



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
شعبة علوم الإعلام والاتصال



وسائل الإعلام الجديدة واستخداماتها في الاتصال السياسي  
-دراسة مسحية على عينة من السياسيين الجزائريين-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:  
داود جفافة

إعداد الطالبة:  
أمينة عطاء الله

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الدرجة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة بسكرة	أستاذ	سامية جفال
مشرفا ومناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ	داود جفافة
عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة	أستاذ	رقية بوسنان
عضوا مناقشا	جامعة الأغواط	أستاذ محاضر أ	عطاء الله طريف
عضوا مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر أ	نجيب بخوش

السنة الجامعية 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# كلمة شكر

الشكر لله عز ثناؤه وتقدست أسماؤه على عظيم منه وعطائه وكرمه وعونه وتوفيقه لإنجاز هذه الأطروحة.

فاللهم لك الحمد والشكر في الأولى ولك الحمد والشكر في الآخرة ولك الحمد والشكر من قبل ولك الحمد والشكر من بعد وأثناء الليل وأطراف النهار وفي كل حين ودائما وأبدا.

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير الخاص الى الأستاذ المشرف "داود جفافلة" الذي رافقني في هذه الأطروحة خطوة بخطوة ولم ييخل علي بالنصح والارشاد. فجزاه الله خير الجزاء وبارك له في علمه.

أتوجه كذلك بالشكر الجزيل الى كل الاساتذة والزملاء الذين ساعدوني على اتمام هذا العمل.

وأقدم بشكر خاص الى الأستاذة سامية جفال رئيس مشروع دكتوراه علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة وكل الأساتذة اللذين تقاسمت معهم متعة البحث العلمي

كما أتقدم بالشكر والتقدير الى السادة اعضاء اللجنة المناقشة واللذين تكلفوا عناء قراءة هذه الأطروحة ومناقشتها.

والى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في انجاز هذا العمل

أمنية عطاء الله



# مقدمة



يمثل الاتصال جوهر الحياة الاجتماعية ورمز التطورات التي عرفتها البشرية من المنمنمات والرسومات الصخرية مرورا بالطباعة التي مثلت نقلة نوعية في نشر وتعميم المعرفة، وصولا إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي طبعت الحياة اليوم، وأصبحت الفضاءات الثقافية والاقتصادية والسياسية مفتوحة لتدفق تأثيرات العولمة التي اتجهت الى اعادة صياغة كل شيء بحسب طبيعتها.<sup>1</sup>

وتعد تكنولوجيا الاعلام والاتصال بما فيها وسائل الاعلام الجديدة خصوصا الشبكات الاجتماعية الرقمية مصدر مهم من مصادر الأخبار في العالم، ومرجع لكل باحث عن معلومة في دروب العلم والمعرفة كافة، والأهم من ذلك كله أنها أصبحت قادرة على تهيئة الأرضية المناسبة في العالم العربي للقيام بالإصلاحات والتمهيد لإقامة المجتمع الديمقراطي، وساعد على ذلك أنها تستطيع تجاوز الحدود والرقابة،<sup>2</sup> وهو ما دفع بالجمهور للاعتماد عليها من اجل الحصول على آخر المستجدات والأحداث الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية، خاصة وان العالم اليوم يشهد فترة حروب وحركات شعبية وتدخلات أمنية وعسكرية سياسية، وهذا يتم من خلال الاتصال السياسي عبر وسائل الإعلام والاتصال التي تأخذ أشكال وأساليب متنوعة وأكثر تخصص بما فيها الوسائل الإعلامية الجديدة، حيث أصبحت الشبكات الاجتماعية الرقمية تشكل هامشا لطرح القضايا وتحليلها والتعمق في تفاصيلها والإفاضة فيها بفضل تركيزها على كل ما يحدث في العالم.

ويبرز الاتصال السياسي كميزة وخاصة مرتبطة بوسائل الاعلام والاتصال منذ نشأتها وعبر مراحل تطورها، بفضل الدعاية للحروب والترويج لها بعد نتائجها، وبدافع تحقيق الديمقراطية وأبعادها، وفي ظل عصر المعلومات عرف العالم ظهور وتنامي الاتصال السياسي

<sup>1</sup>. خالد منصر: دور مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه

غير منشورة في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، باتنة، 2018، ص 11.

<sup>2</sup>. يحيى ابراهيم المدهون: دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة في أصول التربية من كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص4.

والإعلام السياسي في وسائل الإعلام كنتيجة للأزمات السياسية والحروب التي عرفت مناطق العالم أجمع والمنطقة العربية بالأخص في العقد الأخير من القرن الماضي، وأشارت الدراسات الاعلامية الى أن وسائل الاعلام الجديدة عموما والشبكات الاجتماعية الرقمية بالخصوص تقوم بدور ملحوظ وهام في تحقيق تطوير وتقديم المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا عن طريق ما ينقله الى أفراد المجتمع من أفكار ومفاهيم تسهم في رفع مستواهم الفكري والثقافي والسياسي.<sup>1</sup>

وفي هذا السياق تعالج الأطروحة موضوع وسائل الإعلام الجديدة عموما والشبكات الاجتماعية الرقمية بالخصوص، انطلاقا من الحقيقة الماثلة أمامنا اجتماعيا والتي أكدتها العديد من الدراسات العلمية (الدراسات السابقة) بأن الفرد اليوم أضحي يتعامل مع الواقع المعاش عبر الصور والمعاني التي تركزها وسائل الإعلام الجديدة، تحول معه البحث عن الكيفيات وما مدى حجم هذا الدور والاستخدام وهامش المشاركة فيه، بدلا من فكرتي تأثير احد طرفي العملية الاتصالية (المصدر - المتلقي).

وعلى هذا تحاول إشكالية الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية الرقمية في تداول المعلومات السياسية وتفعيل الاتصال السياسي، وللوصول إلى تفكيك التساؤل الرئيسي استرشدت الدراسة بمنهج المسح الوصفي وفي ضوءه تم بناء استمارة الاستبيان واختيار العينة العرضية للوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة بحيث تستهدف الدراسة جمهور السياسيين الجزائريين، وشملت الدراسة على أربع فصول منها ما هو نظري ومنها ما هو تطبيقي وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول وهو الإطار المنهجي للدراسة، حيث مهدنا للموضوع وطرحنا الإشكالية بوضع التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية ثم حددنا أهم الأسباب التي اخترنا على أثرها الموضوع لنذكر بعدها أهداف الدراسة، ثم تطرقنا إلى شرح مفاهيم ومصطلحات ذات العلاقة ببحثنا، ثم

<sup>1</sup>. انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك: الاعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الطبعة الالكترونية الأولى، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع، جامعة بغداد، 2011، ص57.

منهج البحث وأدواته، بالإضافة إلى مجتمع البحث والعينة الملائمة لتحقيق الدراسة الموضوعية، كما تم عرض المداخل النظرية للدراسة، وعرضنا فيما بعد بعض الدراسات السابقة حول الموضوع.

أما الفصل الثاني فخصص للاتصال السياسي وعلاقته بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وقد اشتمل على العناصر التالية: أولاً/ وسائل الاعلام الجديدة نموذج إعلامي جديد وتضمن خصائص الوسائل الإعلامية الجديدة، الشبكات الاجتماعية الرقمية انطلاقة نحو التغيير، مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية، خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية، أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية، مداخل نظرية لفهم خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية، المدونات الالكترونية وعلاقتها بالنشاط السياسي، وأخيراً الشبكات الاجتماعية الرقمية محرك الثورات العربية. ثانياً/ ظهور وتطور الاتصال السياسي ويضم العناصر الأساسية المشتركة في عملية الاتصال السياسي، العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي، مستويات الاتصال السياسي، وأخيراً الاتصال السياسي في العالم العربي. ثالثاً/ الاستخدام السياسي لوسائل الإعلام الجديدة من حيث علاقة الاتصال بالسياسة، وسائل الإعلام الجديدة وتفعيل النشاط السياسي، وأخيراً تأثير وسائل الإعلام الجديدة على النظام السياسي.

خصصنا الفصل الثالث لموضوع الدور السياسي لوسائل الإعلام الجديدة حيث قسمنا الفصل الى جزئين:

أولاً/ الوظائف السياسية لوسائل الإعلام الجديدة من حيث الوظيفة الاخبارية، التنشئة السياسية، الثقافة السياسية، مؤسسات وقنوات التنشئة السياسية، وأخيراً التسويق السياسي. ثانياً/ مكانة وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي ويضم رهانات العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والاتصال السياسي، الفضاء الالكتروني و بروز نمط الرأي العام الالكتروني، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على أنماط الديمقراطية والمواطنة، التحول السياسي كأحد مظاهر التحول الديمقراطي، التكنولوجيا الواسائطية وتأثيرها في الفواعل السياسية، وأخيراً الواسائط الاتصالية كقناة لتسويق القرار العام.

وفي الأخير وصلنا الى الإطار الميداني للدراسة حيث يضم الفصل الرابع بعنوان: استخدامات السياسيين الجزائريين للشبكات الاجتماعية الرقمية وهو بدوره تضمن ثلاث أجزاء: أولاً/ الأنظمة السياسية وعلاقتها بوسائل الاتصال الجماهيرية من حيث هيكله النظم السياسية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، ثانياً/ النظام السياسي الجزائري ويضم أهم الهيئات والهياكل والمؤسسات التي تشكل النظام السياسي الجزائري. ثالثاً/ نتائج الدراسة الميدانية من حيث تفرغ البيانات وتحليلها، تحليل الجداول البسيطة، تحليل الجداول المركبة، وذلك لتشخيص واقع متغيرات الدراسة واستعراضها وتفسيرها، فعرضنا أولاً النتائج المتعلقة بعادات وأنماط متابعة مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية لدى عينة الدراسة وعلاقتها بالخصائص الشخصية والاجتماعية للمستخدمين، ثم بعدها النتائج المتعلقة بدوافع وأسباب استخدام عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية الرقمية، ثم النتائج المتعلقة بدور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي، ثم بعدها النتائج المتعلقة بمدى مساهمة الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي، والعلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية وتفعيل الاتصال السياسي لدى أفراد العينة، وبعدها التحقق من صحة فروض الدراسة، ثم خرجنا باستنتاجات محددة للدراسة، ومثلما بدأنا بالمقدمة انهينا بخاتمة كحوصلة للبحث، وفي الأخير حاولنا إدراج فهرس الجداول والأشكال والمحتويات وصفحات الملاحق متبوعة بقائمة المصادر والمراجع المعتمد عليها في الدراسة.



# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2 - تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4 - أسباب دراسة الموضوع
- 5 - أهداف الدراسة
- 6 - أهمية الدراسة
- 7 - تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
- 8 - النظريات المؤطرة للدراسة
- 9 - نوع الدراسة.
- 10 - منهج الدراسة
- 11 - أدوات الدراسة
- 12- إختبار صدق الإستبيان
- 13 - حساب ثبات أداة الدراسة
- 14 - أساليب المعالجة الإحصائية
- 15-مجتمع البحث
- 16-عينة الدراسة
- 17- الدراسات السابقة

## 1- الإشكالية:

يعد الاتصال من أهم محاور الحياة البشرية ويأخذ أشكالاً متعددة، وذلك راجع لمراحل تطور اللغة الأهمية، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر من عصر الرموز والعلامات والإشارات إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدءاً بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين ثم اكتشاف السينما وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، تمهيدا للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت والصحافة الالكترونية.

يعتبر يحيى اليحياوي الاتصال السياسي ظاهرة إنسانية، اجتماعية وثقافية، قديمة قدم التجمعات البشرية، وحاجة هذه الأخيرة للتنظيم السياسي والاقتصادي والاجتماعي وما سواه أمر لا بد منه، فعلى الرغم من قدمها كممارسة، إلا أن الظاهرة لم تخضع للتحليل الإيستمولوجي والتدقيق المعرفي إلا أواسط القرن الماضي، لاسيما في ظل بروز الأحزاب السياسية والنقابات العمالية والتنظيمات المدنية بمختلف أشكالها وتلويقاتها، وقد ترتب على ذلك تعريفات متعددة ومتباينة أحياناً، لكنها تمحورت في معظمها حول اعتبار الاتصال السياسي كل اتصال هادف حول السياسة يتضمن كل أشكال التواصل التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة والاتصال الموجه إلى السياسيين من غير المشتغلين بالسياسة، كالناخبين وكتّاب الأعمدة الصحفية وغيرهم بالإضافة إلى الاتصال الذي يتناول السياسة وأنشطتهم، بما تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات، والأشكال الأخرى من تناول وسائل الإعلام للسياسة،<sup>1</sup> ويبدو من خلال هذا التعريف أن السياسة هي مجال الاتصال والتواصل السياسي بامتياز لا بل هي المادة الخام التي يشتغل عليها في شكله كما في جوهره، بمعنى أن الخطاب السياسي يبقى مجرداً ومحصوراً ومحدد الأثر طالما لم يخضع لعملية تلجأ لوسيط لبلوغ ذات الهدف إما الأدوات

<sup>1</sup>. يحيى اليحياوي: في تجاذبات العلاقة بين الاعلام والاتصال والسياسة، مركز الجزيرة للدراسات، متوفر على الرابط التالي:

studies.aljazeera.net اطلع عليه في نوفمبر 2018.

المكتوبة التقليدية، أو وسائط الاتصال الإذاعي والتلفزيوني، أو بنية وسائل الإعلام الجديدة التي حملتها الثورة الرقمية، وتمت ترجمتها على مستوى شبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية التي تفرعت عنها، بالمقابل يبقى الهدف التواصلي الذي يسعى خلفه الساسة غير ذي جدوى كبرى إذا لم يتم الاتكاء في ذلك على منابر إعلامية واتصالية تفسح له في المجال للشيوخ والرواج بين الجماهير.<sup>1</sup>

يرى كمال عباس في كتابه الاتصال السياسي بأنه لا يمكن تصور العملية السياسية بدون عملية اتصالية موازية لها أو قائمة بصلبها. والواقع أن العلاقة بين طرفي المعادلة هي علاقة جدلية بكل المقاييس، تختلف دائرة التأثير بينهما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة فالنظامان، أي الاتصال والسياسة، كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص، أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي.<sup>2</sup>

من هنا تتمظهر عملية استقطاب وسائل الإعلام من لدن السلطة السياسية، إما بغرض توظيفها للدعاية، أو من أجل اعتمادها كوسيلة لتجميل صورة هذا النظام السياسي أو ذاك، مقابل ذلك أو على نقيضه، نجد أن وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية، هي التي تمارس ضغطها على النظام السياسي، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدولة، أما عندما يتعلق الأمر بالسياسات الخارجية؛ فإن هذه الأنظمة تمارس ضغطها على وسائل الاتصال من حيث وظائفها ومضمونها وحجمها.<sup>3</sup>

وعلى هذا الأساس، يرى يحيى اليحياوي أنه ليس هناك بالعديد من الدول العربية، أيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام والاتصال، بل هناك أيديولوجية واحدة، تحدد الخط

<sup>1</sup>. يحيى اليحياوي: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، دمشق، منشورات المكتب الاسلامي، سلسلة في البعد الفكري، 2004، ص41.

<sup>3</sup>. راسم محمد الجمال: الاتصال والاعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1991، ص ص 52،

السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه، بينما هناك رأي آخر يقر بأن العلاقة ما بين الاتصال والسياسة يجب أن يُنظر إليها من زاويتين: من زاوية أن وسائل الإعلام والاتصال أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية، استناداً إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة: إن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة، ومن زاوية أن الحلقة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الإعلام والاتصال من خلال الاستخدام المتزايد خاصة لوسائل الإعلام الجديدة، لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية.<sup>1</sup>

وتعتبر وسائل الإعلام الجديدة خاصة الشبكات الاجتماعية الرقمية، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات في مختلف المجالات، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور فعال في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الأفراد بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمر مهمة وتنميتها في شخصية الفرد، فعملية التواصل الاجتماعي هي عملية مفيدة لبناء شخصية الفرد من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتزاز بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع الجوانب الشخصية. وإذا تحدثنا عن الوسط المعلوماتي فإننا بالضرورة نتحدث عن التسارع المستمر لتدفق الأحداث والقضايا السياسية والأنشطة والتفاعلات الوظيفية التي باتت مكشوفة للساحة الاجتماعية اليوم، بعد أن كانت حكرة على الفاعلين السياسيين داخل الدوائر السياسية وعينة محدودة من النخبة الواعية بالموضوعات السياسية فاصبح من الضروري اليوم توجيه الاهتمام إلى الوسائط الالكترونية التي فرضت نفسها بشكل أو بآخر كوسيلة في رصد ونقل المعلومات بشكل فوري ومتسارع، بالتالي، فإن العلاقة بين الاتصال والسياسة تبدو وثيقة ومتداخلة إلى

<sup>1</sup>. يحيى اليحياوي: مرجع سبق ذكره.

حد بعيد، لدرجة لا يمكن أن نعزل فيها العملية السياسية عن الأنشطة الاتصالية مختلفة المشارب اللازمة لقيامها. من جهة أخرى، فبالإمكان لمس العلاقة بين الاتصال والسياسة من خلال أنواع الاتصال المعتمدة فالاتصال بين شخصين في مجال السياسة، يتيح للفرد إمكانيات اتخاذ قراراته السياسية، كالتصويت مثلاً، بناء على المعلومات والأحاسيس والتأثيرات التي يتلقاها من الخارج، وعلى مدى تأثيره بالزخم الإدراكي، والتجارب السابقة عن الأشخاص والرموز والأحداث والأفكار من حوله، كما أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تلعب دوراً مهماً في التوعية والتثقيف السياسيين، من خلال تلقين الأفراد السلوك المرئي والسمعي، وكيفية استجابتهم وتفاعلهم مع ما يدور حولهم من أحداث وقضايا.<sup>1</sup>

وإذا تحدثنا عن الاتصال الجماهيري فإننا بالضرورة نتحدث عن الاتصال عبر وسائل الإعلام الجديدة الذي يتم عبر قنوات وسائل الإعلام الجديدة وشبكة الإنترنت بكل وسائطها، والذي هو محل اهتمامنا في هذه الدراسة، وتكمن قوته في قدرته على إيصال الرسائل والخطابات في آن واحد لجمهور واسع، غير معروف، مشتت ومتباين، حيث برز ما يسمى بالاتصال التفاعلي، وذلك ضماناً لمشاركة أكثر وتأثير أقوى.<sup>2</sup> ويعتبر هذا النوع من الاتصال مهماً للغاية، لأنه أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجديدة في إدارة الحملات الانتخابية، والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف،<sup>3</sup> ناهيك عن قدرة هذه الوسائل على إيصال مختلف انشغالات الجمهور وآرائهم السياسية إلى الفاعلين السياسيين بالإضافة إلى نشر المعلومات والأخبار وتحليل الأحداث السياسية زمن وقوعها وبفعالية أقوى، وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة ستحاول الاشتغال على الإشكالية التالية:

<sup>1</sup>. يحيى اليحياوي: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

<sup>3</sup>. سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، أطروحة دكتوراه في الإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 39.

