخل الوعي الجمعي. كما أن الحضور المتوازن لمفردات مثل "سلمية حضارية"، "أحرار الجزائر" و"فخامة الشعب" يعكس محاولة توظيف رمزي وأخلاقي للمصطلحات من أجل تأكيد الوعي والنضج الجماعي للمحتجين، بعيدًا عن الخطاب الانفعالي أو العنيف. في المقابل، ظهرت بعض المصطلحات ذات الطابع السياسي المباشر مثل "تسونامي"، "احتجاجات"، و"إضرابات" بدرجات أقل، للدلالة على تحول مرحلي في الحراك من المطالب العامة إلى المواقف السياسية الأكثر وضوحًا. كما تم توظيف مصطلحات رمزية وتاريخية كـ"جمعة أول نوفمبر" و"جمعة الصمود"، مما يعكس محاولة ذكية لربط الحراك بالذاكرة التحررية الوطنية، وتعزيز شرعيته التاريخية. ومن اللافت كذلك محدودية استخدام المصطلحات ذات الشحنة الثورية العالية مثل "ثورة الكرامة والتغيير"، وهو ما يدل على حرص الصفحة على الابتعاد عن إثارة الجدل أو الانزلاق نحو مصطلحات قد تُفسَّر كتوجهات صدامية، مما يكشف عن خطاب رقمي متزن، توجّه نحو الحفاظ على وحدة الصف وتوجيه الحراك نحو أهدافه بسلمية وانضباط. وعليه، فإن مضمون المنشورات يُبرز أن الصفحة تبنت خطابًا واعيًا، متزنًا، ومدروسًا، حرص على تقديم الحراك كحركة سلمية حضارية، رافضة للعنف، وملتزمة بالمطالب المشروعة ضمن إطار وطني جامع.

3. فئة الموضوع:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة أثناء الحراك

أظهرت نتائج تحليل موضوعات منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك الشعبي أنها لم تكن مجرد قناة لنقل الحدث، بل مثّلت فاعلاً اتصاليًا واعيًا بتعقيدات المرحلة، من خلال توجيه المحتوى نحو القضايا السياسية بشكل مكثف ومدروس. فقد كشف التوزيع الموضوعاتي للمحتوى عن انحياز واضح للقضايا الجوهرية المرتبطة بمطالب التغيير السياسي، مع توظيف واسع للموضوعات الاقتصادية والاجتماعية كامتدادات طبيعية للأزمة السياسية. كما ساهم حضور بعض القضايا الصحية، التربوية، والرياضية في بناء خطاب شمولي، يربط مختلف الأزمات بالمنظومة الحاكمة، دون السقوط في التعميم أو التسييس المفرط.

هذا التوازن في التوظيف المضموني أتاح للصفحة أداء دور تعبوي وتأطيري في آن واحد، حيث حافظت على خطاب جاد وهادف، بعيد عن المحتوى الترفيهي أو غير المرتبط بسياق الحراك. بذلك، عكست طبيعة الموضوعات المنشورة فهماً استراتيجياً لأهمية المضامين في إدارة الأزمات، وسعيًا منهجياً نحو تشكيل وعي جماعي يُناصر التغيير، ويُدرك ترابط أوجه الفشل في مختلف القطاعات مع طبيعة النظام السياسي القائم.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك:

يُظهر تحليل القوالب التعبيرية لمنشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك (22 فيفري - 08 نوفمبر 2019)، أن الصفحة اعتمدت استراتيجية اتصالية متعددة الأبعاد، تجمع بين الإخبار، التحليل، والتعبئة. فقد تصدّر أسلوب نقل الأحداث الحية والآنية بنسبة 47,40%، مما يعكس رغبة الصفحة في أداء دور "المراسل الميداني الرقمي" الذي يعوّض غياب الإعلام الرسمي، ويمنح المتابع شعوراً بالمشاركة الفعلية. تلا ذلك استخدام الأخبار الموجزة بنسبة 25,50%، بما يُحاكي منطق الخبر العاجل ويعزز وظيفتها الإعلامية. كما استُخدم قالب التعليق والتحليل بنسبة 23,31%، في دلالة على انتقال الصفحة من مجرد نقل الوقائع إلى التأثير في الرأي العام وتوجيه النقاش. أما الحوارات (3,69%) والسير الذاتية (0,08%)، فرغم قلّتهما، فقد حملا بُعداً نوعياً، عبّرا عن التعددية والرمزية. هذا التنوع في الأنماط التعبيرية يعكس وعياً تحريراً واضحاً لدى القائمين على الصفحة، ويؤكد دورها كفاعل رقمي بديل يسعى إلى تأطير الحراك وتمثيله إعلامياً خارج المنظومة التقليدية.

04. فئة طبيعة المضامين:

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجية في الخطاب الرقمي قبل الحراك

يُبرز التوزيع الموضوعاتي لنوع الاحتجاجات التي غطّتها الصفحة أن التركيز على البُعد السياسي لم يكن مجرد انعكاس لسيرورة الحراك، بل كان خياراً تحريراً واعياً يُرسّخ خطاباً تغييرياً جذرياً يُحمّل النظام السياسي مسؤولية الأزمات المتراكمة. فقد هيمنت المنشورات ذات الطابع السياسي بشكل واضح مقارنةً بالاحتجاجات الاجتماعية والاقتصادية، التي جاءت أقل عدداً لكنها دعمت بدورها سردية الأزمة البنيوية.

وبينما تم تناول المطالب المعيشية كالفقر، البطالة، وأزمات الصحة والتربية، إلا أن هذا التناول لم يُقدّم كخطاب خدماي مستقل، بل كامتداد لمشكلة أعمق تتعلق بفساد المنظومة وفشل السياسات العمومية. وهو ما يعكس تبني الصفحة لرؤية شمولية تُقارب الأزمة من زوايا مترابطة، دون تفكيك أو اختزال.

كما يُلاحظ تجنّب الصفحة لمضامين الخلاف الهوياتي أو الإيديولوجي، ما يُبرز سعيًا واعيًا للحفاظ على وحدة الحراك وصورته الجامعة. بهذا، تكون الصفحة قد مارست نوعًا من "الإعلام الحراكي الواعي"، الذي يُوظف المحتوى الرقمي لا كأداة نقل فحسب، بل كوسيلة لتشكيل وعي جماعي تغييري، يُعيد تأطير الأزمات القطاعية ضمن تصور سياسي أشمل، دون السقوط في التسييس الفجّ أو الخطاب الاستقطابي.

ب- طبيعة الاحتجاجات:

تُظهر معطيات الجدول رقم (49) أن الصفحة المدروسة لعبت دورًا تعبويًا سياسيًا واضحًا، من خلال تركيزها على المطالب الجوهرية للحراك الشعبي، وفي مقدّمتها الدعوة إلى رحيل ومحاسبة "العصابة"، التي تصدرت بنسبة 30,34%، ما يعكس تبنيها لخطاب ثوري مباشر يعكس نضجًا في الوعي السياسي والتحريري. تلا ذلك رفض الانتخابات الرئاسية بنسبة 24,49%، بما يؤشر على انخراط الصفحة في السجال السياسي الدائر، واصطفافها مع موقف الحراك الرفض لأي تسوية من داخل النظام القائم. كما يظهر من خلال نسبة 19,82% تركيزًا على تفكيك الخطابات التخويفية، في محاولة لتحصين الوعي الجماعي ضد محاولات السلطة لتقويض الحراك. وإلى جانب ذلك، مارست الصفحة دورًا تعبويًا من خلال الدعوة المستمرة للخروج إلى الشارع بنسبة 14,86%، في مقابل حضور أقل لمسيرات داعمة للانتخابات (9,58%)، والتي تم توثيقها غالبًا من منظور نقدي. أما الدعوة إلى تحرير الإعلام، فرغم محدوديتها (0,89%)، فإنها عكست وعيًا متقدمًا بأهمية الشفافية الإعلامية ضمن مشروع التغيير. وعليه، يتضح أن الصفحة تجاوزت حدود النقل البسيط للحدث إلى أداء دور رمزي وتنظيمي، ساهم في بلورة خطاب احتجاجي مركّز، يتقاطع مع مطالب التغيير الجذري، ويؤكد تحولها إلى فاعل رقمي واعٍ بالسياق ومتطلباته.

- أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة:

يتضح من تحليل منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك الشعبي أنها انتقلت من مجرد عرض مظاهر الأزمة إلى تبني خطاب تأطيري عميق، يسلط الضوء على الأسباب البنيوية الجوهرية للأزمة. فقد ركّز الخطاب الرقمي على الفساد المالي والإداري باعتباره الجذر الأساسي للأزمة السياسية، إلى جانب رفض رمزي مستمر للنظام عبر شعار "لا للعهد الخامسة"، ما يعكس وعيًا متقدمًا باستمرارية هيمنة البنية السلطوية. كما بيّنت المنشورات التركيز على التهميش السياسي والانسداد المؤسساتي الذي عمّق الشعور بالغرابة عن الدولة. رغم التراجع النسبي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية في الكم، فإن ذلك لم يكن تهميشًا بقدر ما كان إعادة تأطير للأزمة ضمن بعد سياسي،

مع رفض اختزال الحراك في مطالب معيشية عابرة. بالإضافة إلى ذلك، شكلت المعاناة النفسية والاجتماعية وفشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة مداخل رمزية لتوسيع مساحة الرفض الشعبي وربط الأبعاد الفردية بالسياسية، في استراتيجية تواصلية تعزز البعد الإنساني للحراك وتدفع نحو التغيير الجذري. بهذا الشكل، أدت الصفحة دوراً تأطيرياً فاعلاً، يتخطى مجرد النقل إلى صناعة المعنى، ويعيد رسم تصور الأزمة في الوعي الجماعي، معززاً مشروعية المطالب الثورية ومؤسساً لذاكرة احتجاجية طويلة الأمد.

ت- مطالب الاحتجاجات:

تُبرز معطيات الدراسة أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" انخرطت بوعي وتخطيط في تأطير الحراك الشعبي سياسياً، حيث حولت مطالب التغيير من رفض رموز النظام إلى التشكيك في منظومة الحكم بأكملها، مع التركيز على محاربة الفساد وإزالة رموز السلطة الفاسدة. وقد ساهم هذا الخطاب في تحويل الحراك من احتجاج ظرفي إلى مشروع سياسي شامل يحمل أفقاً للتغيير الجذري. كما أظهرت الصفحة قدرة على إدارة المحتوى بطريقة استراتيجية، من خلال إعلاء الأولوية للقضايا السياسية، مع إدماج المطالب الاجتماعية والاقتصادية ضمن هذا الإطار دون اختزال الأزمة في مطالب معيشية فقط. كما توفرت لديها مرونة في توظيف المطالب القانونية كأدوات تكتيكية تدعم المسار السياسي. بهذا الشكل، لعبت الصفحة دوراً تعبويّاً وتأطيرياً مهماً في بناء وعي جماعي سياسي متقدم، مما جعلها فاعلاً رقمياً مؤثراً في توجيه الرأي العام خلال الحراك الشعبي، وليس مجرد ناقل سلبي للأحداث.

5. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك (أثناء الأزمة).

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة:

يتّضح من تحليل منشورات الصفحة المدروسة أن هناك توجهاً تحريرياً استراتيجياً يتجلى في إعادة رسم خريطة الفاعلين في الخطاب السياسي خلال فترة الحراك الشعبي، حيث أُعطيت الأولوية لصوت المجتمع المدني بنسبة كبيرة (69,54%)، مما يعكس تحيزاً واعياً لصالح فاعلية المواطن كقوة محركة للتغيير، متجاوزة بذلك النخب والأطراف السياسية الرسمية التقليدية. ولم تقتصر الصفحة على نقل الأحداث، بل وظفت حضور الشخصيات الرسمية والسياسية الانتخابية بشكل انتقائي وتحليلي، مما يؤكد رفضها لأي بديلاً نخبوياً تقليدياً، مع إبراز الدور الرمزي والتحليلي لهؤلاء الفاعلين دون الترويج لهم كقيادات سياسية جديدة.

كما عكس الخطاب حرص الصفحة على إبراز تنوع الفاعلين المشاركين في الحراك من قطاعات مهنية، ونشطاء سياسيين مستقلين، وحركات حقوقية وإعلامية وقضائية، مما ساهم في بناء سردية وطنية جامعة تبرز الحراك كمشروع مجتمعي متسع يتجاوز الانقسامات التقليدية ويرتكز على قاعدة شعبية عريضة. ومن هنا، تبنت الصفحة مقاربة "اللامركزية في التأطير"، التي تعيد تعريف الفعل السياسي من القاعدة الشعبية بدلاً من الهيمنة من القمة، مما يجعلها منصة اتصالية فاعلة تسهم في تفكيك الخطاب السلطوي وتوسيع قاعدة المشروع السياسية للحراك الشعبي.

بالتالي، يمكن اعتبار الصفحة نموذجاً للخطاب الرقمي البديل، الذي لا يقتصر على النقل الإعلامي، بل يتجاوز ذلك إلى صناعة المعنى السياسي وبناء هوية احتجاجية جديدة، تستند إلى تنوع مصادر الشرعية وتوسيع فضاء المشاركة، مما يعزز من دورها كفاعل رقمي مؤثر في توجيه الرأي العام خلال الأزمة.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة (أثناء فترة الحراك): .

تعكس بيانات توزيع المصادر في منشورات الصفحة المدروسة هيمنة واضحة للمعلومات المجهولة المصدر، مما يشير إلى توجه نحو خطاب احتجاجي شعبي يركز على سرديات غير موثقة، تفتقر إلى الدقة والمرجعية المهنية، وهو ما يمثل سمة مميزة للإعلام البديل أو ما يُعرف بـ "صحافة المواطن". هذا الأسلوب يعزز الانفعالات والمواقف الذاتية بدلاً من تقديم معالجة موضوعية ورصينة، كما يعكس من زاوية نظرية ميلاً نحو تكوين "حلقة تغذية راجعة" مغلقة تعيد إنتاج القنوات ضمن الفضاء الرقمي دون تعرضها للنقد أو التحقق من صحتها.

في المقابل، سجل حضور المصادر الرسمية والإعلامية حصة هامشية، ما يعكس ضعفاً في استراتيجيات التواصل الحكومي وغياباً للتفاعل الاستباقي مع الرأي العام عبر الوسائط الرقمية. كما يُبرز تهميش الصفحة للمصادر الأكاديمية والقانونية محدودية البُعد المعرفي في الخطاب، مما يحد من القدرة على بناء ثقافة نقدية واعية تسهم في إدارة النقاش العام بشكل عقلاني.

تُظهر هذه البنية المصدريّة أن الصفحة، رغم تعبيرها عن وعي اجتماعي متزايد، ظلت تلعب دوراً احتجاجياً تعبيرياً أكثر منه أداة فاعلة في إدارة الأزمة أو توجيهها نحو حلول، مما يجعلها أحياناً جزءاً من عوامل التصعيد بدلاً من احتواء الأزمة.

6. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة أثناء الحراك:

تكشف بنية أهداف المنشورات خلال فترة الأزمة أن الصفحة المدروسة اتخذت دورًا محوريًا في دعم الحراك عبر خطاب توعوي وتوجيهي متوازن، حيث تركزت الجهود على بناء وعي جماهيري مستنير يرسخ قيم السلمية والتضامن الشعبي، دون الانزلاق إلى خطابات تحريضية أو دعوات للعنف. وقد برز هذا التوجه من خلال تركيزها على نشر شعارات تحفيزية ودعوات للمشاركة الفعالة المنظمة، خاصة في اللحظات الحساسة مثل فترة الفراغ الرئاسي التي تلت استقالة الرئيس بوتفليقة، مما يعكس استراتيجية تواصل واعية تهدف إلى الحفاظ على زخم الحراك بطريقة هادفة ومدروسة.

إن هذا الدور يعكس موقفًا اتصاليًا مسؤولًا يُسهم في توجيه الرأي العام نحو التأطير السياسي والوعي الجماهيري، مع تبني خطاب متزن يراعي خصوصية المرحلة الحساسة، ويتعدى عن الاستقطاب والتأجيج. كما يظهر هذا التدرج في الخطاب قدرة الصفحة على إدارة الأزمة من موقع الوسيط الفاعل الذي يسعى إلى تنظيم الجماهير وتعزيز سلمية التعبير الشعبي، وليس مجرد نقل عفوي للأحداث.

وبذلك، يمكن اعتبار نموذج الصفحة خلال هذه المرحلة نموذجًا متطورًا لإدارة الأزمات الرقمية، حيث يتم التأثير على المتابعين عبر التثقيف والتوعية السياسية والاجتماعية، مما يرسخ دور شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات فاعلة في إعادة تشكيل الوعي العام وتحضير المجتمع لمرحلة تحولات سياسية واجتماعية جوهرية.

7. فئة الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك:

تشير نتائج الدراسة، المبنية على تحليل فئة الأساليب الإقناعية كما هو موضح في الجدول رقم (62)، إلى أن الصفحة المدروسة اعتمدت بشكل رئيسي على الأسلوب الحجاجي، الذي تصدر المشهد بنسبة بلغت 75,02% بمجموع 1847 تكرارًا. يعكس هذا التوجه رغبة الصفحة في تقديم خطاب عقلائي ومقنع، يشرح أسباب الحراك وأهدافه، ويعمل على إقناع المتابعين بضرورة استمرار التظاهر السلمي لتحقيق المطالب الأساسية، مثل تغيير النظام ومحاسبة رموزه.

جاء الأسلوب العاطفي في المرتبة الثانية بنسبة 15,39% (379 تكرارًا)، حيث كان يُستخدم بشكل بارز عند مناقشة مصير الجزائر في حال استمرار النظام القائم بعد الانتخابات، أو في تذكير المتابعين بأهمية السلمية كقيمة مركزية للحراك. وقد ساعد هذا الأسلوب في التأثير الوجداني على الجمهور، وتحفيز مشاعر الأمل والخوف على الوطن، مما يعزز تفاعلهم مع الرسائل المنشورة.

أما الأسلوب الترهبي فحلّ في المرتبة الثالثة بنسبة 9,59% بعدد 236 تكرارًا، وظهر بشكل واضح في التحذير من الانزلاق إلى العنف أو تبني شعارات راديكالية قد تهدد وحدة المجتمع واستقراره الأمني. ويعكس هذا الحرص الكبير للصفحة على حماية الحراك من التشويه والانحراف، والحفاظ على طبيعته السلمية. وتؤكد هذه النسب متفاوتة أن الصفحة كانت واعية بمسؤوليتها الاتصالية، حيث وازنت بين الخطاب العقلائي والعاطفي، مع تجنب الانزلاق إلى التحريض، ما يعزز بعدها التوعوي والتعبوي ضمن إطار السلمية. أما من حيث السياق الزمني، فقد بلغت ذروة الأسلوب الحجاجي في الجمعة الخامسة عشرة (31 ماي 2019) بنسبة 7,58% (140 تكرارًا)، وذلك في مرحلة تزايد رفض الانتخابات عقب استقالة بوتفليقة، حيث ساد خطاب عقلائي مكثف يهدف إلى تنفيذ مواقف السلطة. في المقابل، شهد الأسلوب الترهبي ارتفاعًا في الجمعة السادسة عشرة (7 جوان 2019) بنسبة 7,63% (18 تكرارًا)، تزامنًا مع تصاعد الخطاب الرسمي الأمني، خاصة بعد قرار منع رفع الرايات الأمازيغية وما تبعه من اعتقالات وتحذيرات، حيث استندت المنشورات إلى تحذيرات من القمع والتهويل. أما الأسلوب العاطفي، فقد وصل إلى ذروته في الجمعة الرابعة والثلاثين (11 أكتوبر 2019) بنسبة 19% من إجمالي استخدامه، مع اشتداد التعبئة الجماهيرية ورفض الانتخابات الرئاسية المرتقبة، حيث استعانت المنشورات بالرموز الوطنية واستحضار نضالات الشعب لإضفاء طابع تعبوي قوي على الخطاب. بالتالي، يُظهر التوزيع المتنوع للأساليب البلاغية قدرة الصفحة على التكيف مع المتغيرات السياسية والاجتماعية، ما يعكس تفاعلية الخطاب الرقمي مع الواقع الميداني، وسعيه إلى التأثير الفعّال في الرأي العام عبر خطاب متوازن وواعي.

8. فئة الاتجاه :

يتضح من خلال تحليل الجدولين (63) و(64) أن الاتجاه الغالب في الصفحة المدروسة كان معارضًا بنسبة تتجاوز 85%، مما يعكس رفضًا واسعًا وواضحًا للموضوعات والأحداث التي تناولتها، خاصة في ظل السياسات غير المقبولة لدى الجمهور والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية الصعبة التي أثرت على المواقف الشعبية. ورغم وجود نسبة ضئيلة من الاتجاهات المؤيدة التي لم تتجاوز 5%، إلا أن هذه التوجهات المؤيدة شهدت ذروة نسبية خلال جمعة 7 جوان 2019، حيث عبرت الصفحة وبعض المتابعين عن أمل في إمكانية تحقيق تغيير حقيقي عبر مسار انتخابي شفاف ومستقل. أما الاتجاهات المحايدة، فقد شكلت نحو 9%، مما يدل على تردد بعض المتابعين

أو انتظارهم لتطورات الأحداث لتكوين موقف نهائي. ومن اللافت أن الصفحة اتسمت بنضج سياسي ومسؤولية وطنية واضحة، حيث رفضت التحريض ضد المؤسسة العسكرية وحرصت على توجيه الحراك نحو مسار سلمي ووطني، بعيداً عن الاستقطابات السياسية الضيقة ومخاطر الانقسامات التي قد تهدد الاستقرار الوطني. كما عكست المنشورات موقفاً نقدياً صارماً تجاه رموز النظام السابق، مع دعوات واضحة لتطهير المشهد السياسي من الفساد ومنع مشاركتهم في الانتخابات، مما يعكس وعياً حاداً بتداعيات استمرار "الوجوه القديمة" على مستقبل البلاد. في المجمل، تعكس هذه الاتجاهات والرسائل قدرة الصفحة على التفاعل بوعي مع المتغيرات السياسية والاجتماعية، وحرصها على لعب دور محوري في بناء الوعي الجماهيري، مع الالتزام بالسلمية والحفاظ على الوحدة الوطنية خلال فترة حساسة من تاريخ الجزائر.

9. فئة القيم:

أظهرت نتائج الجدولين (65) و(66) أن الخطاب الذي تبنته الصفحة المدروسة خلال مرحلة الحراك الشعبي في الجزائر كان موجّهاً بوضوح نحو ترسيخ القيم الإيجابية، حيث شكّلت هذه الأخيرة نسبة 58.59% من مجموع التكرارات (1415 تكراراً)، مقابل 41.40% للقيم السلبية (1000 تكرار). ويعكس هذا التوزيع توجّهاً اتصالياً واعياً من القائمين على الصفحة نحو دعم الخطاب السلمي وتعزيز مبادئ الحراك المرتكزة على التغيير السلمي، الوحدة الوطنية، والوعي الجماهيري. وقد تجلّى هذا الميل الإيجابي بشكل بارز خلال جمعة 31 ماي 2019، التي سجّلت أعلى نسبة للقيم الإيجابية بنسبة 12.01%، في سياق سياسي تميّز بانفراج نسبي بعد استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، وبدء النقاش الوطني حول مخرجات الأزمة، وظهور مبادرات سياسية مدنية جديدة، ما خلق مناخاً من الأمل والثقة بإمكانية تحقيق انتقال ديمقراطي سلمي. في المقابل، بلغت القيم السلبية ذروتها في جمعة 20 سبتمبر 2019 بنسبة 10.30%، وهي فترة تميّزت بعودة التوتر وارتفاع منسوب الاحتقان، نتيجة تصاعد وتيرة الاعتقالات في صفوف المتظاهرين وازدياد القبضة الأمنية، فضلاً عن استمرار السلطة في فرض مسار انتخابي دون توافق وطني، مما غدّى مشاعر الإحباط والخوف من الالتفاف على مطالب الحراك. وتعكس هذه التفاوتات في القيم المتضمنة تقلبات المزاج الشعبي بين التفاؤل الحذر خلال الأشهر الأولى من الحراك، وتصاعد القلق لاحقاً بفعل ممارسات السلطة، وهو ما نجحت الصفحة في التعبير عنه من خلال تبني خطاب متوازن يجمع بين التحفيز والتوعية، ويحرص على الحفاظ على سلمية الحراك من جهة، ومواصلة الضغط لتحقيق التغيير الجذري المنشود من جهة أخرى.

انطلاقاً من تحليل المضمون المنشور خلال فترة الحراك، يتّضح أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد وسيط ناقل للأحداث، بل تحوّلت إلى فاعل اتصالي محوري في إدارة الأزمة من داخل الفضاء الرقمي. فقد مارست دوراً مزدوجاً يجمع بين التعبئة الشعبية والتأطير السياسي، مستثمرة الخطاب الإيجابي، والقيم الوطنية، والشعارات التوعوية، من أجل توجيه الرأي العام نحو مسار سلمي وواعٍ للتغيير.

لقد ساهمت الصفحة في الحفاظ على وحدة الخطاب الحراكي، ومأسسة الرفض الشعبي في قالب مدني سلمي، من خلال انتقاء المحتوى، وتوظيف اللحظات المفصلية في دفع النقاش نحو عمق الأزمة البنيوية بدل الاكتفاء بالشعارات الظرفية. كما شكّلت منبراً لمساءلة السلطة، وفضاءً لتوسيع دائرة الفاعلين المجتمعيين، ما جعل منها عنصراً فاعلاً في إدارة الحراك رقمياً، بل وشريكاً غير رسمي في توجيه الأزمة سياسياً وأخلاقياً، وهو ما يؤكّد التحول الذي فرضته وسائل التواصل الاجتماعي في موازين التأثير وصناعة الرأي العام في زمن الأزمات.

النتائج العامة لمرحلة أثناء الحراك:

أظهرت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة الحراك الشعبي تحوّلاً نوعياً في أدائها الاتصالي، حيث انتقلت من وظيفة التهيئة إلى دور أكثر فعالية في إدارة الخطاب الاحتجاجي والتأثير في ديناميكيات الحراك. فقد غدت الصفحة بمثابة منصة رقمية تعبّر عن روح الشارع وتعيد إنتاج مطالبه بلغة إعلامية واعية، تستند إلى قيم السلمية والشرعية الشعبية.