الى أي مدى يستخدم السياسي الجزائري الشبكات الاجتماعية الرقمية في عملية الاتصال؟

## 2- تساؤلات الدراسة:

للإحاطة بإشكالية الدراسة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما الدافع من استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة من ذلك؟

- ماهي عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية؟

- ما درجة اعتماد السياسي الجزائري على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل وتبادل المعلومة السياسية؟

- ما مدى دور الشبكات الاجتماعية الرقمية اليوم في تعزيز دور المواطن الجزائري في القرارات السياسية؟

- هل هناك علاقة ارتباطية بين نوع ودرجة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية والخصائص الشخصية والاجتماعية لعينة الدراسة؟

## 3- فرضيات الدراسة

### الفرضية الأولى

يستخدم السياسيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل مكثف، بهدف التسويق والترويج لسياساتهم وكسب تأييد الشعب لهم، مما يمكنهم من الاعتماد عليها بدرجة كبيرة نظرا لأهميتها وسط المجتمع السياسي الجزائري.

### الفرضية الثانية

تؤثر الشبكات الاجتماعية الرقمية تأثيرا ايجابيا على عملية صنع القرار السياسي عن طريق توفير المعلومات الضرورية والاتصالات السريعة والفعالة للأعضاء الفاعلين في عملية الاتصال السياسي نتيجة لما تمتلكه من قدرة على التأثير والإقناع وتشكيل الأفكار وصياغة الرأي العام.

## الفرضية الثالثة

توجد علاقة ارتباطية بين نوع ومدى استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية والخصائص الشخصية والاجتماعية لدى عينة الدراسة.

## الفرضية الرابعة

تكمن قوة وسائل الاعلام الجديدة وبالخصوص الشبكات الاجتماعية الرقمية في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، واعطاء مكانة للحدث السياسي داخل المجتمع دون التعرض للقيود السلطوية، خاصة في فترة التحولات والأحداث السياسية.

## 4- أسباب دراسة الموضوع:

إن لكل دراسة علمية مجموعة من الدوافع والأسباب التي تثير فضول الباحث وتجعله يحاول استكشافها أو وصفها وتحليلها والتنقيب عليها، ومن أهم أسباب اختيارنا واهتمامنا بهذه الدراسة مجموعة من الدوافع العلمية والأكاديمية والتي تتمثل في:

– التزايد الهائل لمستخدمي وسائل الإعلام الجديدة ودخول العالم عامة والعالم العربي خاصة في هذا المجال في السنوات الأخيرة موضوع جديد ومتجدد، حيث نلاحظ دخول متغيرات وعوامل تطرح تساؤلات وإشكالات جديدة في مجال نقل المعارف والمعلومات السياسية وتعميقها لدى الجمهور.

– أهمية دراسة وسائل الإعلام الجديدة كمجال يستحق الوقوف على ما حققه من تأثيرات بالغة الأهمية، وتغيباً لتحليل محتواه وتأكيداً على ضرورة وضعه في إطار الميدان الذي نتوجه له بغرض الاهتمام بمدى الالتفاف إليه كمشهد للتعرض، وكفاعل للتأثر وكمادة للتقييم، من خلال الاعتماد على نمط البحوث الشاملة بحيث لم يحدد موقع واحد أو وسيط معين، بل أحييت مهمة تعيين ذلك للجانب الميداني.

– قلة الدراسات والبحوث التي تدرس مجتمع السياسيين، خاصة فيما يتعلق بالاتصال والتواصل السياسي وتفعيله في العالم عامة والعالم العربي خاصة يولد اهتمامنا بهذه الفئة التي تصنف في خانة النخبة المثقفة والتي تتسم بمستوى معرفي وفكري كبير.

– حاجة المكتبات الإعلامية في الجزائر إلى هذا النوع من الدراسات التي تشرح طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور ووسائل الإعلام الجديدة ومحتوياتها، باعتبار الجمهور من أهم عناصر العملية الاتصالية.

#### 5- أهداف الدراسة:

أما أهداف الدراسة فحددت كما يلي:

– معرفة عادات وأنماط استخدام السياسيين لوسائل الإعلام الجديدة لاسيما وأنها الوسيلة الأكثر ارتباطا بالوسط المعلوماتي الذي يهتم مجتمع السياسيين من جهة والجمهور السياسي من جهة أخرى.

– الوقوف على الاستراتيجيات والأساليب التي تنتهجها وسائل الإعلام الجديدة في خلق علاقة قوية ومتطورة بين عناصر الاتصال السياسي.

– الوقوف على مدى حرص مثل هذه الفئة- عينة الدراسة- على تفعيل الاتصال السياسي وفهم الأفراد للأحداث والشخصيات السياسية من خلال تداول المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديدة.

– الكشف عن مدى دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية.

– الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة ومحتواها السياسي في بلورة الرؤى وتشكيل المعارف والثقافات السياسية وتعميقها وبالتالي تفعيل التواصل السياسي، وعليه مدى قدرتها على تكوين الرأي العام والتحول الديمقراطي في مراحل لاحقة.

#### 6- أهمية الدراسة:

إن أهم ما يميز دراسة علمية على أخرى هو درجة أهميتها وقيمتها العلمية وكذا الإضافة التي يمكن أن تضيفها في مجال البحث العلمي وما حاولتنا للبحث في هذا الموضوع إلا لتولد حالة من الفضول العلمي يمكن استشفاف أهمية الدراسة الحالية من قراءة مفردات العنوان



الذي تحمله مع ذلك فان توضيح بعض النقاط تأييدا وتأكيد لهذه الأهمية ضروري يتلخص معه على النحو الآتي:

- تكمن أهمية الدراسة فيما تقدمه من إضافة علمية في مجال الإعلام والاتصال، وبصورة أدق، ما تعلق بمجال التوظيف السياسي لوسائل الإعلام الجديدة، وانعكاساتها المباشرة وغير المباشرة على تفعيل الاتصال السياسي الذي قد يكمن في المشاركة السياسية أو الاكتفاء فقط بالوعي السياسي وتعميق المعرفة السياسية وبالتالي تحديد الهدف المنشود من الاتصال السياسي.

- الاستخدام السياسي لهذه الوسائل حيث تمكن مستخدمو الانترنت، خصوصا مواقع الفيسبوك والمدونات واليوتيوب من المشاركة في صنع لحظة دالة في مسيرة الإصلاح السياسي في عدة دول، وبغض النظر عن فشل أو نجاح هذه الإصلاحات، فقد جرى تسليط الضوء على دور الوسائط التفاعلية غير التقليدية في إمكانية إحداث التغيير السياسي وتفعيل الاتصال السياسي بين الساسة والجمهور.

- مكن اعتبار وسائل الإعلام الجديدة مجتمعا ملائما لدراسة التغيرات السياسية والاجتماعية، كذلك معرفة مدى رضا الأفراد عن الأوضاع السياسية خارج سياق الوسائل الإعلامية التقليدية، ويرجع ذلك إلى عدم خضوع جانب هام منها لسياقات مؤسسية حاكمة، تتيح توجيه المحتوى في مسارات محددة مسبقا، كذلك تبرز أهمية وسائل الإعلام الجديدة من كثرة المترددين عليها، والذين يزداد عددهم مع انتشار استخدام الانترنت.

#### 7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

سنحاول في هذا الجزء حصر المفاهيم المتعلقة بدراستنا، وبعض المفاهيم ذات العلاقة والتي ستظهر لاحقا، والتي ستمكننا فيما بعد من التحكم في الموضوع والوصول إلى تحقيق الأهداف، ولعل ابرز هذه المفاهيم:

## أولاً/ وسائل الإعلام الجديدة

## أ) التعريف اللغوي لوسائل الإعلام الجديدة

يعرف قاموس التكنولوجيا الحديثة وسائل الإعلام الجديدة بأنها اندماج الكمبيوتر وشبكاتة والوسائط المتعددة مع الإعلام التقليدي،<sup>1</sup> ويعرفها ليستر على أنها مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت عن التزاوج بين الكمبيوتر ووسائل الإعلام، كما يعرفها قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين أولها يعتبر الإعلام الجديد جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الالكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، التلفزيون الرقمي والأترنت، والثاني يعرفه على أنه استخدام الكمبيوترات الشخصية، والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات، والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي.<sup>2</sup>

## ب) التعريف الاصطلاحي لوسائل الإعلام الجديدة

وسائل الإعلام الجديدة مصطلح انتشر حديثاً في الدراسات الإعلامية للدلالة على اندماج وسائل الإعلام التقليدية التلفاز، الراديو، والصحف، مع تقنيات الحاسوب والبرمجيات الالكترونية، والأترنت تمكن من الحصول على المادة الإعلامية في أي وقت ومن أي مكان، باستخدام الوسيلة المناسبة والتي قد تكون جهاز حاسوب، أو هاتفاً.<sup>3</sup> وتعرف أيضاً على أنها حرية إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي، وما يميز وسائل الإعلام الجديدة من وسائل الإعلام التقليدية هو رقمنة المحتوى، لكن عرض أي مادة إعلامية على جهاز تلفزيون عالي التقنية لا يزال مثالا على وسائل الإعلام التقليدية، في حين أن مدونة

<sup>1</sup>. مها فالح ساق الله: ماهية الاعلام الجديد، تقرير ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة، قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الاسلامية غزة، متوفر على الرابط التالي: mahasaqallah.blogspot.com أطلع عليه في جانفي 2017.

<sup>2</sup>. مها فالح ساق الله: المرجع نفسه.

<sup>3</sup>. Flew Terry: *New Media ,An Introduction*, Oxford University Press, Oxford ,p 13.

فتى مراهق مخصصة لأخبار الفن هو مثال جيد يمكن أن يساق للتعريف بوسائل الإعلام الجديدة.<sup>1</sup>

ويمكن اعتبارها على حد قول الباحث الصادق رابح نتاجاً للتزواج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والرؤى الاجتماعية، بصيغته الديمقراطية، وانفتاحه، وتكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة، ويتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط التقليدية، والآن أنه يتجاوزها إلى صيغ أكثر تجديداً، وجماعية، فهو يشمل جمع المعلومات، والتحقق منها، وغربلتها، معتمداً في ذلك على صيغ جماعية الفعل، ومنها المدونات، والموسوعات، والشبكات الاجتماعية، والمننديات.<sup>2</sup>

### (ج) التعريف الإجرائي لوسائل الإعلام الجديدة

وسائل الإعلام الجديدة ونخص بالذكر هنا الشبكات الاجتماعية الرقمية وهو ما نقصده في الدراسة، ليست بثاً أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم، ويشاركونهم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، والإعلام الجديد هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط يؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديته حيث تتميز وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصيص، والجماهيرية، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن مثل الإعلام حسب الطلب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عادل غزال: فضاءات الاعلام الجديد والمجتمعات الافتراضية: ظاهرة تقنية في خدمة التواصل الانساني، في اطار أعمال ملتقى حول المكتبات ومؤسسة المعلومات في ظل التكنولوجيات، متوفر على الرابط التالي: [facelibrary.eb2a.com](http://facelibrary.eb2a.com)، أطلع عليه في جانفي 2019.

<sup>2</sup> الصادق رابح: إعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد 08، السنة 2010، ص 226.

<sup>3</sup> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 51، 52.

## ثانياً/الاتصال السياسي:

قبل عرض مختلف التعاريف المتعلقة بالاتصال السياسي لابد من الإشارة إلى تعريف كل من مفردتي المصطلح على حدى لانفتاحهما في حد ذاتهما على العديد من التعريفات المختلفة.

أ- **تعريف الاتصال لغة:** اتصل الشيء، بمعنى لم ينقطع، اتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه، كما يقال: اتصل به بخبر بمعنى أعلمه.<sup>1</sup> كما عرفه مختار قاموس الاتصال: "نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين شخص وآخر وبين مجموعة أشخاص لتحقيق هدف أو غرض معين." أما في اللغة الفرنسية فقد اشتقت مصطلح اتصال من كلمة (Communis) والتي تعني عام وشائع، وتعني في اللغة الفرنسية (Commus) والانجليزية (Common) أي مشترك أو الاشتراك في الشيء، فالإتصال عملية تساعد الناس على التماسك مع بعضهم البعض في وحدة متكاملة.<sup>2</sup>

- **التعريف الاصطلاحي للاتصال:** نذكر على سبيل المثال لا الحصر أشهر التعاريف للاتصال.

**يعرف محمد العديلي:** "الاتصال هو تبادل المعلومات من شخص أو أكثر ومثال وذلك عن طريق خلق التفاهم بين المرسل والمرسل إليه"،<sup>3</sup> ويعرفه الدكتور محمود عودة: "الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات والأفراد داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه".<sup>4</sup> وكذلك عرفه سمير حسين بأنه "نشاط يستهدف تحقيق الذبوع والشبوع لفكرة أو موضوع معين من خلال انتقال المعلومات

<sup>1</sup>. معجم مجاني للطلاب: بيروت، دار المجاني، 2001، ص 1028.

<sup>2</sup>. سلوى عثمان الصديق، هناء حافظ بدري: أبعاد العملية الاتصالية - رؤية نظرية- وعملية واقعية، د م ن، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 10.

<sup>3</sup>. ناصر محمد العديلي: السلوك الإنساني والتنظيم في الإدارة، معهد الإدارة العامة، السعودية، د س ن، ص 164.

<sup>4</sup>. عبد المجيد شكري: الاتصال الجماهيري الواقع.. المستقبل، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، د س ن، ص 11.

أو الأفكار والآراء أو الاتجاهات من شخص إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى باستخدام رموز ووسائل تساعد على وصول المعنى لدى كل الأطراف وبنفس الدرجة.<sup>1</sup>

-**التعريف الإجرائي للاتصال:** نستنتج من جملة التعاريف السالفة الذكر أن الاتصال هو عملية يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات أو أحاسيس بين الأفراد والجماعات حول قضية ما، وفي مضامين اجتماعية معينة، حيث يقوم على مشاركة المعلومات والصور الثمينة والآراء بين مرسل الرسالة ومتلقيا عن طريق لغة معينة.

-**أما السياسة لغة:** فقد جاء في لسان العرب لابن منظور أن السياسة مصدر للفعل ساس يسوس، وساس الأمر سياسة: قام به وسوسه جعلوه يسوسه.<sup>2</sup>

في العربية يعود أصل كلمة سياسة إلى فترة تاريخية قديمة كما ورد في القوائد الشعرية أو على لسان زعماء العرب وقادتهم الأوائل، وقد تباينت في الهدف و المعنى لأنها تعكس حالات لظروف مختلفة، أي أن الفارق التاريخي والحدث الاجتماعي كانا عاملين أساسيين في تباين اختلاف مضامين مصطلح السياسة عند العرب، وأول من أورد كلمة السياسة في العربية هو "أبو ملكة جرول العبسي المعروف بالحطيئة في مدح بغيض ابن لؤى الشماس":

**يسوسون أحلاما بعيدا أناها وإن غضبوا جاء الحفيظة والجد**

وورد في صحيحين مسلم وبخاري أن النبي صلى الله عليه وسلم قوله " كان بنوا إسرائيل يسوسهم أنبيأؤهم " أي يتولون أمورهم كما يفعل الولاة بالرعية.<sup>3</sup>

وإن كلمة السياسة في الإنجليزية (Politic) وفي الفرنسية (Politique) وهي مشتقة من الكلمة الإغريقية (Polis) وفي هذا شبه اتفاق على مفهوم بين الإنجليزية والفرنسية وهي تعني الدولة أو دولة المدينة التي كانت معروفة للإغريق في عصرهم.<sup>4</sup>

1. سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجمهير الرأي العام، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص21.

2. ابن منظور: لسان العرب، ج6، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1966، ص429.

3. النجف الأشرف: مدخل إلى علم السياسة، ط2، دار المعمورة للطباعة والنشر، 2011، ص11.

4. محمد بن سعود البشر: مرجع سبق ذكره، ص12.

## - التعريف الاصطلاحي للسياسة:

رغم تشعب الآراء حول تعريف معنى السياسة من الناحية الاصطلاحية إلا أنه يمكن التمييز بين الاتجاهات التي تطرقت إلى تعريف السياسة.

السياسة فن وحكم: يرى مكيا فيلي "أن السياسة ماهي إلا معركة، بل هي معركة مستمرة تتمثل في الصراع على القوة". وفي الفكر الإسلامي يعرفها الإمام الغزالي -رحمه الله- بأنها صلاح الخلق عن طريق إرشادهم إلى الطريق المستقيم المنجي في الدنيا والآخرة"<sup>1</sup>

أ- **التعريف الإجرائي للسياسة:** يمكننا تعريف السياسة على أنها فن حكم المجتمعات بطريقة محكمة ونقصد بها في دراستنا مختلف القضايا والموضوعات والأحداث السياسية التي تتناولها وسائل الإعلام الجديدة وتكوين الرأي العام حول هذه القضايا.

ب- **التعريف الاصطلاحي للاتصال السياسي:**

يتبين لنا عند اطلاعنا على مختلف المراجع في الاتصال السياسي أن مفهوم الاتصال السياسي يمتلك سمعة سيئة من حيث التعريف الدقيق والموحد.

سنحاول أن نقدم جملة من التعاريف لنقف على مدى الاختلاف الكامن وراء تعريف مصطلح الاتصال السياسي، حيث تعود أولى محاولات تعريف الاتصال السياسي إلى سنة 1956، عندما اقترح علماء السياسة السلوكيون النظر إلى الاتصال على أنه واحدة من السيرورات الثلاثة إلى جانب القيادة وبنيات الجماعة الذي من خلاله تجند الوسائل وتتمرر التأثيرات السياسية فيما بين المؤسسات الحكومية والسلوك الانتخابي للمواطنين،<sup>2</sup> وهكذا تم دحض نظرية الحقنة تحت الجلد التي طبعت بحوث الاتصال في الثلاثينيات والأربعينيات مع كل من هارولد لاسويل وبول لازارد سفيلد، وفي نفس السياق يعرف دوبرول زولا الاتصال السياسي كنوع من نشاط بعض المؤسسات المكلفة بتوزيع الإعلام والاتجاهات المتعلقة بالشؤون

<sup>1</sup>. محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997، ص ص13، 14.

<sup>2</sup>. الطاهر بن خرف الله: في بعض مقاربات الاتصال السياسي، الجزائر، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة للنشر والتوزيع، 2003، ص 62.

الحكومية.<sup>1</sup> ويرى الكثير من المهتمين بالاتصال السياسي أنه إحدى ثلاث عمليات سياسية متداخلة (القيادة السياسية، والتنظيمات السياسية، والاتصال السياسي)، ويقصد بذلك الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية والتفاعل مابين المؤسسات الحكومية والسلوك السياسي لدى المواطنين، فالاتصال السياسي هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الاتصالية من أجل تحقيق أهداف سياسية، وينصب جوهره على إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات والآراء لدى الجمهور المستقبل لتحقيق أهداف محددة يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية.<sup>2</sup>

وبخصوص تعريف الاتصال السياسي على أنه نشاط اتصالي فقد تعددت التعريفات والآراء بشأنه ف "جون ميدو" يرى بأنه الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال، أو الطريقة التي تقوم فيها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة، ويعرفه بأنه "الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه".<sup>3</sup>

عند تحليلنا لهذا التعريف نجد أن ميدو لم يركز فقط على الاتصال اللفظي أو ما يمكن تسميته الخطاب السياسي الشفهي أو المكتوب، بل فسح المجال لكل الأنواع والأشكال الاتصالية الأخرى التي قد تدخل ضمن الرموز والرسائل مهما كان شكلها في عملية الاتصال السياسي عكس ما قدمه دانتون الذي حصر التعريف في " المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع،"<sup>4</sup> ولم يتطرق إطلاقاً إلى الأشكال أو الأنواع الاتصالية الأخرى رغم أنها تكتسي أهمية كبيرة في فهم واستيعاب العملية السياسية بشكل عام.

كما يعرفه ماكنير بأنه اتصال هادف حول السياسة،<sup>5</sup> ويشير إلى أن هذا التعريف يتضمن:

<sup>1</sup>. الطاهر بن خرف الله: مرجع سبق ذكره، ص 62.

<sup>2</sup>. محمد حمدان المصالحه: الاتصال السياسي - مقترح نظري تطبيقي - ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص13.

<sup>3</sup>. محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سبق ذكره، ص15.

<sup>4</sup>. المرجع نفسه: ص16.

<sup>5</sup>. Mc Nair Brian: *An introduction to political communication*, New York, 1999,p4.

- كل أشكال الاتصال التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة.  
 - الاتصال الموجه إلى غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

- الاتصال الذي يهتم برجال السياسة وأنشطتهم كما تبرزها التقارير الإخبارية والافتتاحيات والأحاديث الصحفية والحوارات الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام.  
 وهذا التعريف يشمل جميع أنواع الخطاب السياسي حيث يؤكد ماكنير أنه عند تعريفه للاتصال السياسي لم يأخذ في الاعتبار فقط الرسائل المكتوبة أو المنطوقة ولكن أيضا المظاهر المرئية التي تعطي دلالة مثل قصة الشعر، شكل الوجه، اللباس، الماكياج، وجميع العناصر السياسية التي تستخدم من أجل تكوين الصورة السياسية أو الهوية السياسية.<sup>1</sup>  
 ويعرفه شودسو على أنه عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع.<sup>2</sup> ويقصد من هذا التعريف أن عملية الاتصال السياسي تخضع لعمليات التسويق والترويج لمختلف أساليب استخدام السلطة في الحياة السياسية لكسب تأييد الجمهور أو المواطنين.

### ج- التعريف الإجرائي للاتصال السياسي:

يثبت لنا تعدد التعاريف المتعلقة بالاتصال السياسي غموض وتشعب هذا المفهوم وعليه يجب علينا من أجل التقدم في سير الدراسة أن نقدم تعريفا نبتناه في تعاملنا مع المفهوم، ويمكننا تبني التعريف على ضبط المفهوم بشكل دقيق، وبناء على ما سبق وبالاعتماد على تعريف ماكنير بأنه اتصال هادف حول السياسية كما ذكرنا أعلاه، بمعنى المتعلق بالمقصدية السياسية ويمكننا أن نعرف الاتصال السياسي بأنه كل اتصال مقاصدي يكون مضمونه سياسيا. هذا التعريف يتضمن العديد من الأوجه والزوايا فهو يشير إلى الأشكال الاتصالية

<sup>1</sup>. Mc Nair Brian: Ibid,p4.

<sup>2</sup>. محمد بن سعود البشر: إسهامات وسائل الإعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي، الرياض، مجلة الحرس الوطني، العدد 198، 1998، ص 16.



التي يؤديها رجال السياسة وجميع الفاعلين السياسيين من أجل تحقيق هدف سياسي محدد (التجمعات الشعبية) كما يشير أيضا إلى الاتصال الذي يستهدف الفاعلين السياسيين من طرف الفاعلين غير السياسيين (الناخبين، المواطنين، الجمهور) فالانتخابات مثلا تمثل مرحلة واحدة من الاتصال السياسي وهي مرحلة العودة وبالتالي فإنها وسيلة متاحة للناخبين تمكنهم من إسماع أصواتهم حتى قبل عملية الاقتراع وقد يتم هذا في أماكن التجمعات الشعبية (المكاتب) أو عبر المواقع الافتراضية (مواقع التواصل الاجتماعي) للإجابة على سياسات يقوم بها فريق معين موجود في السلطة أو في الأجهزة الحكومية والإدارية،<sup>1</sup> بالإضافة إلى الاتصال الذي يتم حول هؤلاء الفاعلين السياسيين وأنشطتهم مثل ما تتضمنه التقارير الإخبارية والافتتاحيات الصحفية والتعليقات وكل الأشكال الاتصالية والإعلامية المختلفة التي تناقش القضايا السياسية وهو محل دراستنا هذه.

إذ يمكن القول أن جميع أشكال الاتصال تدرج ضمن هذا التعريف كما أنه لا يجب أن نغفل عن الاتصال السياسي الشخصي، فكل من النقاشات والأحاديث السياسية التي تتم بينهم الأشخاص في المقاهي والأسواق والحفلات والأعراس وأيضا المفاوضات السرية التي تتم بين الأنظمة والحكومات وأيضا استقصاء الصحفيين للمعلومة من خلال لقاءات مع مصادر سياسية رفيعة المستوى.

## 8- النظريات المؤطرة للدراسة:

تعددت المداخل النظرية لدراسة الاتصال السياسي تأثرا بعاملين أساسيين:

- تعقد الظاهرة السياسية وارتباطها القوي بالعديد من الأنشطة والظواهر الأخرى في المجتمع.

- اختلاف المنظور البحثي للظاهرة السياسية بين الباحثين، حيث تركت الخلفيات العلمية تأثيراتها على الكيفية التي نظر بها الباحثون إلى الظاهرة السياسية بوجه عام، والاتصال السياسي بوجه خاص.

<sup>1</sup>. Cotteret Jean-Marie: **Gouverner c est paraitre** , Paris ,Puf ,2002 ,p80.

ونذكر هنا مدخلين رئيسيين لدراسة الاتصال السياسي:

أولاً/ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

### 1- محتوى النظرية

تهتم هذه النظرية بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي والجمهور، حيث ركزت نظرية الاعتماد على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث،<sup>1</sup> إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الأستقرار والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي،<sup>2</sup> هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى دي فلور أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكدته هلبيرت شيلر الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص314.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص314.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص315.

## 2- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

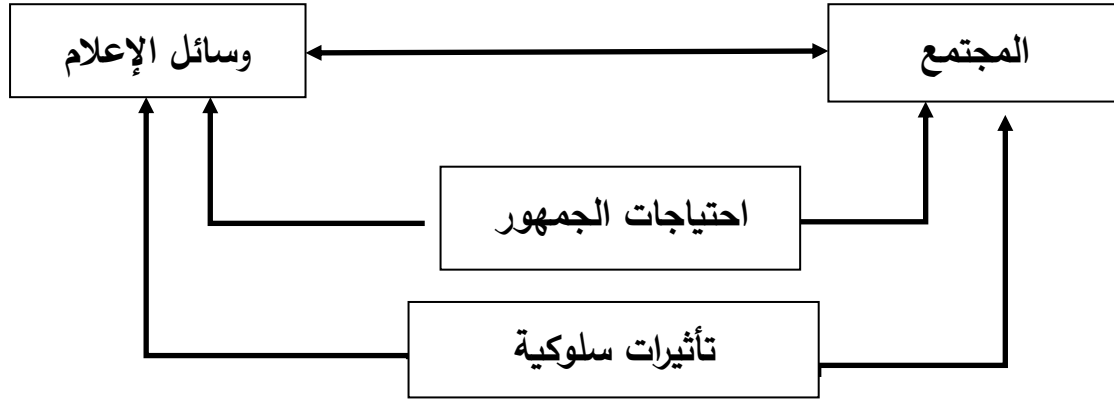
- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.
- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.
- حالات ألالستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
- يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور.<sup>1</sup>

## 3- تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الدراسة

اعتمدنا في دراستنا على هذه النظرية باعتبار الساسة يعتمدون على وسائل الإعلام، للتسويق لسياساتهم والترويج لها بغية التأثير في الجمهور وتحقيق أهدافهم السياسية، وفي المقابل جمهور المستخدمين يعتمد على نفس هذه الوسائل للحصول على المعلومات السياسية والتعرف على مختلف المواضيع السياسية وتشكيل ثقافتهم السياسية وبالتالي تحقيق ما يسمى بالتواصل السياسي.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص315.

ويمثل هذا الشكل النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام المطور



الشكل (1): نموذج يوضح التداخل بين عناصر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>1</sup>

حيث يوضح النموذج التداخل الكبير بين عناصر النظرية إذ يقدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الإعلام بما فيها وسائل الاعلام الجديدة التي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام (الشبكات الاجتماعية الرقمية) والنظم الاجتماعية الأخرى (السياسيين).

ويمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لخدمة أهداف هذا البحث من خلال محاولة توظيف فروض النظرية حتى يمكن فهم العلاقة الإرتباطية بين الإعلام والجمهور، وتتركز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام؟

فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال في فرضيات هذه النظرية، ويمكن من خلال ذلك فهم العلاقة بين السياسيين ووسائل الإعلام الجديدة بأنها اعتماد أحد الطرفين (السياسيين) على مصادر الطرف الآخر (وسائل الإعلام الجديدة) لتحقيق أهدافه.

### ثانيا/ نظرية الاستخدامات والإشباع

#### أ- الاستخدامات والإشباع:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباع المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج) 1942 حول الإشباع المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون حول وظائف قراءة الصحف.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، د م ن، د د ن، 2007، ص 416.

وقد استطاع (إلياهو كاتز) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير) في الستينيات، وذلك في مقاله العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.<sup>1</sup>

مع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباعات وتطوره قدم الباحثون إسهامات أكاديمية متنوعة أضافت لدراسات الاستخدامات والإشباعات تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثنائها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات كما يلي:<sup>2</sup>

**المرحلة الوصفية:** هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيرتزوج) عام 1942.

**المرحلة الاستكشافية:** وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهي مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إلياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 323.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 326.

**المرحلة التفسيرية:** وهى مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباعات المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلّ من: (Joseph Conway & Alan Robin) و Joseph Conway .

### ب- ماهية الاستخدامات والإشباعات

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقى للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور - قبل التعرض - المحتوى الذى يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور يبتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذى تمليه عليه حاجاته ورغباته.<sup>1</sup>

### ج- الفرضيات التي تقوم عليها النظرية

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار - من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية - المضمون الذى يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية

### د- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات

- معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واعٍ، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.

<sup>1</sup>. محمود سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سبق ذكره، ص58.

- معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.

- الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال.<sup>1</sup>

هـ- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع<sup>2</sup>

- **الجمهور النشط:** ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام.

- **الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.**

- **حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:**

**دوافع نفعية:** وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

**دوافع طقوسية:** وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتتعمد هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

**التوقعات من وسائل الإعلام.**

- **التعرض لوسائل الإعلام.**

- **إشباع وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:**

- **إشباع المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباع:**

**إشباع توجيهية:** وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباع ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 241.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 247.

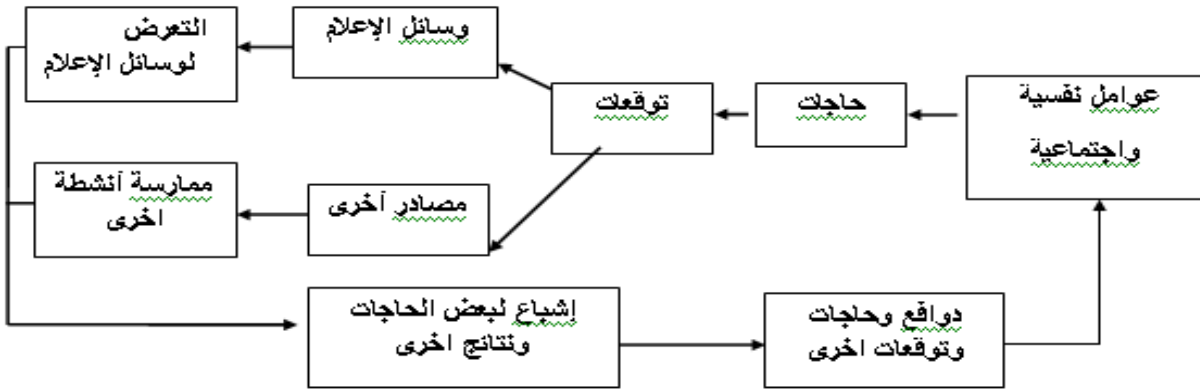
إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الأخرى، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

-إشباعات عملية الاتصال: وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات ووسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

ويمثل الشكل التالي نموذج كاتز للاستخدامات والإشباعات:



الشكل (2) - نموذج كاتز للاستخدامات والإشباعات -<sup>1</sup>

و- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على الدراسة:

من خلال العرض السابق: ترى الباحثة أن مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل النظرية للدراسة الحالية؛ حيث يقوم السياسي الجزائري بدور بارز في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو سياسية،

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 242.



ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع الشبكات الاجتماعية- محل الدراسة- لاحتياجات السياسي الجزائري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ ما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة السياسيين لهذه الشبكات والإشباع المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة.

كما أن اعتماد مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب نشاطا وتفاعلا كبيرين من قبل الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصراً مهماً وفرضاً أساسياً من فروض مدخل الاستخدامات والإشباع وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أي إطار نظري يعد أفضل- لتطبيقه في الدراسة الحالية- من هذا المدخل لإثراء هذه الدراسة، وتحقيق أهدافها.

وتتركز استخدامات هذا المدخل في دراسة الاتصال السياسي في مجالين:

- الكيفية التي يدرك بها أفراد الجمهور الموضوعات، والقضايا التي تعرضها الوسائل الجديدة على أنها قضايا وموضوعات سياسية.

-الاهتمام بتحليل التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وعلاقتها بالسلوك السياسي في المجتمع.

حيث اعتمدنا على هذه النظرية في دراستنا لمعرفة عادات وأنماط استخدام السياسيين الجزائريين لوسائل الإعلام الجديدة (الشبكات الاجتماعية الرقمية)، وذلك باستخدام فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع، وبالتالي الإحاطة بمدى وطبيعة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف النخبة السياسية الجزائرية.

وتركز هذه النظرية على مفهوم الجمهور النشط، الذي يبحث عن الوسيلة والمضمون الذي يريد، فهو يعرف ما يريد قبل التوجه إليه، لذا يمكن القول إن توجه السياسيين إلى وسائل الإعلام الجديدة لم يكن - على افتراض هذه النظرية - غير مبرر، بل انه فعل يمكن تفسير

دوافعه من قبل المستخدم نفسه، وأن الدافع لذلك التعرض هو الحاجة إلى الإشباع، والحاجة لها تأثير في توجيه السلوك.

ويمكن توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع لخدمة أهداف البحث، وذلك بالنظر إلى الإشباع الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة لمستخدميها، وهذه الإشباع على النحو الآتي إشباع المحتوى: وينتج هذا النوع من الإشباع عن استخدام وسائل الإعلام الجديدة من أجل المحتوى لا من أجل الوسيلة نفسها، وينقسم إلى قسمين:

-الإشباع التوجيهي: ويتضمن الحصول على المعلومات السياسية وتبادلها بين الفاعلين السياسيين من الوسائل التي تتميز بسرعة البث، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، والاعتماد على الوسائل، وتتميز وسائل الإعلام الجديدة في هذا الأمر بالقدرة على عرض وتفسير المحتوى السياسي.

-الإشباع الاجتماعي: ويقصد به الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الوسائل الإعلامية الجديدة، وعلاقاته الاجتماعية.

ومن خلال ما سبق يمكن التعرف على أهمية الانترنت ووسائل الإعلام الجديدة في حياة الأفراد عموماً، والفاعلين السياسيين خصوصاً، ذلك أن الإشباع الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة ومواضيعها، من مضامين ومعلومات سياسية وأخبار عالمية تعزز مكانة السياسيين من جهة ومكانه الفرد بين أقرانه عند الحوارات والمناقشات السياسية الجانبية.

## 9- نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة،<sup>1</sup> وهذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية والتطبيقية لموضوع الدراسة وتم الاعتماد على المنهج المسحي، وهذا ما ينطبق على دراستنا وقبل التعرض إلى تعريف المنهج المعتمد في هذه الدراسة وجب علينا تعريف المنهج وهو ضروري في أي بحث ويعرف بأنه:

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص13.

"مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة".<sup>1</sup> "وهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".<sup>2</sup>

وبعد التعريفين السابقين يتبين لنا أن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة يتبعها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة في بحثه.

### 10- منهج الدراسة:

يعتبر منهج المسح هو الأنسب في مثل دراستنا لأنها تستهدف وصف الظاهرة المبحوثة وواقعها، ويعرف منهج المسح بأنه: "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تعبيرها بطريقة موضوعية ولما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".<sup>3</sup>

ويعرفه أحمد بن مرسلٍ بأنه: "هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك".<sup>4</sup>

ينقسم المنهج المسحي من حيث مجالاته إلى عدة أقسام، من بينها: المسح الاجتماعي والذي يهدف عادة إلى وصف خصائص الجماعات المختلفة من الناس والتعرف على مشاعرهم واتجاهاتهم حول المسائل المختلفة،<sup>5</sup> وهذا باعتبار أن المسح الاجتماعي يطبق على كافة

<sup>1</sup> احمد بن مرسلٍ: *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص282.

<sup>2</sup> عبد الرحمن بدوي: *مناهج البحث العلمي*، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977، ص152.

<sup>3</sup> محمد عبيدات وآخرون: *منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)*، عمان، دار وائل للنشر والطباعة، 1997، ص47.

<sup>4</sup> احمد بن مرسلٍ: *مرجع سبق ذكره*، ص285.

<sup>5</sup> محمد عبد الحميد: *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص130.