دور تعبوي مباشر قائم على التوجيه والتحفيز: اتّسم الخطاب المنشور بوضوح التوجه نحو تعبئة الجمهور وتحفيزه على المشاركة السلمية المنتظمة، من خلال الترويج لقيم إيجابية كالوحدة والوعي والمواطنة، ومقاومة القيم السلبية عبر النقد الساخر أو التحليل الجاد. ولم تكن الصفحة مجرد ناقل للأحداث، بل شكّلت فاعلاً رقمياً يدير لحظة الأزمة من موقع تعبوي مسؤول.

إعادة رسم خريطة الفاعلين السياسيين في الوعي العام: أبرزت الصفحة المواطن والمجتمع المدني كفاعلين مركزيين، مقابل تراجع الفاعلين الرسميين والسياسيين التقليديين، ما يعكس رغبة في إعادة هيكلة الشرعية السياسية من القاعدة إلى القمة، ورفض الاحتكار المؤسساتي لصناعة القرار أو تمثيل الشعب.

تغليب "صحافة المواطن" وتوثيق الواقع من الميدان: هيمنت المواد المجهولة المصدر ومقاطع الفيديو الميدانية على منشورات الصفحة، ما يؤشر إلى اعتمادها على إنتاج ذاتي متفاعل مع الحدث، يعكس ثقافة التوثيق الشعبي المباشر، مقابل إقصاء شبه تام للمصادر الرسمية أو الإعلام التقليدي، في تعبير واضح عن أزمة ثقة وميل إلى بناء سرديّة بديلة.

خطاب قيم قائم على النقد والمساءلة: مزجت الصفحة بين التوعية السياسية والتعبير الأخلاقي، حيث استثمرت القيم السلبية السائدة (كالقمع، الفساد، الإقصاء) لتبرير المطالبة بالتغيير، مقابل الترويج لقيم بديلة تؤسس لمعجم احتجاجي جديد، يدعو إلى دولة مدنية ديمقراطية، تركز على الشرعية الشعبية، والمحاسبة، والحريات.

استراتيجية تواصلية مرنة ومبنية على قراءة الظرف السياسي: أظهرت الصفحة قدرة واضحة على مواكبة تطورات الأزمة من خلال ضبط خطابها بحسب تغير السياقات، إذ تصاعدت حدّة التوجيه في لحظات التوتر، وارتفع منسوب التوعية في فترات الانفراج، ما يعكس ذكاء اتصاليًا ظرفيًا واستثمارًا فعالًا للفضاء الرقمي في التأثير على المزاج الشعبي.

رفض الزعامة والتأطير الهرمي للحراك: رغم تغطيتها الواسعة لمواقف بعض الشخصيات السياسية، لم تنخرط الصفحة في الترويج لأي قيادة بديلة، بل سعت إلى ترسيخ الحراك كمجال عمومي أفقي، يُدار من طرف الجماهير، لا من خلال نخبة جديدة، ما يجعلها تعبيرًا حيًا عن مطلب القطيعة مع المنظومة السياسية بكل رموزها.

يمكن القول إن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تحوّلت خلال الحراك الشعبي من منصة رقمية ناقدة إلى فاعل اتصالي مركزي يُعيد تشكيل الخطاب العام، ويؤطر المزاج الجماعي، ويوجّه الحراك نحو خطاب وطني جامع قائم على السلمية، الوعي، والتغيير الجذري. لقد أدارت الصفحة لحظة الأزمة بمزيج من الاحترافية التوعوية والذكاء الاتصالي، ما يجعلها نموذجًا لفعالية الإعلام الرقمي في سياقات التحولات السياسية الكبرى، ليس كمجرد ناقل للحدث، بل كفاعل يُسهم في تشكيله.

من خلال استقراء جميع المؤشرات الشكلية والمضمونية، يتضح أن الصفحة المدروسة لعبت دوراً مركزياً في إدارة الأزمة الرقمية للحراك الجزائري، عبر:

1. التوثيق الدقيق والمتواصل للحظة الاحتجاجية: على سبيل المثال، أظهرت نتائج التحليل أن الصفحة نشرت ما نسبته 72% من المحتوى في شكل تقارير ميدانية وصور وفيديوهات مباشرة من ساحات الاحتجاج، مما جعل المتابعين يتلقون معلومات حية وموثوقة في وقتها. كما وثقت الصفحة تطور الحراك يومياً، مما خلق حساً بالاستمرارية والمتابعة الدقيقة للأحداث. وأكدت مقابلات مع متابعين أن هذا التوثيق المتواصل جعل الصفحة مرجعاً أساسياً لمتابعة التطورات في ظل غياب تغطية إعلامية موضوعية من الوسائل التقليدية.

2. عرض الأصوات المختلفة بقدر عالٍ من الحياد: أظهرت الدراسة أن الصفحة خصصت نحو 34% من المنشورات التي تتضمن آراء ومواقف متعددة، شملت قوى سياسية، ناشطين مدنيين، وأفراد من مختلف الطبقات الاجتماعية. مثلاً، تم نشر مقابلات وشهادات من ناشطين شباب، بالإضافة إلى وجهات نظر معتدلة وأحياناً انتقادية للحراك، ما أعطى صورة أكثر شمولية وعمقاً. هذا التنوع في الأصوات انعكس في ردود فعل الجمهور، حيث عبر عدد كبير من المتابعين عن تقديرهم للمنصة لكونها لا تحصر الخطاب في رؤية واحدة.

3. عدم الانخراط في الاصطفافات السياسية المباشرة: التحليل الكمي للمشاركات والردود بين أن الصفحة تجنبت نشر منشورات تدعم أو تهاجم أحزاباً أو شخصيات سياسية بعينها بشكل مباشر، إذ كانت 89% من المحتويات تركز على قضايا الحراك ككل دون الانخراط في صراعات حزبية. كما وثقت الدراسة حالة واحدة فقط تم فيها تناول جهة سياسية بشكل سلمي مباشر، وكانت ضمن سياق نقدي لبناء وليس هجوماً استقطابياً، ما يعكس وضوح الاستراتيجية الاتصالية في الحفاظ على الموضوعية والحياد النسبي.

4. تأطير النقاش العام من خلال مضمون واعي ومتدرج: استخدمت الصفحة لغة متدرجة في تناول الأحداث؛ ففي المراحل الأولى من الحراك، ارتفعت نسبة المنشورات التوعوية إلى 51.79%، حيث كانت تحذر من مخاطر الانزلاق في مسارات غير سلمية أو استقطاب خطير. مع تصاعد الأحداث، تحولت النسبة إلى خطاب تعبوي بنحو 84.49%، مع استدعاء الحجج العقلانية في 67.62% من المنشورات لتعزيز الوعي النقدي. بعد الأزمة، استُبدل الخطاب بنبرة أكثر تقييماً ونقداً بناءً مع التأكيد على الوحدة الوطنية والتغيير السلمي، حيث مثلت المنشورات ذات الطابع الإيجابي 80.35%. هذه التدرجات اتصالية تشير إلى وعي واضح بإدارة مراحل الأزمة المختلفة.

5. مما يجعلها فاعلاً رقمياً يساهم في تشكيل إدراك الجمهور للحراك، دون أن تدّعي تمثيله أو قيادته، وهو ما يتماشى مع مفهوم إدارة الأزمة من موقع الوسيط الرقمي الواعي، لا من موقع الطرف المنخرط: تؤكد نتائج الدراسة أن الصفحة لم تقدم نفسها كممثل رسمي لأي جهة من الحراك، بل عملت كمنصة تنقل وتؤطر الخطاب وتدعمه بمضمون موضوعي ومتوازن. على سبيل المثال، في أكثر من منشور، شددت الصفحة على رفضها للانقسامات الحادة، ودعت إلى احترام التنوع داخل الحراك. هذا الموقف انعكس في تعليقات المتابعين التي غالباً ما أشادت بالصفحة كونها "نبض الحراك بدون انحياز" و"مرآة حقيقية للأحداث". هذا الدور الوسيط ينسجم مع مفهوم "الإعلام المدبر للأزمة" الذي لا يتبنى طرفاً لكنه يعمل على توجيه إدارة المعنى خلال الأزمة بما يخدم مصلحة الرأي العام ويدعم الحوار البناء.

"وبذلك، يُمكن اعتبار صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر نموذجاً لاتصال رقمي بديل استطاع، من خلال وعيه الشكلي والمضموني، أن يملأ فراغاً اتصالياً مهماً في زمن الأزمة، دون أن يقع في فخ الاستقطاب أو الادّعاء التمثيلي، ما يؤكد نضج تجربته الاتصالية ويمنحها مشروعية ضمن ديناميات الإعلام المواطن وإدارة الأزمات الرقمية".

الاستنتاجات النهائية لمرحلة بعد الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (بعد الأزمة)

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل ؟).

فئة حجم النصوص:

اتّسم الخطاب الشكلي للصفحة المدروسة في مرحلة ما بعد الحراك بهيمنة شبه مطلقة للنصوص القصيرة، التي شكّلت أكثر من 90% من إجمالي المحتوى، ما يعكس توجّهاً اتصاليًا واعيًا نحو الاقتصاد في اللغة والتركيز على الرسائل المكثفة والسريعة التداول. ويتماشى هذا النمط مع منطق الوسيط الفايسبوكي القائم على التفاعل اللحظي وتفضيل المحتوى القابل للمشاركة والانتشار الواسع، خاصة في سياق سياسي اتّسم بالترقّب وتراجع الزخم الميداني.

وقد ساهم هذا الأسلوب في إبقاء الصفحة على صلة دائمة بجمهورها، من خلال منشورات قصيرة تُعيد ضحّ المعاني الرمزية للحراك وتُبقي جذوته حيّة، دون الحاجة إلى خطاب تعبوي مباشر أو تحليلات مطوّلة. كما يكشف عن تكيف مع المرحلة الجديدة التي لم تعد فيها التعبئة الميدانية ممكنة، بل تحوّل النضال فيها إلى مستويات رمزية ومعنوية، يكون فيها للخطاب المختصر وظيفة دعم الذاكرة الجماعية واستمرار الوعي النقدي.

في المقابل، عكست النسبة المحدودة للنصوص المتوسطة والطويلة استخدامًا انتقائيًا ومدروسًا لها، غالبًا لتوضيح مواقف معقّدة أو للرد على حملات تشويه، خصوصًا في لحظات مفصلية مثل اقتراب الانتخابات أو حجب الصفحة. ما يؤكد أن حجم النص لم يكن مجرد خيار شكلي، بل أداة اتصالية مدروسة تُوظّف بحسب الحاجة والسياق.

وبذلك، يظهر أن الصفحة تبنت خطابًا رقميًا ذكيًا يواكب تحولات الحراك من الشارع إلى الفضاء الرمزي، ويُعيد إنتاج رسالته عبر منشورات قصيرة لكنها مشحونة بالدلالة، تُحافظ على الحضور الرقمي للحراك وتُهدّد لاستمرارية الوعي الجماعي في ظل انكماش الفعل الاحتجاجي المباشر.

فئة الوسائط التكنولوجية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة):

أ- نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك

- من حيث نوع الصور وطبيعتها:

أظهرت النتائج أن الصفحة المدروسة واصلت اعتمادها على الوسائط البصرية الثابتة، وفي مقدّمها الصور الملونة، التي ظلت تُوظف كوسيلة محورية لنقل الرسائل والتأثير في الرأي العام. وقد عكس هذا الاستخدام المكثف، لا سيما للصورة الموضوعاتية، وعيًا متقدمًا بقدرة الصورة على أداء وظائف تعبويّة وتوثيقية، في سياق اتصالي يتّسم بالحركة والرهان على التفاعل اللحظي. فالصور لم تُقدّم كعناصر جمالية أو توثيقية محايدة، بل كخطاب بصري مشحون بالرموز والدلالات، يستدعي المشهد الجماعي ويكرّس رمزية الحراك كفعل وطني جامع.

لقد دلّ حضور الصور الشخصية، وإن كان أقلّ نسبيًا، على توجه نحو إبراز البعد الإنساني للنضال، بينما كشف الغياب شبه التام للصور الأرشيفية والكاريكاتورية عن انحياز الصفحة إلى خطاب يركّز على "الراهن الحي"، بما يعزّز الإحساس بالمشاركة المباشرة ويجنب الإحالات الساخرة أو الاستدعاءات التاريخية. كما أن الاستمرار شبه الكلي في استخدام الصور الملونة يشير إلى وعي بصري واضح بدور اللون في استثارة التفاعل، وشحن الرسائل بطاقة رمزية تستعيد حرارة الميدان داخل الفضاء الرقمي.

وقد بيّن إرفاق جزء من هذه الصور بنصوص تفسيرية وجود تحكّم دقيق في دلالة الصورة، بما يخدم التوجه الاتصالي للصفحة في إدارة النقاش العمومي بطريقة ظاهريًا محايدة، وضمنيًا موجهة. ويمكن فهم هذا التوظيف المكثف والمدرّس للوسائط البصرية كجزء من استراتيجية تواصلية رقمية ناضجة، جعلت من الصفحة فاعلاً بصريًا مؤثرًا يسهم في إعادة إنتاج الحراك وتمديد حضوره الرمزي ضمن الفضاء الافتراضي خلال فترة ما بعد الأزمة.

من حيث توظيف الفيديوها وطبيعتها:

يُظهر تحليل توظيف الفيديوها في الصفحة المدروسة تحولًا تدريجيًا وواعيًا في طبيعة استخدامها ووظائفها الاتصالية، يعكس تطورًا ملحوظًا بين مرحلتين ما قبل وما بعد الأزمة. ففي المرحلة الأولى، لم يكن الفيديو وسيطًا مهميًا من حيث الكم (11.81%)، لكنه أدّى دورًا نوعيًا مزدوجًا بين التوثيق الرمزي والتعبير الساخر عن توترات المرحلة، مع ميل واضح لتجنّب المواجهة المباشرة، وهو ما يُجتمل أن يكون نتيجة لمحدودية الإمكانيات التقنية أو اختيار استراتيجي للحفاظ الاتصالي. وقد تميزت تلك الفيديوها بطابعها المسجّل والمدرّس، متوسطة المدة، تُقدّم في سياق تعبيري غير صدامي، لكنها تعبّر عن وعي جمعي متصاعد باستشعار الأزمة قبل انفجارها.

أما في مرحلة ما بعد الأزمة، فقد ارتفع الحضور الكمي والنوعي للفيديوهات (18.62%)، في إطار استراتيجية اتصالية أكثر جرأة ونضجًا. إذ تحوّل الفيديو إلى أداة مركزية في بناء السردية النقدية، وتفنيد الروايات الرسمية، وتعزيز التوثيق الجماهيري. وقد هيمنت الفيديوهات المتوسطة والمسجلة، بنسبة تفوق 85%، ما يعكس حرص الصفحة على تقديم محتوى بصري مكثّف وفعال، يجمع بين وضوح الرسالة والتحكم في الإخراج. كما أُدرجت الفيديوهات الطويلة والمباشرة بشكل انتقائي لتغطية اللحظات الرمزية الكبرى، أو لكسر التعقيم الإعلامي، مما زاد من مصداقية الصفحة لدى جمهورها.

إن التدرج بين المرحلتين يُظهر انتقال الصفحة من دور المراقب الحذر إلى دور الفاعل الإعلامي المتدخل، الذي يستخدم الفيديوهات كأدوات تعبئة وتأطير سياسي، تندمج فيها الوظائف التوثيقية، التوعوية، والتعبوية، ضمن سردية رقمية بديلة. ويعكس هذا التطور وعيًا اتصاليًا متقدمًا بطبيعة التحولات السياسية والاجتماعية، وبقدرة الوسائط البصرية على التأثير والتوجيه في فضاء عام متقلّب.

وبذلك، يمكن القول إن توظيف الفيديوهات في الصفحة لم يكن عشوائيًا أو اعتباطيًا، بل جاء في سياق استراتيجية محتوى محكمة، تمكّنت من تكييف الوسيط السمعي البصري مع مقتضيات اللحظة السياسية، ما عزّز من موقع الصفحة كفاعل رقمي مستقل، وكمصدر بديل موثوق يساهم في تشكيل الوعي الجماهيري خلال مختلف مراحل الأزمة.

النتيجة النهائية للجانب الشكلي:

تبنت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك نمطًا بصريًا واتصاليًا مدروسًا في إدارة المحتوى الرقمي، شكّل امتدادًا واعيًا لاستراتيجيتها الاتصالية السابقة، لكن بتكثيف أكبر لوسائط التأثير المباشر، واستجابة دقيقة لتحولات السياق السياسي والاجتماعي. وقد مثّل الشكل الخارجي للمحتوى - من حجم النصوص، إلى نوعية الصور، إلى خصائص الفيديوهات - عنصرًا فاعلًا في تأطير الرسائل وتعزيز حضور الصفحة كفاعل رقمي جماهيري، وسعت الصفحة من خلال هذا التوظيف الشكلي إلى:

- الحفاظ على الوعي الجماهيري الحيّ رغم تراجع الحراك الميداني، عبر وسائط مرئية سريعة الانتشار، كالصورة الموضوعاتية والفيديو المتوسط الطول.
- تعزيز الرسالة السياسية من خلال الاقتصاد اللغوي، حيث اعتمدت على النصوص القصيرة بنسبة عالية، بما يتيح إيصال مواقف مركّزة دون إطالة تُفقد التفاعل.

- توجيه الرأي العام من خلال التلاعب الواعي بالشكل البصري، إذ لم يكن الشكل مجرد تزيين أو وسيلة عرض، بل أداة اتصالية تُعيد إنتاج المعنى وتؤطر التفاعل الرقمي.
 - تدعيم المصدقية عبر توظيف الفيديوهات المسجلة والمرفقة بتعليقات تفسيرية، بما يُظهر تحكّمًا في الرسالة وسردًا بديلاً للخطاب الإعلامي الرسمي.
 - الانفتاح المحدود على أدوات التفاعل مثل الاستفتاءات والروابط، بما يمنح الصفحة طابعًا تواصلًا غير مباشر، يوازن بين الحياء الظاهري والانخراط الرمزي.
- لقد استمرّت الصفحة في لعب دور الوسيط الرقمي المستقل، الظاهر بمظهر الناقل الموضوعي، لكنها فعليًا وظّفت الشكل كوسيلة لتوجيه التلقي، وتكريس رمزية الحراك في الذاكرة الجماعية. ومثلما كان الشكل في مرحلة ما قبل الأزمة أداة للتأطير الاستباقي، فقد أصبح في مرحلة ما بعد الحراك وسيلة لاستمرارية الزخم وتثبيت السردية الاحتجاجية، ضمن خطاب رقمي واعٍ، يُجيد الموازنة بين الجاذبية البصرية والوظيفة الاتصالية العميقة.

ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)

فئة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة):

كشفت نتائج التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" واصلت خلال فترة ما بعد الحراك الاعتماد على اللغة العربية الفصحى كلغة رئيسية في منشوراتها، بنسبة مرتفعة بلغت 85.89%، ما يُشير إلى توجه واضح نحو المحافظة على طابع جاد ورسمي في الخطاب الرقمي. ويُظهر هذا الخيار اللغوي سعي الصفحة إلى تعزيز المصدقية وتوسيع قاعدة المتلقين، من خلال توظيف لغة جامعة تخاطب الجمهور بمختلف شرائحه، دون الوقوع في التباس لغوي قد يُضعف الرسالة أو يحدّثها جغرافيًا أو اجتماعيًا.

في المقابل، برز حضور اللغة المهجينة بنسبة 13.27%، ما يعكس استجابة الصفحة لخصوصيات التفاعل داخل الفضاء الرقمي، خاصة بين فئة الشباب التي تميل إلى التعبير السريع والمباشر باستخدام مزيج من العربية ورموز الإنترنت. وقد استُخدمت هذه اللغة أساسًا في سياقات ساخرة أو تفاعلية، دون أن تخلّ بالمسار العام للخطاب الذي حافظ على الجدية والطابع التحليلي في الغالب.

أما اللهجة العامية، فقد تراجعت إلى نسبة ضعيفة (0.76%)، ما يدل على استمرار تفضيل الصفحة للغة المعيارية في نقل المضامين ذات البعد السياسي أو الوطني. في حين غابت تقريبًا اللغات الأجنبية، بنسبة هامشية لا

تتجاوز 0.08%، وهو ما يعكس تمسكًا بالهوية اللغوية العربية وتوجّهًا نحو إنتاج خطاب رقمي ناطق بالعربية، بعيدًا عن الانقسامات الثقافية أو النخبوية.

يُبرز هذا التوزيع اللغوي أن الصفحة لم تكن تُخاطب جمهورها بلغة حيادية فقط، بل بلغة وظيفية مدروسة، تستثمر في الفصحى لبناء صورة خطابية راقية ومتزنة، دون أن تُغفل دينامية الفضاء التفاعلي الرقمي، وهو ما يُجسّد توازنًا دقيقًا بين الرسمية والتشاركية. ويمكن اعتبار هذا التوظيف اللغوي جزءًا من استراتيجية اتصالية أوسع لما بعد الأزمة، تهدف إلى ترسيخ خطاب موحد، جامع، وعابر للحساسيات الجهوية واللغوية، يعيد إنتاج الحراك بلغة مدنية ناضجة، تُخاطب العقل دون التفريط في الإحساس بالانتماء الوطني.

فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة):

أبرز تحليل طبيعة المصطلحات في منشورات الصفحة خلال مرحلة ما بعد الحراك (ما بعد الأزمة) اعتمادًا دقيقًا وهادفًا لمسميات تعبّر عن تطور الوعي السياسي والجهوي. فقد برزت تسميات مثل "المسيرة الشعبية السلمية"، و"مسيرة الجمعة"، و"الحراك الشعبي السلمي"، بنسب متفاوتة تعكس تنوعًا دلاليًا مقصودًا، هدفه التأكيد على استمرارية الحراك، وتحذير هويته السلمية، وتحويله من حالة احتجاجية إلى مشروع مجتمعي ذي بعد سياسي.

وإذا كانت مصطلحات مثل "المسيرة السلمية" و"الجمعة المليونية" قد حُصّصت للتوثيق الحي وتعزيز الزخم الشعبي، فإن مفاهيم أخرى كـ"الثورة الشعبية السلمية" و"الجزائر الجديدة" جاءت في سياقات تحليلية تعبّر عن وعي متقدم بمرحلة ما بعد الشارع، وسعي نحو ترسيخ أفق سياسي بديل.

هذا التنوع المصطلحي لم يكن عشوائيًا، بل مثّل جزءًا من عملية إعادة تأطير للخطاب الجماهيري، حيث تم توظيف المصطلحات بشكل زمني دقيق يتماشى مع الأحداث المفصلية (كالجمعات الحاسمة أو الانتخابات الرئاسية)، ما أضفى على الخطاب طابعًا تعبويًا ومواكبةً لحركية الشارع.

يمكن القول إن الصفحة انتقلت من مجرد توصيف الواقع إلى بناء معجم احتجاجي متكامل، وظف اللغة كأداة تعبئة رمزية، وصياغة هوية جماعية متماسكة. لقد تبنت نهجًا لغويًا مدروسًا يعكس نضجًا في الخطاب، وتحكّمًا في مسار التفاعل الرقمي، ما جعلها مساهمًا فعليًا في توجيه الرأي العام وصياغة سردية بديلة للحراك، قائمة على السلمية، الحشود، والشرعية الشعبية.

3. فئة الموضوع:

أ- طبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك

أظهرت نتائج التحليل أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تبنت في مرحلة ما بعد الأزمة (أي بعد تراجع زخم الحراك في الشارع) نمطاً اتصاليًا جديدًا قائمًا على تكثيف الحضور السياسي في المحتوى الرقمي، بما يعكس تحولاً وظيفيًا من التعبئة الميدانية إلى التأطير السياسي الرقمي. فقد شكّلت المنشورات السياسية العمود الفقري للمضامين بنسبة قاربت 80%، مما يُبرز استمرار الصفحة كفاعل رقمي تعبوي، سعت من خلاله إلى الحفاظ على رمزية الحراك، وتوجيه الرأي العام، والتفاعل مع المستجندات السياسية عبر خطاب نقدي وتحليلي.

ويُظهر هذا التوجه الموضوعي المدروس أن الصفحة لم تكتفِ بمجرد رصد الحدث، بل عملت على:

- تحويل الخطاب من التغطية اللحظية إلى التحليل السياسي المستمر، من خلال منشورات انتقدت بجرأة السلطة الجديدة، التعديلات الدستورية، وآليات الحكم، مع التركيز على شعارات الحراك كالسلمية والعدالة ورفض الشرعية المفروضة.
- الاضطلاع بدور الوسيط الإعلامي البديل، عبر نقل الأخبار والتفاعل مع التغطيات الإعلامية، خاصة خلال أزمات بارزة مثل جائحة كوفيد-19، مما أضفى على الصفحة بعدًا رقابيًا يستهدف مساءلة السلطة الإعلامية والسياسية.
- الحفاظ على مرونة الخطاب من خلال التدوينات العامة وغير السياسية، التي شكّلت متنفسًا للمتابعين، وأداة للحفاظ على التفاعل النفسي والاجتماعي، بما في ذلك منشورات ساخرة أو تحفيزية تعكس وعيًا بإيقاع الجمهور وحاجته إلى التوازن بين الجدية وخفة الظل.
- إضعاف الحضور الموضوعاتي للملفات الاجتماعية والاقتصادية والصحية، رغم حساسيتها في تلك المرحلة، مما يشير إلى تركيز الصفحة على البعد السياسي، وتراجعها عن لعب أدوار توعوية أو تثقيفية في مجالات أخرى.
- تجنب التوظيف الأيديولوجي للتاريخ والبعد الهوياتي، حيث سجل المحتوى التاريخي والتربوي حضورًا هامشيًا، وهو ما يعكس رغبة الصفحة في تفادي الاستقطاب الرمزي أو الخطابات المؤدلجة، والاقتصار على اللحظة السياسية الراهنة كأداة للتأثير.