الدراسات الاجتماعية، أما باعتبار المسح بأنه من مناهج الإعلام والاتصال، فيعرفه خضير شعبان في كتابه مصطلحات في الإعلام والاتصال بأنه: "نوع من بحوث الإعلام يستهدف تسجيل الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرائق الحصول عليها".<sup>1</sup> ومسح الجمهور الإعلامي يندرج تحت هذا التعريف، وهو ما يهمننا في دراستنا من خلال دراسة جمهور السياسيين الجزائريين كمتغير إعلامي من خلال الوصول إلى الأهداف المرغوب فيها وذلك للتعرف على مدى تفعيل الاتصال والتواصل السياسي باستخدام وسائل الإعلام الجديدة بين الفاعلين السياسيين وأفراد الشعب عن طريق الاعتماد على المسح بالعينة، الذي يدرس عدد محدد من المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتاحة.

### 11- أدوات الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة التي تعتمد على منهج المسح، وفي إطار هذا المنهج اعتمدنا على بعض الأدوات التي تستخدم عادة في مثل هذه الدراسات للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي الملاحظة والاستبيان.

**أولاً : الملاحظة:** تعتبر الملاحظة احد الأساليب الأولية لجمع البيانات عن السلوك الإنساني بصفة عامة والاتصالي بصفة خاصة.<sup>2</sup>

ولقد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة بدون مشاركة وهي " اكتفاء الباحث بملاحظة المجتمع، دون مشاركة أعضائه حياتهم الخاصة، أي إجراء الملاحظة من الخارج بصورة مستقلة ومنفصلة عن المجال المدروس،"<sup>3</sup> وذلك بهدف التحليل والتفسير من خلال ملاحظة السلوك الفعلي للجمهور المتلقي (السياسيين) في المواقف الطبيعية التي ترتبط بأهداف دراستنا.

<sup>1</sup>. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص130.

<sup>2</sup>. احمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص286.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص286.

وقادتنا هذه الأداة في بداية الدراسة لتحديد مشكلة بحثنا وأهم محاوره من خلال استخدام الجمهور السياسي الجزائري والسياسيين لوسائل الإعلام الجديدة بعرضها للأخبار السياسية وتقديم معلومات مثيرة للكثير من المناقشات والأحداث والقضايا السياسية ممكنا من تكوين صورة أولية عن المبحوثين وأهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها ويستخدمونها بكثرة وهذا من خلال ملاحظة التصرفات عن قرب وبالمتابعة بعيدا عن المشاركة مع تسجيل الموقف وردود الأفعال.

### ثانيا: استمارة استبيان

يعتبر الاستبيان أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات الملائمة لدراسة جمهور الأفراد المتلقين، وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات وهذا لصعوبة مقابلة الأشخاص المبحوثين لكثرة عددهم، وكذا لان أعضاء العينة من السياسيين الجزائريين يسهل عليهم ملاً استمارة الاستبيان، حيث يعرف الاستبيان " بأنه احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع أنها شافية بالتمام مما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على الآخرين لم يشتركوا في هذا الاستنطاق الاستبيان"<sup>1</sup> كما يعرف أيضا بأنه "مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول الظاهرة أو موقف معين."<sup>2</sup>

وتستهدف هذه الأداة استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة، لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين، ومن أهم خصائص الاستبيان انه بالإمكان استخدامه مع عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعوا في منطقة جغرافية واحدة، أو مناطق متعددة دون تكلفة مالية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. عقيل حسين عقيل: فلسفة ومناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، 1999، ص148.

<sup>2</sup>. محمد عبيدات وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص63.

<sup>3</sup>. أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، الشارقة، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع، ص303.

ولغرض قياس مدى استخدام السياسيين الجزائريين لوسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي وتداول المعلومات السياسية، استخدمنا أداة استمارة الاستبيان تتضمن أسئلة حول الموضوع تختلف باختلاف الحاجة إليها.

وقد أولينا اهتمامنا بعدة جوانب أثناء تصميم الاستمارة وصياغة الأسئلة تتمثل أساسا في:

\*الابتعاد عن الأسئلة الإيحائية حتى لا تؤثر آراؤنا على إجابات المبحوثين.

\*وضع الأسئلة في قوالب واضحة ومفهومة وترقى إلى مستوى النخبة السياسية.

\*عدم خروج الأسئلة عن موضوع الدراسة، والابتعاد عن الأسئلة التي لا تخدم الموضوع.

## 12 - اختبار صدق استمارة الاستبيان

تعني هذه الخطوة بالتأكد من مدى صلاحية الاستبانة للقياس،<sup>1</sup> ونجاعتها لجمع البيانات المستهدفة، ما يسمى بصدق الاستبانة Validity، أي إمكانية تحقيقها للهدف الذي صممت من اجله. وللتحقق من ذلك توجد ثلاث طرق لاختبار صدق استمارة الاستقصاء، وهي التي اعتمدت في هذه الدراسة على النحو التالي:

-مراجعة الأسئلة، صياغتها، والإجابات البديلة: تتم هذه الطريقة بطرح مجموعة من الأسئلة، تتم إجاباتها عن مدى صلاحية ما تم صياغته في صحيفة الاستقصاء، إمكانية قياسه، وتحقيقه للأهداف المحددة، إذ تتصل الأسئلة المطروحة بمحتوى كل سؤال في الاستبانة، صياغته وبدائله، وكذا بموقعه ضمن بقية الأسئلة، أي ينظر في ترتيب هذه الأخيرة ومدى تسلسلها.

-عرضت صحيفة الاستبيان على عدد من أصحاب الاختصاص في موضوع الدراسة ومناهج البحث العلمي: تعتمد هذه الطريقة للكشف عن جوانب القصور أو الأخطاء العلمية التي قد ترد بالاستبانة بما يؤثر على صدق محتواها وبنائها. ولتلافي ذلك تم عرضها على

<sup>1</sup>. عاطف العبد، زكي عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص220.

أساتذة متخصصين في علوم الاعلام والاتصال والقانون،<sup>1</sup> فكانت النتيجة أن سجلوا عليها بعض الملاحظات عدلت الاستبانة استنادا لها.

-توزيع نسخ أولية من الاستبانة على عينة محدودة مشابهة لتلك الرئيسية: غرض الكشف عن مدى فهم السياسيين للأسئلة، أشكاله، طريقة الإجابة عليها، ولمعرفة المصطلحات المتخصصة، الألفاظ الصعبة، أو غير الشائعة، والتي قد تكون استخدمت في صياغة بعض الأسئلة، وغيرها من الصعوبات التي يمكن تجاوزها حيال أعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية. وكذلك لتفحص مدى تجاوبهم - أفراد العينة - مع موضوع الدراسة ورغبتهم في الإسهام في البحث العلمي باعتبار عدد المفردات الواجب العمل عليها يجب أن يكون جد ضيق لأنه إذا تم قبول عينة ذات حجم متوسط فإن 10% تكون قادرة على تشكيل قاعدة كافية لإجراء الاختبار المسبق أو القبلي Le prè test<sup>2</sup> بهدف معرفة خدمتها لأهداف البحث من جهة وما مدى علميتها في صياغة الأسئلة من جهة أخرى، وقد تم اخذ بعض الملاحظات التي تخدم البحث بعين الاعتبار وتم تعديل الاستمارة بناء على هذه الملاحظات.

واشتمل الاستبيان في صورته النهائية على 37 سؤالاً مقسماً على أربعة محاور:

- البيانات الشخصية: الجنس، السن، المنصب السياسي
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية.
- المحور الثاني: دوافع استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة.
- المحور الثالث: دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي.

<sup>1</sup>. عرضت الاستمارة على الأساتذة المحكمين: الأستاذة حياة قزادري أستاذة محاضرة في كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3، الأستاذة عميرات أمال أستاذة محاضرة في كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3، الأستاذة كافية لصوان أستاذة محاضرة في كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3، الأستاذة توفيق عطاء الله أستاذ محاضر في كلية الحقوق والعلوم القانونية جامعة خنشلة.

<sup>2</sup>. Omar Aktouf : *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations* ; une introduction à la démarche classique et une critique (les presses de l'université du Québec), 1987,p 106.

➤ المحور الرابع: الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية وتفعيل الاتصال السياسي.

وقد تم توزيع الاستبيان على السياسيين المبحوثين يدا بيد من طرفنا بالنسبة للسياسيين الذين تسنت لنا الفرصة للقائهم وتوزيع بعضها الكترونيا بالنسبة للسياسيين القاطنين في مناطق بعيدة عن منطقة اقامتنا، وذلك عن طريق تسليم الاستمارة على مستوى مقر ولايات وبلديات ولاية خنشلة والولايات المجاورة تبسة أم البواقي بشكل مباشر وعند انتهاء السياسيين من ملأ الاستمارة تم استرجاعها في حين تم تسليم الإستمارة لبعض السياسيين مع استرجاعها في وقت لاحق لارتباطهم بأعمالهم والملاحظ على هذه الطريقة تقلص فرص عدم استرجاع الإستمارات.

### 13- حساب ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة اعتمدت الباحثة على طريقة الاختبار (Test-Retest) لأسئلة الأداة جميعها، وهذه الطريقة تقضي بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (20 سياسي) على مرتين، بحيث يفصل بين المرتين فترة من عشرة أيام الى أسبوعين تقريبا، وقد قامت الباحثة بهذا الاختبار في المرة الأولى في أوسط شهر أكتوبر 2018، وقامت به في المرة الثانية بعد تسعة أيام، وبناء على تحليل الاستبانات باستخدام اختبار(كرونباخ ألفا)، وهو معادلة احصائية تقوم على حساب الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبانة، كل سؤال من أسئلة الاستبانة على حدى، ثم ثبات الأسئلة مجتمعة.

وهناك عدة طرق لحساب ثبات المقياس، الا أن الباحثة اعتمدت على طريقتين وهما اختبار كرونباخ ألفا لحساب ثبات المقياس، وطريقة التجزئة النصفية.

#### أ. اختبار كرونباخ ألفا<sup>1</sup>

تذكر العديد من المراجع أن معامل ألفا كرونباخ يفترض أن لا يقل عن 0.8 لأي محور وللتأكد من الثبات تم حساب معامل الاتساق الداخلي.

<sup>1</sup>. خالد منصر: مرجع سبق ذكره، ص70.



يعرض الجدول رقم(1) قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور صحيفة الاستبيان، وكذلك لجميع محاور صحيفة الاستبيان على النحو الآتي:

معامل ألفا كرونباخ	عدد الأسئلة	المحور
0.887	9	عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي
0.889	10	دوافع استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة من ذلك
0.899	12	دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي
0.814	6	الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية وتفعيل الاتصال السياسي
0.927	37	معامل الثبات في كل أسئلة صحيفة الاستبيان

حيث تبين أن جميع قيم معاملات ألفا كرونباخ لكل محور على حدا وكذلك جميع المحاور مرتفعة (أكبر من 0.8) مما يدل على ثبات صحيفة الاستبيان.

#### ب. طريقة التجزئة النصفية:<sup>1</sup>

في هذه الطريقة من طرق قياس الثبات يتم تجزئة أسئلة صحيفة الاستبيان على جزئين (الأسئلة ذات الأرقام الفردية، والأسئلة ذات الأرقام الزوجية) ومن ثم حساب معامل الارتباط بينهما، وقد تم تصحيح معامل الارتباط بينهما باستخدام معامل الارتباط سبيرمان براون، ويحسب معامل الارتباط المعدل من خلال المعادلة الآتية:

معامل الارتباط المعدل =  $\frac{2}{1+r}$  حيث  $r$  معامل الارتباط بين الدرجات الفردية، والدرجات

الزوجية.

<sup>1</sup>. خالد منصر: مرجع سبق ذكره، ص70.

جدول (2) يوضح معامل الثبات (التجزئة النصفية) لكل محور، وكذلك لجميع محاور صحيفة الاستبيان.

معامل الارتباط	عدد الأسئلة	المحور
0.824	9	عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي
0.842	10	دوافع استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة من ذلك
0.856	12	دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي
0.802	6	الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية وتفعيل الاتصال السياسي
0.984	37	معامل الثبات في كل أسئلة صحيفة الاستبيان

ويوضح الجدول رقم (2) قيم معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث أن معاملات الارتباط لجميع المحاور، وكذلك لجميع فقرات صحيفة الاستبيان دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (a=0.05)، وبهذه القيم تكون الباحثة قد تحققت من ثبات صحيفة الاستبيان.

#### 14- طرق تفرغ وتحليل البيانات:

اعتمدنا التفرغ الآلي في تفرغ البيانات وجدولتها؛ حيث دامت مدة التفرغ خمسة أشهر (من نوفمبر 2018 إلى نهاية شهر مارس 2019)، واستخدمنا في عملية التفرغ الجداول البسيطة والجداول المركبة.

وبعد الانتهاء من عملية التفرغ؛ وضع مشروع للتحليل الإحصائي للجداول التي كان عددها 49 جدولاً، حيث قمنا بالتحليل الأولي للجداول البسيطة والتعليق على نسبها المختلفة، ثم انتقلنا إلى تحليل الجداول المركبة، للوقوف على مجموعة من العلاقات الارتباطية واختبار الفروض، وذلك من خلال استخدام جدول (كا<sup>2</sup>) الذي أعده الباحث كارل بيرلسون، محددًا فيه توزيع القيم المختلفة عندما تكون الصدفة هي العامل الوحيد المسبب للفرق المعنوي، وهذا من خلال مقارنة قيمة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة، التي تقابلها في الجدول الذي أعده بيرلسون، مع أخذ نسبة احتمال الصدفة المطبقة في العلوم الاجتماعية والبالغة 5

في المائة، فإذا كانت قيمة: (كا<sup>2</sup>) المحصل عليها أقل أو مساوية للقيمة المعينة أفقياً بقيمة درجة الحرية، وعمودياً بقيمة 5 في المائة في هذا الجدول، فإن الفرق المعنوي محل الاختبار هو ناتج عن عامل الصدفة وبالتالي فالفرض صحيح، أما إذا كانت قيمة (كا<sup>2</sup>) أكبر من هذه القيمة على المستوى المذكور، فإن الفرق المعنوي جوهري، ومن ذلك فإن الفرض غير صحيح.<sup>1</sup>

### 15- مجتمع البحث

تعرف هذه الجزئية بمجتمع البحث، إذا تقدم عنه لمحة بشرية وتحدد المجال الزمني الذي تمت دراسته فيه كما توصف العينة وتبين طريقة اختيارها وهو المجتمع المستهدف، الذي يصعب الوصول إليه بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات.<sup>2</sup>

يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.<sup>3</sup> إذ يمثل جميع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر إذا تمثل موضوع البحث في دراسة حجم الأسرة وعلاقتها مثلاً بمستوى الدخل، أو قد يمثل سكان مدينة أو قرية ما ويتم الوصول إليه من خلال المجتمع المتاح الذي قد تمثله قائمة، خريطة، أو أي وسيلة أخرى تشمل كل وحدات المعاينة للمجتمع المستهدف.<sup>4</sup>

في هذه الدراسة "وسائل الإعلام الجديدة واستخداماتها في الاتصال السياسي" يمثل الفاعل السياسي سواء كان (رجل السياسة الممثل في رئيس الدولة أو الوزير الأول بالإضافة إلى الوزراء ورؤساء الأحزاب أو نواب البرلمان أو أعضاء المجالس الشعبية الوطنية والولائية والبلدية وأعضاء المجتمع المدني بالإضافة إلى الأساتذة الجامعيين الذين لديهم توجهات سياسية

<sup>1</sup>. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص 29.

<sup>2</sup>. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 132.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص 132.

<sup>4</sup>. عاطف عدلي العبد وزكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص 157.

معينة والجمهور السياسي الذي قد يعتبر فاعل سياسي باعتباره عنصر أساسي في العملية الاتصالية السياسية) المجتمع الأصلي بالنسبة للدراسة الميدانية، في حين يتحدد المستهدف في عينة السياسيين الجزائريين الممكن إجراء الدراسة عليها.

### 16- عينة الدراسة:

هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته تمثلها نسبة مئوية تحسب وفقا للمعايير، طبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته، وتعرف في الدراسة الميدانية بأنها المجتمع الذي تجمع منه البيانات الميدانية فهي جزء من كل أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي<sup>1</sup> تتلخص هذه النسبة في عدد محدود من المفردات التي سيتعامل معها الباحث تعاملًا منهجيا ويجمع البيانات الأولية المطلوبة بغية تعميم النتائج الدراسة على المجتمع كله، بيد أن هذا التعميم لا يتم إلا بعد التأكد بأن مجتمع البحث تمثله الخصائص وسمات التي يوصف من خلالها، وليكن كذلك يجب أن يتحقق في العينة، بمعنى في المجتمع المتاح للدراسة الميدانية، المواصفات التالية:

- **الكمال:** أي أن يعكس المجتمع المتاح العدد الحقيقي لحجم مجتمع البحث، فلا يكون منقوصا يؤثر في تحديد هذا الحجم الحقيقي، بل ينبغي أن يحرص الباحث على الإطار الجديد الكامل وغير المنقوص في القيد والتسجيل، بحيث لا يعتمد على سجلات أو دفاتر تقادمت تاريخيا أو لم ينتظم التسجيل والقيد فيها خلال الفترات الزمنية المراد دراستها، فكلما توافر شرط الكمال قلت إمكانية التحيز غير المقصود في اختيار العينة.

- **الكفاية:** بمعنى أن يلبي الإطار حاجات ومتطلبات تطبيق نظام العينات أو طرق الاختيار التي تكون ضرورية للدراسة،<sup>2</sup> إذ يجب أن يشتمل إطار العينة على كامل الفئات

<sup>1</sup> رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الشهاب، 2002، ص 118.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 133.

المحققة لأهداف البحث، لأن الاقتصار على بعضها دون أخرى يجعل المجتمع المتاح غير كاف لاختيار عينة ممثلة تحقق مطلب الصدق في تفسير النتائج.<sup>1</sup>

- **الشمول:** يتطلبه الأكثر اختيار العينة في الدراسات الميدانية منها في تحليل المحتوى، كما تتطلب هذه الدقة والتنظيم وتختص بها، حيث يقصد بها توافر الخصائص فيها التي يوصف بها مجتمع البحث في مجموعة مفردات "المشكلة للعينة" كالجنس، العمر، السكن وغيرها من الخصائص التي قد يصنف المجتمع من خلالها.

على الباحث إذن أن يتأكد من توافر هذه الشروط حيال اختياره العينة لأن غياب إحداها يؤدي إلى ظهور أخطاء تؤثر في صدق تمثيل العينة للمجتمع الأصلي. ويرتبط حجم العينة أيضا بأهداف الدراسة التي تظهر في تعدد المتغيرات، منهج البحث، والمعاملات الإحصائية، فالتحليل العاملي مثلا يتطلب عينات حجمها أكبر بسبب تعدد الاستنتاجات، كذلك كثرة المتغيرات في حين يقل حجم العينة في دراسات العامل الواحد أو العامل المحدود. فضلا عن اعتبارات أخرى قد تحول دون اختيار عينات كبيرة الحجم، كالوقت والإمكانات المتاحة، فكلما كان حجم العينة أكبر، جاءت النتائج أدق وبالتالي أكثر تعمق.