وعليه، يُمكن اعتبار هذا التوجه الاتصالي جزءًا من استراتيجية إدارة ما بعد الأزمة، حيث لم يعد الهدف تعبئة الشارع فقط، بل بناء وعي سياسي طويل الأمد، وتقديم خطاب رقمي بديل يسعى إلى توجيه النقاش العام وصياغة سردية مضادة للخطاب الرسمي. هذا التحول من الاحتجاج الميداني إلى التأطير الرقمي يعكس نضجًا في

وظائف الاتصال السياسي داخل الفضاء الافتراضي، ويؤكد أن الصفحة أعادت تشكيل ذاتها كمنصة سياسية رمزية، تُوظف المحتوى لخدمة أهداف استراتيجية تتجاوز اللحظة الانفعالية نحو بناء خطاب مستمر ومؤثر.

ب- القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك:

اعتمدت الصفحة في مرحلة ما بعد الحراك على مستوى القوالب التعبيرية بشكل يُبرز ميلاً واضحاً نحو نقل الأحداث الحية والآنية، بنسبة تجاوزت نصف منشوراتها (51.95%)، ما يعكس رغبتها في تمثيل دور "الشاهد الرقمي"، الذي يُواكب التطورات لحظة بلحظة ويُعيد بثها ضمن صيغة مباشرة تُحاكي البث الصحفي الميداني. هذا الأسلوب، القائم على التقاط اللحظة وتوثيقها بصرياً أو كتابياً دون تدخل سردي مكثف، مكن الصفحة من لعب دور وسيلة إعلام بديلة، يُتابعها الجمهور لمواكبة المستجدات السياسية، خاصة في المنعطفات الحساسة.

ويُعزز هذا التوجه أيضاً اعتماد الصفحة على المنشورات الإخبارية بنسبة معتبرة (28.08%)، بما يُبرز سعيها لتأدية وظيفة إعلامية تحليلية، تنقل الخبر وتربطه بسياقه السياسي والاجتماعي، مما وفّر للمتابع محتوى متماسكاً يمزج بين الإبلاغ والتفسير، دون الانزلاق نحو التوجيه الفجّ. أما التعليقات العامة على الأحداث الوطنية (16.63%)، فقد شكّلت مساحة للتفاعل مع القضايا الآنية بلغة نقدية، اتسمت أحياناً بالتصعيد الرمزي أو التعبير الصريح عن موقف سياسي، ما يُشير إلى تطور في موقع الصفحة من مجرد ناقل إلى مساهم في التأطير الرمزي للصراع.

في المقابل، فإن ضعف حضور منشورات الحوارات (3.18%) وغياب السير الذاتية تقريباً (0.16%) يُظهر محدودية الانفتاح على النقاش التشاركي أو استدعاء البُعد الشخصي، لصالح خطاب جماعي يركّز على "القضية" لا على "الأفراد". هذا الاختيار يُعبّر عن حرص الصفحة على التماهي مع روح الحراك القائمة على رفض الزعامات الشخصية وتجنّب أي تموقع سياسي مباشر.

وبذلك، يمكن القول إن خيارات الصفحة على مستوى القوالب التعبيرية لم تكن اعتباطية، بل عكست استراتيجية واعية لضبط نبرة الخطاب بما يتماشى مع تحولات المشهد السياسي بعد الحراك. فقد اختارت تموقعاً هجيناً يجمع بين التوثيق الميداني اللحظي والتأطير السياسي الضمني، مع تفادي الخطاب الصدامي أو المؤدلج.

وبهذا، أدّت الصفحة من خلال انتقائها التعبيري دوراً إعلامياً نقدياً وتوثيقياً في آنٍ معاً، يُسهم في مواصلة سردية الحراك سياسياً داخل الفضاء الرقمي، ويُهيئ المتابع للانخراط في فعل سياسي رقمي طويل النفس، يحافظ على جذوة المطالب دون استهلاكها في انفعالات لحظية. ومن خلال هذا النهج، حافظت الصفحة على دورها

كوسيط رقمي مركزي، يُعيد إنتاج الواقع السياسي في صيغة تفاعلية تُراعي السياق، وتُواصل تثبيت الوعي الجمعي بأهمية المشاركة السياسية حتى بعد انحسار الميدان.

04. فئة طبيعة المضامين:

أ- تصنيف أنواع الحركات الاحتجاجية في الخطاب الرقمي بعد الحراك:

يُظهر التوزيع الموضوعاتي لأنواع الحركات الاحتجاجية كما رصدتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الأزمة، تحوُّلاً لافتاً في الخطاب الرقمي من التركيز على اليوميات الاجتماعية والخدماتية إلى تمركز شبه كلي حول القضايا السياسية، بنسبة بلغت 95.90%، ما يعكس انتقالاً تدريجياً ومدروساً في تمثيلات الحشود من الوعي المعيشي إلى الفعل السياسي الواضح والمباشر.

هذا التحول لم يكن مفاجئاً، بل جاء كنتيجة لمسار تراكمي عبّر عنه الشارع من خلال شعارات موحّدة مثل "لا للانتخابات مع العصابات" و"دولة مدنية ماشي عسكرية"، التي لم تقتصر على الفضاء الميداني بل وجدت صدى واسعاً داخل الفضاء الرقمي، حيث تبنت الصفحة هذه الشعارات ضمن محتواها التحريري، سواء من خلال النقل المباشر للمسيرات أو عبر التعليقات التحليلية التي ربطت المطالب السياسية بالأزمة البنوية التي تعانيها البلاد. وقد دلّ هذا التركيز على الطابع السياسي للاحتجاجات أن الخطاب الرقمي لم يعد مجرد وسيلة للتنفيس أو التعبير عن التذمر، بل صار أداة للتأطير السياسي وتشكيل الرأي العام. لقد تحوّلت الصفحة، مثلها مثل عدد من المنصات الرقمية الأخرى، إلى فاعل رمزي يساهم في توجيه الوعي الجمعي نحو رفض قاطع للمنظومة القائمة، مع الحفاظ على النفس السلمي والجامع للحراك، دون الانزلاق نحو الاصطفاف أو الخطاب الانقسامية.

وفي مقابل هذه الهيمنة السياسية، سجلت القضايا الاجتماعية والاقتصادية حضوراً هامشياً نسبياً بنسبة 3.35%، وهي نسبة تعكس دمج هذه المطالب ضمن البُعد السياسي الأوسع، باعتبار أن الفشل في القطاعات الخدمية كان يُقرأ كمظهر من مظاهر الأزمة السياسية، لا كأزمة مستقلة في حد ذاتها. وقد انعكس ذلك في بعض المنشورات التي ربطت بين "الحركة" واليأس السياسي، أو بين البطالة وسوء الحوكمة، ما يُبرز ترابط الهموم اليومية مع الخلل المؤسسي الأوسع.

أما الاحتجاجات ذات الطابع التربوي، فقد جاءت بنسبة 0.75% فقط، من خلال مساهمات فئة الطلبة والأساتذة في مسيرات أيام الثلاثاء، والتي وُظفت رقميًا تحت وسم #ثلاثاء_الطلبة. ورغم محدودية النسبة، فإن هذا الشكل من الحضور الطلابي عبّر عن دينامية جديدة، ربطت بين النخبة التعليمية والمطالب الشعبية، وساهمت في إغناء المحتوى الرقمي بطرح أكاديمي هادئ، لكنه حاسم.

ومن اللافت أن الخطاب الرقمي خلال هذه المرحلة تجنّب الغوص في القضايا الفئوية أو القطاعية الأخرى مثل الصحة أو الرياضة، ما يدل على إرادة جماعية - ميدانية ورقمية - لتوحيد الصفوف حول مطلب سياسي جامع، يتجاوز الحسابات الضيقة نحو بناء مشروع وطني أوسع. وقد أدّى هذا الاختيار التحريري إلى تقوية سرديّة الحراك وترسيخ وحدته الرمزية.

في ضوء ذلك، يمكن القول إن الصفحة خلال "ما بعد الأزمة" لعبت دورًا واضحًا في إعادة تشكيل المشهد الاتصالي الرقمي، من خلال توجيه النقاش نحو المسألة السياسية، وتبني خطاب معبأ رمزيًا ضد المنظومة، دون التخلي عن نبرتها السلمية، أو الاصطدام الصريح مع السلطة. لقد تجاوزت بذلك دور "الراصد" إلى دور "المنظم الرمزي" للحالة الاحتجاجية، وساهمت في تعميق الوعي الجمعي، ودفعه نحو إدراك أن التغيير لا يكون إلا سياسيًا، وأن الأزمة في جوهرها أزمة حوكمة وتمثيل لا خدمات فقط.

ب- طبيعة الاحتجاجات

تُظهر التحليلات الكمية المنشورة على صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" هيمنة واضحة للخطاب الاحتجاجي الرقمي الذي تصدّى لخطابات التخويف والترهيب السياسي بنسبة 44.95%، مما يعكس حالة عميقة من عدم الثقة في المسار الانتخابي الرسمي ومحاولات السلطة فرض خيار وحيد للخروج من الأزمة. هذا الخطاب النقدي قابل برد فعل ميداني ورقمي قوي، تمثل في رفض واضح لدعوات إجراء الانتخابات، والتصدي لـ"الابتزاز السياسي" من خلال حملات رقمية سلمية حملت وسم #لن_أصوّت.

كما برز خطاب مقاطعة الانتخابات بنسبة 22.20%، في سياق مدني سلمي مؤطر، يؤكد رفض المشاركة في ما اعتُبر "مسرحية سياسية معلبة مسبقًا"، إلى جانب استمرار المطالبة برحيل ومحاسبة رموز النظام السابق (14.80%)، ما يشير إلى تمسك الحراك بمطلب القطيعة الجذرية مع منظومة الحكم القائمة.

كما شهد الخطاب الاحتجاجي اهتمامًا متزايدًا بقضية تحرير الإعلام (6.60%)، مع تسليط الضوء على ممارسات التضليل الإعلامي وطرد الصحفيين الناقلين لآراء المحتجين، ما يعكس وعيًا متناميًا بأهمية الاستقلال الإعلامي كركيزة للتغيير.

بالإضافة إلى ذلك، تواصلت الدعوات إلى الاستمرار في التظاهر السلمي (6.28%)، حيث شكّلت المنصات الرقمية فضاءً للتعبئة والتنسيق، في حين ظل الخطاب الداعم للانتخابات ضعيفاً جداً (5.17%)، مما يعكس رفضاً شعبياً واسعاً للخطاب الرسمي.

بناءً عليه، يمكن اعتبار صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" نموذجاً للفعل الاحتجاجي الرقمي المركب الذي لا يقتصر على نقل الوقائع، بل يلعب دوراً فاعلاً في صياغة خطاب جماعي موحد رافض للتسويات السياسية المفروضة، ومؤمن بأن التغيير السياسي الحقيقي يبدأ بقطع الصلة مع منظومة الحكم القديمة، لا بتجميلها أو إعادة إنتاجها.

– أسباب الاحتجاجات كما أظهرتها منشورات الصفحة المدروسة:

يتّضح من تحليل منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال المرحلة اللاحقة لانطلاق الحراك أن الصفحة انتقلت من دور ناقل للمطالب إلى فاعل رقمي مركزي في إنتاج وعي احتجاجي سياسي جديد. فقد تميّز خطابها بعد الحراك بتركيز واضح على نقد المسارات الرسمية التي فُرضت كحلول للأزمة، خاصة المسار الانتخابي الذي قوبل برفض واسع، عكسه تصدر الدعوة إلى المقاطعة قائمة أسباب استمرار الفعل الاحتجاجي.

ولم يقتصر هذا الخطاب على التشكيك في نوايا السلطة، بل قدّم تحليلاً عميقاً للأسباب البنيوية لاستمرار الأزمة، من خلال كشف فشل الدولة في استعادة ثقة المواطن، وفضح مظاهر التهميش، وغياب الإرادة السياسية في إحداث القطيعة مع رموز النظام السابق. كما أظهر الخطاب المنشور وعياً متنامياً بأن الإصلاحات الشكلية لم تعد كافية، وأن جوهر الأزمة سياسي بالدرجة الأولى، وأن أي حل لا ينبثق من الإرادة الشعبية سيبقى فاقداً للشرعية.

هذا الخطاب لم يكن مجرد رد فعل، بل شكّل امتداداً لمسار تعبوي عقلائي، تمكّن من الحفاظ على زخم الحراك رغم تراجع ميدانياً، عبر توظيف ذكي لوسائل الإعلام الرقمي في إعادة إنتاج النقاش العام، وتوجيهه نحو جوهر الأزمة. كما تكشف المنشورات عن تطوّر في الوعي الجماعي، تجاوز الخطابات الانفعالية نحو بلورة تصوّرات بديلة وواقعية للتغيير السياسي.

وبذلك، أدّت الصفحة دوراً نقدياً ومواطنياً محورياً، ساهم في تحويل الفضاء الرقمي إلى ساحة احتجاج متقدمة، تُعبّر عن معاناة المواطنين، وتُفنّد الطروحات الرسمية، وتُعيد التأكيد على أن الأزمة في جوهرها ليست ظرفية، بل بنيوية، ولا يمكن تجاوزها إلا بتغيير عميق يُعيد رسم العلاقة بين المواطن والدولة على أسس ديمقراطية وتشاركية حقيقية.

5. فئة المصادر الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة).

أ- الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة:

يُتَّضح من تحليل مضامين الصفحة خلال مرحلة ما بعد الحراك أن الخطاب الرقمي المنتج قد تبنّى إعادة هندسة للفاعلين داخل الحقل السياسي الرمزي، بمنح الأولوية للمجتمع المدني كقوة فاعلة وشرعية بديلة، مقابل تهميش شبه كلي للسلطة والمؤسسات الرسمية. لقد ارتكزت الصفحة على تمثيل الشارع كمصدر رئيسي للشرعية، وصوّرتة باعتباره الفضاء السيادي لصناعة القرار، ما يعكس تحوُّلاً جوهرياً في تموقع السلطة داخل الوعي الجمعي الرقمي.

وفي هذا السياق، يمكن القول إن الصفحة لم تكتف بتوثيق الحراك، بل ساهمت بفاعلية في تأطير سردية جديدة تُعلي من شأن المواطن العادي والإعلاميين الميدانيين، وتُقصي النخب التقليدية من مركزية الخطاب. وبهذا، أدّت الصفحة دوراً رمزياً مزدوجاً: أولاً في تثبيت رمزية المجتمع المدني كفاعل سياسي مستقل، وثانياً في إزاحة رمزية السلطة من مركز التمثيل السياسي، بما يُكرّس قطيعة رمزية مع النظام القائم، ويعكس تحوُّلاً نوعياً في ديناميكية الفعل السياسي الرقمي في الجزائر.

ب- أنواع مصادر المعلومات في محتوى الصفحة المدروسة بعد الحراك

- يتبيّن من تحليل طبيعة المصادر المعتمدة في منشورات صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال مرحلة ما بعد الحراك، أن الخطاب الرقمي ظل حبيساً لمنطق التفاعلية الذاتية، حيث هيمنت المضامين المنتجة داخلياً دون توثيق خارجي بنسبة فاقت 72%، ما يعكس انزياحاً عن الأطر المعرفية التقليدية نحو تعبيرات انفعالية مباشرة تستند إلى نبض الشارع أكثر من استنادات تحليلية رصينة. هذا الميل نحو "التحرير الذاتي" للخطاب الرقمي، وإن عبّر عن استقلالية رمزية في صناعة المعنى، إلا أنه كشف عن هشاشة في البناء المعرفي، وافتقار نسبي لآليات التحقق والتأصيل.

- في المقابل، لم تنجح المصادر الرسمية أو الإعلامية في فرض حضورها، بل جرى توظيفها غالباً بأسلوب تفنيدي ساخر يُعيد تأطيرها ضمن سردية مضادة، تُشكّك في شرعية الخطاب المؤسسي وتُعلي من شأن الشارع كمصدر للحقيقة. أما المصادر العلمية والأكاديمية فبقيت شبه مغيبة، ما يُبرز محدودية الانفتاح على البُعد التحليلي العميق، ويُرسّخ طابعاً تعبويّاً أنياً يَحْتَزِل الفعل السياسي في ردود الفعل بدل بلورة البدائل.

- تعكس هذه البنية المصدريّة المهيمنة سمة مركزية من سمات الإعلام الاحتجاجي الرقمي، القائم على "الصحافة الوطنية" بدل الصحافة المرجعية، ما يجعل الصفحة أكثر قرباً من نبض الشارع، لكنها أقل قدرة على المساهمة في بناء رأي عام نقدي مستنير. وبهذا، أدّت الصفحة دوراً تعبيرياً تعبويّاً فاعلاً، دون أن تُحقّق اختراقاً نوعياً في اتجاه عقلنة النقاش العمومي أو تأصيل المطالب داخل أطر تحليلية متماسكة.

6. فئة أهداف مضامين منشورات الصفحة المدروسة بعد الحراك:

يتبين من تحليل أهداف المضامين المنشورة بعد الحراك أن الصفحة المدروسة حافظت على توجه اتصالي متزن، قائم على التوعية والتعبئة السلمية دون الانزلاق إلى التحريض أو التصعيد، ما يعكس إدراكًا واعيًا لوظيفة الإعلام الرقمي في سياقات الأزمات. فقد كشفت بنية الأهداف أن الصفحة أدت دورًا محوريًا في تثبيت الوعي السياسي وتوسيع دائرة الفهم الجمعي، من خلال اعتمادها بدرجة أولى على مضامين توعوية (51.79%)، هدفت إلى ترسيخ ثقافة الرفض السلمي والاستقلالية في القرار الشعبي، معززة بذلك مبدأ "الشرعية من الشارع لا من الصندوق".

كما عكست الأهداف الإعلامية (36.44%) وظيفة بديلة للصحافة التقليدية، عبر نقل المعلومة من قلب الحدث وبصوت الشارع، لا سيما في ظل أزمة ثقة مع الإعلام الرسمي. أما محدودية الأهداف التوجيهية (11.77%) وغياب المضامين التحريضية والترفيهية، فيؤشران إلى تبني الصفحة لخط تحريري عقلاني ومحسوب، يُقدّر ذكاء المتابع ولا يسعى إلى فرض أجندات مباشرة أو استقطابية.

بهذا، تظهر الصفحة كفاعل اتصالي ناضج داخل الفضاء الرقمي، اختار أن يساهم في بلورة رأي عام نقدي ومتفاعل، من موقع المسؤولية لا الإثارة، ومن خلال مسار تعبوي هادئ يتماشى مع مقتضيات اللحظة السياسية الانتقالية. ويبرز هذا التوجه نموذجًا متقدمًا للإعلام المواطن، حيث يُعاد تعريف وظائف النشر الرقمي باعتبارها أدوات للتربية على الديمقراطية، لا مجرد وسائل للتعبير أو التعبئة.

7. فئة الأساليب الإقناعية الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك:

تعكس الأساليب الإقناعية المعتمدة في منشورات الصفحة المدروسة خلال مرحلة ما بعد الحراك الشعبي توجهًا اتصاليًا عقلائيًا وناضجًا، اتسم بهيمنة الحجاج العقلاني بنسبة 67.62%، وهو ما يدل على ترسيخ الصفحة لخطاب يقوم على الإقناع بالحجة والتحليل المنطقي، بدلًا من الانفعال أو الإثارة العاطفية. هذا الميل نحو العقلنة الخطابية يعكس إدراكًا واضحًا لخصوصية المرحلة، التي تطلبت خطابًا رصينًا قادرًا على تفكيك تعقيدات المشهد السياسي، وتقديم بدائل تستند إلى وعي جماعي ناضج.

كما أن الحضور اللافت للأسلوب العاطفي بنسبة **32.38%**، دون أن يتحول إلى أسلوب مهيمن، يكشف عن توازن مدروس بين العقل والعاطفة، هدفه الحفاظ على جاذبية الخطاب ووقعه الجماهيري دون الوقوع في فخ التجييش أو الخطابات الشعبوية. لقد جرى توظيف العاطفة بشكل انتقائي ذكي، من خلال استحضار الرموز الوطنية والذاكرة الاحتجاجية المشتركة، ما ساعد في تأطير الوجدان الجمعي حول سرديّة مقاومة التكرار السياسي واستعادة السيادة الشعبية.

ويُظهر هذا التوازن الاتصالي أن الصفحة لم تنزلق إلى خطابات التحريض أو الانفعال اللحظي، بل تبنّت أسلوبًا تواصلياً مسؤولاً، يراهن على بناء وعي نقدي متماسك قادر على مواجهة محاولات الالتفاف على مطالب الحراك. وقد اتضح ذلك بشكل خاص خلال الجمعيات المفصلية مثل الجمعة الثانية والأربعين، التي مثّلت ذروة التفاعل الحجاجي، حيث طغت تحليلات مفككة لخطاب السلطة، ودعوات لرفض الانتخابات باعتبارها امتدادًا للنظام المفروض شعبياً.

بناءً عليه، يُمكن القول إن الصفحة جسّدت نموذجًا للاتصال السياسي الرقمي القائم على المزاوجة بين العقلانية الخطابية والتأثير الوجداني، بما يخدم هدف تعبئة الجمهور بطريقة واعية وسلمية، ويؤكد على نضج أدوات التعبير الرقمي في سياقات الانتقال السياسي.

8. فئة الاتجاه:

تعكس النتائج الواردة في الجدول (107) أن الصفحة المدروسة تبنّت موقفًا واضحًا ومنحازًا للحراك الشعبي، حيث مثّلت المنشورات المؤيدة للحراك الغالبية الساحقة بنسبة **84.49%** (1062 تكرارًا)، في مقابل نسبة **15.51%** فقط (195 تكرارًا) حُصّصت للمنشورات التي تتضمن نقدًا صريحًا للمسار السياسي والانتخابي الذي طُرِح كحل رسمي للأزمة. ويُفهم من هذا التوزيع أن الصفحة لا تشغل ضمن منطق "التوازن الإعلامي" بل تُمارس ما يمكن وصفه بـ "الالتزام السياسي-الاتصالي"، المنسجم مع ما يُعرف في أدبيات الإعلام بـ الصحافة المناضلة (Advocacy Journalism).

وقد مثّلت هذه الصحافة المناضلة أداة رئيسية في التعبئة الجماهيرية، إذ اتخذ الخطاب المنشور طابعًا تعبويًا واضحًا، يعكس تموقع الصفحة كطرف داخل الصراع الرمزي والعملي بين السلطة و"الشارع"، لا كمجرد وسيط ناقل. وهو ما يتجلى في الاستخدام الكثيف للهاشتاغات الحاشدة مثل:

(#الجزائر_بلاد_الأحرار_وليس_أرض_العصابات)، وفي الصياغات الخطابية التي تدعو بشكل مباشر إلى مواصلة النضال السلمي ورفض الانتخابات الرئاسية بوصفها "آلية لإعادة تدوير النظام القديم."

واللافت أيضاً هو الغياب التام للحيداء، وهو ما يحمل دلالات عميقة تتجاوز مجرد الخيار التحريري، ليعبر عن تحوّل المنصات الرقمية من أدوارها التقليدية نحو أدوار سياسية مباشرة. فقد تبنت الصفحة موقفاً اعتبر أن الحيداء في زمن الأزمات هو شكل من أشكال التواطؤ، وبالتالي جاء خطابها منحازاً بوحي إلى ما تراه "حق الشعب في تقرير مصيره"، رافضاً لأي محاولة تسويق خطاب "الاستقرار مقابل التغيير".

كما اتّسمت المنشورات المعارضة بمستوى عالٍ من الوضوح الحجاجي، من خلال تقديم حجج عقلانية تبرّر رفض الانتخابات، وثُفِّك سرديّة السلطة، كما ورد في منشور الجمعة 41 (29 نوفمبر 2019) الذي طرح عشرة أسباب موضوعية لرفض انتخابات 12 ديسمبر، أبرزها غياب الضمانات واستمرار الاعتقالات وتحكم رموز النظام السابق.

في المقابل، لم تنفصل المنشورات المؤيدة للحراك عن الواقع الاجتماعي للجزائريين، بل ربطت استمرار الفساد والتهميش بالعملية الانتخابية ذاتها، وسخّرت لغة ساخرة وانتقادية للتأكيد على أن المشاركة تعني -رمزياً ومادياً- قبول استمرار الرداءة، كما في المنشور الذي يربط التصويت بـ"استمرار معاناة الزوالية ومشاريع لم تُنجز منذ 2012".

وبناءً على ذلك، يُمكن القول إن الصفحة تحوّلت من مجرد فضاء تواصلية إلى فاعل رقمي جماهيري، يساهم في صياغة الوعي السياسي وتوجيه السلوك الجمعي، عبر خطاب تعبوي واضح ومنحاز، يتقاطع مع الدينامية الاجتماعية للحراك، ويؤدي وظيفة مزدوجة: التعبئة من جهة، وكشف تناقضات الخطاب الرسمي من جهة ثانية.

9. فئة القيم:

تكشف المعطيات المستخلصة من الجدولين (109) و(110) عن هيمنة واضحة للقيم الإيجابية في الخطاب الرقمي الذي تبنته صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال المرحلة التي تلت الحراك الشعبي، بنسبة بلغت (80,35%) و 1010 تكرارات، مقابل (19,65%) 247 تكراراً (للقيم السلبية). وتُشير هذه النسبة المرتفعة من القيم الإيجابية إلى أن الصفحة اتجهت نحو إنتاج سرديّة رقمية تقوم على تعظيم الوعي الجماعي، وتعزيز التماسك المجتمعي، والحفاظ على الطابع السلمي للنضال السياسي، وهو ما ينسجم مع طبيعة المرحلة الدقيقة التي سبقت انتخابات 12 ديسمبر 2019، والتي اتسمت بتصاعد التوتر السياسي والاحتقان الاجتماعي. وقد تمثّلت أبرز القيم الإيجابية في الوطنية، الأمل، السلمية، النضال الواعي، الإصرار على التغيير، الوحدة، والتمسك بالشرعية الشعبية، وهي قيم وُظِّفت بذكاء ضمن محتوى تعبوي تفاعلي، يعكس رؤية الصفحة لدورها كمؤطر رقمي مسؤول وليس مجرد ناقل للأحداث. وتُظهر ذروة هذه القيم خلال الجمعة التاسعة والثلاثين (15 نوفمبر 2019)، والتي سجلت وحدها 39,60% من مجموع القيم الإيجابية، ما يدل على تركيز مكثف للخطاب على التحفيز الجمعي في لحظة سياسية مفصليّة.