**تجدر الإشارة** إلى أنه لا توجد خطة مثلى لاختيار العينات يمكن أو يجب الأخذ بها في إجراء جميع الحالات، حيث يعتمد ذلك على طبيعة المشكلة، المجتمع، أغراض الدراسة، كذا حجم الجمهور وسماته في حالة الدراسات الميدانية. فالمعاينة المثالية هي التي توصل إلى أدق النتائج بأقل خطأ معياري ممكن بغض النظر عن نوعية العينة.<sup>2</sup> وقد اعتمدت هذه الدراسة الميدانية الأسلوب القصدي في اختيار مفردات العينة وهم السياسيين الجزائريين المستخدمين للشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرهم.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1979، ص 95.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص، 133-135.

بينما تم اختيار عينة عرضية أو صدفية (Haphazard Sample) لتطبيق الدراسة عليها بمعنى أن يجري الباحث دراسته على الأشخاص الذين يصادفهم أو الذين تتاح مقابلتهم<sup>1</sup> وذلك نظرا لكبر حجم مجتمع البحث وصعوبة إجراء المسح الشامل عليه بالإضافة إلى رغبتنا في أن تكون العينة المختارة ممثلة للفئة المستهدفة من البحث وتطبيق الاختيار القسدي أي السياسيين المستخدمين فعلا للشبكات الاجتماعية الرقمية والذين يصادفوننا لكي تقي العينة بجميع أغراض البحث وهذا لغرض الوصول إلى نتائج سليمة ودقيقة مع إمكانية تعميمها على باقي مجتمع البحث، حيث تحمل العينة المختارة جميع صفات مجتمع البحث بجنسيه الذكر والأنثى وبجميع تخصصاته، وتم توزيع 337 استمارة الكترونيا ويديويا وبعد فحص الاستمارات المسترجعة تبين أن 300 استمارة كانت صالحة للتحليل.

أما بالنسبة لسبب اختيار السياسي الجزائري كعينة لدراسة مشكلة بحثنا فإنه يعود إلى أن هذه الفئة هي الأكثر ارتباطا بموضوع الاتصال السياسي وإمكانية تفسيره وتحليله وبالتالي إمكانية تداوله وتشكيل رأي عام حوله.

#### ❖ حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

**الحدود الزمنية:** أنجز هذا البحث خلال السنوات الدراسية 2017/2019 حيث شرع في جانبه النظري في بداية شهر جانفي 2017 ثم في جانبه الميداني في بداية شهر أفريل 2018 بتصميم الاستبانة، مراجعتها، تحكيمها، تجريبها ثم تعديلها تبعا للملاحظات المسجلة عليها ثم الشروع في تحليلها واستخلاص نتائجها.

**الحدود المكانية:** تمثل دولة الجزائر بمختلف ولاياتها الحدود المكانية لهذه الدراسة، وقد تم اختيار أن تكون العينة من مختلف الولايات للحرص على أن يكون كل سياسي جزائري ممثلا لعينة الدراسة للوصول الى نتائج تعم كافة الفئة المستهدفة من مختلف ربوع الوطن.

<sup>1</sup>. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الاعلامي، الأردن، دار المسيرة، 2014، ص130.

**الحدود الموضوعية:** حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته بالاتصال السياسي على عينة من السياسيين الجزائريين فقط.

### 17- الدراسات السابقة:

يمكن تتبع أدبيات الدراسات المتعلقة بموضوع هذه الدراسة في البحوث التي حاولت تقويم العلاقة بين المتغيرات الثلاثة الرئيسة في مجال الاتصال السياسي وهي: النظام السياسي، والجمهور ووسائل الإعلام، وقنوات الاتصال السياسي الأخرى، وتمثل وسائل الاتصال أهمية خاصة في هذا المجال البحثي، بالنظر إلى طبيعة الوظائف التي تقوم بها هذه الوسائل بين طرفي الاتصال السياسي: السلطة السياسية وأفراد المجتمع. وستعرض الباحثة أدبيات البحث في هذا المجال، عبر تقسيم ثنائي تمثل في الدراسات العربية والدراسات الأجنبية وسنستعرض أهم هذه الدراسات بطريقة نقدية من خلال الزوايا التالية:

- المناهج المستخدمة والأدوات والمجالات البشرية والجغرافية.
- أهداف تلك الدراسات وفروضها ونتائجها.
- القضايا والموضوعات المثارة.
- موقف دراسة الباحثة من هذه الدراسات.

#### أ- الدراسات العربية:

أولاً/ دراسة جمال العيفة: "الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي"<sup>1</sup> دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر (29 سبتمبر 2005) أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال سنة 2007: حيث انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي التالي الذي يمثل جوهر الإشكالية: ما مدى تأثير الاتصال الشخصي في دفع الناخبين

<sup>1</sup>. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص11.

للإقبال على الاقتراع المتعلق بميثاق السلم والمصالحة الوطنية في الجزائر؟ وتمثلت التساؤلات الفرعية فيما يلي:

- ماهي بيئة الاتصال الشخصي من خلال ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟
- كيف يتم تدفق وسريان المعلومات في الحملة الانتخابية لشرح الاستفتاء حول ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟
- ماهي طرق الاتصال والتأثير المعتمدة في تشكيل الآراء حول ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟ كما استخدم الباحث المنهج المسحي موظفا أداة الاستبيان على عينة تتراوح بين 1500 و 2000 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى أن للاتصال الشخصي دور في التأثير على السلوك الانتخابي للناخبين الجزائريين، كما اتضح أن اعتماد الاتصال الشخصي على الاتصال الجماهيري في التأثير على سلوك الناخبين ذلك أن العديد منهم كانوا يناقشون موضوع المصالحة الوطنية عن طريق الاتصال الشخصي في مختلف الأماكن بعد التعرض له في وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية.<sup>1</sup>

### التعقيب على دراسة جمال العيفة

من خلال استعراض دراسة جمال العيفة التي كانت تحت عنوان الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، يتبين لنا أن الدراسة تتوافق مع دراسته من حيث استخدامها لأداة ومنهج المسح الوصفي للتعرف على العلاقة بين الاتصال والمجتمع حيث كانت تعتمد على البحوث الوصفية مستخدمة الاستبانة لمعرفة الاتجاه.

أما من ناحية المضمون فقد ركزت الدراسة السابقة التي ركزت على الاتصال الشخصي المواجهي ودوره في العمل دون التطرق للاتصال عبر وسائل الإعلام الجديدة بالتركيز على السياسيين الجزائريين باعتبارهم فاعلين سياسيين وهو محل اهتمامنا وهذا ما يختلف عن الدراسة الأولى السابقة التي كانت عينة بحثها تشمل المجتمع الجزائري بصفة عامة، لكن استفدنا من

<sup>1</sup>. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص ص 291، 292.



هذه الدراسة من جانب استخدام المنهج وأدوات، بالإضافة إلى استقدا من نتائج الدراسة التي اعتبرناها كأرضية لمشكلتنا ومحاولة صياغة فرضيات دراستنا.

ثانيا/ دراسة ليلي بن برغوث بعنوان "الإعلام المرئي والمشاركة السياسية"<sup>1</sup> تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية -2009- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير إعلام واتصال /2010-2011 تطرقت الدراسة إلى إشكالية: مدى تأثير الإعلام المرئي على المشاركة السياسية ومعرفة أساليب واستراتيجيات وسائل الإعلام المرئي (السمعي البصري) للتأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما هي أسباب ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009؟ هل للتلفزيون دور في تحقيق هذه النسبة أم أن هناك آليات أخرى ساهمت في ذلك؟
- وما هي أهم أساليب في المشاركة السياسية عامة وفي المشاركة الانتخابية خصوصا؟
- وما هو سبب ارتفاع نسبة التصويت على الرئيس بوتفليقة مقارنة بمنافسيه الستة. معتمدة في ذلك على الفرضيات التالية:
- توجد علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام المرئي والمشاركة السياسية.
- تتعدد أساليب الإعلام المرئي في التأثير على المشاركة السياسية بين الأساليب السياسية البحتة، الإعلامية، الاتصالية، والشخصية.
- قد يرجع ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 إلى التركيز الكبير على وسائل الإعلام المرتبة خاصة التلفزيون.
- معتمدة في ذلك على منهج التحليل السيميولوجي: باستخدام الملاحظة والتحليل السيميولوجي كأداتين لجمع المعلومات مقسما استمارة التحليل السيميولوجي إلى ثلاث مستويات:

<sup>1</sup>. ليلي بن برغوث: الإعلام المرئي والمشاركة السياسية، تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير إعلام واتصال، جامعة باتنة، 2011، ص 16.

- المستوى اللغوي: والذي حاول من خلاله معرفة التركيب اللغوي للخطابات السياسية للسيد عبد العزيز بوتفليقة، ودلالة الوحدات اللغوية بمعزل عن الصوت والصورة.
  - المستوى الصوتي: وفيه نوعية الصوت ومستواه والعوامل التي تتحكم فيه
  - المستوى المرئي أو التمثيلي: من خلال دراسة الألوان، الحركات، الإشارات، الرموز، اللقطات، التصوير، ثبوت وحركة الكاميرا.
- حيث لجأ الباحث لاختيار عينة غرضية أو قصدية لتطبيق دراسته عليها وهما خطابين من مجموع الخطابات الخاصة بحملة الرئيس بوتفليقة الانتخابية 2009 وهما خطابي ولاية باتنة وولاية بشار.<sup>1</sup>

وتوصلت الدراسة إلى تحقيق الفرضية الأولى التي تقر بوجود علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام المرئي والمشاركة السياسية، وذلك بملاحظة مدى تأثير الخطاب السمعي البصري بجميع حركاته وإيماءاته، واستراتيجياته والياته، وأيضاً ميكانيزماته، مما يولد شعور بالثقة والاقتراع لدى المشاهد.

- توصلت الباحثة من خلال دراستها التطبيقية إلى أن الأساليب التي يتبناها الإعلام المرئي في تأثير على المشاركة السياسية تنقسم إلى ثلاثة أنواع: أساليب سياسية، أساليب إعلامية واتصالية، أساليب شخصية.

- حيث تم التحقق من مدى صحة الفرضية الأخيرة في الدراسة وتوصل الباحث إلى ملاحظة حرص الخطيب على ملازمة وسائل الإعلام له في كل خطاب ألقاه فيها يخص الحملة الانتخابية، وقد عرضت خطابه - الخاصة بالحملة- عبر جهاز التلفزيون خلال فترة الترشح.

- كما توصلت الباحثة إلى أن الجميع بين السمات والمهارات الشخصية، وبين الطرق الإعلامية والسياسية يؤدي إلى الاقتراع والتأثير في نفوس الأفراد بشكل كبير وقد يكون حتمي ومسلم به إلى درجة أنه يؤدي إلى تغيير الآراء والأفكار وبناء السلوكيات.

<sup>1</sup>. ليلي بن برغوث: مرجع سبق ذكره، ص 16.

## التعقيب على دراسة ليلي بن برغوث:

إن الدراسة الثانية لليلى بن برغوث: الإعلام المرئي والمشاركة السياسية اختلفت عن دراستنا من ناحية استخدامها لأداة ومنهج الدراسة حيث اعتمدت الباحثة على منهج التحليل السيميولوجي وأداته فيما استخدمنا منهج المسح الوصفي وأداة استمارة الاستبيان وذلك يرجع لطبيعة الدراسة.

وأما من ناحية المضمون فقد توافقت دراستنا بالدراسة السابقة في التركيز على متغير المشاركة السياسية والقضايا السياسية إلى معرفة درجة تأثير وسائل الإعلام المرئي بجميع استراتيجياته وآلياته على المشاركة السياسية التي تعتبر كمرحلة أخيرة بعد عملية الإدراك والاستجابة والاستخدام التي نحن بصدد دراستها وبهذا استفدنا من النتائج السابقة في مرحلة تحديد المشكلة وصياغة التساؤلات.

ثالثاً/ دراسة أمين عبد العزيز ذبلان أبو درة: بعنوان اثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، لطلبة جامعة النجاح، رسالة ماجستير فلسطين، 2008.

تتمحور مشكلة البحث في معرفة الأثر الذي تحدثه المواقع الإلكترونية على الجمهور الفلسطيني بشكل عام، وعلى شريحة طلبة الجامعات بشكل خاص، وتهدف إلى الوقوف على تحديد العلاقة بين المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية والتوجهات والانتماءات السياسية لدى الطلبة مع إبراز التأثير الذي يتركه الاتصال والانترنت على الإعلام والصحافة والاستخدام السياسي للإنترنت في عملية الاستقطاب وتغيير توجهات الطلبة، وقد صاغت الدراسة مجموعة من التساؤلات من بينها: <sup>1</sup>

<sup>1</sup>. أمين عبد العزيز ذبلان أبو درة: اثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، رسالة للحصول على درجة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2008، ص 13.

- ما مدى الأثر الذي تلعبه المواقع الإلكترونية الإخبارية في توتير الساحة الداخلية، وزيادة الشرح بين طلبة الجامعات ومنهم جامعة النجاح؟.
- إلى أي مدى تؤثر المواقع الإخبارية على التوجهات والانتماءات السياسية لدى طلبة جامعة النجاح؟.
- ما موقف طلبة جامعة النجاح الوطنية من هذه المواقع الإلكترونية؟.
- وقد وضع الباحث مجموعة من الفرضيات:
- طلبة الجامعات يتأثرون بشكل كبير بالمواقع الإلكترونية الإخبارية في أوقات الأزمات والاقتتال الداخلي.
- هناك علاقة بين اتجاه المواقع الإخبارية الإلكترونية من حيث الانتماء السياسي وحجم الاعتماد عليه في الحصول على المعلومة السياسية وخاصة من قبل أصحاب نفس الاتجاه.
- المواقع الإلكترونية الإخبارية تلعب دورا كبيرا في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات، نحو الأحزاب والقضايا السياسية.
- وللوصول إلى الأهداف من هذه الدراسة اعتمد الباحث على منهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب في تحليل آراء عينة من جمهور المواقع الإلكترونية الإخبارية أو الاستعانة بالإشارة والمقابلات الشخصية مع الطلبة وقادة الرأي،<sup>1</sup> وتوصل الباحث إلى نتائج من خلال متابعته ومعالجته لمحاور البحث المعتمدة إلى:
- يؤثر الإعلام الإلكتروني الفلسطيني بشكل ملحوظ في التوجهات السياسية شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية من حيث أن نسبة متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية عالية جدا في جامعة النجاح، حيث أجاب 982 من الطلبة أنهم يتابعون المواقع الإلكترونية، وأكثر من (50%) منهم يتابعون بشكل تفصيلي المواقع الإلكترونية الإخبارية.

<sup>1</sup>. أمين عبد العزيز ذبلان أبودرة: مرجع سبق ذكره، ص 13.

- انطلاقاً من كون طلبة جامعة النجاح تتراوح أعمارهم بين 18-24 سنة وهو سن الشباب الذي يعني بالمعلومة السريعة، فإن المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية توفر لهم ذلك، ويبرز ذلك أن (85.1%) يهتمون بالأخبار العاجلة.

- تعد الصورة المتعلقة بالأحداث وتداعياتها في المواقع الالكترونية الإخبارية سبباً في تشجيع الطلبة على متابعتها، حيث أشار بالموافقة على ذلك (93.1%) معارضة (58%) فقط وهذا يعزز قوة المواقع الالكترونية في التأثير من خلال استخدام الصورة واستغلالها في استقطاب الرواد للموقع.

#### التعقيب على دراسة أمين عبد العزيز ذبلان ابو درة:

بالنسبة للدراسة الثالثة أمين عبد العزيز ذبلان ابو درة فقد توافقت مع دراستنا من حيث استخدامها للمنهج الوصفي وأداة الاستبيان بالإضافة إلى الوقوف على تحديد العلاقة بين المواقع الإلكترونية التي تمثل جزء من وسائل الإعلام الجديدة والتوجهات والانتماءات السياسية مع إبراز التأثير الذي يتركه الاتصال والانترنت على الإعلام والصحافة والاستخدام السياسي للإنترنت في عملية الاستقطاب وتغيير التوجهات وهو ما تعنى دراستنا بوصفه وتفسيره بشكل أدق.

رابعاً/ دراسة سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود:<sup>1</sup> "الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي" دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية 2006. حيث تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودي ومصادره، التعرف على طبيعة القضايا والأفكار السياسية لدى الجمهور ومصادره في ذلك وعلاقته بوسائل الإعلام السعودية، معرفة مدى تلبية وسائل

<sup>1</sup>. سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 15.

الإعلام السعودية لاهتمامات الجمهور السياسية والعوامل المؤثرة في ذلك، مستخدماً المنهج الوصفي بأداة تحليل المضمون بالنسبة لوسائل الإعلام وأداة الاستبانة بالنسبة للجمهور السعودي.

وتوصلت الدراسة إلى أن تدني مستوى مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا السياسية المطروحة في وسائل الإعلام وهو ما يشير إلى ضعف قدرة هذه الوسائل على تلبية اهتمامات الجمهور السياسية، وهي النقطة التي تمت من خلالها انطلاق فرضية دراستنا نظراً لما توفره وسائل الإعلام الجديدة من ميزة تفاعلية كبيرة تسمح بمناقشة ومشاركة القضايا بين العناصر السياسية.

**التعقيب على دراسة سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود:**

بالنسبة للدراسة الرابعة "الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي" فقد تمت من خلالها انطلاقة دراستنا هذه نظراً لما توفره وسائل الإعلام الجديدة من ميزة تفاعلية كبيرة تسمح بمناقشة ومشاركة القضايا بين العناصر السياسية مقارنة بنتائج الدراسة السابقة التي أثبتت ضعف وسائل الإعلام التقليدية في جعل الجمهور يشارك القضايا مع عناصر العملية السياسية.

### ب- الدراسات الأجنبية

#### أولاً/ دراسة بيرلسون، لازارسفيلد وغودت

من الدراسات التي ركزت على الاتصال وتأثيره على القرار الانتخابي دراسة بيرلسون، لازارسفيلد وغودت التي أجريت في (إيري) كاونتي بولاية أوهايو (بجامعة كولومبيا حول انتخابات الرئاسة الأمريكية سنة 1940)<sup>1</sup>

والتي أظهرت ضعف تأثير وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بدور العلاقات الاجتماعية، فقد كان محتوى الإعلام محل الدراسة هو خطب وغيرها من الوسائل السياسية التي يتم تقديمها في الصحف والمجالات أثناء التنافس بين ويندل ويكي (المرشح الجمهوري)،

<sup>1</sup>. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 373.