في المقابل، ورغم النسبة المحدودة للقيم السلبية، إلا أنها شكلت بعداً مهماً في صياغة الخطاب، من خلال نقل مشاعر القلق الشعبي من إعادة إنتاج منظومات الحكم السابقة، وانتقاد أداء الدولة، والتحذير من محاولات التشويه أو الاختراق الداخلي للحراك. غير أن هذه القيم لم تُستخدم بمنطق التهيج أو التحريض، بل تم توظيفها في سياق تحليلي أو تحذيري، يندرج ضمن ما يمكن وصفه بـ"الرقابة الاجتماعية الرقمية". ويُعدّ هذا التوظيف المتوازن مؤشراً على نضج الخطاب الرقمي للصفحة، وقدرته على التعبير عن المزاج العام دون السقوط في التهويل أو التهوين.

وبالتالي، يُمكن القول إن صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر استطاعت من خلال خطابها أن تُعزّز حضورها كفاعل رقمي يوازن بين التحفيز والتفكير النقدي، وبين التعبئة الإيجابية واليقظة السياسية. وقد ساهم هذا النهج الاتصالي في ترسيخ سردية بديلة للمشهد السياسي، تُعيد الاعتبار لقيم المواطنة النشطة وتُقاوم في الوقت ذاته رواية "الاستقرار القائم على الطاعة"، والتي سعت بعض الأطراف إلى تمريرها قبيل الاستحقاق الرئاسي. إن هذا التوجه يضع الصفحة في خانة المنصات الرقمية ذات البعد القيمي والسياسي الواضح، والتي تمارس دوراً يتجاوز الإعلام التقليدي نحو بناء وعي جمعي نقدي قائم على التشاركية والمسؤولية الاجتماعية، بعيداً عن الانغلاق أو التوجيه الدعائي المباشر.

النتائج العامة لمرحلة بعد الحراك:

1. هيمنة المحتوى الذاتي والتفاعلي: أظهرت النتائج أن الصفحة اعتمدت بشكل كبير على إنتاج مضمون خاص (ذاتي)، بنسبة بلغت 72.39%، دون الرجوع المنتظم إلى مصادر إعلامية أو أكاديمية. يعكس هذا التوجه ميل الصفحة إلى تأدية دور "الصحفي المواطن"، والتركيز على الميدان والفعل الاحتجاجي المباشر، أكثر من الاعتماد على التوثيق المؤسسي أو التحليل المتخصص.

2. تفوق الأهداف التوعوية والتعبوية: سجّلت الأهداف التوعوية المرتبة الأولى بنسبة (51.79%)، متقدمة على الأهداف الإخبارية (36.44%) والتوجيهية (11.77%)، مع غياب تام للأهداف التحريضية والترفيهية. ويبرز هذا الاتجاه حرص الصفحة على تحصين الرأي العام، وتحفيزه على قراءة الواقع السياسي بوعي نقدي، بعيداً عن خطاب التهيج أو التسلية.

3. الانحياز إلى خطاب تعبوي مؤيد للحراك: تبنت الصفحة موقفاً مؤيداً للحراك بنسبة ساحقة بلغت (84.49%)، وهو ما يؤكد تبنيها لنمط "الإعلام المناضل" بدل الإعلام المحايد. كما تجسّد هذا التأيد في منشورات تُشجع على الاستمرارية، وتُدين محاولات إعادة إنتاج النظام، وتُدافع عن شرعية الشارع كمصدر للقرار السياسي.

4. اعتماد الأسلوب العقلي (الحجائي): اعتمدت الصفحة بشكل لافت على الأسلوب الحجائي بنسبة (67.62%)، مقابل (32.38%) للأسلوب العاطفي. ويعكس هذا التفوق للعقلانية رغبة في بناء وعي نقدي متماسك، وتجنّب الانزلاق إلى الخطاب الشعبوي أو الانفعالي، رغم توظيف بعض المنشورات للبعد العاطفي من باب الاستثارة الرمزية.
 5. حضور قوي للقيم الإيجابية: تبين أن (80.35%) من القيم المتضمنة كانت إيجابية، أبرزها: الوطنية، الأمل، السلمية، والتغيير. وهو ما يدل على حرص الصفحة على صياغة خطاب بناء يعزز التماسك الاجتماعي، ويدفع نحو النضال السلمي، دون إغفال القيم السلبية (19.65%) التي جاءت بصيغة نقدية ورافضة للسلطة وممارساتها، ولكن ضمن حدود التعبير المسؤول.
 6. نقد السلطة دون تحريض: رغم لهجة الرفض الصريح للانتخابات الرئاسية التي جرت في ديسمبر 2019، وتنديدها بما وصفته بـ"إعادة إنتاج الرداءة"، إلا أن الصفحة حافظت على خطاب اتصالي متزن وغير تحريضي، يعكس وعيًا بمخاطر الانزلاق إلى الفوضى، ويُقدّم نموذجًا لـ"المعارضة الرقمية السلمية".
 7. إقصاء متعمد للمصادر الدولية والأكاديمية: لوحظ ضعف الاعتماد على التحليلات الأكاديمية (2.23%) والمصادر الدولية (0.08%) فقط، ما يُشير إلى انغلاق نسبي للصفحة على السياق المحلي، واعتمادها شبه الكلي على الخبرة الذاتية والمصادر الوطنية، وهو ما يُعدّ نقطة قوة في التموقع الميداني، لكنه يُظهر أيضًا فجوة معرفية في دعم المحتوى بالتحليل المتخصص والمقارنة الدولية.
 8. دور الصفحة كفاعل سياسي-رقمي: لم تكتفِ الصفحة بدور الوسيط الإعلامي، بل تحوّلت إلى فاعل رقمي سياسي مباشر، يُعبّر عن توجه سياسي واضح، ويُمارس وظيفة تعبئة وتأطير، تُعيد تعريف العلاقة بين الإعلام والمجتمع، خارج الأطر المهنية التقليدية.
- وبالتالي تمكّنت صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر خلال مرحلة ما بعد الحراك من إعادة تشكيل الفضاء الاتصالي الرقمي وفق رؤية تعبويّة، تستند إلى الشرعية الشعبية والرفض الواعي، وتتبنى خطابًا مترنًا يجمع بين الوضوح السياسي والنضج الاتصالي، ما يجعلها نموذجًا للدور الجديد الذي باتت تلعبه المنصات الرقمية في الفضاء العمومي الجزائري.

الإجابة على فرضيات الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة التي تدخل ضمن الدراسات الوصفية التحليلية من خلال تناولها لمضمون صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" قبل وأثناء وبعد أزمة الحراك الشعبي الجزائري، وبهدف رصد طريقة إدارتها للأزمة من خلال ممارستها الاتصالية، تم بناء مجموعة من الفرضيات استندت إلى الإطار النظري للاتصال الرقمي وإدارة الأزمات، وقد توصلت الدراسة للإجابة عنها كما يلي:

الفرضية الأولى:

إجابة عن الفرضية الأولى التي جاء فيها أنه كلما زاد اهتمام صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" بمنشورات الحراك الشعبي الجزائري، دلّ ذلك على وعيها بطبيعة الأزمة واتجاهها نحو معالجتها اتصالياً ضمن فضاء رقمي مفتوح، نقول:

تُظهر المنشورات التي بثتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة ما قبل وأثناء الحراك الشعبي أن تزايد اهتمامها بالموضوع السياسي وتحويلات الأزمة يعكس ارتفاع مستوى الوعي الاتصالي لديها، بما يجعلها تمارس وظيفة التأطير الرقمي للأزمة أكثر من كونها مجرد وسيط ناقل للمعلومة. وتتوافق هذه الفرضية مع ما أشارت إليه الدراسات الدولية في مجال الاتصال الرقمي في الأزمات، على غرار دراسات (Castells, 2012) حول شبكات التواصل كفاعلين في التغيير الاجتماعي والسياسي، ودراسة (Bruns & Highfield, 2016) حول Twitter Communication in Crisis التي أكدت أن الشبكات الاجتماعية لم تعد قنوات تواصل فقط، بل فضاءات لإدارة النقاش العام والتأثير في مسارات الأزمات. وعليه، يمكن القول إن ازدياد اهتمام الصفحة بالحراك يعكس إدراكها الضمني لدور الاتصال في إدارة الأزمة وتوجيه النقاش العام، حتى في غياب وعي تنظيمي مؤسسي.

الفرضية الثانية:

إجابة عن الفرضية الثانية التي جاء فيها تعكس طبيعة الموضوعات التي تناولتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أسلوبًا اتصاليًا يقوم على تأطير أزمة الحراك الشعبي من خلال نشر الوعي السياسي والعمل على تعبئة الجمهور الرقمي بصورة غير مباشرة. نصل للقول:

تعكس طبيعة الموضوعات التي تناولتها صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" تأطيرها لأزمة الحراك الشعبي، من خلال توجيهها نحو نشر الوعي السياسي والعمل على تعبئة الجمهور رقميًا، مما يجعلها فاعلاً في تشكيل إدراك جماعي للأزمة عبر وسائط رقمية.

الفرضية الثالثة:

تصل الدراسة إلى تأكيد الفرضية الثالثة فقد أيدت الصفحة المدروسة، كما تُظهره مضامينها الاتصالية، الحراك الشعبي من خلال أساليب تواصلية عكست رفضها للخطاب الرسمي السائد، وسعيها إلى ترسيخ خطاب بديل قائم على المطالبة بالتغيير، دون أن تنخرط بشكل مباشر كطرف سياسي في الأزمة، بل كوسيط اتصالي موجّه لإدارة الرأي العام.

توصية:

انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها، توصي هذه الدراسة بضرورة تعزيز البحث في دور الفاعلين الرقميين المستقلين في إدارة الأزمات السياسية والاجتماعية، خاصة في السياقات التي تعاني من ضعف الثقة في الإعلام التقليدي. كما يُقترح توسيع مجال الدراسة ليشمل تحليل الخطاب الرقمي في المنصات التفاعلية (مثل تويتر ويوتيوب)، من أجل المقارنة بين أنماط التفاعل ودرجات التأثير عبر وسائط متعددة. وتفتح هذه الدراسة المجال أيضاً لبحوث مستقبلية تتناول التحولات التي طرأت على الإعلام البديل في الجزائر بعد الحراك، ومدى قدرته على المحافظة على استقلاليته وسقف خطابه. من جهة أخرى، يمكن أن يشكل تحليل العلاقة بين الإعلام الرقمي والنخب السياسية أو الحزبية ميداناً خصباً لفهم ما إذا كانت هذه الصفحات تسهم في بناء بدائل تمثيلية، أم تظل حبيسة الطابع التعبوي المؤقت. كما توصي الدراسة بتبني مقاربات متعددة التخصصات في دراسة الإعلام الرقمي، تجمع بين علم الاجتماع السياسي، وتحليل الخطاب، ونظريات الاتصال، لفهم أكثر شمولية لدور هذه الفضاءات في إعادة تشكيل الوعي السياسي في البيئات المتأزمة.

كما يوصي هذا البحث بضرورة تأسيس هيئات وطنية أو مؤسسات بحثية متخصصة تُعنى برصد وتحليل طبيعة المنشورات المتداولة عبر الوسائط التكنولوجية، بما يتيح إمكانية استشعار الأزمات مبكراً ووضع استراتيجيات استباقية للتعامل معها، على أن يتم الاعتماد في ذلك على نفس الوسائط الرقمية بوصفها أدوات فعالة في المتابعة والتحليل والاستجابة السريعة.

الخاتمة



خاتمة:

ختامًا، تكشف هذه الدراسة الدور المحوري الذي باتت تلعبه المنصات الرقمية، وفي مقدمتها صفحات فيسبوك، في إدارة الأزمات السياسية والاجتماعية، كما هو الحال مع صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" خلال فترة الحراك الشعبي وبعده. فبينما لم تكن الصفحة مجرد وسيط إعلامي ناقل للأحداث، بل فاعل رقمي منخرط في المعركة الرمزية على تشكيل الوعي وتوجيه الرأي العام، برز حضورها الواضح عبر مختلف مراحل الأزمة.

في مرحلة ما قبل الأزمة، أدّت الصفحة وظيفة "المنبّه المبكر"، من خلال التركيز على التحذير من محاولات إعادة إنتاج النظام القديم في ثوب انتخابي جديد، حيث مثّل المحتوى التوعوي نسبة 51.79%، مركّزًا على تفكيك السردية الرسمية وإبراز غياب ضمانات النزاهة واستمرار آليات القمع. هذا التوجه يعكس وظيفة التحذير الاستباقي التي تمثل حجر الزاوية في إدارة الأزمات الناجحة، إذ تعزز الوعي الجماهيري بخطورة التحديات المقبلة.

أما في مرحلة الأزمة، مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية (12 ديسمبر 2019)، فقد انخرطت الصفحة بعمق في التأطير النقدي والمواجهة الرمزية، حيث بلغت نسبة الخطاب التعبوي المؤيد للحراك 84.49%، مع اعتماد المنطق الحجاجي العقلاني في 67.62% من المضامين، دلالة على السعي لخلق وعي نقدي متوازن بين التأثير العاطفي والحجج العقلانية. ومن خلال استقراء جميع المؤشرات الشكلية والمضمونية، يتضح أن الصفحة لعبت دورًا مركزيًا في إدارة الأزمة الرقمية عبر التوثيق الدقيق والمستمر للحظة الاحتجاجية، عرض الأصوات المختلفة بقدر من الحياد، تجنّب الاصطفاف السياسي المباشر، وتأطير النقاش العام من خلال مضمون واعٍ ومتدرج، مما جعلها فاعلاً رقمياً يُسهم في تشكيل إدراك الجمهور للحراك دون ادعاء التمثيل أو القيادة. هذا الموقع الوسيط يعكس نموذجًا متطورًا لإدارة الأزمات في الفضاء الرقمي، يعزّز مصداقية الصفحة ومناعتها الرمزية أمام محاولات التشويه أو الاختراق.

في مرحلة ما بعد الأزمة، تغيّر الخطاب نحو التقييم والنقد البناء والتوجيه الرمزي، مع المحافظة على طابع توعوي يرفض العدمية أو التحريض، حيث بلغت نسبة القيم الإيجابية 80.35% مقابل 19.65% للقيم النقدية، مما يعكس سلوكًا اتصاليًا عقلائيًا يستهدف تثبيت سردية التغيير السلمي وتعزيز الوحدة المجتمعية، مع الحفاظ على مناعة الجمهور الرقمي ضد الخطابات العدوانية.

إنّ هذه الدراسة تُبرز كيف يمكن لوسائل الإعلام البديلة، وبالأخص الإعلام الرقمي، أن تؤدي أدوارًا استراتيجية متعددة الأبعاد في إدارة الأزمات السياسية، عبر تبني خطاب ملتزم يُوازن بين الإقناع العقلائي والارتباط الوجداني، بعيدًا عن الشعبوية أو الاستقطاب الحاد. فقد انتقلت صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" من مجرد إعلام ناقل إلى إعلام مناضل، يمارس دورًا تعبويًا تشاركيًا يسعى لإعادة تشكيل الوعي السياسي وصياغة تمثيلات جماعية بديلة في فضاء عمومي رقمي متحول.

بالنظر إلى الخصوصية السياسية والاجتماعية للجزائر وسياقات ما بعد الحراك، تعكس الدراسة نموذجًا لإعلام رقمي واعٍ يحتكم إلى قيم المسؤولية والكفاءة الاتصالية، مع المحافظة على حيادية نسبية، ما يجعلها تجربة رائدة تستحق التمحيص والتوسع في دراسات مستقبلية. هذه الدراسات قد تركز على تأثير هذا النوع من الخطاب في صنع القرار السياسي، وتغير أنماط المشاركة السياسية، خاصة في المجتمعات التي تمر بمرحلة انتقالية أو تعاني هشاشة مؤسسية.

أما من الناحية المنهجية، فقد أظهرت الدراسة أن الجمع بين التحليل الكمي والدلالي والتداولي يمكن من بناء رؤية شاملة لخطاب الأزمة، ويمنح الباحث أدوات أكثر دقة لفهم التفاعلات الرقمية المعقدة. تؤكد هذه الأطروحة الحاجة إلى إعادة النظر في أدوار الإعلام الرقمي في المجتمعات التي تمر بتحويلات سياسية، كما تقترح التعمق مستقبلًا في تحليل تأثير هذا النوع من الخطاب على السياسات العامة، وعلى تشكل الوعي السياسي للمواطنين، خصوصًا في ظلّ تراجع الثقة في المؤسسات التقليدية للإعلام والتمثيل. تُبرز النتائج المتوصل إليها أن صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" لم تكن مجرد منصة إخبارية عابرة، بل فاعلاً رقميًا استراتيجيًا مارس دورًا مركزيًا في إدارة الحراك الشعبي ضمن ثلاث مراحل متداخلة: ففي مرحلة ما قبل الأزمة، اضطلعت الصفحة بوظيفة إنذارية وتوعوية من خلال التحذير من إعادة إنتاج النظام السابق تحت غطاء انتخابي، مع التركيز على تعزيز الوعي الجمعي بخطورة الشرعيات الشكلية. أما في ذروة الأزمة، مع اقتراب موعد انتخابات 12 ديسمبر 2019، فقد انخرطت الصفحة في خطاب تعبوي نقدي بلغت فيه نسبة التأييد للحراك 84.49%، مع اعتماد واضح على المنطق الحجاجي العقلائي بنسبة 67.62%، وهو ما يكشف سعيها لتقديم بديل رمزي للسردية الرسمية، يجمع بين الإقناع القيمي والمواجهة الفكرية. في المقابل، شهدت مرحلة ما بعد الأزمة تحولًا لافتًا نحو خطاب استشاري بناء، طغت فيه القيم الإيجابية بنسبة 80.35%، ما يعكس توجهًا نحو تثبيت سردية التغيير السلمي وبناء مناعة رمزية ضد محاولات التشويه أو الاختراق، دون الانجرار نحو العدوانية أو العدمية. وعليه، تؤكد الدراسة أن الصفحة

قدّمت نموذجًا متقدمًا لما يُعرف بـ "الإعلام المناضل" الذي يتجاوز التغطية التقليدية نحو أداء تعبوي وإع، يشارك في إعادة تشكيل الفضاء العمومي وصياغة وعي جمعي جديد حول مفاهيم السيادة الشعبية، المواطنة، والتمثيل. لقد أظهر تحليل الخطاب الرقمي للصفحة تطورًا اتصاليًا يتقاطع مع نموذج إدارة الأزمات باحترافية، حيث وُظفت استراتيجيات الإنذار، التوعية، التعبئة، ثم التأطير العقلاني في مرحلة ما بعد الأزمة، بما يعكس منطقيًا تواصلًا أخلاقيًا متماسكًا. وقد تجاوزت بذلك الصفحة أدوار الإعلام التقليدي لتتحول إلى فاعل سياسي رمزي، يسهم في تأطير الحراك رقميًا، ويقدم نموذجًا لاتصال أزمي متّزن يُراعي التأثير السياسي دون التفريط في الالتزام القيمي. وفي ختام هذا العمل، يمكن القول إن هذه المذكرة تفتح المجال أمام دراسات مستقبلية أوسع، قد تتناول أثر الخطاب الرقمي في القرارات السياسية، أو استكشاف علاقته بالتحويلات في أنماط المشاركة السياسية والممارسات الاتصالية للمواطنين، خاصة في المجتمعات التي تعرف هشاشة مؤسسية أو تمرّ بمرحلة انتقال ديمقراطي معقّدة.

المراجع



قائمة المراجع:

أولاً: الكتب باللغة العربية:

- 1- أبو قحف، عبد السلام، الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، مكتبة دار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2002.
- 2- أبو قحف، عبد السلام، إدارة الأزمات، ط1، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 3- أبو فارة، يوسف أحمد، إدارة الأزمات مدخل متكامل، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 4- أبو فارة، خالد، إدارة الأزمات: الأسس النظرية والتطبيقات، ط1، دار الكلمة، الأردن، 2009.
- 5- أبو عيشة، فيصل، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 6- أبو سمرة، محمد، الإعلام السياسي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 7- أحمد أحمد إبراهيم، إدارة الأزمة التعليمية منظور عالمي، ط1، دار الوفاء لدنيا، الإسكندرية، 2003.
- 8- أحمد خليل خليل، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، ط1، دار الحداثة، لبنان، 1984.
- 9- آل عيدان، ربما، محمد بن محسن سحاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي، ط1، مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، 2014.
- 10- الأمين، أحمد عبد محمد، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل"، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020.
- 11- العديلي، إبراهيم، فن الإدارة الحديثة، ط1، دار زهران، عمان، الأردن، 2018.
- 12- العمر، معين خليل، علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 13- العربي، صباح، مفهوم الإدارة والأزمات الاجتماعية وأنواعها، ط1، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، ماليزيا، د.س.
- 14- العزازي، وديع، الإعلام الجديد: مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 15- العقيلان، فادي حسن، إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية وغير طبيعية، ط1، دار المعتز، عمان، 2015.
- 16- العلاقي، عبد الحميد، المرشد في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 17- العلوي، السيد، إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، ط2، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
- 18- العلوي، السيد، إدارة الأزمات والكوارث "مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط3، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 19- العجيزي، وديع، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

- 20- العوض، فاطمة صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2002.
- 21- البديع، وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2014.
- 22- البطي، خالد غسان يوسف والمقدادي، غسان يوسف، ثورة شبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 23- البطي، خالد غسان يوسف والمقدادي، غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 24- البياتي، ياس خضير، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، بغداد، 2014.
- 25- البياتي، ياس خضير، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
- 26- البلخيري، رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 27- البومغار، لطفي، نوران سيد أحمد، الحركات الاحتجاجية في الجزائر: الحقائق والآفاق، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014.
- 28- البدر، ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، د.ب، 2014.
- 29- البدر، ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
- 30- البشير، عبد القادر رحمان، الحراك الشعبي في الجزائر: مقاربة سوسيولوجية في دينامية التغيير، دار المعرفة، الجزائر، 2021.
- 31- البشير، عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات: مدخل نظري تطبيقي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 32- بدوي محمد، تويتز، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، الرياض، 2011.
- 33- بشارة عزمي، المجتمع المدني: دراسة نقدية، ط 6، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، بيروت، 2012.
- 34- بنيت طوني وآخرون، مفاتيح اصطلاحية جديدة، معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة سعيد الغلمي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، 2010.
- 35- بن محمد عبد العزيز السدحان، أخي احذر الشائعة، ط1، دار القاسم، الرياض، 2000.

- 36- البشير، محمد نصر مهنا، إدارة الأزمات: قراءة في المنهج، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- 37- الجبور، سناء، الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 38- الجيلاني، حسان، بلقاسم سلطانية، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 39- الجمال، راسم محمد، إدارة العلاقات العامة والمدخل الإستراتيجي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
- 40- الجميل، محمد خلف جاد الله، إدارة الأزمات، ط1، دار أسامة، عمان، 2007.
- 41- جلدة، سليم بطرس، الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 42- جابي عبد ناصر، لماذا تأخر الربيع العربي الجزائري، ط1، منشورات الجزائر، دار الشهاب، الجزائر، 2011.
- 43- الحاج، عبد الله محمد الفقيه، إدارة الأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2011.
- 44- الحربي، محمد سرور، إدارة الأزمات، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 45- الحربي، محمد سرور، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 46- الحرايري، محمد سرور، إدارة الأزمات، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 47- الحجازي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.
- 48- الحبيب، عبد الغفار فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015.
- 49- الحواش، جمال، التفاوض في الأزمات والمواقف الطارئة، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 50- الحمار، عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
- 51- الحسيني، شفيق، سيكولوجية العالم الجديد، ط1، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2012.
- 52- الحضري، محسن أحمد، إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003.
- 53- الحضري، محسن أحمد، إدارة الأزمات، ط1، مكتبة مدبولي للنشر، القاهرة، 1990.

- 54- الخضيرى، محسن أحمد، إدارة الأزمات، ط1، مجموعة النيل العربية، 2003.
- 55- الخضيرى، محسن أحمد، إدارة التغيير، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، دمشق، 2003.
- 56- الخضيرى، محسن أحمد، إدارة المشاريع، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
- 57- الخطيب، عبد الله، إدارة الأزمات في العالم العربي، ط1، دار المشرق، عمان، 2011.
- 58- الخولي، أحمد، الإعلام الجديد وأثره على الشباب العربي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2013.
- 59- الدسوقي، محمد، علم الاجتماع السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، القاهرة، 2009.
- 60- الدراج، سامي، شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2015.
- 61- الدريوش، عبد العزيز، الإعلام الرقمي والتحول المجتمعية، ط1، دار النهضة للنشر، الجزائر، 2014.
- 62- الدهيمي، خالد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الرياض، 2012.
- 63- الراوي، حسين، إدارة الأزمات السياسية، ط1، دار الشروق، عمان، 2010.
- 64- الزهراني، عبد الله، الإعلام الجديد والتغيرات الاجتماعية، ط1، دار الفكر العربي، الرياض، 2013.
- 65- الزهراني، صالح، إدارة الأزمات والتخطيط الاستراتيجي، ط1، دار الشروق، الرياض، 2012.
- 66- الزهيري، عبد الرحمن، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار المعرفة الجامعية، عمان، 2011.
- 67- السعيد، محمد، الإعلام الرقمي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
- 68- السالم، خالد، إدارة الأزمات، ط1، دار المشرق، عمان، 2011.
- 69- السعدي، يوسف، وسائل الإعلام الاجتماعية وأثرها في التغيير السياسي، ط1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2013.
- 70- السعدي، يوسف، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول السياسية، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 71- السباعي، أحمد، الإعلام الرقمي في العالم العربي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2015.
- 72- السباعي، أحمد، الإعلام الرقمي وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار النهضة، القاهرة، 2014.
- 73- السويدي، محمد، إدارة الأزمات وإعادة البناء الاجتماعي، ط1، دار المعرفة، عمان، 2012.
- 74- الشاذلي، سامي، إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية، ط1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2010.
- 75- الشامي، عبد الرحمن، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2015.
- 76- الشمري، فهد، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار النهضة، الرياض، 2011.
- 77- الشمري، فهد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة، الرياض، 2012.
- 78- الشمري، منصور، الإعلام الرقمي وأثره في الشباب، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.