وفرانكلين روزفلت (المرشح الديمقراطي)، وكان الأشخاص محل البحث هم عينات تمثل سكان المنطقة، حيث كان يتم الالتقاء بعينة رئيسية من 600 فرد على فترات شهرية في الفترة من جوان إلى نوفمبر 1940 وكان يتم الالتقاء بعينات جديدة إضافية يتكون كل منها من 600 فرد وذلك خلال عدة أشهر ضمن المدة المذكورة، ثم مقارنة النتائج التي تم التوصل إليها. كانت النتيجة النهائية أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية لعبت دورا في تحوير أسلوب انتقاء الأفراد لمضمون الحملة الإعلامية، فقد نقل أفراد العائلات والأصدقاء وغيرهم أفكارا من وسائل الإعلام إلى دائرة اهتمام الناخبين الذين لم يتعرضوا بأنفسهم للحملة بصورة مباشرة، هكذا لاحظ الباحثون حركة للمعلومات من خلال مرحلتين أساسيتين: أولا من وسائل الإعلام إلى أفراد ذوي اطلاع حسن نسبيا يولون عناية متكررة لوسائل الإعلام، ثانيا من هؤلاء الأشخاص ومن خلال قنوات اتصالهم بآخرين تنتقل المعلومات إلى أفراد لديهم تعرض مباشر بصورة أقل لوسائل الإعلام ويعتمدون على آخرين في الحصول على معلوماتهم وسميت عملية الاتصال هذه بالتدفق على مرحلتين للإعلام.<sup>1</sup>

### التعقيب على دراسة بيرلسون، لازارسفيلد وغودت:

بعد عرض النتيجة العامة لدراسة بيرلسون ولأزار سفيلد وغودت التي تقر بضعف تأثير وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالعلاقات الاجتماعية تم الانطلاق من خلالها في دراستنا هذه التي تشتغل حول مدى استخدام وسائل الاعلام الجديدة في الاتصال السياسي باعتبار أن وسائل الاعلام التقليدية تفتقد لميزة التفاعلية مقارنة بوسائل الاعلام الجديدة وهذا ما قد يتوافق مع هذه الدراسة من ناحية ضعف تأثير وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالنظريات الحديثة التي تدرس علاقة وسائل الإعلام بالجمهور.

<sup>1</sup>. حسن قطيم طماح المطيري: الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص 68.

ثانيا/ دراسة (Goodman.2008)<sup>1</sup>

وعنوانها الشباب الكنديون في الانتخابات الاتحادية واستعمال الفيس بوك لتقصي المواطنين، إذ انطلقت الدراسة من الانسحاب التدريجي للناخبين الشباب بتفسير التصويت المنخفض في كندا وديمقراطيات غربية أخرى، إذ استعملت الدراسة موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أثناء حملة (2008) الانتخابية الاتحادية في كندا لجمع التطورات السياسية للشباب ضمن التزاماتهم المدنية وقد أثبتت الدراسة أن غير المصوتين الشباب ممن يكونون مجموعات نقاشية أقدم يوجدون نموًا في التفكير قد يوصل إلى مفاهيم متغيرة من التزامات المواطن.

## التعقيب على دراسة قودمان Goodman

من خلال استعراض هذه الدراسة تبين أنها توافقت مع دراستنا الحالية في طبيعة المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي، بينما تميزت دراستنا عنها في طبيعة مجتمع البحث الذي كان السياسي الجزائري هو محور وأساس تطبيق الدراسة الميدانية عليه عكس دراسة Goodman التي ركزت على فئة الشباب.

ثالثا/ دراسة أمان ,Sky L. Ammann (2010)<sup>2</sup>

رسالة حملة انتخابية سياسية في 140 حرفًا أو أقل: استخدام التويتر من قبل مرشحي مجلس الشيوخ الأمريكي سنة 2010  
هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام المرشحين لمجلس الشيوخ الأمريكي لموقع "تويتر" خلال حملة الانتخابات النصفية سنة 2010.

وقد خلصت الدراسة إلى أن جميع المرشحين ماعدا مرشحا واحدا لديهم حساب على التويتر، بغض النظر عن خصائصهم الديموغرافية، كما توصلت الدراسة إلى أن المرشحين استخدموا التويتر في إطار حملتهم الانتخابية السياسية، إلا أن مدى الاستخدام والمحتوى يتراوح بشكل ملحوظ بناء على مستوى المصادر التي يملكها المرشح بالإضافة إلى حجم الولاية

<sup>1</sup>. حسن قطيم طماح المطيري: مرجع سبق ذكره، ص 68.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 69.



المترشح عنها، ومدى التنافس في السباق نحو مجلس الشيوخ، وأيضاً، هناك تفاوت كبير في ما يقوم المرشحون بإرساله من خلال التويتر قبل الانتخابات. وقد توزع ما بين فئتين رئيسيتين، فئة ذات علاقة بالانتخابات، وفئة مبنية على الرأي العام. وقد وجدت الباحثة دليلاً إحصائياً على وجود علاقة طردية ما بين استخدام الفئة ذات العلاقة بالانتخابات ومدى اقبال الناخبين.

#### التعقيب على دراسة Aman, Sky L.

يتضح من خلال استعراض هذه الدراسة أنها تتوافق وبشكل كبير مع دراستنا نظراً لكونها اهتمت بالرجل السياسي والمرشحين في الانتخابات الأمريكية عام 2010، وهو ما نحن بصدد دراسته (السياسي الجزائري)، بينما اختلفت دراستنا عن السابقة في نوع الشبكة الاجتماعية حيث ركزت الدراسة السابقة على نوع واحد وهو تويتر بينما تصب دراستنا في كل الشبكات الاجتماعية ويترك المجال للمبشرين في تحديد الشبكة الأكثر استخداماً.

#### رابعاً/ دراسة Heverin, Thomas, Zach, Lisl (2010)<sup>1</sup>

التدوين المصغر للاتصال خلال الأزمات: دراسة لاستخدام تويتر كاستجابة لأزمة العنف في سياتل-تاكوما، واشنطن سنة 2009.

هدفت الدراسة للتعرف على استخدام التدوين المصغر من خلال موقع التويتر وذلك كوسيلة لمشاركة المعلومات والمصار خلال فترة أزمة العنف، وهدفت الدراسة إلى التحقق من الدور الذي يلعبه التدوين المصغر خلال الاتصال في فترة الأزمة.

خلصت الدراسة إلى أن التويتر قد تم استخدامه كأحد الوسائل للمشاركة مع الآخرين بالمعلومات المتعلقة بالأزمة، وذلك من قبل المواطنين، والمؤسسات الإعلامية، وأنواع أخرى من المؤسسات، كان 79% من الفئة التي تم تحليل مضمونها كانت تحمل معلومات، إذ يوجه أصحابها غيرهم إلى مواقع اجتماعية أخرى، ومواقع إخبارية، ومواقع وسائط متعددة، ومصادر معلومات أخرى، أما الباقي فقد توزع المضمون على آراء، وعواطف ومحتويات أخرى.

#### التعقيب على دراسة Heverin, Thomas, Zach, Lisl

من خلال ما تم تقديمه في هذه الدراسة تبين أنها تتوافق مع دراستنا في الاستخدام المتعدد للشبكات الاجتماعية الرقمية من قبل المواطنين وهو ما يفسر الاعتماد المتبادل على وسائل

<sup>1</sup>. حسن قطيم طماح المطيري: مرجع سبق ذكره، ص 70.

الإعلام للحصول على المعلومات وغيرها من الأغراض الأخرى، وهو ما تم استغلاله للانطلاق في دراستنا من خلال اعتماد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

# الفصل الثاني

## الاتصال السياسي وعلاقته بتكنولوجيا الإعلام والاتصال

### تمهيد

أولاً/ وسائل الاعلام الجديدة نموذج إعلامي جديد

- 1- خصائص الوسائل الإعلامية الجديدة
- 2- الشبكات الاجتماعية الرقمية انطلاقة نحو التغيير
- 3 - خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية
- 4 - أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية
- 5 - مداخل نظرية لفهم خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية

ثانياً/ ظهور وتطور الإتصال السياسي

- 1- العناصر الأساسية المشتركة في عملية الاتصال
- 2- العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي
- 3- مستويات الاتصال السياسي
- 4- الاتصال السياسي في العالم العربي

ثالثاً/ الاستخدام السياسي لوسائل الإعلام الجديدة

- 1- علاقة الاتصال بالسياسة
- 2- وسائل الإعلام الجديدة وتفعيل النشاط السياسي
- 3- تأثير وسائل الإعلام الجديدة على النظام السياسي

## تمهيد

أصبحت وسائل الإعلام اليوم تلعب دورا عظيما وأهمية كبيرة في مختلف الدول وتبرز هذه الأهمية والدور الاتصالي في إحاطة أفراد المجتمع علما بما يجري من أحداث وتطورات، وتحقيق تماسك البنيان الاجتماعية، وتوثيق الصلات بين الحاكم والشعب والتعبير عن رغبات الجمهور، وتعزيز التقارب الدولي بين الشعوب.

كما أن التخصص هنا يلعب أهمية في زيادة دور وأهمية العمل الإعلامي والاتصالي من خلال تقديم معلومة أكثر دقة وأكثر فائدة للجمهور، وخاصة في مجال الاتصال السياسي عبر الوسائط الاتصالية الجديدة الذي لم يعد يشكل مسألة المختصين السياسيين فحسب بل أصبح أيضا مشكلة الجمهور الواسع فهو المرآة العاكسة لما يحدث على الساحة السياسية من تطورات وتفاعلات سياسية ولما له من تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على النظام السياسي.

فهو يعد من أشكال الممارسة السياسية اليومية التي تمس مجالات الحياة العامة للمجتمع، وسنتطرق في هذا الفصل الى وسائل الإعلام الجديدة بما فيها الشبكات الاجتماعية الرقمية وخصائها وتأثيراتها السياسية من جهة وظهور وتطور الاتصال السياسي ومستوياته والعناصر الأساسية التي تشترك فيه من جهة أخرى، ثم إبراز العلاقة بين الاتصال السياسي ووسائل الإعلام الجديدة.

## أولاً/ وسائل الإعلام الجديدة نموذج إعلامي جديد

على مدى عصور طويلة مضت، كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير وإيصال الرسائل المختلفة إليهم سواءً كانت تلك الرسائل تحمل طابعاً سياسياً أو اجتماعياً أو تجارياً أو غير ذلك، وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك الوسائل، إلا أن وسائل الإعلام الجديدة أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة.<sup>1</sup>

وبقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة ليست بالقليلة مسيطرة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، ولقد كانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها، فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراداً ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة. وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات، نظراً لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في هذه المؤسسات، فجاءت وسائل الإعلام الجديدة لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة.<sup>2</sup>

إن قوة وسائل الإعلام الجديدة لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت

<sup>1</sup>. انصار عبد الرزاق، صفد الساموك: الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص 8.

<sup>2</sup>. حمزه أحمد أمين: أهمية التخطيط الاتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات، بحث مقدم المؤتمر «نحو إستراتيجية فعالة للتوعية بأخطار المخدرات وأضرارها، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز، 2011، ص3.

أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو.<sup>1</sup> هذه الخصائص وسواها -سوف يتم شرحها في عناصر لاحقة من هذه الدراسة- دفعت الجميع أفراداً وشركات ومنظمات غير ربحية وحكومات إلى القفز على تلك الوسائل الجديدة التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة على المستويات السياسية والتجارية والاجتماعية والتقنية، حيث برزت شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والمدونات ويوتيوب وغيرها إضافة إلى الانتشار الكبير للهواتف الذكية مثل الآي فون وبلاك بيري وكذلك الأجهزة اللوحية مثل الآي باد وجالكسي تاب والتي كان لها تأثيرات كبيرة لا يمكن تجاهلها.<sup>2</sup>

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الإتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا.<sup>3</sup> بالإضافة إلى ذلك هناك تعريفات أخرى مختلفة تمت الإشارة إليها في عنصر مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

### 1- خصائص الوسائل الإعلامية الجديدة

التغيرات الحالية التي تعيشها تكنولوجيا الإعلام هي التغيرات الرئيسية الرابعة من نوعها في العصر الحديث وذلك عقب اختراع الطباعة وبشكل رئيسي الطباعة البخارية السريعة والتي جعلت توزيع الصحف والمجلات والكتب للعموم حقيقة واقعة 1833 ومن بعدها اختراع الراديو

<sup>1</sup>. وليد فتح الله: "دور أساليب الاتصال الالكتروني عبر الأنترنت في دعم الأنشطة الأكاديمية": دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة الجامعة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 32، ديسمبر/2008، ص377.

<sup>2</sup>. رضا أمين: الصحافة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011، ص3.

<sup>3</sup>. Anderson Paul: "What is Web 2.0 ? Ideas, Technologies and Implications for education" a report by JISC Technology and Standards watch, feb, 2007, P.4

1920 ثم التلفزيون 1939.<sup>1</sup> والتغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الوسيطتين القديمة والجديدة،<sup>2</sup> الفرق هو أن وسائل الإعلام الجديدة قادرة على إضافة خاصية جديدة لا توفرها وسائل الإعلام القديمة وهي التفاعلية وما بعد التفاعلية.

والتفاعلية هي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.<sup>3</sup>

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا،<sup>4</sup> وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

<sup>1</sup> عدلي رضا: أخلاقيات الإعلام في عصر العولمة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد 4، ديسمبر 2009، ص4.

<sup>2</sup> عباس صادق: مرجع سبق ذكره، ص51، 52.

<sup>3</sup> سهيلة بضياف: المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والاشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، 2009، ص، 77، 78.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد: المدونات، الإعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب، 2009، ص23.

وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل فقط، وفق النموذج الاتصالي القديم.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى ذلك فإن وسائل الإعلام الجديدة تتميز أيضاً بالخصائص التالية:<sup>2</sup>

-تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. فجريدة "نيويورك تايمز" مثلاً أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الإنترنت.

-خاصية أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

-وسائل الإعلام الجديدة هي إعلام متعدد الوسائط حيث أنها أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات

<sup>1</sup>. عبد الأمير فيصل: الصحافة في الوطن العربي، عمان، دار الشروق، 2006، ص 39.

<sup>2</sup>. بن سعيد، مبارك: صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية، متوفر على الرابط التالي: [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)، اطلع عليه يوم 2018/11/18م.



الفيديو، هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

-**تفتيت الجماهير:** ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

-**غياب التزامنية:** ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

-**الانتشار وعالمية الوصول:** ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

-**قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.**

وتحدث سعود صالح كاتب عن خصائص وسائل الإعلام الجديدة بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر - الرسالة - الوسيلة - المتلقي - الاستجابة، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك:<sup>1</sup>

### 1.1 - مركزية الإعداد (المصدر)

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات، فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى، أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور.

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي،

إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة، نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوبن" وهي ترى أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات، وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً، وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية، هي: معايير المجتمع وقيمه وتقاليد، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال، والمعايير المهنية للقائم بالاتصال، ومعايير الجمهور.

وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديدة ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

### 2.1- المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديدة أيضاً ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جداً، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

### 3.1- التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي تحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأنا نجد أن وسائل الإعلام الجديدة لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة

وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم، بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصاً كبيرة بهذا الصدد نظراً لمعدلات إختراقه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 184%، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الإنترنت عريضة النطاق.

#### 4.1- التلقي

في ظل وسائل الإعلام الجديدة أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.

#### 5.1- الاستجابة

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة وسائل الإعلام الجديدة تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية. باختصار شديد فإن الإنترنت اليوم بكل تلك المزايا والخصائص التي تمت الإشارة إليها أصبحت تتربع على قمة هرم وسائل الإتصال.

لقد حولت الإنترنت العالم ليس فقط إلى "قرية عالمية" ولكن إلى قرية إلكترونية صغيرة يمكن لمواطنيها القيام بالكثير من الأمور وهم في أماكنهم أو أثناء تجوالهم، وذلك عبر الاستخدامات المتعددة للإنترنت. هذه الخاصية الفريدة المتمثلة في القدرة على تجاوز حدود الزمان والمكان وفتح باب المشاركة في المعلومات والمعرفة أمام الجميع منح الإنترنت بعداً إنسانياً تشاركياً من خلال ما يعرف اليوم بشبكات التواصل الاجتماعي.

## 2- الشبكات الاجتماعية الرقمية انطلاقة نحو التغيير

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيراً جذرياً على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل السيارة والتلفزيون والراديو والكمبيوتر والتي وبالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الإنترنت اليوم من حيث سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى قمة جبل الجليد.

إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة، وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم، كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم. وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها.<sup>1</sup> هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات ثورية التأثير وقدرات كامنة لم يظهر منها حتى الآن إلا القليل. إن هذه الشبكات الاجتماعية لم تقم فقط كما رأينا بإشعال فتيل الحركات الشعبية في مختلف الدول العربية، ولكنها أشعلت ثورة تفكير ملهم في العالم بأكمله.

<sup>1</sup>. Kirkpatrick David: *The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World*, New York, 2010.

## 3- مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية

شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد ومنظمات الأعمال في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، منظمة)<sup>1</sup> كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

لقد أحدث هذا الاختراع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ "فكر كوكبي" يعمل على تغيير العالم.<sup>2</sup>

تصنّف شبكات التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علناً

<sup>1</sup>. زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، 2003، ص 23.

<sup>2</sup>. محمود فطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية (مدى)، 2011، ص 20.

على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور.<sup>1</sup>

وقد عرف مختار جمال الشبكات الاجتماعية على أنها خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين، وغاية هذه الخدمات في المقام الأول تعتمد على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين مثل المحادثة، والرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة الصوتية، تبادل الملفات، مدونات، مناقشات جماعية.<sup>2</sup>

#### 4- خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية

**السرعة:** أصبح من الواضح أن مستخدم الوسائل الجديدة الحاسوب والهاتف والراديو الرقمي والتلفزيون الرقمي والهاتف المحمول يستطيع تبادل رسائله وخطابه مع الطرف الآخر بصورة أكثر سرعة من المرحلة التي سبقت ظهور الانترنت والأقمار الصناعية.<sup>3</sup>

**المرونة:** حيث يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، واطاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب لها.<sup>4</sup>

**العالمية أو الكونية:** وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستخدمين على مستوى العالم وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك؛ وهذه السمة من السعة في تناقل

<sup>1</sup>. محمد فلاق: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظور تحليلي"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18 جوان، 2017، ص، 18.

<sup>2</sup>. جمال مختار: حقيقة الفيس بوك: عدو أم صديق، القاهرة، شركة متروبول للطباعة، 2009، ص9.

<sup>3</sup>. حارث عبود، مزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص 70.

<sup>4</sup>. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 57.