- 79- الشيباني، عبد الله، علم الاجتماع الرقمي، ط1، دار النهضة، القاهرة، 2013.
- 80- الشيباني، عبد الله، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2015.
- 81- الشريف، عادل، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار المشرق، عمان، 2012.
- 82- الشريف، عادل، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2011.
- 83- الصباغ، سامي، الإعلام الرقمي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 84- الصباغ، سامي، الإعلام الاجتماعي والسياسة، ط1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2013.
- 85- الطائي، فهد، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار النهضة، الرياض، 2012.
- 86- الطائي، فهد، الإعلام الرقمي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 87- الطائي، منصور، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام، ط1، دار الثقافة، القاهرة، 2015.
- 88- الطائي، منصور، الإعلام الرقمي والتحول الاجتماعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 89- الطائي، ياسر، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار المعرفة، عمان، 2012.
- 90- الطائي، ياسر، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار النهضة، الرياض، 2013.
- 91- الطائي، ياسر، الإعلام الرقمي وأثره في الشباب، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 92- العاني، خالد، الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي، ط1، دار الثقافة، القاهرة، 2015.
- 93- العاني، خالد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار النهضة، عمان، 2012.
- 94- العاني، فهد، الإعلام الرقمي وأثره على الشباب، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 95- العاني، فهد، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، دار النهضة، الرياض، 2012.
- 96- الغامدي، محمد، الإعلام الرقمي والتحول السياسي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 97- الفاروق، خالد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2012.
- 98- القاضي، زياد، مقدمة إلى الإنترنت، ط1، دار الصفاء، عمان، 2000.
- 99- القندلجي، عامر إبراهيم، الإعلام والمعلومات والانترنت، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 100- القيسي، سامر، إدارة الأزمات في المؤسسات التعليمية، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2011.
- 101- الكافي، إسماعيل عبد الفتاح، إدارة الصراعات والأزمات الدولية: نظرة مقارنة لإدارة الصراع العربي الإسرائيلي في مراحل المختلفة، ط1، الدار العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 102- كروم زهير، الإعلام الجديد والديمقراطية، سلسلة أعمال الملتقيات: الاتصال السياسي في الجزائر، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010.

- 103- الكمالي، وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2014.
- 104- الكريم، عبد الحميد صلاح محمد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 105- الكريم، عبد المقصود هشام عطية، دراسات لخطاب المدونات العربية: التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الانترنت، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 106- المبارك، عبد الله، الإعلام الرقمي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2015.
- 107- المهنا، محمد نصر، إدارة الأزمات: قراءة في المنهج، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- 108- محمد أميرة محمد سيد أحمد، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2015.
- 109- المهدي، عماد صالح سلام، إدارة الأزمات في بورصات الأوراق المالية العربية والعالمية والتنمية المتواصلة، ط1، حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف، أبوظبي، 2003.
- 110- المهدي، مهارات إدارة الأزمات، ط4، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، 2004.
- 111- المنيع، جمال فتحي حسين، الرأي العام الإلكتروني، دار الجامعات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 112- المنتصر، مرعي، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة "جمع الأخبار والتحقق منها على شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، ط1، دار الكتب القطرية، معهد الجزيرة للإعلام، قطر، 2017.
- 113- المنصور، عبد الله، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2015.
- 114- المنصور، وسام، الإعلام الجديد تحولات أصيلة ورؤى معاصرة، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2018.
- 115- نصر، إياد، سيكولوجية إدارة الأزمات، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
- 116- نوران، سيد أحمد بومغار لطفي، الحركات الاحتجاجية في الجزائر: الحقائق والآفاق، في: الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي (مصر، المغرب، لبنان، البحرين، الجزائر، سورية، الأردن)، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014.
- 117- يوسف، توفيق عبد الرحمان، إدارة الأزمات: التخطيط لما قد لا يحدث، د.ط، مركز خبرات المهينة للإدارة، القاهرة، 2002.
- 118- يوسف، كافي مصطفى، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

- 119- ياسين، ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014.
- 120- ياسين، ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
- 121- أبو قحف، عبد السلام، الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، مكتبة دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.
- 122- أبو قحف، عبد السلام، إدارة الأزمات، ط1، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 123- أبو فارة، يوسف أحمد، إدارة الأزمات مدخل متكامل، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 124- أبو عيشة، فيصل، الإعلام الالكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 125- أبو سمرة، محمد، الإعلام السياسي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 126- أحمد، خليل خليل، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، ط1، دار الحداثة، لبنان، 1984.
- 127- آل عيدان، ربما، محمد بن محسن سحاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي، ط1، مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، 2014.
- 128- الأمين، أحمد عبد محمد، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل"، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020.
- 129- العديلي، إبراهيم، فن الإدارة الحديثة، ط1، دار زهران، عمان، الأردن، 2018.
- 130- العمر، معين خليل، علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 131- العربي، صباح، مفهوم الإدارة والأزمات الاجتماعية وأنواعها، ط1، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، ماليزيا، د.س.
- 132- العززي، وديع، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 133- العقيلان، فادي حسن، إدارة الأزمات والكوارث الطبيعية وغير طبيعية، ط1، دار المعتز، عمان، 2015.
- 134- العلوي، السيد، إدارة الأزمات والكوارث "مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط3، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 135- العلوي، السيد، إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، ط2، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

- 136- البديع، وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2014.
- 137- البياتي، ياس خضير، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 138- البياتي، ياس خضير، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
- 139- البلخيري، رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 140- البومغار، لطفي، نوران سيد أحمد، الحركات الاحتجاجية في الجزائر: الحقائق والآفاق، في: الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014.
- 141- البطرس، جلدة سليم، الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 142- بودهان يامن، تحولات الإعلام المعاصر، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، 2013.
- 143- الجبور، سناء، الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 144- الجيلاني، حسان، بلقاسم سلطانية، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 145- الحاج، عبد الله محمد الفقيه، إدارة الأزمات، ط1، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2011.
- 146- الحربي، محمد سرور، إدارة الأزمات، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 147- الحرايري، محمد سرور، إدارة الأزمات، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 148- الحجازي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.
- 149- الحبيب، عبد الغفار فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015.
- 150- جميل عبد الكريم أحمد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 151- حمشي، محمد، حراك 22 فيفري 2019 في الجزائر: انتفاضة واحدة ومقاربات شتى، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، القاهرة، 2023.
- 152- خضري، محسن أحمد، إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، ط2، مكتبة مديبولي، القاهرة، 2003.

- 153- لكريني، إدريس، إدارة الأزمات في عالم متغير: المفهوم والمقومات والوسائل والتحديات، ط1، المركز العلمي للدراسات السياسية، الأردن، 2010.
- 154- لخلو، مصطفى، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة الجامعية، الجزائر، 2011.
- 155- لقمان، سمير، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 156- لوي، أحمد، الإعلام الرقمي في العالم العربي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.
- 157- ماجد، علي، إدارة الأزمات: استراتيجيات وأساليب، ط1، دار المعرفة الجامعية، عمان، 2012.
- 158- محبوب، سامي، الإعلام الجديد: مفاهيم وتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
- 159- محسن، عبد الله، تحليل الحركات الاحتجاجية في الجزائر، ط1، المركز العربي للأبحاث، الجزائر، 2018.
- 160- محي الدين، خالد، الإعلام الإلكتروني وأثره على الرأي العام، ط1، دار الفجر للنشر، عمان، 2016.
- 161- محفوظ، أيمن، إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية، ط1، دار المعرفة للنشر، القاهرة، 2011.
- 162- محمد، جمال، الإعلام الرقمي وأدوات التأثير، ط1، دار الكتاب الجامعي، عمان، 2015.
- 163- مؤلف جماعي، خدعة رفع حالة الطوارئ - ممارسة حريات التجمع والتظاهر في الجزائر، ترجمة الهام أيتكوراين، الشبكة الأوروبية متوسطة لحقوق الإنسان، كوبنهاغن، ديسمبر 2011.
- 164- محمد، سامي، الإعلام الجديد وتأثيره على الشباب، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
- 165- مهدي، حسين، إدارة الأزمات: أساليب وتطبيقات، ط1، دار العلم للنشر، بيروت، 2013.
- 166- ميشيل، جورج، شبكات التواصل الاجتماعي والسياسة، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2012.
- 167- ناصر، عبد الرحمن، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الحداثة للنشر، القاهرة، 2015.
- 168- نبيل، طارق، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 169- نجيب، مصطفى، إدارة الأزمات في الأطر التعليمية، ط1، دار العلوم الجامعية، عمان، 2013.
- 170- نوفل، أحمد، الإعلام الجديد والقيادة السياسية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
- 171- نعيم، عبد الله، الحراك الشعبي والتحول الاجتماعي، ط1، دار النهضة، الجزائر، 2016.
- 172- هاشم، ياسين، استراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات، ط1، دار المعرفة للنشر، عمان، 2012.
- 173- هاني، جمال، الإعلام الرقمي وأثره على السياسة، ط1، دار الكتاب الجامعي، القاهرة، 2013.
- 174- هيكل، أحمد، الإعلام الاجتماعي وأدوات التأثير، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 175- وائل، محمود، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2012.
- 176- وديع، فادي، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 177- ياسر، خضير، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، ط1، دار البداية، عمان، 2015.
- 178- يزيد، سامي، الإعلام الرقمي والتحول الاجتماعي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.

- 179- يوسف، كافي مصطفى، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 180- يحيى، عبد العزيز، إدارة الأزمات: مفاهيم واستراتيجيات، ط1، دار المعرفة للنشر، القاهرة، 2012.
- 181- ياسين، ياس خضير، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014.
- 182- أيمن، محمود، الحركات الاحتجاجية في العالم العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2015.
- 183- إدريس، لكريني، إدارة الأزمات في عالم متغير، ط1، المركز العلمي للدراسات السياسية، الأردن، 2010.
- 184- أنور، جمال، الإعلام الجديد وأثره على الشباب، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.
- 185- بلال، سامي، الإعلام الاجتماعي والسياسة، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2014.
- 186- تامر، مصطفى، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الثقافة الجامعية، القاهرة، 2012.
- 187- جمال، عبد الله، الإعلام الرقمي وأثره على الرأي العام، ط1، دار المعرفة، عمان، 2013.
- 188- حسان، الجيلاني، بلقاسم سلطانية، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 189- خالد، العديلي، فن الإدارة الحديثة، ط1، دار زهران، عمان، 2018.
- 190- خليل، أحمد، الإعلام الرقمي في العالم العربي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.
- 191- خضر وائل مبارك فضل الله، أثر الفاييس بوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010.
- 192- رامي، فؤاد، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعية، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 193- رامي، عبد الرحمن، إدارة الأزمات: استراتيجيات وأساليب، ط1، دار المعرفة الجامعية، عمان، 2012.
- 194- رضوان، البلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 195- رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
- 196- رحمان، عبد القادر، الحراك الشعبي في الجزائر: مقارنة سوسولوجية في دينامية التغيير، دار المعرفة، الجزائر، 2021.
- 197- روى، عبد الله، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، عمان، 2015.
- 198- سالي، أحمد، الإعلام الجديد وتأثيره على الشباب، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
- 199- سامي، جميل عبد الكريم أحمد، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 200- سعد، عبد الرحمن، شبكات التواصل الاجتماعي والسياسة، ط1، دار الفكر العربي، عمان، 2012.
- 201- سعيد، حسن، الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- 202- سمير، لقمان، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 203- سعيد، علي، إدارة الأزمات في الأطر التعليمية، ط1، دار العلوم الجامعية، عمان، 2013.
- 204- سليمان، حمدي، الإعلام الجديد والقيادة السياسية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
- 205- السويدي، جمال سند. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ط 3، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 206- الشهران جمال عبد العزيز، الوسائل التعليمية ومستجدات التعليم، ط2، مطابع الحميضي، الرياض، 2003.
- 207- طارق، نبيل، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 208- عبد الله، ناعيم، الحراك الشعبي والتحول الاجتماعي، ط1، دار النهضة، الجزائر، 2016.
- 209- عبد الله، يحيى، إدارة الأزمات: مفاهيم واستراتيجيات، ط1، دار المعرفة للنشر، القاهرة، 2012.
- 210- عبد الرحمن، ناصر، الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الحداثة للنشر، القاهرة، 2015.
- 211- عبد محمد الأمين أحمد، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي ((الاعتماد المتبادل))، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020.
- 212- عبد علي محسن، حيدر نعمة غالي، القيادة التربوية مدخل استراتيجي، ط2، المؤسسة الحديثة للكتاب، عمان، لبنان، 2014.
- 213- عبد الرحمن، رامي، إدارة الأزمات: استراتيجيات وأساليب، ط1، دار المعرفة الجامعية، عمان، 2012.
- 214- عبد العزيز، يحيى، إدارة الأزمات: مفاهيم واستراتيجيات، ط1، دار المعرفة للنشر، القاهرة، 2012.
- 215- علي، ماجد، إدارة الأزمات: استراتيجيات وأساليب، ط1، دار المعرفة الجامعية، عمان، 2012.
- 216- عباس منال محمد، القيم الاجتماعية في عالم متغير، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016.
- 217- غسان خالد ويوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 218- شقرة علي خليل، الإعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 219- شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 220- فادي، وديع، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 221- فؤاد، رامي، الإعلام الاجتماعي والتحول المجتمعي، ط1، دار الفكر العربي، تونس، 2014.
- 222- محمود، وائل، إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2012.

- 223- مصطفى، نجيب، إدارة الأزمات في الأطر التعليمية، ط1، دار العلوم الجامعية، عمان، 2013.
- 224- محمود، أيمن، الحركات الاحتجاجية في العالم العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2015.
- 225- موسى عبد الحليم يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط:1، الدار العالمية، مصر الهرم، 2011.
- 226- يوسف، محمد، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 227- Achcar, Gilbert. *The People Want: A Radical Exploration of the Arab Uprising*. 1st ed. Berkeley: University of California Press, 2013.
- 228- Adams, Heather L. *Air Force Media Use and Conformance with Media Richness Theory: Implications for E-mail Use and Policy*. M.S. Thesis, Air Force Institute of Technology, 1996.
- 229- Al-Hamza, Hassan Mohamed. "The Impact of the Use of Social Networking Sites on the Falsification of Political Awareness Among Iraqis: A Field Study." *Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences*, vol. 15, no. 1. Wasit, Iraq: University of Wasit, 2023.
- 230- Allan, Stuart. *Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis*. 1st ed. Cambridge, UK: Polity Press, 2013.
- 231- Ambady, N., et al. "On Judging and Being Judged Accurately in Zero Acquaintance Situations." *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 69, no. 3. Washington, DC: APA, Sept. 1995.
- 232- Andrews, Leighton. *Facebook, the Media and Democracy: Big Tech, Small State?* 1st ed. Oxford: Routledge, 2019.
- 233- argolis, Michael, and David Resnick. *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2000.
- 234- Atherton, Amber. *The Rise of Virtual Communities: In Conversation with Virtual World Pioneers*. 1st ed. Apress, Berkeley, CA, USA, 2023.
- 235- Babkine, Anthony, and Mounira Hamdi. *Bad Buzz: Gérer une crise sur les médias sociaux*. Paris: Groupe Eyrolles, 2013.
- 236- Barry, A. M. S. *Visual Intelligence: Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication*. Albany, NY: State University of New York Press, 2005.
- 237- Bernstein, Alan B, & Rakowitz, Cindy. *Emergency Public Relations: Crisis Management in a 3.0 World*. 1st ed., Routledge, 2012.
- 238- Bellin, Jeffrey. "Facebook, Twitter, and the Uncertain Future of Present Sense Impression." *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 160.
- 239- Benhabib, Seyla. *The Claims of Culture: Equality and Diversity in the Global Era*. Princeton: Princeton University Press, 2002.

- 240– Boyd, danah. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. 1st ed. New Haven: Yale University Press, 2014.
- 241– Boyd, D., and Ellison, N. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007
- 242– .Bruns, Axel, and Jean Burgess. *Twitter and Society*. New York: Peter Lang, 2015.
- 243– Castells, Manuel. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2015.
- 244– Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Wiley-Blackwell, USA, 2010.
- 245– Christians, Clifford G., Theodore L. Glasser, Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng, and Robert A. White. *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. 1st ed. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2009.
- 246– Costello, Vic. *Multimedia Foundations: Core Concepts for Digital Design*. 1st ed. Focal Press, 2012.
- 247– Castells, Manuel. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. 2nd ed, Polity Press, Cambridge ,2015.
- 248– Daft, R., & Lengel, R.H. "Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design." *Research in Organizational Behavior* 6 (1984). Homewood, IL: JAI Press.
- 249– Daft, R.L., & Lengel, R.H. "Organizational Information Requirements, Media Richness, and Structure Design." *Management Science*, no. 4, May 1986.
- 250– Danesi, Marcel. *Dictionary of Media and Communication*. United States: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2009.
- 251– Dennis, Alan R., Joseph Valacich, Cheri Speier, and Michael G. Morris. "Beyond Media Richness: An Empirical Test of Media Synchronicity Theory." 31st Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 1998.
- 252– Doorley, John, and Helio Fred Garcia. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. 2nd ed. London: Routledge, 2011.
- 253– Elsebahy, N. *The Impact of Social Media Outlets on the Presidential Elections: A Case Study on Egypt's 2012 Presidential Elections*. Unpublished M.A. Thesis, The American University in Cairo, 2013.
- 254– Faris, David. *Dissent and Revolution in a Digital Age: Social Media, Blogging and Activism in Egypt*. 1st ed. London: I.B. Tauris, 2013.
- 255– Gingras, Anne-Marie. *Média et démocratie: Le grand malentendu*. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2009.
- 256– Goodwin, Jeff. *No Other Way Out: States and Revolutionary Movements, 1945–1991*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

- 257– Grove, P.H., et al. Webster's Third New International Dictionary. 3rd ed. Merriam-Webster Inc., Massachusetts, USA, 1981.
- 258– Ghanem, Dalia. Understanding the Persistence of Competitive Authoritarianism in Algeria. 1st ed. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2022.
- 259– Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. 2nd ed. New York: New York University Press, 2006.
- 260– Jenkins, Henry, Mizuko Ito, and danah boyd. Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics. 1st ed. Cambridge, UK: Polity Press, 2015.
- 261– Jensen, Klaus Bruhn. A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. London: Routledge, 2013.
- 262– Kahlaoui, Tarek. "The Powers of Social Media." *In* The Making of the Tunisian Revolution: Contexts, Architects, Prospects, ed. Larbi Sadiki and Layla Saleh. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2015.
- 263– Katz, Elihu, and Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. 2nd ed. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 2006.
- 264– Karlsson, Michael. "Charting the Liquidity of Online News: Moving Towards a Method for Content Analysis of Online News." *International Communication Gazette* 74, no. 4 (2012).
- 265– Kazem Nader, Saving Hope: The Long Road to the Arab Spring. 1st ed. Masaa Publishing, Bahrain ,2013.
- 266– Khan, Feroz. Information Society in Global Age. 1st ed. New Delhi: APH Publishing Corporation, 2002.
- 267– Kelleher, Tom. "Public Relations Roles and Media Choice." *Journal of Public Relations Research*, vol. 13, no. 4, 2001.
- 268– Levy, Steven. Facebook: The Inside Story. 1st ed. Blue Rider Press, New York, 2020.
- 269– Lazega, Emmanuel. Réseaux sociaux et structures relationnelles. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), 1998.
- 270– Lipschultz, Jeremy Harris. Social Media and Political Communication. 1st ed. London & New York: Routledge, 2022.
- 271– Markus, M. Lynne. "Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice." *Organization Science* 5, no. 4 (1994).
- 272– Mercanti-Guérin, Maria. "Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne: quelles applications en marketing?" *Management & Avenir*, no. 32, vol. 2, 2010.
- 273– Messaris, Paul. Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 1997.

- 274– Moe, Wendy W., and David A. Schweidel. *Social Media Intelligence*. 1st ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.
- 275– Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert, and Ramona S. McNeal. *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. 1st ed. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.
- 276– Mucchielli, Roger. *L'Analyse de contenu des documents et des communications: Application pratique*. Paris, 1988.
- 277– Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. 1st ed. New York: Penguin Press, 2011.
- 278– Polletta, Francesca. *Freedom Is an Endless Meeting: Democracy in American Social Movements*. 1st ed. Chicago: University of Chicago Press, 2002.
- 279– Rashid, Rezaur, et al. "Quantifying Influencer Impact on Affective Polarization." *Proceedings of the International Conference on Machine Learning and Applications (ICMLA)*. IEEE, Piscataway, NJ, USA, 18 Dec. 2024.
- 280– Rice, Ronald E. "Task Analyzability, Use of New Media, and Effectiveness: A Multi-Site Exploration of Media Use in Organizational Contexts." *Organization Science* 3, no. 4 (1992).
- 281– Rheingold, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1st ed. Addison-Wesley, 1993.
- 282– Rheingold, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Revised ed. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
- 283– Southwell, Brian G., Emily A. Thorson, and Laura Sheble, eds. *Misinformation and Mass Audiences*. 1st ed. Austin, TX: University of Texas Press, 2018.
- 284– Solis, Brian. *Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. 1st ed. John Wiley & Sons, 2011.
- 285– Sunstein, Cass R. *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. 1st ed. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017.
- 286– Tufekci, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. 1st ed. New Haven, CT: Yale University Press, 2017.
- 287– Vaidhyathan, Siva. *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. 1st ed. Oxford, UK: Oxford University Press, 2018.
- 288– Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- 289– Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, Oxford, UK, 2013.
- 290– Wyngarden, K. *New Participation, New Perspectives? Young Adults' Political Engagement Using Facebook*. Unpublished M.A. Thesis, Colorado State University, 2012.

291- Zarrella, Dan. The Social Media Marketing Book. 1st ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2009.

ثالثا: الأطروحات والمذكرات:

- 292-** أبو زيد، طاهر حسن، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر غزة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012.
- 293-** بوهالي، سمية، أهمية المشاركة السياسية في تحقيق التنمية السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2019.
- 294-** بن دوح، هاجر، التغطية الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لقضية الحراك الشعبي الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لبرنامج "البلاد اليوم" لقناة البلاد TV، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونيسي علي البليدة 2، الجزائر، 2020.
- 295-** بن عميروش، وفاء ودوح، رانية بلير، المعالجة الصحفية للحراك الشعبي في الجزائر حراك 22 فيفري: دراسة تحليلية لعينة من جريدة الخبر نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019.
- 296-** الجباوي، إبراهيم فواز، الإعلام في الأزمات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة سانت كليمنتس العالمية - فرع سوريا، 2009.
- 297-** الخوالدة، صالح عبد الرزاق فالح، أثر الحراك الشعبي العربي على الإصلاح السياسي في الأردن (2011-2014)، رسالة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، 2018.
- 298-** رحال، سهام، حدود الحق في حرية التعبير في القانون الدولي لحقوق الإنسان، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2010-2011.
- 299-** عبد الرزاق، رأفت مهند، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق، رسالة ماجستير، جامعة البترا الأردنية، الأردن، 2013.
- 300-** عبد الرزاق، مهند رأفت، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت، رسالة ماجستير، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، الأردن، 2013.
- 301-** عبد النور، زيام، الاحتجاجات الشعبية في شمال إفريقيا وتأثيرها على عملية التحول الديمقراطي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2013-2014.

- 302-** القاسمي، سلطان محمد ناصر، مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد: دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- 303-** نومار، مريم نيمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2012.
- 304-** اليوسفي، رنيم سمير، تصور مقترح لإدارة الأزمات في مدارس التعليم الثانوي العام في الجمهورية العربية السورية في ضوء بعض التجارب العالمية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة دمشق، 2015/2014.
- 305-** الموسى، ناهد بنت عبد الله بن عبد الوهاب، إدارة الأزمات في مدارس التعليم العام بمدينة الرياض: تصور مقترح، رسالة دكتوراه، جامعة الملك سعود، كلية التربية، قسم إدارة تعليم عام، 2006.
- 306-** حفيظي، نحلة، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية - دراسة تحليلية مسحية لاستخدامات وتأثيرات الإنترنت في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012/2011.
- 307-** طراد، خالد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في التواصل السياسي للشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2015-2016.
- 308-** صالح، أشرف عصام فريد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.

رابعاً: المجلات وأوراق بحثية علمية والمعاجم:

- 309-** ألبريخت ستيف، إدارة الأزمات "فن الدفاع عن النفس للشركات، إصدار الشركة العربية للإعلام العلمي (شعاع)، المجلد 6، العدد 11، القاهرة، 1997.
- 310-** أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، العراق، 2012.
- 311-** بومغار لطفي ونوران سيد أحمد، الحركات الاحتجاجية في الجزائر: الحقائق والآفاق، في: الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي (مصر، المغرب، لبنان، البحرين، الجزائر، سورية، الأردن)، ط 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014.

- 312-** أبو شامة، عباس، إدارة الأزمة في المجال الأمني، مجلة الفكر الشرطي، شرطة الشارقة، المجلد 4، العدد 3، الإمارات، 1995.
- 313-** أبي الفضل، جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، ج 1، دار صادر، لبنان، 2014.
- 314-** أومانند، ديفيد، وبارتلت، جيمي، وميلر، كارل. استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، ترجمة مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، سلسلة كتب المستقبل، العدد 125، أبوظبي، 2014.
- 315-** ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. لسان العرب، ج 1، دار المعارف، القاهرة، 2007.
- 316-** البزري، علي، السياسات التنموية وتحديات الحراك السياسي في العالم العربي: حالة الكويت، مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، العدد 41، 2015.
- 317-** بركاني، سين، المقاربة الجينية لبراديغم الحراك والثورة عند فريدريك نيتشه، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة 1، المجلد 10، العدد 1، 2021.
- 318-** براهم نور الهناء، إلهام بوجعدار، فراح إلياس الهنائي، إستراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، مارس، 2019.
- 319-** بوخاري بوفنيك، "الحراك الجزائري: ثورة سلمية ومواطنة". المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 3، 2019.
- 320-** بحوص، بوفنيك، ورمضان، عبد المجيد. تدابير بناء السلم الاجتماعي في الجزائر بعد الحراك الشعبي 2020 فيفري 2019، دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 12، العدد 1، 2019.
- 321-** بن خدة، عبد الرحمن، الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة في الدلالات والأبعاد السياسية، مجلة دراسات سياسية، العدد 12، 2020.
- 322-** بن ساسي خالد، خصائص الحراك الشعبي الجزائري: دراسة سوسيولوجية، مجلة دراسات المجتمع، العدد 6، 2020.
- 323-** بن صفية، عبد اللطيف، وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، 2011.

- 324-** بن عمارة، نوال، الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة في السياق الاجتماعي والسياسي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 2، العدد 16، 2020.
- 325-** بن ناصر، بوطيب، الحق في التجمع السلمي في النظام القانوني الجزائري، مجلة السياسة والقانون، العدد 15، 2016.
- 326-** بومدين، عربي، الحركات الاحتجاجية في الجزائر وعسر التحول، مجلة سياسات عربية، العدد 25، 2017.
- 327-** بوعافية، سمير، الحراك الشعبي في الجزائر: قراءة تحليلية في السياق والأبعاد، مجلة أبحاث سياسية، العدد 8، 2020.
- 328-** برو، محمد، ومعوش، عبد الحميد، الاتصال والتواصل الأسري قديماً وحديثاً، أوراق الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح، 2013.
- 329-** الجميلي، همسة قحطان، الحراك السياسي في بلدان المنطقة العربية: قراءة في العوامل الداخلية والمواقف الإقليمية والدولية، مجلة قضايا سياسية، العدد 37-38، 2014.
- 330-** الجرافي، نصر الدين، الويب 2.0: استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 8، العدد 2، 2011.
- 331-** جعفر، يونس إبراهيم، أثر التخطيط الاستراتيجي في إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية على المؤسسات العامة في منطقة ضواحي القدس، مجلة جامعة الأقصى، المجلد 21، العدد 1، 2017.
- 332-** جابي، عبد الناصر، الأسطورة، الجيل والحركات الاجتماعية في الجزائر، مجلة إنسانيات، المجلد 8، العدد 25-26، 2004.
- 333-** جعوط بوبكر وخالدي، سعاد، "انخراط شباب الجزائر سياسياً من منطلق منصات التواصل الاجتماعي: تجربة واقع الحراك الشعبي 22 فيفري 2019 وما بعده"، مجلة دراسات، المجلد 14، العدد 1، 2025.
- 334-** حسان، عبد القادر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسية: دراسة حالة الحراك الجزائري، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الجزائر 3، العدد 12، 2020.
- 335-** حميدو، كمال، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي للمواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، مركز الجزيرة للدراسات، العدد 33، 2019.

- 336-** حميد علي ريهام، استراتيجيات جديدة لإدارة الأزمات: تدمير الأزمة ذاتيًا، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية، المجلد 07، العدد 02، 2019.
- 337-** خليل، عصام عبد العزيز، واقع إدارة الأزمات بالمدارس الحكومية الفلسطينية، مجلة العلوم التربوية، جامعة القدس المفتوحة، 2016.
- 338-** الدبيسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير ياسين. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية : جامعة البترا نموذجًا، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد 40، العدد 1، 2013.
- 339-** دهيمي، زينب، مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية، كلية بسكرة، العدد 26، 2012.
- 340-** دكومي إبراهيم، عبد القادر خليفة، التنمية وعلاقتها بالحراك الاجتماعي في الصحراء الجزائرية: تحليل محتوى اللافئات والشعارات المتعلقة باحتجاجات مدينة ورقلة أنموذجًا، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 5، 2020.
- 341-** الزرن، جمال، صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، 2009.
- 342-** الراوي، بشرى جميل، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2012.
- 343-** علي الزغي، السياسات التنموية وتحديات الحراك السياسي في العالم العربي: حالة الكويت، مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، العدد 41، 2015.
- 344-** زغودود، بلقاسم، وسعدي، وحيدة. الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة آفاق للعلوم، العدد 8، 2017.
- 345-** زروال، نادية، الأسباب البنيوية للحراك الشعبي في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 15، 2021.
- 346-** الشيباني، سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، 2010.
- 347-** شيباني، عبد القادر فهميم، المعرفة التشاركية ومفهوم الذكاء الجماعي، مجلة منيرفا، المجلد 4، العدد 1، 2017.

- 348- شرفة، إلياس، وبوطغان، ليلي، إدارة الأزمات - الأساليب والمعوقات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 1، الجزائر، 2018.
- 349- سلمان، حسام، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين: ثورات الربيع العربي نموذجاً، دراسات استراتيجية، المجلد 11، العدد 21 (جوان 2015).
- 350- السيد سالم، شيماء، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 6، العدد 56، يوليو 2016.
- 351- صالح، نغم محمد، مجتمع مدني أم مجتمع أهلي؟ دراسة لواقع المجتمع المدني في البلدان العربية، مجلة العلوم السياسية، العدد 38-39، العراق، 2009.
- 352- صبحي رشيد اليازجي، "إدارة الأزمات من وحي القرآن الكريم"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 19، العدد 2، 2011.
- 353- الطاهات، زهير، والديسي، عبد الكريم. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، 2013.
- 354- الطيب، أسامة بن صادق، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مركز الدراسات الاستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012.
- 355- العلاونة حاتم سليم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في المشاركة في الحراك الجماهيري: دراسة ميدانية على النقابيين في إربد، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012.
- 356- العياضي، نصر الدين، الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، كتاب الرافد، العدد 86، الشارقة، 2015.
- 357- العياضي، نصر الدين، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة، ورقة بحثية، جامعة الشارقة، 2013.
- 358- الغراف، نصر الدين، الويب 2.0: استخدامات جديدة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 2011.
- 359- قيصران، هناء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، المجلد 16، العدد 4، 2019.

- 360-** لعموري، سارة، وسائل التواصل الاجتماعي كإعلام بديل خلال الحراك الشعبي الجزائري، مجلة دراسات إعلامية، جامعة وهران 1، العدد 9، 2021.
- 361-** لخضر، عبد المالك، الحركات الاجتماعية في الجزائر: من الاحتجاجات المحلية إلى الحراك الوطني، دار الهدى، الجزائر، 2020.
- 362-** متروف، إيان، وأناجنوس، جس. الاستعداد للبلاء قبل وقوعه "ما يجب أن يعرفه كل مدير عن إدارة الأزمات"، الشركة العربية للإعلام العلمي (شعاع)، المجلد 9، العدد 203، القاهرة، 2001.
- 363-** محمد، عمر مصطفى، وكريم، هوار فتاح، وصالح، هلات سعيد محمد. استراتيجيات إدارة المواهب ودورها في تحسين إدارة الأزمات: دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في فنادق سياحية في مدينة السليمانية، مجلة جامعة التنمية البشرية، المجلد 4، العدد 4، العراق 2018.
- 364-** مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، ط 1، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1998.
- 365-** منصوري، سهيلة، فضاء الفايبروك كمنبر للنقاش العام أثناء الحراك الشعبي الجزائري، مجلة علوم الاتصال والإعلام، جامعة وهران 1، العدد 5، 2021.
- 366-** نويني، الحافظ، الحق في التجمع والتظاهر السلمي، مجلة جيل حقوق الإنسان، المجلد 5، العدد 31، الجزائر، جوان 2018.
- 367-** نسر الدين، سارة يعقوب، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتعزيز القيم الوطنية في المجتمع الأردني، مجلة الإدارة التربوية: النظرية والتطبيق، إسطنبول، 2025.
- 368-** اليازجي، رشيد صبحي، إدارة الأزمات من وحي القرآن الكريم، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 19، العدد 2، 2011.

خامسا: الوثائق والمعاهدات الدولية:

- 369-** الأمم المتحدة، الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري. قرار الجمعية العامة رقم 2106 (ألف-20)، الصادر في 21 كانون الأول/ديسمبر 1965.
- 370-** اللجنة المنظمة لقمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي . التقرير الأول، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.

371- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، أُجيز من قبل مجلس رؤساء الدول والحكومات الأفريقية في دورته العادية الثامنة عشرة، نيروبي، كينيا، يونيو 1981.

سادسا: الروابط الإلكترونية :

- 372-** أبو الخير، مصطفى أحمد. "الحماية القانونية للمظاهرات حسب القانون الدولي." تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2020، من الرابط <http://www.alnoor.se> :
- 373-** العياشي، عنصر. "الحركات الاحتجاجية في الجزائر (2-2)." موقع الجزيرة نت، 14 فيفري 2019. تمت الزيارة من الرابط <https://www.aljazeera.net> :
- 374-** عامر، عادل. "قانون تنظيم حق التظاهر بين الرفض والقبول." تمت الزيارة في 20 يناير 2019، الساعة 20:48، من الرابط <https://pulpit.alwatanvoice.com> :
- 375-** DW عربية. "الفيستوك في الجزائر: متنفس إعلامي في ظل الانغلاق." 28 ديسمبر 2011. تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2020، من الرابط <https://www.dw.com/ar/a-15657151> :
- 376-** لعياضي، نصر الدين. "الحراك الجزائري و'فيسبوك'." موقع العربي الجديد. تمت الزيارة في 28 ديسمبر 2019، الساعة 09:00، من الرابط <https://www.alaraby.co.uk/opinion/2019/4/30/> :
- 377-** لعياضي، نصر الدين، "فضاء عمومي أم مخيال إعلامي؟ - مقارنة لتمثيل التلفزيون في المنطقة العربية." حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية 31، الرسالة 336، جامعة الكويت، 2011، تمت الزيارة من الرابط <http://search.mandumah.com> :
- 378-** ميركل، بيير. Sociologie des réseaux sociaux. باريس: منشورات لا ديكوفرت، سلسلة "Repères"، رقم 398، 2004. تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2020، من الرابط : http://ar.wikipedia.org/wiki/نظرية_المخططات
- 379-** صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر. منشور بتاريخ 29 فيفري 2019، الساعة 09:30. تمت الزيارة من الرابط : <https://www.facebook.com/photo/?fbid=864292842401690&set=a.642634691234174>
- 380-** Jenkins, Henry. Works and Days: On Collective Intelligence and Convergence Culture. Accessed November 15, 2019, from: <http://newlearningonline.com/literacies/chapter-1/jenkins-on-collective-intelligence-and-convergence-culture>
- 381-** Reuters. "Algeria Restricts Facebook and Other Social Media Amid Protests." January 29, 2019, 7:00 PM. Accessed from: <https://www.reuters.com/>
- 382-** Sadi, A., & Zaïmi, L. (2020, March 20). Facebook, Twitter, YouTube: sur le Web. Retrieved from <http://www.reporters.dz/>

- 383– Sadi, Aghiles, and Leila Zaïmi. "Facebook, Twitter, YouTube: sur le Web." Accessed March 20, 2020. <http://www.reporters.dz/>.
- 384– Socialbakers. Social Media Usage Statistics 2017/2018. Accessed April 11, 2019. <https://www.socialbakers.com>.
- 385– Wani, Shabir Ahmad, et al. "Design of iMacros-Based Data Crawler and the Behavioral Analysis of Facebook Users." 2018. Accessed February 2, 2019, 4:00 PM, from: <https://arxiv.org/abs/1802.09566>
- 386– We Are Social and Hootsuite. *Digital 2021: Algeria*. DataReportal, 2021. Accessed January 1, 2022: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>
- 387– Center for Social Media and Politics (CSMAP-NYU). "Academic Researchers Need Access to the Facebook Papers." 2021. Accessed February 2, 2019, 6:00 PM: <https://csmapnyu.org/impact/news/academic-researchers-need-access-to-the-facebook-papers>

ملحق رقم (1) خاص باستمارة الدراسة

إستمارة تحليل المضمون

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام



استمارة تحليل المضمون

الأستاذة الأفاضل

تحية طيبة ...

الرجاء من الأستاذة الأفاضل تحكيم استمارة تحليل المضمون التي تدرج ضمن دراسة علمية أكاديمية لتحضير أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات دراسة تحليلية للحركات الاحتجاجية بالجزائر عبر الفيسبوك صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر" أنموذجا خلال الفترة (2018/2019)"، معتمدة في ذلك على أداة تحليل المضمون. تأمل الباحثة من سيادتكم التأكد من مدى قدرة الاستمارة الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق الهدف المنشود منها، شاكرة لكم تكرمكم بتحكيم استمارة تحليل المضمون وتعريفاتها الإجرائية. تقبلوا بالغ تقديري واحترامي.

إشراف الأستاذة: أ.د/ نصيرة صبيات

إعداد الطالبة: يحيى خديجة

السنة الجامعية 2024/2025

استمارة تحليل المضمون

أولاً: بيانات خاصة بالصفحة المدروسة

1	تاريخ صدور الصفحة

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

2	فئة حجم النصوص

5	4	3

6	فئة نوع الصور

10	9	8	7

11	فئة لون الصور

13	12

14	فئة التعليق على الصور

16	15

17 فئة أنواع الوسائط التكنولوجية الموظفة

22

21

20

19

18

23 فئة أنواع الفيديوهات الموظفة

25

24

26 فئة مدة الفيديوهات الموظفة

29

28

27

30 فئة طبيعة الفيديوهات الموظفة

32

31

ثالثا: فئات ماذا قيل؟

33 فئة طبيعة اللغة الموظفة في المنشورات المدروسة

37

36

35

34

فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة

38

45	44	43	42	41	40	39

ثالثا: فئة طبيعة منشورات الصفحة المدروسة

46

53	52	51	50	49	48	47

فئة أنواع مضامين المنشورات

54

59	58	57	56	55

فئة أنواع الاحتجاجات

60

67	66	65	64	63	62	61

فئة طبيعة مطالب الاحتجاجات

68

74	73	72	71	70	69

فئة أسباب الاحتجاجات

75

81	80	79	78	77	76

فئة مطالب الاحتجاجات

82

88	87	86	85	84	83

فئة الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة

89

96	95	94	93	92	91	90

فئة مصادر المعلومات

97

102	101	100	99	98

فئة أهداف منشورات الصفحة

103

107	106	105	104

فئة طباعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة

108

111

110

109

فئة اتجاه الصفحة المدروسة

112

115

114

113

فئة القيم المتضمنة في منشورات الصفحة

116

118

117

دليل الاستمارة

ملحق رقم (2) دليل الاستمارة

يتكون هذا الدليل من ثمانية أقسام رئيسية هي:

أولاً: بيانات خاصة بالموقعين محل الدراسة

حيث أن:

المربع رقم (1) يشير إلى تاريخ صدور الصفحة.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

الدائرة رقم (2) تمثل فئة حجم النصوص ويشير كل من المربعات (3) و (4) و (5) إلى عناصر هذه الفئة وهي، (نصوص قصيرة، نصوص متوسطة (مشاهدة المزيد)، نصوص طويلة (متابعة القراءة)).

الدائرة رقم (6) تمثل فئة توظيف الصور المرافقة للمضامين ويشير كل من المربعات (7) و (8) و (9) و (10) إلى عناصرها وهي، (صور شخصية، صور موضوعاتية، أرشيفية، رسوم كاريكاتورية)

الدائرة رقم (11) تمثل فئة نوع الصور المرافقة للمضامين ويشير كل من المربعات (12) و (13) إلى عناصرها وهي، (ملونة، صور غير ملونة).

الدائرة رقم (14) تمثل فئة حجم الصور ويشير كل من المربعات (15) و (16) إلى عناصرها وهي، (صورة مرفقة بعبارة أو فقرة، صورة غير مرفقة بعبارة أو فقرة).

الدائرة رقم (17) تمثل فئة أنواع الوسائط التكنولوجية، وتشير على عناصرها المربعات (18) و (19) و (20) و (21) و (22) إلى عناصرها وهي، (صور، فيديوهات، نصوص، روابط الكترونية، تطبيقات تفاعلية كالاستفتاء).

الدائرة رقم (23) تمثل فئة نوع الفيديوهات، وتشير على عناصرها المربعات (24) و (25) إلى عناصرها وهي، (فيديو بتعليق، فيديو بدون تعليق)

الدائرة رقم (26) تمثل فئة مدة الفيديوهات، وتشير على عناصرها المربعات (27) و (28) و (29) إلى عناصرها وهي، (قصير (أقل من دقيقة)، متوسط (من دقيقة إلى خمس دقائق)، طويل (أكثر من خمس دقائق)

الدائرة رقم (30) تمثل فئة طبيعة الفيديوهات، وتشير على عناصرها المربعات (31) و (32) إلى عناصرها وهي، (فيديوهات مسجلة، فيديوهات بث مباشر)

الدائرة رقم (33) تمثل فئة طبيعة اللغة، وتشير على عناصرها المربعات (34) و (35) و (36) و (37) إلى عناصرها وهي، (اللغة العربية الفصحى، لهجة عامية (الدارجة)، لغة هجينة، لغة أجنبية (فرنسية - الإنجليزية)

الدائرة رقم (38) تمثل فئة طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة، وتشير إلى المربعات (39) و (40) و (41) و (42) و (43) و (44) و (45) وتعلق بـ (الاحتجاجات، إضرابات، تسونامي، مليونية الجمعة، الحراك الشعبي السلمي، مسيرات السلمية الشعبية، فخامة الشعب).

الدائرة رقم (46) تمثل فئة طبيعة المنشورات، وتشير إلى المربعات (47) و (48) و (49) و (50) و (51) و (52) و (53) إلى عناصرها وهي، (منشورات سياسية، منشورات اقتصادية، منشورات اجتماعية، منشورات تربوية، منشورات مهنية بيداغوجية (الصحة)، منشورات رياضية، منوعات).

الدائرة رقم (54) تمثل فئة أنواع مضامين المنشورات، وتشير إلى المربعات (55) و (56) و (57) و (58) و (59) إلى عناصرها وهي، (معلومات خبرية، تعليقات عن أحداث وطنية، نقل أحداث حية وآنية، سيرة ذاتية، حوارات).

الدائرة رقم (60) تمثل فئة أنواع الاحتجاجات، وتشير على عناصرها المربعات (61) و (62) و (63) و (64) و (65) و (66) و (67) إلى عناصرها وهي، (احتجاجات اجتماعية واقتصادية، احتجاجات تربوية، احتجاجات صحية، احتجاجات سياسية، احتجاجات رياضية، الصراعات اللغوية، الصراعات العرقية).

الدائرة رقم (68) تمثل فئة طبيعة مطالب الاحتجاجات، وتشير إلى عناصرها المربعات (69) و (70) و (71) و (72) و (73) و (74) إلى عناصرها وهي، (مقاطعة الانتخابات الرئاسية، رحيل ومحاسبة العصابة، الدعوة إلى تحرير الإعلام، التصدي للخطابات التخويفية الترهيبية، الدعوة إلى الخروج للشارع، مسيرة داعمة للانتخابات).

الدائرة رقم (75) تمثل فئة أسباب الاحتجاجات، وتشير المربعات (76) و (77) و (78) و (79) و (80) و (81) إلى عناصرها وهي تخص، (رفض عهدة خامسة لرئيس مريض، تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية فشل مؤسسات الدولة في بناء الثقة المعانة النفسية والاجتماعية للشعب الجزائري انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري والأخلاقي التهميش السياسي).

الدائرة رقم (82) تمثل فئة مطالب الاحتجاجات، وتشير المربعات (83) و (84) و (85) و (86) و (87) و (88) إلى عناصرها وهي تشمل، (تنحية الرئيس (لا للعهد الخامسة)، تطبيق المادتين (7 و 8) و المادة (102) المتعلقة بـ (فتح قنوات الحوار مع المعارضة الجادة، تنحية رموز الفساد (العصابة)، حقوق اجتماعية اقتصادية... الخ)، منشورات لم تتضمن أي مطالب).

الدائرة رقم (89) تمثل فئة الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة، وتشير المربعات (90) و(91) و(92) و(93) و(94) و(95) و(96) إلى عناصرها وهي، (أطراف رسمية حكومية، إعلاميون، أطراف من قطاع التربية، أطراف من قطاع الصحة، أطراف من المجتمع المدني، رجال القانون، ناشطين سياسيين).

الدائرة رقم (97) تمثل فئة مصادر المعلومات، وتشير المربعات (98) و (99) و (100) و (101) و (102) إلى عناصرها وهي، (مصادر إعلامية وطنية، مصادر إعلامية دولية، من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)، مصادر رسمية مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)، بدون مصادر).

الدائرة رقم (103) تمثل فئة أهداف منشورات الصفحة، وتشير المربعات (104) و (105) و (106) و (107) إلى عناصرها وهي، (مصادر إعلامية وطنية، مصادر إعلامية دولية، من صفحات أخرى (شبكات التواصل الاجتماعي)، مصادر رسمية مصادر (وطنية علمية أكاديمية، سياسية، قانونية)، بدون مصادر).

الدائرة رقم (108) تمثل فئة طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة، وتشير المربعات (109) و (110) و (111) إلى عناصرها وهي، (أسلوب حجاجي (عقلي)، أسلوب عاطفي (استمالات عاطفية)، أسلوب ترفيهي (تخويفي)).

الدائرة رقم (112) تمثل فئة اتجاه الصفحة المدروسة، وتشير المربعات (113) و (114) و (115) إلى عناصرها وهي، (مؤيد للحراك، معارض ، محايد).

الدائرة رقم (116) تمثل فئة القيم للصفحة المدروسة، وتشير المربعات (117) و (118) إلى عناصرها وهي، (قيم ايجابية تحث على سلمية الحراك، قيم سلبية تدعو للعصيان المدني والفوضى).

الملحق رقم (3) قائمة بأسماء محكمي أداة الدراسة (الاستمارة)

01	أ.د صباح ساكر أستاذة التعليم العالي جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال (قسم علوم الإعلام والاتصال)
02	أ.د ناجية مزيان أستاذة التعليم العالي جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال (قسم علوم الإعلام والاتصال)
03	أ.د كريم بلقاسي أستاذة التعليم العالي جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال (قسم علوم الإعلام والاتصال)
04	أ/د بكير قشار ، أستاذة التعليم العالي، جامعة غرداية. (قسم علوم الإعلام والاتصال)
05	دة، كريمة قلاعة، أستاذة محاضرة أ، جامعة غرداية. (قسم علوم الإعلام والاتصال)
06	دة ، سعاد لكحل، أستاذة محاضرة أ، جامعة غرداية. (قسم علوم الإعلام والاتصال)

ملاحق فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

صورة شخصية

الملحق رقم 05



صورة موضوعاتية

الملحق رقم 04



صورة كاريكاتورية

الملحق رقم 07



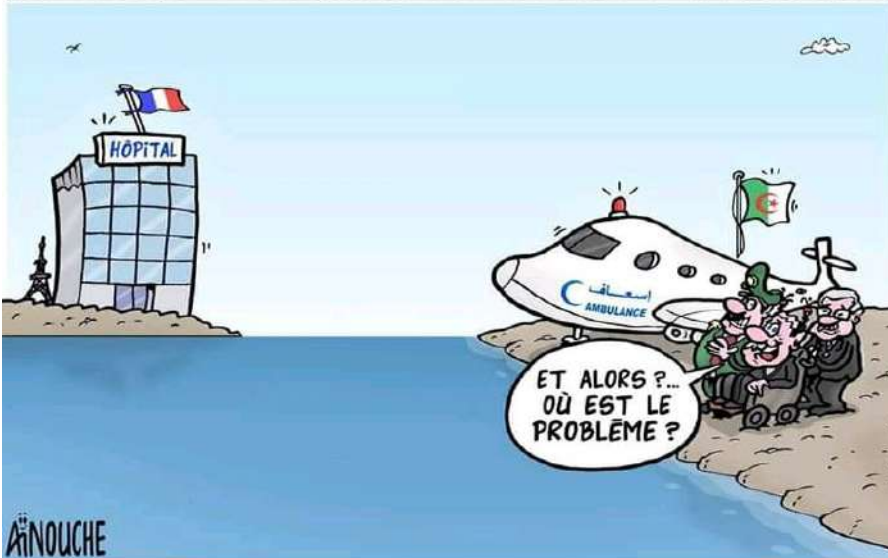
الجزائر و ما أدراك مالجزائر

31 janv, 2018 à 1:01 PM · 🌟

الأطباء المقيمين يهددون باستقالة جماعية و عدم ضمان الحد الأدنى من الخدمة بعد القمع المتواصل لهم وافشال اضدادهم.

Les médecins résidents menacent de démission collective et de ne plus assurer le service minimum

LES MEDECINS RESIDENTS MENACENT DE NE PLUS ASSURER LE SERVICE MINIMUM



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍👎👤 235

صورة أرشيفية

الملحق رقم 06



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

28 sept. 2018 · 🌟

#حتى_لا_ننسى

السيارة التي كان على متنها 11 معلمة و معلم والذين راحوا ضحية عمل إجرامي في ليلة سوداء يوم 27 سبتمبر 1997 السائق دار السبع عبد القادر يروي تفاصيل اغتيال 11 معلمة و معلم بعين آدن سنة 1997 «الذيب الجيعان» وجماعته ذبحوا الضحايا في ظرف 10 دقائق المعلم حاول الفرار فأصابوه برصاصة في قفاه ولحقوا به في الغاية ثم ذبحوه في الذكرى الواحدة و العشرون لحادثة اغتيال 11 معلمة ومعلم (المجموع 12). وهي جريمة شنعاء تأبى النسيان وقعت ببلدية عين آدن دائرة سفيظ ولاية سيدي بلعباس في ذلك اليوم المشؤوم 27 سبتمبر من عام 1997. خبر الفاجعة هز انذاك الجزائريين جميعهم بل و العالم أيضا. مرتكبوها اربابيون كان يقودهم الدموي الخطير المعروف ب الذيب الجيعان ألقى عليه القبض فيما بعد وحكم عليه بالاعدام بتهمة القتل في 3 قضايا سفك دماء راح ضحيتها ابرياء. انتشرت تفاصيل هذه المجزرة الرهيبة على لسان شاهد عيان عاش وقائعها من البداية الى النهاية. انه دار السبع عبد القادر (41 عاما) سائق وصاحب الحافلة الصغيرة (فيات فورغونات) التي كان على متنها المعلمات المغتالات المتوجهات من عين آدن الى سفيظ .



👍👎👤 1,5 K

👍 1,5 K

💬 471

🔗

➦ 371

الصور الملونة

الملحق رقم 08



الجزائر و ما أدراك مالجزائر a ajouté 21

nouvelles photos.