المعلومات بين البشر تضيء الكثير من المميزات على التواصل العلمي والتقني وفي تناقل الخبرات بينهم وبالتالي يكون التواصل عالمياً.<sup>1</sup>

**التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنيين إذ أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية؛ فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصدر ومتلقي.<sup>2</sup>

### 5-أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية

- **موقع فايس بوك Face Book:** انطلقت تطبيقات الفايس بوك بسرعة كبيرة على شبكة الانترنت لتصير أحدث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الأخيرة، وفكرة هذا التطبيق تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الانترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من ايجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.<sup>3</sup>

كما يعد من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه أكبر الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفايس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي، سهل العاملين في الفايس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API-أكواد برمجية مساعدة- تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول للملفات الشخصية وبناء تطبيقات يستفاد منها.<sup>4</sup>

1. حسن رضا النجار: **تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور**، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص ص، 506، 507.

2. سوسن سكي، سبتي فايزة: **"تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي، -المدونات الإلكترونية التعليمية نموذجاً"**، **مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مركز جيل البحث العلمي، العدد24، 2016، ص، 165.

3. ماهر عودة الشمالية وآخرون: **الإعلام الرقمي الجديد**، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص، 204.

4. صالح العلي: **مهارات التواصل الاجتماعي أسس، مفاهيم وقيم**، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص 36.

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً.<sup>1</sup>

ورغم أن الفيسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شهرة، إلا إن هناك العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل تويتر ويوتيوب ولينكدين وماي سبيس وبينغ. أما القادم الجديد بقوة إلى عالم الشبكات الاجتماعية فهو جوجل بلس، والذي استطاع خلال أقل من شهرين منذ تدشينه من الوصول إلى أكثر من 30 مليون مشترك رغم أنه تم فتحه جزئياً بالدعوات للمشاركين وليس للجميع. ويرى بعض المختصين بأن الحرب القائمة حالياً بين جوجل بلس وفيسبوك هي أمر صحي للغاية وبأنها أهم حدث تشهده ساحة التسويق الرقمي هذه الأيام، خاصة بعد أن قام موقع Alexa في تصنيفه الأخير بوضع فيسبوك في المرتبة الثانية بعد جوجل بلس وذلك نتيجة للخدمات الإضافية التي يوفرها جوجل بلس مثل خدمة البريد الإلكتروني Gmail وخدمة خرائط جوجل ومحرك البحث وغيرها.

ومع أن فيس بوك وتويتر هما أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً في المنطقة العربية، إلا أن البوادر الأولية لاستخدام جوجل بلس تشير إلى أنه في طريقه لمزاحمة هذين الموقعين والحصول على جزء من كعكة سوق الشبكات الاجتماعية في المنطقة بشكل سريع. ومن هنا يمكن القول بأن الفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وقد وصل

<sup>1</sup>. صادق عباس: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 15.



عدد المشتركين فيه بعد ثمان سنوات من عمره أكثر من (905) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم.<sup>1</sup>

- **موقع تويتر Twitter**: يعد تويتر من الشبكات الاجتماعية والإخبارية التي يسهل فيها انتشار الخبر بسرعة كبيرة، كما أن سرعة التفاعل مع الخبر يساعد على زيادة ضخ الأخبار وعادة ما يكون لها فضل السبق في كثير من الأحداث الجارية محلياً وعالمياً. وكلمة تويتر تعني بالإنجليزية تغريد وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كـ (Logo) للموقع وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية "Micro Blogging" أو التدوين المصغر من خلال شبكة اجتماعية من أصدقائك وأقاربك ومعارفك على الموقع <http://twitter.com>، وقد ساعدت مجانية الخدمة وسهولة الموقع وعدم وجود إعلانات مزعجة وزيادة مستخدميه وتواجد جهات ومؤسسات وأفراد ومراسلون صحفيون على انعاش الموقع وامداده بمعلومات سريعة وحصرية قبل أن تنتشر بالصحف ووكالات الأنباء الرسمية.<sup>2</sup>

موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات Tweets حالتهم بأقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق الموقع أو عن طريق برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها "SMS" إرسال رسالة نصية قصيرة، وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي.<sup>3</sup>

تم إنشاء تويتر في مارس 2006 بواسطة الأمريكي جاك دورسي، ثم تم إطلاقه في شهر جويلية من ذلك العام، وبلغ في شهر مارس 2006 حوالي 200 مليون مستخدم، وقد أشتهر تويتر بشكل سريع عالمياً حتى وصلت عدد تغريداته يومياً 200 مليون تغريده، ويصفه البعض

<sup>1</sup>. جبريل بن حسن العريشي: سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية، عمان، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، 2015، ص ص، 38، 39.

<sup>2</sup>. جبريل بن حسن العريشي: مرجع سبق ذكره، ص 50.

<sup>3</sup>. نها السيد عبد المعطي: صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2015، ص ص 88، 89.

بأنه موقع رسائل الانترنت النصية القصيرة، وقد تواصل النمو السريع لتويتر، ففي عام 2007م كان عدد التغريدات لكل ربع منه هو 400 ألف تغريده منشورة، نمت إلى 100 مليون تغريده لكل ربع من عام 2008م. وفي شهر فبراير من عام 2010م بلغ عدد تغريدات المستخدمين 50 مليون تغريده يومياً ارتفعت إلى 65 مليون في شهر يونيو من نفس العام بما يساوي 750 تغريده يتم إرسالها كل ثانية، ومع هذا النمو تحول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغر فائقة القوة متعددة الاستخدامات من التسويق إلى الاعجاب بالمشاهير ونشر وتوزيع الأخبار بل وحتى المساعدة في عمليات الإنقاذ والإغاثة كما حصل خلال كارثة زلزال تسونامي في اليابان.<sup>1</sup>

اقبال المستخدمين على تويتر يتزايد بشكل ملحوظ خلال الأحداث الهامة كما توضحه

الأمثلة التالية:

- 2940 تغريده في الثانية بعد تسجيل اليابان هدفه في مباراته ضد الكامبيرون ضمن مباريات كأس العالم لكرة القدم 2010م.
- 3085 تغريده في الثانية بعد فوز فريق لوس أنجلس ليكرز بكأس السلة في 17 يونيو 2010م.
- 3282 تغريده في الثانية بعد فوز اليابان على الدنمارك ضمن بطولة كأس العالم لكرة القدم في 25 يونيو 2010م.
- الرقم القياسي الحالي تم تسجيله خلال نهائي بطولة العالم للسيدات لكرة القدم 2011م بين الولايات المتحدة الأمريكية واليابان في 18 جولي 2011م بواقع 7196 تغريده في الثانية.
- في عام 2010م وحدها زاد متوسط عدد التغريدات اليومية إلى ثلاثة أضعاف من 50 مليون تغريده في اليوم إلى 140 مليون تغريده.

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 13.

• في 11 مارس 2011م وهو اليوم الذي ضرب فيه الزلزال والتسونامي اليابان زاد عدد تغريدات المستخدمين بواقع 37 مليون تغريده عن المعدل اليومي المعتاد حيث تم إرسال 177 مليون تغريده في يوم واحد.<sup>1</sup>

• النمو لم يقتصر فقط على التغريدات، ولكن أعداد المشتركين في الموقع تزايدت أيضاً. ففي 12 مارس 2011م وحده وهو اليوم التالي لزلزال اليابان أضاف الموقع 572 ألف مشترك جديد، وفي شهر جولي من عام 2011م بلغ متوسط الإشتراكات الجديدة اليومية في الموقع 460 ألف حساب جديد، وفي هذا الشهر أيضاً أعلن تويتر أن عدد المغردين بواسطة هواتفهم الجواله زاد بمعدل 182% عن العدد الذي كان عليه في العام السابق.<sup>2</sup>

الجدير بالذكر أنه من ضمن 200 مليون مستخدم لتويتر فإن 30-40 مليون فقط يعتبروا مستخدمين نشطاء، بمعنى آخر فإن معظم المعلومات المتداولة على تويتر يتم نشرها بواسطة أقلية من المستخدمين، في حين أن الأغلبية الباقية هم مجرد مستهلكين لتلك المعلومات فقط. - **موقع اليوتيوب YouTube**: يقوم الموقع على فكرة مبدئية هي "بث لنفسك أو ذيع لنفسك" ويضع هذا الشعار دائماً إذ تحمّل عليه يوماً أفلام من صنع الهواة من كافة أنحاء العالم بعضها تم تصويره بكاميرا الهاتف المحمول لنقل حدث غريب، أو مضحك أو مثير، وكثير منها يتم إنتاجه لدوافع سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية.<sup>3</sup> وتعرف مها صلاح اليوتيوب بأنه أحد أهم مواقع الفيديو التشاركية Videos-Sharing Websites، والتي حولت الويب من مستودع للمعلومات الى موقع للتواصل والتشبيك من حيث

1. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 13.

2. أندرس يونغر، دليل ديجي أكتيف: فاعلية تويتر، محاضرة أقيمت في نوفمبر 2008، مؤتمر الويب الاجتماعي، جامعة سيغان، ألمانيا، ص5.

3. نها السيد عبد المعطي: مرجع سبق ذكره، ص ص، 62-63.

المشاركة في إنتاج الملفات وتكاملها ومناقشة ملفات الفيديو بين مجموعة من المستخدمين أو بين الجمهور عامة.<sup>1</sup>

تم إطلاق الموقع للجمهور في مايو من العام 2005 ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام، وفي نوفمبر من العام 2006 حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية، وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم، ويتم حالياً إدارة الموقع من قبل شركة غوغل التي أعلنت في 2009 أن يوتيوب يوفر أكثر من مليار مشاهدة للفيديو يومياً في جميع أنحاء العالم.

وفي 17 مايو 2010 احتفل الموقع بمرور 5 سنوات على إطلاقه معلناً وصول عدد المشاهدات اليومية للموقع لأكثر من مليارين مشاهدة وعلى مستوى العالم، يأتي موقع يوتيوب في المركز الرابع عالمياً -حتى منتصف يناير 2010- من حيث معدلات الدخول عليه، وتبلغ نسبة مستخدميه 9,23% من إجمالي مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.<sup>2</sup>

## 6- مداخل نظرية لفهم خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية:

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية، ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص وسائل الإعلام الجديدة:

للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل، وإن وجود المؤسسات النيابية على المستوى القومي ليس كافياً للديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى

<sup>1</sup>. مها عبد المجيد صلاح: مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، ورقة عمل مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الالكترونية مستقبل وسائل الاعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 27- 29 نوفمبر 2010.

<sup>2</sup>. مهى عبد المجيد صلاح: مرجع سبق ذكره، ص ص، 62، 63.

من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث تنشئة اجتماعية أو "تدريب اجتماعي" على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسنى تطوير الاتجاهات والصفات السيكلوجية الضرورية، وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها" فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية "مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاط في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي.<sup>1</sup>

وتطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم New Media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقاً من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي، ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس إنطلاقاً مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقاً من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة.<sup>2</sup>

كما أن حصر وسائل الإعلام الجديدة في الرؤية القائلة بأنها عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضاً لثقافة اتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد، ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم، ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع ويعدّ مواقع التواصل الاجتماعي، أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني.

<sup>1</sup>. جون هارتلي واخرون، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي: الصناعات الإبداعية، الكويت، عالم المعرفة، 2007، ص13.

<sup>2</sup>. زاهر راضي: مرجع سبق ذكره، ص 15.

وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة.<sup>1</sup>

ويعبر "وينجر" وزملاؤه عن هذه الفكرة كالتالي: مجتمعات الممارسة عبارة عن جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة، ولقد أظهر تحليل تأثيرات تكنولوجيا الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى "المجتمعات الافتراضية".<sup>2</sup>

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث"،<sup>3</sup> وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاضلية للتكنولوجيا تهمل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية، والنظرة التشاركية التي ترى التكنولوجيا

<sup>1</sup>. بشرى جميل الراوي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، <http://www.alma3raka.net> اطلع

عليه في نوفمبر 2018.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه.

وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتتقم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.<sup>1</sup>

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها، وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء، ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تقض إلى صقل اجتماعي تميز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكل، كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنها يتقاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.<sup>2</sup>

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت، جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط - وقد أكد **Rosengren & Windahl**، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه

<sup>1</sup>. دنيس ماكويل، ترجمة، عثمان العربي: الإعلام وتأثيراته-دراسات في بناء النظرية الإعلامية، د م ن، د د ن، 1993، ص51.

<sup>2</sup>. مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص 32.

لكي يشبع احتياجاته، ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام، وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي:<sup>1</sup>

- أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.
  - ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.
- ويعدّ المدخل، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا. وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.
- وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الدوافع التالية لاستخدام الانترنت:

- كبديل عن الاتصال الشخصي.
- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.
- تعلم السلوكيات المناسبة.
- كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.
- المساندة المتبادلة مع الآخرين.
- التعلم الذاتي.

<sup>1</sup>. نصر الدين لعياضي: "الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي، نحو افاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، 7-9 افريل 2009، ص 18.



- التسلية والأمان والصحة.

ويحصر مدخل نيغروبونتي الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد في: "استبداله للوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، ويلبي الاهتمامات الفردية والاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم. والميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً"<sup>1</sup>، ويشترك فين كروسبي مع نيغروبونتي في الأفكار نفسها، ويعقد مقارنة بين الإعلام الجديد والقديم عن طريق النماذج الكلاسيكية، ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشر، الاتصال الشخصي، وله حالتان تميزانه:

### النموذج الأول: الاتصال الشخصي

-يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

-يحمل المحتوى ترميزاً يؤكد حالة الفردية التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى.

-التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية، مما جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد لآخر.

### النموذج الثاني: الإعلام الجديد ويتميز حسب كروسبي بما يأتي:<sup>2</sup>

-يمكن للرسائل الفردية ان تصل في وقت واحد الى عدد غير محدود من البشر.

- ان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها.

<sup>1</sup>. عزة مصطفى الكحكي: "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور

بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 افريل 2009، ص 269-272.

<sup>2</sup>. بشرى جميل الراوي: مرجع سبق ذكره.

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتقتض هذه النظرية فرضين أساسيين هما: <sup>1</sup>

**الفرض الأول:** أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

**الفرض الثاني:** هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية. وبرزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وايدولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

## 7- الشبكات الاجتماعية الرقمية في الدول العربية

عرف العالم العربي خدمة الانترنت في مرحلة متأخرة عن كثير من دول العالم الأخرى وبشكل خاص الدول العربية، وقد كانت الكويت من أوائل الدول التي أدخلت الإنترنت وذلك عام 1992م تلتها مصر والإمارات العربية المتحدة في عام 1993م فالجزائر والمغرب عام

<sup>1</sup>. بشرى جميل الراوي: مرجع سبق ذكره.

1994م، أما المملكة العربية السعودية فلم تدخلها الإنترنت إلا عام 1988م، هذا العام والذي سبقه شهدا أيضا نمواً متزايداً في أعداد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي حيث ارتفع عدد المستخدمين من 150 ألف مستخدم في بداية عام 1977م إلى أكثر من 356 ألف مستخدم في نهاية هذا العام، أي بنمو قدرة 237%، وفي نهاية عام 1998م تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية 700 ألف مستخدم أي بزيادة قدرها 197% عن العام السابق.<sup>1</sup> وفي عام 2009م أشار تقرير للشبكة العربية لحقوق الإنسان إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي وصل إلى 58 مليون مستخدم معظمهم من الشباب، وأن عدد الهواتف الجواله بلغ حوالي 176 مليوناً، وعدد خطوط الهاتف الأرضي حوالي 34 مليون خط.

وذكر التقرير أن مصر هي البلد العربي الأكبر من حيث عدد مستخدمي الإنترنت بحوالي 15 مليون مستخدم، وأن عدد المدونات العربية بلغ حوالي 600 ألف مدونة منها 150 ألف مدونة نشطة. ووفقاً للتقرير فإن الشريحة الأكثر استخداماً للمدونات هي الفئة العمرية بين 25-35 عاماً بنسبة 45% ويمثل المدونون العرب فوق 35 عاماً نسبة 9%. التقرير أشار أيضاً إلى أن الإناث يمثلن 34% من المدونين العرب. وتوجد أكبر نسبة للإناث مقارنة بالذكور المدونين في مصر والسعودية من الفئة العمرية بين 18-24 عاماً، حيث تمثل الإناث في مصر 47% تليها السعودية بنسبة 46% من المدونات الإناث.

وأشار التقرير الذي صدر عام 2009م إلى أن عدد مستخدمي فيسبوك في العام العربي يبلغ حوالي 12 مليون مستخدم. هذا الرقم ارتفع إلى 27,711,503 مستخدم بنهاية ربيع 2011م وفقاً لتقرير كلية دبي للإدارة الحكومية.<sup>2</sup>

كلية دبي للإدارة الحكومية أصدرت العددين الأول والثاني من سلسلة تقاريرها ربع السنوية والتي تسلط الضوء وتحلل استخدامات وشبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، ووفقاً

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 14.

<sup>2</sup>. Arab Social Media Report: Vol.1, No.2. [www.dsg.ae](http://www.dsg.ae) أطلع عليه يوم 2018/8/13.

لذلك التقرير فإن معدلات اختراق شبكات التواصل الاجتماعي وتقنيات الويب 2.0 في تزايد مطرد في المنطقة العربية والتي يمثل جيل الشباب فيها ممن تتراوح أعمارهم بين 15-29 سنة حوالي ثلث عدد السكان، هذه الشريحة من السكان سوف تصبح خلال سنوات قليلة قادمة مواطنين نشطين ورواد أعمال أو موظفين في القطاع الخاص أو الحكومة، ومن المتوقع لشبكات التواصل الاجتماعي أن تزيد من رغبة المواطنين في المنطقة العربية في المشاركة وتخفف من الاقصاء الممارس بحق بعضهم، كما أنها ستفتح أفقاً وفرصاً جديدة على المستويات التجارية والتنمية.<sup>1</sup>

ووفقاً لتقرير كلية دبي للإدارة الحكومية فإن الثورتين الشعبيتين في تونس (ديسمبر 2010م) ومصر (يناير 2011م) هما مثالان أساسيان للنمو في استخدامات التواصل الاجتماعي بين المواطنين وفي التغيير في أنماط تلك الاستخدامات، فعلى سبيل المثال نرى استخدام الفيسبوك في تونس خلال الأسبوعين الأولين من يناير 2011م بنسبة 8% كما تغير نوع الاستخدام بشكل ملحوظ من مجرد الاستخدام للأغراض الاجتماعية إلى الأغراض السياسية.

وعلى المستوى العالمي تعتبر الإمارات العربية المتحدة أكثر الدول العربية استخداماً للفيسبوك كنسبة لعدد السكان، كما أنها ضمن أكثر عشر دول في العالم استخداماً للفيسبوك بنسبة اختراق 45%.<sup>2</sup>

استخدام الفيسبوك وباقي شبكات التواصل الاجتماعي تنمو بشكل متسارع في المنطقة العربية وذلك بسبب ارتفاع شريحة الشباب التي تبدي اهتماماً كبيراً بالتعامل مع هذه الشبكات، وبناءً على ذلك فإن هناك مساحة كبيرة لمزيد من النمو في استخدام الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية في المستقبل المنظور، وتمثل حالياً شريحة الشباب (15-29 سنة) حوالي 75% من مستخدمي فيسبوك في العالم العربي، نسبة عدد مستخدمي فيس بوك الذكور إلى

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 15.