18 mars 2018 à 12:13 AM · 🌐

بعض صور الحملة التطوعية التي أقيمت اليوم 17 مارس 2018 في مدينة **البلدية** بكل من ساحة الحرية بباب السبت ، ساحة نوفلتي ، أمام مقر الدائرة (حملة غرس أزهار) و شارع القدس بمشاركة مختلف أطياف المجتمع المدني



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍❤️👎 707



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

9 janv. 2018 à 2:19 PM · 🌐

الشرطة تغلق كل المسالك المؤدية الى وسط وهران بسبب مسيرة الأطباء المقيمين!



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍❤️👎 356

الصور غير مرفقة بعبارة

الملحق رقم 10



الصورة المرفقة بعبارة

الملحق رقم 09



الصور

الملحق رقم 11



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

30 mars 2018 à 9:54 AM

مباشرة من سوق السيارات المليئة 2018-03-30 الصورة تتكلم

#خليها_تصدي



J'aime

Commenter

Partager

907

حسب رأي الدولة : الطلبة الطبيب الاستاذ كلهم أيادي خارجية و

يريدون زعزعة استقرار الوطن

الدولة لي تتعدى و تضرب النخبة ماهي دولة .

وسيلتكم الوحيدة للتجاوز مع الشعب هي الضرب و الاعتداء على الشعب



J'aime

Commenter

Partager

1 634



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

20 oct. 2018 à 6:32 PM

إحباط محاولة 13 " حراقة " في عرض البحر #بوزجار و هم ينحدرون
من وهران و بلعباس و مستغانم اليوم ومن بينهم نساء وأطفال أمام
العدالة في قضية محاولة الهجرة غير شرعية هذه الصاهرة اصبحت امر
عادي .



J'aime

Commenter

Partager

402

الصور الاجتماعية

الملحق رقم 12



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

29 mars 2018 à 12:03 AM

من ولاية #الشلف 2018

ملفلة مع أخيها تقطع الواد 😞😞 أين المسؤولين أين السلطات
لعمومية؟؟



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

21 déc, 2018

وين راه ماتريال وثابة الأشغال العمومية وين راه ماتريال وثابة الداخلية او
الاستعانة بشركة سونطراك لي عندهم خبرة في الحفر
حقا نسيت الثوالي ليس من اهتمامكم كون جا المصريح ريفكا مثلا او حفرة بن
عكنون الكد يتدخل

ربي و الشعب معاك يا العياشي خونا



J'aime

Commenter

Partager

2 078



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

25 déc. 2018

جاجات و مظاهرات اليوم بوهراڻ بسبب ظاهرة الحرقه و
بميش الذي يعاني منه الشباب



3,3 K

3,3 K

284

2 K

المنشورات المهنية البيداغوجية (الصحة)

الملحق رقم 13



👍👎👤 8 308



المنشورات التربوية

الملحق رقم 14

الجزائر و ما ادراك مالجزائر
20 févr. 2018 ·

مطلوب الان 1000 تحية للمعلم الجزائري 🙏

بقري يعلم يربي و في الاخير يفصل 😞



2,9 K

2,9 K

201

189

Plus pertinents

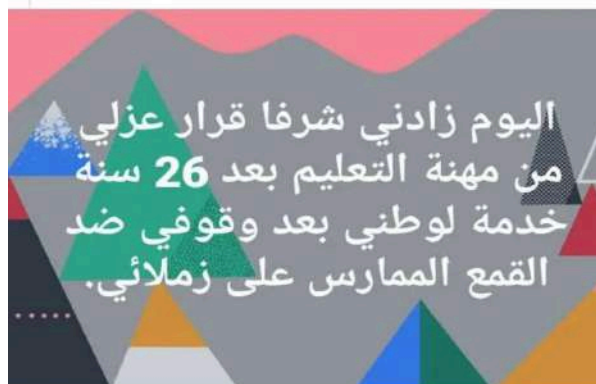
الجزائر و ما ادراك مالجزائر
20 févr. 2018 ·

الوزيرة نورية بن غبريط تشرع في تنفيذ وعدها وتبدأ بالفصل الفعلي لمئات الأساتذة المضربين والبداية من مدينة البليدة... كان الله في عونكم 🙏



Rachida Ramdani

19 Feb at 15:48 · Algiers, Algeria ·



2,3 K

2,3 K

532



228

Plus pertinents



الجزائر و ما ادراك مالجزائر

3 janv. 2018 ·

تذكر أيها الشرطي ان الطبيب هو ولد بلادك ... كونو يد وحدة و قلب واحد

لى هلك البلاد اخي الشرطي ليس الطبيب أو الأستاذ



3 K

3 K

635



226

المنشورات الاقتصادية

الملحق رقم 15

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

16 mars 2018 à 3:59 PM

زلزال عنيف ضرب جميع أسواق الوطن 16-03-2018 والسيارات المنفوخة في خبر كان .



J'aime Commenter Partager

950

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

16 mars 2018 à 8:16 PM

##المقاطعة ##سنستمر ##خليها تصدى ##زلزال عنيف ضرب جميع ##أسواق الوطن 2018-03-16 والسيارات المنفوخة في خبر كان .. تغيير واقع السوق بيدنا وليس بأيدي مصاصي الدماء والسماسرة .. المواطن واعى ومايشريش الآن ##وسنستمر في ##المقاطعة حتى نفرض شروطنا وأهدافنا التي هي في صالح الشعب والإقتصاد الوطني .. واحد ما يذّبر علينا لا طحكوت ولا عولمي ولا رونو .. المقاطعة احتضنها الشعب ولا مفر لكم .. يا تسفمو رواحكم يا تستمر المقاطعة . ##بارطاجي.....بقوة



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

17 mars 2018 à 6:42 PM

##منقول الصورة تتحدث عن شعب واعى كسر مكر جبايرة الأقتصاد المقاطعة ثقافة شعب والقادم احسن من ورقلة يوم 2018/03/17.



J'aime Commenter Partager

1 442

منشورات متنوعة

الملحق رقم 16



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

21 janv. 2018 •

الدولة لازم يعرفو بلى هما حابسين و زيرو فالراس

الصيف كامل مهرجانات و فنانات و سهرات بالملايير و
مسح ديون الدول الافريقية و متقاعدى الجيش لما طالبو
بحقهم راهم يطوعو فيهم و زيد الفتنة لى راها قايمة بين أفراد
الدرك الوطنى و متقاعدى الجيش سبابها الدولة !!!

الدولة هى لى تحوس على الهم و المشاكل تمدو و تذبزو فى
الدرهم العام كامل على الأمور التافهة تعطوهم للمغنيين تاع
المشرق و ما تعطوهمش للرجال لى دافعو على الوطن ايام
العشرية السوداء ... غريبة صراحة

الله يهديكم و فكرو فقط لما يلتقى متقاعدى الجيش الوطنى
امام أفراد الدرك الوطنى وجها لوجه كيف سيكون الإحساس



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

11 déc. 2018 •

فى بجاية و بحضور رئيس شبيبة القبائل ، ينادون "اويحيى
بوتفليقة حكومة اراهابية" ، لوجود للشرطة و لا وجود للدرك
ولا وجود للاعتقالات .
الذى عاش حياته فى الذل و الإنبطاح .. صعب عليه أن يفهم
مثل هذه المواقف ...
يحيا القبائل الاحرار 🇩🇿



10 K

10 K

1,8 K

1,6 K

Plus de commentaires



الجزائر و ما أدراك مالجزائر a ajouté 21

nouvelles photos.

18 mars 2018 à 12:13 AM •

بعض صور الحملة التطوعية التي أقيمت اليوم 17 مارس 2018 في
مدينة ##البلدية بكل من ساحة الحرية باب السيت ، ساحة نوفلتي ،
أمام مقر الدائرة (حملة غرس أزهار) و شارع القدس بمشاركة مختلف
أطراف المجتمع المدني



J'aime

Commenter

Partager

707

صورة موضوعاتية

الملحق رقم 17

ملاحق فترة أثناء الحراك (أثناء الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

صورة شخصية

الملحق رقم 18

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
9 mars 2019 • ⚙

الأستاذة Saskia Ditisheim محامية سويسرية معتمدة لدى مجلس جنيف، أودعت أمس (8 مارس) طلب لمحكمة جنيف لوضع عبد العزيز بوتفليقة تحت وصاية الدولة السويسرية لحمايته من محيطه نظرا لحالته الصحية.

المحامية موكلة من جزائرية مقيمة بـ سويسرا و تقول: "بما أن المريض متواجد على التراب السويسري فهو يخضع لـ القانون السويسري، لا سيما المادتين 3 و 85 من قانون حماية الأشخاص السويسري".
آه لو تفعلها سويسرا .. سنكون لها من الشاكرين

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
2 mars 2019 • 🌐

#عاجل الآن الرئيس يحسم موقفه من الرئاسيات!؟

رغم النداءات الشعبية المتواصلة وخروج الملايين إلى الشارع للتعبير عن رفضهم التام لأي محاولة للالتفاف على مطالبهم الواضحة الصريحة حول انتخابات لـ 18 افريل الرئيس عبد العزيز بوتفليقة قد فوض شخصا ليضع ملف الترشيح نيابة عنه لدى المجلس الدستوري غدا الأحد 03 مارس 2019.

ونحن نحذر السلطة من مغبة الاستهانة بالنداءات الشعبية وحذرنا من هذا طويلا ولن نزيد أكثر وهي بعد اليوم مسؤولة عن كل ما قد ينجر عن هكذا قرارات، أسأل الله أن يحفظ للجزائر أمنها واستقرارها ويعيد لها مجدها وسيادتها بقيادة رشيدة تخرجها من التخلف وعقيلة الأحادية.

#لا_للعهد_الخامسة



4,1 K

4174

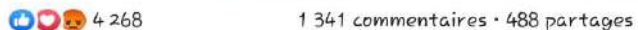
1185

444

الملحق رقم 19



تیفو برج بوعلیریج



... **est avec Aarabi Bîn Tushar et Hanene Kherouf.**
17 oct. à 22:51 • 🌟

آخر كلام قاله الشهيد محمد بوصيف ربي يرحمو
" فأتونا بالعلم و الإسلام "
❤️ بالسلامة و العلم و الإسلام 🇩🇯 سوف نتصدر بإذن الله و ستعود الجزائر
بقوة برجالها النزهاء المخلصين ,

#لا_مكان_للفساد_و_المفسدين_في_الجزائر_تتناحرو_قاع_بإذن_الله



👍❤️👏 2 191 200 commentaires • 155 partages

... **est avec Erez Egilmez et 2 autres personnes.**
22 oct. à 19:54 • 🌟

الشهيدان الرائد محمود باشين و عيدي عصمان (سي عقبة)
رحم الله شهداء الجزائر و جهن متواهم الجنة



👍❤️👏 4 285 508 commentaires • 291 partages

صورة أرشيفية

الملحق رقم 20

... **الجزائر و ما أدراك مالجزائر**
17 mai à 02:12 • 🌟

من تعرف عليهم؟! 🇩🇯



👍❤️👏 1 110 328 commentaires • 52 partages

👍 J'aime

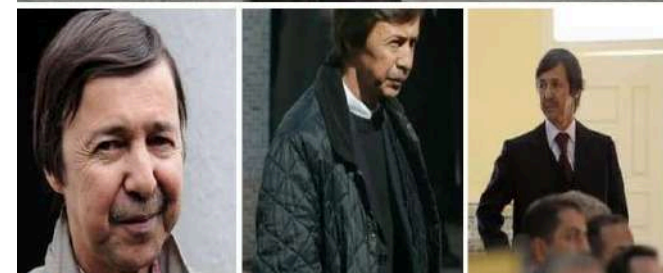
💬 Commenter

➦ Partager

743

... **الجزائر و ما أدراك مالجزائر**
13 mai 2019 • 🌟

من 2013 الى 28 افريل 2019 السعيد بوتفليقة رئيس العصاة حاكم الجمهورية
الجزائرية الديمقراطية الشعبية بطريقة غير قانونية مخالفة للدستور و كان ينصب و يعين
كيف يشاء هاذي ما تسميهاش فراغ دستوري؟؟
سؤال موجه لذك الجماعة



👍❤️👏 2,8 K

👍 2881

💬 756

➦ 472

صورة مرفقة بعبارة

الملحق رقم 21

صورة غير مرفقة بعبارة

الملحق رقم 22



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

15 août à 21:03

غلق الطريق ببلدية عين الخضراء بولاية المسيلة بسبب الفساد في قطاع الصحة و معاناة المواطنين



831

96 commentaires • 22 partages



الجزائر est avec Aarabi Bin

Tushar.

13 sept. à 20:45

بداية التغيير الإيجابي



4 534

402 commentaires • 274 partages

صور إجتماعية

الملحق رقم 23



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

6 juin à 02:57

سراق التليفون ارواح تتبهدل بزاف وطنيا و شوية دوليا

#تبهدلُو_باش_تترباو



3 443

667 commentaires • 717 partages



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

28 mai à 21:11

الصورة لأحد حماة الوطن بالحدود #الجزائرية_الليبية

دعواتكم له و لجميع المرابطين في هذه الأيام المباركة



10 159

1 331 commentaires • 905 partages



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

Zwawi.

12 sept. à 21:27

محطة مترو الجزائر تغرق في سيول الأمطار



5 380

966 commentaires • 3 339 partages

المنشورات الاقتصادية

الملحق رقم 24



المنشورات التربوية

الملحق رقم 25



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

26 févr. 2019 • 🌐

الأساتذة في بجاية ضد العهدة الخامسة



👍❤️👎 1 K

👍 1033

💬 21

➦ 126



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

10 mars à 12:39 • ⚙️

مسيرة حاشدة لتلاميذ وطلبة سيدي بلعباس اليوم!



👍❤️👎 1 434

55 commentaires • 227 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

12 mars à 13:49 • ⚙️

الان في جامعة العلوم والتكنولوجيا بوهان ...
الأساتذة و الطلبة بصوت واحد....#الحراك_يتواصل

#ترحلوا_يعني_ترحلوا



👍❤️👎 1 710

70 commentaires • 326 partages

صور مهنية بيداغوجية (صحفية)

الملحق رقم 26

est avec Aarabi Bin ما أدراك مالجزائر Tushar. 24 sept. à 09:10

● حادثة وادي سوف الأليمة لن تمر مرور الكرام.. أغلبية المسؤولين في قطاع الصحة مكانهم في الحراش و ليس في الإدارات... قطاع الصحة لازمو عملية تطهير من الوزارة إلى المستشفيات... ارواح الجزائريين أصبحت لعبة عندهم #تتحاسبو_فاع






3 074 756 commentaires • 521 partages

est avec Aarabi Bin ما أدراك مالجزائر Tushar. 24 sept. à 14:14

شاهد الإهمال و الأوساخ و اللامبالاة من داخل مستشفى وادي سوف قبل الحريق... كارثة عيب و عار






1 896 432 commentaires • 310 partages

الجزائر و ما أدراك مالجزائر 18 mars 2019

مسيرات عمال قطاع الصحة غدا الثلاثاء 19 مارس ضد العصابة و التمديد #يتنحاو_فاع



3,1 K 3125 154 1542

صور الإضرابات

الملحق رقم 27



منشورات متنوعة

الملحق رقم 28



#عاجل

#نادي_القضاة_يرفض_الإشراف_الرئاسيات

– أعلن نادي القضاة الأحاد اليوم الجمعة في بيان عن مقاصدهم لعملية المراجعة الاستثنائية للقوائم الانتخابية تحسبا للانتخابات الرئاسية التي أعلن رئيس الدولة عبد القادر بن صالح إجرائها يوم 04 جويلية 2019 ، على الرغم من رفض الحراك الشعبي لاستمراره في السلطة باعتباره واحدا من وجوه النظام السياسي القديم، كما كشف القضاة في بيانهم على أنهم لن يشرفوا على مراقبة الانتخابات الرئاسية التي تنظمها الحكومة الحالية "المرفوضة شعبيا".

وكان نادي القضاة الأحاد قد أعرب عن مساندته للحراك الشعبي السلمي ضد استمرار النظام السياسي القديم منذ أيامه الأولى، حيث أعلن وقوفه إلى جانب الشعب "في مسعى لاستعادة قيم القانون المسلوبة والمنتهكة"، داعيا "قضاة الجمهورية الشرفاء إلى الالتحاق به لاسترداد هبة العدالة المهانة وتنظيم وقفات أمام الجهات القضائية، والإعلان أن القضاة من الشعب وللشعب حقيقة وليس شعارا".
#المصدر: بلاد نت

نادي القضاة الاحرار يرفض الاشراف على الانتخابات الرئاسية



J'aime Commenter Partager

6 373



#بارطاجي

شعارات مسيرة الجمعة 5 افريل

بن صالح Dégage

بدوي Dégage

بلعيز Dégage

بوشارب Dégage

الدستور تأكم دوه معاكم

الشرعية للشعب و السلطة للشعب و السيادة للشعب

لا نريد مرحلة انتقالية بهذا الوجه و هاذ الأرواح الشريرة

#بتنحوا فاع



10 K
10308 1524 12847

750



من بيان وزارة الدفاع الوطني :

""بالفعل، فإنه بتاريخ 30 مارس 2019، تم عقد اجتماع من طرف أشخاص معروفين، سيتم الكشف عن هويتهم في الوقت المناسب، من أجل شن حملة إعلامية شرسة في مختلف وسائل الإعلام وعلى شبكات التواصل الاجتماعي ضد الجيش الوطني الشعبي وإيهام الرأي العام بأن الشعب الجزائري يرفض تطبيق المادة 102 من الدستور.""

+ قناة الشروق ذكرت هاذ الأسماء و لي هم السعيد بوتفليقة و التوفيق و طرطاق والمخابرات الفرنسية، هذا يعني ان الذي يحدث الآن أمر خطير و ليست مسرحية كما يقول البعض + أبناء وصول القوات الخاصة من بسكرة الى العاصمة

متأكد اليوم او غدا ستكون نهاية السعيد بوتفليقة
تحيا الجزائر تحيا الشعب تحيا الجيش



6.1 K

نقل أحداث حية وآنية

الملحق 29

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
23 mars 2019 · 🌐

...

تجاوب ضعيف لحد الان
لصفحات الفيسبوك
الجزائرية
مع الاضراب هذا
الأسبوع

3,9 K

3964

612

200

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
24 mars à 22:46 · 🌐

...

لازم الشعب كامل
يطالب بتفعيل المادة 102
او استقالة الرئيس
في المسيرات
بعد 28 افريل اذا لم
يتغير اي شي
غادي يدخلونا في
حيط

2 003

262 commentaires · 216 partages

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
15 mars à 18:20 · 🌐

...

انتهاء المسيرات في كل الولايات
خاوتنا لي بقاو نطلب منكم اخلاء اماكن المسيرات
والدخول
بارك الله فيكم وشكرا لكم
تذكر : اي مسيرة بعد 18:00 لا تمثل
الحراك و الشعب الجزائري
شعب واعى سلمي حضاري

1 125

35 commentaires · 123 partages

المطالب: الملحق رقم (30)

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
28 mars 2019 · 🌐




مليونية الجمعة 29 مارس

سلمية سلمية
شعبية وطنية حضارية
ترحلو يعني ترحلو

🇩🇿 07 🇩🇿

👍 958

🗨 122

📤 136

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
22 mars à 17:56 · ⚙



الجمعة الخامسة

🇩🇿 الحمد لله 🇩🇿

شعب واعي سلمى حضاري
ترحلو يعني ترحلو
قاع سيك قاع

👍 🗨 📤 1 178 67 commentaires · 57 partages

👍 J'aime 🗨 Commenter 📤 Partager

الجزائر و ما أدراك مالجزائر
22 mars à 21:22 · ⚙



إستقالة الرئيس الغائب
و يتنحوا قاع لي
معاه
نقطة انتهى
و السلام عليكم

👍 🗨 📤 1 948 147 commentaires · 143 partages

👍 J'aime 🗨 Commenter 📤 Partager

ملاحق فترة بعد الحراك (بعد الأزمة).

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية إلى 21

فيفري 2020"

صورة شخصية

صورة موضوعاتية

الملحق رقم 32

الملحق رقم 31

J'aime

Commenter

Partager



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

16 nov. à 12:56

لمافيا البوتفليقية اعداء الشعب و الوطن وجوه الشر



4018

1 059 commentaires • 960 partage



الجزائر و ما أدراك مالجزائر

16 nov. à 20:55

#هم

ابتداء من اليوم السبت 16 نوفمبر الحراك الشعبي السلمي سيكون

يومي 7/7 في كل الولايات و ليس الثلاثاء و الجمعة فقط

حتى تسقط انتخابات العصابات و ترحل هذه العصابة الفاسدة

#بارطاجي_بقوة



3401

611 commentaires • 489 partages

الصورة المرفقة بعبارة

الملحق رقم 34



صورة كاريكاتورية

الملحق رقم 33



صورة إجتماعية

الملحق رقم 36



صورة أرشيفية

الملحق رقم 35



صور مهنية بيداغوجية (صحة)

الملحق رقم 37



تسجيل اول حالة إصابة بداء
كورونا في الجزائر
رعية إيطالي دخل الجزائر يوم
17 فيفري



4456



صورة متداولة للرعية الإيطالي الثاني الذي كان يرافق
مريض
بيناتنا هذا طالياني

Voir la traduction



4861



صور كارثية تصلنا من مستشفى القبة قسم التوليد
جزائر 2020

Voir la traduction



6140

نقل أحداث حية وآنية

الملحق رقم 38

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

7 févr. 2020 ·

الجمعة 51 من الحراك الشعبي السلمي

مباشر من الجزائر العاصمة

Voir la traduction



J'aime Commenter Partager

2 711

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

17 janv. 2020 ·

الجمعة 48 من الجزائر العاصمة

Voir la traduction



J'aime Commenter Partager

1968

الجزائر و ما أدراك مالجزائر

19 févr. 2020 ·

تبون يرسم 22 فيفري يوما وطنيا

Voir la traduction



J'aime Commenter Partager

2074

صور متنوعة

الملحق رقم 39

الجزائر و ما أدراك مالجزائر 31 déc. 2019

كانت سنة جد صعبة بالنسبة لنا 🇩🇿 خصوصا أسبوعين قبل بداية حراك 22 فيفري يوم كان السعيد بوتفليقة و التوفيق و طرطاق في هرم السلطة و تعرضنا يومها للكثير من المشاكل لكن لم نتوقف..لأن القضية بالنسبة لنا كانت قضية وطن و تحريره من أيادي الفاسدين.... بدأ الحراك الشعبي و سقط التوفيق و السعيد و طرطاق ثم بدأت العصاة تسقط واحد بواحد .
▶ نتمنى و نطلب من العدالة الاستمرار في محاسبة و محاكمة بقايا العصاة لي مزالهم في بيوتهم من اجل رؤية وطن نظيف بدون الفساد و المفسدين .

▶ يبقى اهم شئ الان هو #نترباو_قاع

Voir la traduction



الجزائر و ما أدراك مالجزائر 31 déc. 2019

اجمل اللحظات في 2019 🇩🇿
▶ هكذا بدأ حراك 22 فيفري الله أكبر 🇩🇿
دقيقة (1:33) 🥺🥺

Voir la traduction



2,1 K
2,1 K 231 591

الجزائر و ما أدراك مالجزائر 12 déc. 2019

رسالة :

- حينما تذهب غدا للمستشفى و لا تجد العلاج و الطبيب و تجد سوء المعاملة انظر الى اصبعك .
- حينما تذهب غدا للبلدية لاستخراج شهادة الميلاد و تقابل بالسب و الإهانة و ارجع غدوة انظر الى اصبعك .
- حينما تذهب للمحكمة و ترى حقلك يضيع أمام عينيك انظر الى اصبعك .
- حينما تنهي دراستك و تطالب بعمل و تجد القزولة أو الحائط لتتكىء عليه و تجد المعريفة و الرشوة انظر الى اصبعك .
- حينما ترفع الاسعار و الضرائب و الغرامات و انت شومار انظر الى اصبعك .
- حينما ترسل ابنك للدراسة و يتم اغتصابه و قتله و لا يأخذ الفاعل جزائه انظر الى اصبعك .
- حينما تعمل 12 ساعة في اليوم مقابل 18000 دج و دون أن يكون لك اي حق في حقوقك و انت كراي عند الرجال انظر الى اصبعك .
- حينما و حينما و حينما
لا تلقى باللوم على غيرك و لا تطلب المساعدة بل قل ماذا فعل ب . اصعب .



J'aime Commenter Partager



ملحق (40) من الجمعة (41) : بيان حراك الإرادة الشعبية .

ترقبوا

البيان

رقم 2

لشخصيات

وطنية

د. أحمد جالب الأبراهيمي

د. أحمد بن بيصور

د. علي يحيى عبد النور

د. علي بن محمد

عبد العزيز رهاوي

محمد الهادي الحسن

أ. مصطفى بوشاشي

د. سيف الإسلام بن عطية

د. ناصر جابي

د. فريدة بلطراق

د. الحاج موسى بن عمر

أ. هاشم ساسي

د. مسلم بابا عزوي

أ. عبد القادي بن يسعد

د. أرزقي فراد

أ. عبد القادي بادي

أ. ناصر يحيى

د. فوزية أيت حمادوش

أ. إدريس شريف

مجلس إمامة الحركة الإسلامية في الجزائر

MontadaHarakDZ

ملحق (41) من الجمعة (42): شخصيات وطنية وقعت بيان الرقم 2



بيان

يحل الموعد الانتخابي الرئاسي، ولا تزال قطاعات واسعة من الشعب الجزائري ترفض إجراء الانتخابات في هذه الظروف المتوترة، وهذا ما تؤكدته المظاهرات الحاشدة كل يوم جمعة وثلاثاء من الأسبوع، وهي تبعث برسائل رفض متلاحقة لاحتكار السلطة والاستبداد المطبق على حياتنا السياسية. إن غلق منافذ التعبير الحر، والحرية، وسجن واعتقال نشطاء سياسيين ومختطفين مسالمين، وقلب الحقائق والمسلمات، لم تحقق لخطوة السلطة رواجاً لدى الكثير من المواطنين والمواطنات.

إننا عبرنا في بياننا الصادر في 15 أكتوبر الماضي، عن رؤيتنا للحل السياسي الذي لا يمر إلا عبر إجراءات تهدئة تمهد السبيل لفتح حوار وطني جاد وشامل، يتوج بتوافق وطني يطوي عهد التعتيبنات المقتنعة. لكن للأسف، وكما رفضت المبادرات السابقة الصادرة عن شخصيات وطنية وقوى سياسية واجتماعية، لم يلق هذا البيان أذناً صاغية لدى أصحاب القرار، ومع ذلك، فإن حسنا الوطني وارتباطنا العميق بهذا الشعب العظيم يحتمان علينا أن نبقى ملتزمين بالتعبير عن مواقفنا الداعمة لتطلعاته وانشغالاته.

لقد سعينا وناضلنا من أجل أن يكون الاستحقاق الانتخابي الرئاسي محطة جامعة، ومنطلقاً لبناء حياة سياسية جديدة تعزز الوحدة الوطنية، وتسد الباب أمام دسائس التدخل الأجنبي، وهو ما عبرت عنه هذه الثورة الشعبية السلمية طيلة تسعة أشهر، بالرغم من محاولات تشويهاها بالتصريحات غير المسؤولة لبعض كبار مسؤولي الدولة، وفي ظل أجواء الاستقطاب التي عمت البلاد.

إننا، وبالرغم من كل التجاوزات لمنع الشعب من استرجاع سيادته الكاملة، نهيب بكل المؤمنين بثورة 22 فبراير:

- اعتبار موعد 12 ديسمبر محطة من محطات عديدة سيجتازها الحراك الشعبي بنجاح بفضل وعيه وسلوكه الحضاري حتى يحافظ على سلميته بعد هذا التاريخ.
- عدم التعرض لحقوق الآخرين في التعبير عن آرائهم رغم الاختلاف في الاجتهادات وما بُني عليها من مواقف سياسية، وتجنب أي احتكاك أو الرد على الاستفزازات من أي جهة كانت.
- -التحلي بإرادة السمور، حتى لا تُخدش هذه الملحة الجامعة في سلميتها وسمعتها، وتبقى بياناً لوحدة الشعب، ومموده امام كل أشكال التفرقة والتزييف ومحاولات زرع الفتنة والكراهية بين أبناء الشعب الواحد.

كما ندعو السلطة القائمة إلى الابتعاد عن الخطابات الاستفزازية ولغة التهديد وتخوين كل من يخالفها الرأي في كيفية الخروج من الأزمة، ونحملها مسؤولية أي انزلاق قد تؤول إليه الأمور في قادم الأيام.

وأخيراً، يجدد الموقعون على هذا البيان دعمهم المطلق للحراك الشعبي السلمي إلى غاية تحقيق جميع أهدافه المشروعة.

الجزائر في 10 ديسمبر 2019

الموقعون،

د. أحمد طالب الأبراهيمي

أ. عبد النور علي يحيى

د. أحمد بن بيتور

د. علي بن محمد

أ. عبد العزيز رحابي

أ. مصطفى بوشاشي

أ. نورالدين إسعد

د. أرزقي فراد

الشيخ الهادي الحسن

د. ناصر جابي

د. لوييزة آيت حمدوش

د. فريدة بن هراق

أ. عبد الغني بادي

د. الحاج موسى بن عمر

أ. ناصر يحيى

د. سيف الإسلام بن عطية

د. مسلم بابا عريبي

أ. هاشم ساسي

د. إدريس شريف

ملحق (42) من الجمعة (42) : بيان رقم 2 لشخصيات 20 حول الوضع الراهن الذي تمر به البلاد .

قائمة الجداول :

المرحلة الأولى: قبل فترة الحراك (من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019)

الجدول رقم 01: طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	250
الجدول رقم 02: نوع الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	254
الجدول رقم 03 : طبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	257
الجدول رقم 04: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك	259
الجدول رقم 05: يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك	262
الجدول رقم 06: يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	265
الجدول رقم 07 يبين مدة الفيديوهات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	268
الجدول رقم 08 يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	270
الجدول رقم 09 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك (ما قبل الأزمة).	275
الجدول رقم 10 طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	277
الجدول رقم 11 خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	280
الجدول رقم 12 المتعلق بخصائص منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	282
الجدول رقم 13 خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	284
الجدول رقم 14 خاص بطبيعة الحركات الاحتجاجية المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	288

الجدول رقم 15 يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	291
الجدول رقم 16 يبين مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) .	294
الجدول رقم 17 خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك .	297
الجدول رقم 18 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (قبل الأزمة)	300
الجدول رقم 19 يبين أهداف منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة) .	303
الجدول رقم 20 يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	306
الجدول رقم 21 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات ما قبل الحراك (قبل الأزمة)	309
الجدول رقم 22 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة ما قبل الحراك (قبل الأزمة).	311

المرحلة الثانية أثناء فترة الحراك (من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019)

الجدول رقم 23: طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك	319
الجدول رقم 24: الخاص بطول نصوص المنشورات خلال جمعات الحراك في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	322
الجدول رقم 25: نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).	325
الجدول رقم 26: نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	328
الجدول رقم 27: طبيعة الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	330
الجدول رقم 28 خاص بطبيعة الصور من حيث اللون في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	332
الجدول رقم 29: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصفي الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	335
الجدول رقم 30 خاص بعدد الصور المصحوبة بتعليق أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة).	337

الجدول رقم 31	يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	339
الجدول رقم 32	يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	344
الجدول رقم 33	يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	347
الجدول رقم 34	يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	349
الجدول رقم 35	يبين مدة الفيديوهات في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).	352
الجدول رقم 36	يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	355
الجدول رقم 37	يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	358
الجدول رقم 38	يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	360
الجدول رقم 39	خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	363
الجدول رقم 40	خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	366
الجدول رقم 41	طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك	370
الجدول رقم 42	طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	374
الجدول رقم 43	خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	379
الجدول رقم 44	خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	383
الجدول رقم 45	يتعلق بالقوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	389
الجدول رقم 46	متعلق بالقوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	393
الجدول رقم 47	خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	396
الجدول رقم 48	خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	400

الجدول رقم 49	خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك	403
الجدول رقم 51	يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	410
الجدول رقم 52	يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك	413
الجدول رقم 53	يبين مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)	419
الجدول رقم 54	يبين مطالب الاحتجاجات أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	422
الجدول رقم 55	خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	430
الجدول رقم 56	خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	437
الجدول رقم 57	خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	448
الجدول رقم 58	خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	451
الجدول رقم 59	يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	456
الجدول رقم 60	يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	459
الجدول رقم 61	يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك	462
الجدول رقم 62	طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك	464
الجدول رقم 63	يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء فترة الحراك	467
الجدول رقم 64	يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	470
الجدول رقم 65	يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)	474
الجدول رقم 66	يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء جمعات الحراك (أثناء الأزمة)	476

المرحلة الثالثة بعد فترة الحراك (من 15 نوفمبر 2019 إلى 21 فيفري 2020)

الجدول رقم 67 : طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	488
الجدول رقم 68 الخاص بطول نصوص المنشورات بعد جمعات الحراك في الصفحة المدروسة (بعد الأزمة)	492
الجدول رقم 69: نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	494
الجدول رقم 70: نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	498
الجدول رقم 71 : طبيعة الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	501
الجدول رقم 72: خاص بطبيعة الصور من حيث اللون في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	504
الجدول رقم 73: خاص بمدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة بعد الحراك (بعد الأزمة)	506
الجدول رقم 74 خاص بعدد الصور المصحوبة بتعليق بعد مرحلة الحراك.	510
الجدول رقم 75 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).	512
الجدول رقم 76 يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة).	516
الجدول رقم 77 يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	518
الجدول رقم 78: يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	521
الجدول رقم 79 يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	522
الجدول رقم 80 يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	525
الجدول رقم 81 يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	527
الجدول رقم 82 يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	530
الجدول رقم 83 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	533
الجدول رقم 84 خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الحراك)	536

الجدول رقم 85	طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	538
الجدول رقم 86	طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	543
الجدول رقم 87	خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	547
الجدول رقم 88	خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	552
الجدول رقم 89	خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	556
الجدول رقم 90	خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	559
الجدول رقم 91	خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	562
الجدول رقم 92	خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	566
الجدول رقم 93	خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	568
الجدول رقم 94	خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	572
الجدول رقم 95	يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	575
الجدول رقم 96	يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك	579
الجدول رقم 97	يبين مطالب الاحتجاجات بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	583
الجدول رقم 98	يبين مطالب الاحتجاجات بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	587
الجدول رقم 99	خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).	592
الجدول رقم 100	خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك	596
الجدول رقم 101	خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	599

الجدول رقم 102 خاص بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	603
الجدول رقم 103 يبين أهداف منشورات الصفحة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	606
الجدول رقم 104 يبين أهداف منشورات الصفحة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	610
الجدول رقم 105 طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	613
الجدول رقم 106 طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)	616
الجدول رقم 107 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك	619
الجدول رقم 108 يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك (بعد الأزمة)	622
الجدول رقم 109 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	624
الجدول رقم 110 يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	627

المرحلة الأولى: قبل فترة الحراك (من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019):

رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	253
رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	256
رسم توضيحي يبين طبيعة الصور في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	258
رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	261
رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	264
رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	267 .
رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	269 .
رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	271
رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل فترة الحراك (ما قبل الأزمة).	276
رسم بياني طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	279
رسم توضيحي خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	281 .
رسم توضيحي خاص بطبيعة موضوعات منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك	281

رسم توضيحي المتعلق بخصائص منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	283
رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	287
رسم توضيحي خاص بطبيعة الحركات الاحتجاجية المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	290
رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	293
رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات خلال مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة).	296
رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة قبل الحراك (قبل الأزمة).	299
رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	302 .
رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة في فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	305
رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة في مرحلة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	308
رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)	310 .
رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة (ما قبل الأزمة)	312
المرحلة الثانية: أثناء فترة الحراك (من 22 فيفري 2019 إلى 08 نوفمبر 2019):	
رسم توضيحي يبين نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)	321
رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).	327
رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).	331
رسم توضيحي يبين مدى اقتران الصور بالتعليق النصي في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة).	336

343	رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
348	رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
354	رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
359	رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهاات الموظفة في الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
365	رسم توضيحي يبين طبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
373	رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
382	رسم توضيحي يبين طبيعة منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
392	رسم توضيحي يبين القوالب التعبيرية لمنشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
399	رسم توضيحي يبين انواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
405	رسم توضيحي يبين طبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك
412	رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
421	رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات أثناء مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)
436	رسم توضيحي يبين الأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
450	رسم توضيحي يبين بمصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
458	رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)
463	رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء مرحلة الحراك
469	رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك أثناء فترة الحراك
475	رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة أثناء فترة الحراك (أثناء الأزمة)

المرحلة الثالثة: بعد فترة الحراك (من 15 نوفمبر 2019 إلى 21 فيفري 2020):

491	رسم توضيحي يبين طول نصوص المنشورات في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
497	رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
503	رسم توضيحي يبين نوع الصور في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
509	رسم توضيحي يبين حجم الصور المصاحبة للتعليق في الصفحة المدروسة بعد الحراك (بعد الأزمة)
515	رسم توضيحي يبين نوع الوسائط الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة)
520	رسم توضيحي يبين نوع الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة خلال فترة بعد الحراك (بعد الأزمة)
524	رسم توضيحي يبين مدة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
529	رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
529	رسم توضيحي يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
530	الجدول رقم 82 يبين طبيعة الفيديوهات الموظفة في الصفحة المدروسة بعد جمعات الحراك (بعد الأزمة)
535	رسم توضيحي خاص بطبيعة اللغة الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الحراك)
542	رسم توضيحي يبين طبيعة المصطلحات الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
551	رسم توضيحي خاص بطبيعة منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة).
558	رسم توضيحي خاص بأنواع منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
565	رسم توضيحي خاص بأنواع الاحتجاجات التي نقلتها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)
571	رسم توضيحي خاص بطبيعة الاحتجاجات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)

رسم توضيحي يبين أسباب الاحتجاجات كما توضحها منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	578
رسم توضيحي يبين مطالب الاحتجاجات بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	586
رسم توضيحي خاص بالأطراف الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	595
رسم توضيحي يبين مصادر المعلومات المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	602
رسم توضيحي يبين أهداف منشورات الصفحة بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	609
رسم توضيحي يبين طبيعة الأساليب الموظفة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	615
رسم توضيحي يبين اتجاه الصفحة المدروسة من منشورات الحراك بعد فترة الحراك (بعد الأزمة)	621
رسم توضيحي يبين القيم المتضمنة في منشورات الصفحة المدروسة بعد مرحلة الحراك (بعد الأزمة)	626

ملاحق فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة)

خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2018 إلى 20 فيفري 2019

721	ملحق رقم (1) خاص باستمارة الدراسة
727	ملحق رقم (2) دليل الاستمارة
730	ملحق رقم (3) قائمة بأسماء محكمي أداة الدراسة (الاستمارة)
731	الملحق رقم (4) صورة شخصية
731	الملحق رقم (5) صورة موضوعاتية
732	ملحق رقم (6) صورة أرشيفية
732	الملحق رقم (7) صورة كاريكاتورية
733	الملحق رقم (8) الصور الملونة
734	الملحق رقم (9) الصورة المرفقة بعبارة
734	الملحق رقم (10) الصور غير مرفقة بعبارة
735	الملحق رقم (11) الصور
736	الملحق رقم (12) الصور الاجتماعية
737	الملحق رقم (13) المنشورات المهنية البيداغوجية (الصحة)
738	الملحق رقم (14) المنشورات التربوية
739	الملحق رقم (15) المنشورات الاقتصادية
740	الملحق رقم (16) منشورات متنوعة

ملاحق فترة أثناء الحراك (أثناء الأزمة).

خلال الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 إلى غاية 08 نوفمبر 2019

741	الملحق رقم (17) صورة موضوعاتية
741	الملحق (رقم 18) صورة شخصية
742	الملحق (رقم 19) صورة كاريكاتورية
743	الملحق (رقم 20) صورة أرشيفية
744	الملحق (رقم 21) صورة مرفقة بعبارة
744	الملحق (رقم 22) صورة غير مرفقة بعبارة
745	الملحق (رقم 23) صور إجتماعية
746	الملحق (رقم 24) المنشورات الاقتصادية
747	الملحق (رقم 25) المنشورات التربوية
748	الملحق (رقم 26) صور مهنية بيداغوجية (صحية)
749	الملحق (رقم 27) صور الإضرابات
750	الملحق (رقم 28) منشورات متنوعة
751	الملحق (رقم 29) نقل أحداث حية وآنية
752	الملحق رقم (30) المطالب

ملاحق فترة بعد الحراك (بعد الأزمة).

"الفترة الممتدة خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 21 فيفري 2020"

753	الملحق (رقم 31) صورة موضوعاتية
753	الملحق (رقم 32) صورة شخصية
754	الملحق (رقم 33) صورة كاريكاتورية
754	الملحق (رقم 34) الصورة المرفقة بعبارة
755	الملحق (رقم 35) صورة أرشيفية
755	الملحق (رقم 36) صورة إجتماعية
756	الملحق (رقم 37) صور مهنية بيداغوجية (صحة)
757	الملحق (رقم 38) نقل أحداث حية وآنية
758	الملحق (رقم 39) صور متنوعة
759	ملحق (40) من الجمعة (41) : بيان حراك الإرادة الشعبية
760	ملحق (41) من الجمعة (42): شخصيات وطنية وقعت بيان الرقم 2
761	ملحق (42) من الجمعة (42) : بيان رقم 2 لشخصيات 20 حول الوضع الراهن الذي تمر به البلاد .

قائمة المحتويات:

ب	شكر وعرفان
ت	الاهداء
ث	خطة الدراسة
ح	ملخص الدراسة
1	المقدمة
5	الإطار المنهجي للدراسة
6	1. إشكالية الدراسة
7	2. تساؤلات الدراسة
8	3. أسباب اختيار الموضوع
9	4. أهداف الدراسة
9	5. أهمية الدراسة
10	6. فرضيات الدراسة
10	7. نوع الدراسة
11	8. منهج الدراسة
12	9. أدوات الدراسة
20	10. مجتمع وعينة الدراسة
22	11. الحدود الزمنية للدراسة
26	12. تحديد مصطلحات الدراسة
33	13. الدراسات السابقة
42	14. التأسيس النظري للدراسة

50	الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، السمات والأدوار
51	تمهيد
52	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي.
54	المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
56	المطلب الثاني: سيرورة نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطور خدماتها الاتصالية
56	أولاً: المراحل التاريخية لنشأة شبكات التواصل الاجتماعي
59	ثانياً: تطور خدمات شبكات التواصل الاجتماعي ووظائفها الاتصالية
61	المبحث الثاني: سمات مواقع التواصل الاجتماعي، أنواعها وطبيعة جمهورها
61	المطلب الأول: السمات والخصائص المميّزة لشبكات التواصل الاجتماعي
61	أولاً: سمات مواقع التواصل الاجتماعي
64	ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
65	المطلب الثاني: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة جمهورها
65	أولاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
76	ثانياً: طبيعة جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه التفاعلية
79	المبحث الثالث: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام
79	المطلب الأول: مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي
81	المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لنشر المعلومات وبناء الوعي وتوجيه الرأي العام
82	أولاً: التفاعل بين شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل تشكيل الرأي العام: نحو فهم آليات التأثير في البيئة الرقمية
82	دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام
84	عوامل تشكيل الرأي العام

85	التأثير السلي لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام
85	ثانيا: دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه الرأي العام:آليات التأثير، صناعة التزند، وتحديات التضليل المعلوماتي
86	دور شبكات التواصل في نشر المعلومات وتعزيز الوعي الجماهيري
87	تأثير الحملات الرقمية على توجيه الرأي العام
87	مساهمة المؤثرين في توجيه الرأي العام عبر المنصات الرقمية
88	دور المنصات في صناعة التزند والموضوعات الرائجة
89	الآثار السلبية لتضليل المعلومات في تشكيل الرأي العام
90	خلاصة الفصل
91	الفصل الثاني:علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
92	تمهيد:
93	المبحث الأول : مفهوم الأزمات أسبابها أنواعها وطرق إدارتها
93	المطلب الأول: الأزمات: المفهوم، التصنيف، وأسباب النشوء
93	أولا: الأزمة ومفاهيمها المتقاربة
97	ثانيا: الأزمات: التصنيف، الخصائص، ومراحل التطور
102	المطلب الثاني : الأزمات: أنواعها، أسباب نشوئها، واستراتيجيات إدارتها
103	أولا : الأزمات: أنواعها وأسباب نشوئها
107	ثانيا: إدارة الأزمات: الأبعاد، الأهداف، الأساليب،وطرق التطبيق
117	ثالثا: إدارة الأزمات: المراحل، الاستراتيجيات، والمعوقات التنظيمية والتطبيقية
123	المبحث الثاني: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
123	المطلب الأول :استراتيجيات الاتصال في البيئة الرقمية الجديدة: دراسة حول مفاهيم العالم الافتراضي، توظيف التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات
123	أولا: البيئة الرقمية الجديدة

124	ثانيا: مفاهيم العالم الافتراضي
126	ثالثا:توظيف التكنولوجيا في الاتصال ونشر المعلومات: استراتيجيات وأدوات مبتكرة لإدارة الرسائل الرقمية
131	المطلب الثاني : توظيف الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كأدوات في إدارة الاتصال والأزمات الرقمية
131	أولا: توظيف الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي خلال اتصال الأزمات
132	ثانيا: الإنترنت كأداة لإدارة الأزمات الرقمية
133	المبحث الثالث:نماذج لتفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات في الوطن العرب
133	المطلب الأول : الفضاء الرقمي كأداة للتعبئة السياسية والاجتماعية: تحليل تجارب تونس، مصر، وتركيا في الثورات العربية
134	أولا : تونس ومصر: الفضاء الرقمي كأداة للتعبئة الشعبية
136	ثانيا: تركيا: الفضاء الرقمي كأداة للتنسيق والمشاركة السياسية
140	المطلب الثاني : مبادئ مواجهة الأزمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي
142	خاتمة الفصل
143	الفصل الثالث:دور شبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك الشعبي في الجزائر (فيفري2019)
144	تمهيد:
145	المبحث الأول: الحركات الاحتجاجية: التأصيل النظري والقانوني وتحليل التجربة الجزائرية
145	المطلب الأول: التأصيل النظري والقانوني للحركات الاحتجاجية
145	أولا: التأصيل النظري للحركات الاحتجاجية
147	ثانيا: التأصيل القانوني للحركات الاحتجاجية
150	المطلب الثاني: الإطار القانوني والحركة الفعلية للاحتجاجات في الجزائر: دراسة تحليلية
150	أولا: التأصيل القانوني للحركات الاحتجاجية في الجزائر
152	ثانيا: الحركات الاحتجاجية في الجزائر:دراسة حالة
155	المبحث الثاني: مفهوم الحراك الشعبي في الجزائر وأسبابه

155	المطلب الأول: مفهوم الحراك الشعبي وأسبابه
155	أولا: مفهوم الحراك الشعبي
157	ثانيا : مفهوم حراك 22 فيفري 2019 ونشأته في السياق الجزائري
160	المطلب الثاني:أسباب وخصائص الحراك الشعبي الجزائري: مقارنة تحليلية في الدوافع والسلوك الجمعي.
160	أولا: أسباب الحراك الشعبي الجزائري
163	ثانيا: خصائص الحراك الشعبي الجزائري
165	المبحث الثالث: طبيعة التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك بالجزائر
165	المطلب الأول:إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية وبناء الفضاء الديمقراطي في الجزائر..
165	أولا: دور الإعلام في ترسيخ الديمقراطية و بروز الفضاء الاتصالي الحر
166	ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل سياسي جديد في المشهد الجزائري
167	ثالثا: شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر (إحصائيات)
170	المطلب الثاني: إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي خلال أزمة الحراك في الجزائر
170	أولا: شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتعبئة والتنسيق الميداني
171	ثانيا: شبكات التواصل كفضاء للنقاش السياسي وصناعة الوعي الجماعي
172	ثالثا:فايسبوك لايف كسلاح ضد التعتيم الإعلامي
173	المطلب الثالث: من دوامة الصمت إلى دوامة التغيير السياسي في الجزائر
175	خاتمة الفصل
176	الجانب التطبيقي:
177	تمهيد
178	التعريف بصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر

178	أهداف صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"
179	المبحث الأول : أهمية الصفحة المدروسة كما يعكسها تحليل حجم تفاعلاتها
180	المطلب الأول: تحليل الشبكات الاجتماعية كمدخل منهجي لدراسة التفاعلات الرقمية في الحراك الجزائري: 180
180	أولا: الإطار النظري لتحليل الشبكات الاجتماعية
181	ثانيا: التطبيقات المنهجية لتحليل التفاعلات الرقمية
182	المطلب الثاني: تحليل التفاعلات خلال الفترة الممتدة من 20 جانفي 2020 إلى 16 فيفري 2020: 182
183	أولا: تحليل مستوى التفاعل في صفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"
194	ثانيا: تحليل التفاعلات الخاصة بكل منشور على الصفحة
200	ثالثا: تحليل التفاعلات الفورية على صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر
208	رابعا: تحليل نسبة المنشورات والتفاعلات لصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر
223	خامسا: تحليل تطور عدد المتابعين لصفحة "الجزائر وما أدراك ما الجزائر"
232	سادسا: أنماط البنية الشبكية والتفاعل الرقمي: دراسة في هندسة الفضاء الاتصالي للحراك الشعبي الجزائري . 232
245	سابعا: تحليل التفاعل بالإيموجي بين المجتمعات الرقمية (Emoji Reactions Analysis) 245
250	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي للصفحة المدروسة خلال فترة ما قبل الحراك (ما قبل الأزمة). 250
250	أولا: فئات الشكل (كيف قيل ؟) 250
275	ثانيا: فئات المحتوى (ماذا قيل ؟) 275
313	الاستنتاجات العامة لمرحلة ما قبل الحراك 313
313	I-استنتاجات عامة لمرحلة ما قبل الحراك من حيث الشكل 313
315	II-الاستنتاجات العامة لمرحلة ما قبل الحراك من حيث مضمون المنشورات 315
315	خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة ما قبل الحراك 315
316	III-الاستنتاجات النهائية لمرحلة ما قبل الحراك الشعبي (مرحلة ما قبل الأزمة): 316
318	المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة خلال فترة الحراك 318

319	أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)
363	ثانياً: فئات المحتوى ماذا قيل؟
479	الاستنتاجات العامة لمرحلة الحراك (أثناء الأزمة):
479	I. الاستنتاجات العامة لمرحلة أثناء الأزمة من حيث الشكل
480	II- الاستنتاجات العامة لمرحلة أثناء الحراك من حيث مضمون المنشورات
483	خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة الحراك (أثناء الأزمة)
484	III- الاستنتاجات النهائية لمرحلة الحراك الشعبي (أثناء الأزمة)
487	المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون في الصفحة المدروسة بعد فترة الحراك
488	أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)
533	ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)
629	الاستنتاجات العامة لمرحلة بعد الحراك
629	I- استنتاجات عامة لمرحلة بعد الحراك من حيث الشكل
630	II- الاستنتاجات العامة لمرحلة ما بعد الأزمة من حيث مضمون المنشورات
641	خلاصة شاملة لدور الصفحة في إدارة مرحلة بعد الحراك
642	III- الاستنتاجات النهائية لمرحلة بعد الحراك الشعبي (مرحلة بعد الأزمة)
643	نتائج الدراسة
643	الاستنتاجات النهائية لمرحلة ما قبل الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (ما قبل الأزمة)
643	أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)
646	ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)
643	الاستنتاجات النهائية لمرحلة أثناء الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (أثناء الأزمة)
655	أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)
660	ثانياً: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)

673	الاستنتاجات النهائية لمرحلة بعد الحراك الشعبي الجزائري فيفري 2019 (بعد الأزمة)
673	أولا: فئات الشكل (كيف قيل؟)
676	ثانيا: فئات المحتوى (ماذا قيل؟)
689	الإجابة على فرضيات الدراسة
691	توصية
693	خاتمة
697	قائمة المراجع