الإناث في العالم العربي هي 1.2، وذلك بشكل يختلف عن الوضع العالمي الذي تزيد فيه بنسبة الإناث عن الذكور في استخدام الفيسبوك.

وقدر تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية عدد مستخدمي تويتر في العالم العربي مع نهاية شهر مارس 2011م بحوالي 6,567,280 مستخدم، منهم 1,150,292 مستخدم نشط. وقد نشر هؤلاء المستخدمين النشطين خلال الربع الأول من عام 2011 حوالي 22,750,000 تغريده، أي حوالي 252,000 تغريده يومياً، أي 175 تغريده في الدقيقة، تعادل حوالي ثلاث تغريدات كل ثانية. وبلغ معدل التغريدات لكل مستخدم نشط خلال تلك الفترة 81 تغريده يومياً. وفي يوم 2011/8/21 وهو بداية اقتحام الثوار لطرابلس في عملية فجر "عروس البحر" بلغ عدد التغريدات 228 تغريده في الدقيقة ووصلت التغريدات إلى 31600 تغريده خلال ساعتين. وكما هو الحال بالنسبة للفيسبوك فإن لدى تركيا العدد الأكبر من مستخدمي تويتر في المنطقة، تليها الإمارات العربية المتحدة (الأولى عربياً) بعدد مستخدمي يصل إلى 201,060 مستخدم، تليها قطر ثم مصر ثم المملكة العربية السعودية، ولكن عند احتساب عدد مستخدمي تويتر كنسبة لعدد السكان فإن قطر تحل المرتبة الأولى بنسبة 8.46% تليها البحرين بنسبة 7.53%.

#### 8- المدونات الالكترونية وعلاقتها بالنشاط السياسي

عند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولا يزال جدل كبير من قبل المتخصصين. فمنذ مطلع العام 2011م نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير

بين الشباب في المنطقة العربية، وقد شهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة.

من الجدير بالذكر أن استخدام أدوات الإعلام الجديد لتحقيق أغراض سياسية سبق الثورات العربية بعدة سنوات، ففي عام 2002م مثلاً قام العديد من المدونين بالكتابة بشكل متواصل عن تصريحات مثيرة للجدل أدلى بها السيناتور الأميركي ترينت لوت خلال حفل أقيم لتكريم السيناتور ستروم ثورموند في عيد ميلاده المائة أشاد به فيه وقال أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت ستكون أفضل حالاً مما هي عليه الآن فيما لو كان ثورموند فاز بالرئاسة الأمريكية التي كان مرشحاً لها عام 1948م. ورغم أن جميع وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون كانت موجودة خلال الحفل إلا أن هذا التصريح لم يثر أي إنتباه حتى بدأت المدونات بالكتابة عنه متهمة السيناتور لوت بأنه بتصريحه هذا عبر ضمناً عن تأييده وموافقته لسياسية الفصل العنصري التي كان ثورموند يدعمها ويدعو لها في ذلك الوقت. وقد تسبب إثارة المدونين لهذه القضية في تزايد الضغوط على لوت حتى اضطر للاستقالة من منصبه.

بالمثل في عام 2004م كان المدونون هم من أشعل فتيل ما عرف بـ "Rather gate" نسبة إلى الفضيحة الإعلامية التي طالت المذيع الأمريكي الشهير دان راذر. دان راذر قام في برنامجه المعروف (60 دقيقة) بعرض 6 وثائق قال إنها وثائق أصلية ذات حساسية وأهمية للرئيس جورج بوش وتتعلق بخدمته العسكرية ويمكن أن تؤثر على فرصه في الانتخابات الرئاسية التي كان موعدها بعد شهرين فقط من عرض راذر لبرنامجه. وقد أدعى عدد من المدونيين بأن تلك الوثائق مزورة وقاموا بتقديم أدلة تدعم وجهة نظرهم. وبناء على ذلك اضطرت قناة CBS للاعتذار والإعتراف بخطأها. العديد من المدونين إعتبروا أن هذا الحدث يعتبر إعترافاً بالمدونات من قبل الإعلام الجماهيري كمصدر للأخبار والرأي وكوسيلة مؤثرة لممارسة الضغط السياسي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 16.

ومنذ عام 2004م بدأ إهتمام الساسة الأمريكيين وغيرهم بالمدونات يتزايد بشكل كبير كوسيلة للتعبير عن آرائهم والتواصل مع الجماهير وجذب المزيد من الأصوات إليهم. فخلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2004م كان أربعة من مرشحي الرئاسة التسع عن الحزب الديمقراطي لديهم مدونات رسمية، كما أن اللجنة الديمقراطية القومية (DNC) أنشأت لها مدونة خاصة ذكرت في مقدمتها أسباب اللجوء إلى هذه الوسيلة بالقول:<sup>1</sup> المدونات فتحت المجال واسعاً لجميع مناحي السياسة. جميع مرشحي الرئاسة الديمقراطية لديهم اليوم مدونات. لماذا وما هي الإضافة التي توفرها تلك المدونات والتي جعلت الناس يتجهون لها كمصدر للأخبار والتواصل؟.. إن أحد أكثر شكاوى الناس من الساسة ومن الأحزاب السياسية هو الافتقار للتواصل بين هؤلاء الساسة في واشنطن وبين بقية الناس في أمريكا. نحن نصدر نشرات ونرسل رسائل بريد الالكتروني وإعلانات، وأنتم تكتبون رسائل وتتطوعون لأجلنا وتتبرعون لنا ولكن تظل مع كل ذلك هناك نقطة غائبة وحلقة مفقودة ألا وهي التواصل الشخصي المباشر. إن المدونات تجعل ذلك التواصل ممكناً. على مدونتنا سوف يمكنك التواصل مع أشخاص حقيقيين في اللجنة الديمقراطية القومية وسوف تسمع منا وتجد اهتمام حقيقي، كما أننا سوف نستمع إليك بإنصات".

اليوم إنتشرت المدونات بحيث أصبحت أداة أساسية يستخدمها معظم الساسة الأمريكيين بالإضافة إلى المؤسسات الحكومية وذلك من أجل تغطية أخبارهم والتواصل مع الناس عبرها بشكل قريب ومباشر، فهناك مثلاً مدونة خاصة بالبيت ومدونة خاصة بالرئيس الأمريكي يتواصل عبرها مع الناس ويطلعهم على تفاصيل حملته الانتخابية وأنشطته.

وقد كان الكيان الصهيوني من الاوائل استخداماً للمدونات حيث أدركت وزارة الدفاع الإسرائيلية أن نجاحها في تحييد حركة حماس هو عن طريق استخدام أدوات الإعلام الجديد ومنها المدونات ذات الوسائط المتعددة، ديفيد سارانجا مدير العلاقات الإعلامية لدى القنصلية الإسرائيلية في نيويورك قال: "كما أن تعريف الحرب قد تغير فإن تعريف العلاقات

1. Rice Alexis: (2003). [Campainonline.org](http://Campainonline.org) 2018/8/15 أطلع عليه يوم

الدبلوماسية يجب أن يتغير أيضاً بالمثل". ديفيد سارانجا عقد أول مؤتمر صحفي حكومي على تويتر ولم يتردد خلاله من استخدام الاختصارات الشائعة لدى مستخدمي الإنترنت، وقد علق على ذلك قائلاً: "أنا أتحدث إلى جميع الشرائح والأعمار باللغة التي يفهمونها".<sup>1</sup> أما عربياً فإننا نجد أن الاهتمام الحكومي بالمدونات ضعيف جداً سواءً من حيث العدد أو المحتوى أو الاستفادة من الخصائص الكثيرة التي توفرها المدونات مثل سهولة التحديث والتفاعل والوسائط المتعددة. ويبدو أن الجهات الحكومية العربية غالباً ما تكتفي بإنشاء مواقع لها على الشبكة العنكبوتية رغم أن ذلك لا ينبغي أن يلغي أهمية التواجد أيضاً عبر المدونات. فالبيت الأبيض الأمريكي مثلاً لديه موقع على الشبكة العنكبوتية وفي نفس الوقت مدونة رسمية.

المدونات العربية بدأت في الظهور عام 2004م وما لبثت أن انتشرت وزاد تأثيرها في عام 2005م والذي تزامن مع ما شهدته المنطقة من حراك سياسي وإرتفاع للأصوات المطالبة بالإصلاح والتغيير والذي لعب فيه أولئك المدونون دوراً هاماً وساهموا في دفع عجلة التغيير ورفع درجة الوعي السياسي في بلدانهم. ووفقاً لتقرير الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان 2009م يبلغ عدد المدونات العربية نحو 600 ألف مدونة، الناشط منها هو 150 ألف مدونة تقريباً أي حوالي 25%. فقط. ويوجد أكبر عدد من المدونات في مصر والتي تمتلك حوالي ثلث المدونات العربية، يليها المملكة العربية السعودية، فالكويت، ثم المغرب. وتعد الشريحة العمرية الأكثر استخداماً للمدونات هي الفئة العمرية بين 25-35 عاماً بنسبة 45%. بينما يمثل المدونون فوق 35 عاماً حوالي 9% وتمثل الإناث 34% من المدونين العرب.<sup>2</sup>

وفيما يتعلق بقدرة المدونات على لعب دور تغييري في المجال السياسي، فإن هناك رأيين، أحدهما يرى أن التدوين لا يزيد عن كونه نشاطاً تقوم به نخبة صغيرة من الكتاب

<sup>1</sup>. Cohen Noam :*The Toughest Q,s Answered in the Bridfest Tweets, the New York times*, Jam 3.2009. [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), 2018.

<sup>2</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص17.



والمتقنين، يخاطبون به أقلية من الجماهير العربية، ومن ثم فإنه لن ينتج عنه أي تغيير سياسي عميق. بينما يرى الطرف الآخر أن التدوين أصبح لاعب دوراً متزايداً في تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية والذي ساهم في نشر ثقافة الإحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسياً.<sup>1</sup>

المدونون العرب نجحوا في القيام بدور أساسي على الساحة السياسية والضغط على الحكومات للتحرك حيال عدد من القضايا منها على سبيل المثال قضايا التعذيب والتحرش الجنسي في مصر عام 2006م، وقضايا الرشاوي التي تتلقاها عناصر من الشرطة عام 2007م. ويعتبر العالم العربي واحداً من أسوأ مناطق العالم ممارسة للرقابة على الإنترنت واعتقالاً للمدوينين، كما أن الدول العربية دائمة التواجد على قائمة أعداء الإنترنت التي تصدرها سنوياً منظمة مراسلون بلا حدود.<sup>2</sup>

خلاصة القول، أنه رغم كل إجراءات الرقابة على الإنترنت والقمع والتخويف للمدوينين في الدول العربية فإن ظاهرة المدوينين ثبت عملياً صعوبة إيقافها والسيطرة عليها، لا عبر تقنيات الرقابة أو بنود القوانين الصارمة والإجراءات القمعية بحق المدوينين.

سهولة إنشاء المدونة وقلة تكلفتها إضافة إلى ما تتميز به من خصائص أخرى عديدة كسهولة الاستخدام والتحديث والآنية والتفاعل والوسائط المتعددة وعالمية الإنتشار، كل هذه خصائص ثبت عملياً كما رأينا أنها تمنح السياسيين والأجهزة الحكومية المختلفة فرصاً لا ينبغي تجاهلها لعرض افكارهم وخططهم وللتواصل مع المواطنين وعرض الخدمات المختلفة عليهم وتسهيل قيامهم بها.

إن على الدول العربية النظر للمدونات ليس بعين الشك والحذر والريبة لما ينشره المدونون عليها، ولكن بإعتبارها أداة يمكن الاستفادة منها لخدمة المواطن وردم الهوة معه ومتنفس يمكنه من خلاله التعبير عن آرائه وأفكاره.

<sup>1</sup>. الفطاطة محمود: مرجع سبق ذكره. ص 24.

<sup>2</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 17.

## الجهات الحكومية

استخدامات رجال السياسة والحكومات الغربية لشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد أمراً غير معهود. الحكومة الإسرائيلية كما تم ذكره سابقاً كانت من أوائل الدول استخداماً للمدونات إضافة إلى توظيفها لتويتر والفيسبوك إلى درجة أنها أعتبرتهما من أدوات الحرب التي لا غنى عنها، حتى أن ديفيد سارانجا مدير العلاقات الإعلامية لدى القنصلية الإسرائيلية في نيويورك قال في لقاء له عقب عقده لأول مؤتمر صحفي من نوعه عبر تويتر: "كما أن تعريف الحرب قد تغير فإن تعريف العلاقات الدبلوماسية يجب أن يتغير أيضاً بالمثل". الحكومة الإسرائيلية تستخدم أيضاً وباستمرار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر لمراقبة أولئك القادمين إلى الضفة الغربية بغرض إبداء التعاطف ودعم القضية الفلسطينية، حيث أنها تقوم بمتابعة أولئك النشطاء ثم تعد قائمة سوداء بأسمائهم ومخاطبة شركات الطيران لمنعهم من السفر على طائراتها.<sup>1</sup>

## حكومة 2.0 (Government 2.0)

هو مصطلح يشير إلى توظيف الحكومة لتقنيات الجيل الثاني للويب 2.0 مثل المدونات، Wikis، فيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها، إن أسهل وسيلة لوصف ذلك المصطلح هو أنه أي تقنيات يتم استخدامها لمساعدة المواطنين والمؤسسات على التواصل وأداء متطلباتهم مع الجهات الحكومية المختلفة، وتمكن الحكومات من أداء أعمالها بمزيد من الفاعلية.<sup>2</sup> على سبيل المثال نجد أن وزارة الخارجية الأمريكية رغم أنه لديها موقعها الخاص على الشبكة العنكبوتية، إلا أنها توظف ما أمكن من أدوات الإعلام الجديد فليها في نفس الوقت مدونة وصفحة على الفيسبوك وحساب على تويتر تنشر من خلالها كمّاً كبيراً من المعلومات وتستخدمها للتواصل والإجابة على أسئلة زوار تلك المواقع.

1. Fenton William: *Israel Uses Facebook, Twitter to Blacklist Protesters*. [www.Pcmag.co](http://www.Pcmag.co) متوفر على الرابط

أطلع عليه يوم 2018/8/12 التالي

2. [www.Mashable.com](http://www.Mashable.com).2018/8/12. أطلع عليه يوم

أحد أمثلة توظيف وزارة الخارجية الأمريكية لهذه الأدوات كان خلال محاولة الانقلاب التي جرت في مدغشقر في نوفمبر 2010، حيث تم تداول إشاعة بلجوء الرئيس إلى السفارة الأمريكية، وتم دحض تلك الإشاعة عبر تويتر، يقول دانيال شوب مدير الاتصالات الرقمية بوزارة الخارجية: "بمجرد نشرنا للتغريدات التي تدحض الإشاعة بدأنا نتلقى كثيراً من الردود التي تشكرنا على تصحيح المعلومة، بعد ذلك بحوالي ساعة تقريباً بدأت وسائل الإعلام التقليدية بنشر الخبر، ردة الفعل السريعة هذه عبر تويتر ساعدت في تهدئة الأوضاع بعد أن كادت الإشاعة تتسبب في تعريض موظفي السفارة للخطر".<sup>1</sup> من ناحية أخرى، يقول جود شتاين أحد مدراء حملة باراك أوباما للترشح للرئاسة الأمريكية بأنهم تمكنوا من جذب قرابة مليوني مؤيد على موقع ماي سبيس، ونحو 6.5 مليون داعم على فيسبوك، ونحو 1.7 مليون داعم على موقع تويتر.

ويضيف جود شتاين: "إن فوز أوباما في الانتخابات ما كان ليحدث لو لم تكن لدينا الرسالة الصحيحة، ووسيلة التوصيل الصحيحة لقد كان حجم صدى رسالة أوباما واضحاً، لذا كان الناس منفعلين وكانوا يتحدثون عنا على فيسبوك وماي سبيس".<sup>2</sup> هذه كانت مجرد بعض الأمثلة لتوظيف بعد الساسة ومؤسسات الحكومات الغربية لشبكات التواصل الاجتماعي وكيف أصبحت تلك الشبكات وسيلة لا غنى عنها للتواصل مع الناس وتقديم الخدمات إليهم بشكل أكثر فاعلية وكفاءة وسهولة.

بالنسبة للدول العربية فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية لا زال ضعيفاً جداً وهو في كثير من الحالات إن وجد يتم باجتهادات فردية لأشخاص أو مسؤولين في تلك المؤسسات وليس بشكل مهني ومدروس.

<sup>1</sup>. أطلع عليه يوم 2018/8/12 [www.Mashable.com](http://www.Mashable.com)

<sup>2</sup>. كيف استخدم أوباما التنسيق الاجتماعي للفوز؟». الإقتصادية الإلكترونية، العدد 5775، 3 أغسطس 2009 أطلع عليه يوم 2018/8/12.

هذا التواجد الشخصي رغم أهميته إلا أنه يفتقد للقدرة على التفاعل الكافي والتوظيف الفاعل بشكل مدروس ومهني لخصائص تلك الأدوات، والأهم من كل ذلك أنه يفتقد لعنصر الاستمرارية فيما لو ترك أي من هؤلاء المسؤولين منصبه يوماً. إن الأهم من هذا التواجد الشخصي أن يكون لتلك الجهات الحكومية، ذات الاحتكاك الكبير المباشر بالمواطن . مواقع رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تتفاعل معهم وتجيب على تساؤلاتهم وتجعل الوصول إلى الخدمات المقدمة إليهم أكثر يسراً وسهولة.

### 9- الشبكات الاجتماعية الرقمية محرك الثورات العربية

الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات في وسائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة، هذه الثورة التقنية لم تأذن فقط بولوج العالم إلى عصر المشاركة وقرب نهاية عصر الرقابة والتحكم بالمعلومات، ولكنها أذنت أيضاً بثورة من نوع آخر، ثورة سياسية ضد كافة أشكال التحكم والتسلط والاستبداد. إن المشاركة هي مفهوم يعكس في بعض أبعاده التمرد ورفض كثير من الأوضاع القائمة التي تستند إلى مبدأ التسلط في كثير من جوانب الحياة ابتداء من التنظيم العائلي في كثير من المجتمعات إلى علاقات العمل في المجال الاقتصادي، إلى البعد الإنساني في النظم السياسية التسلطية، وغير ذلك من الأوضاع التي تركز سلطة اتخاذ القرارات المؤثرة في حياة ومصير الآخرين في أيدي فئة محدودة من الأشخاص.<sup>1</sup>

هذه التطورات في وسائل الإعلام الجديد وتحولها إلى حقل للمشاركة (Collaboration) يقودنا بالضرورة للحديث عن الثورات العربية الأخيرة التي تجسد فيها مفهوم المشاركة كأحد العوامل الرئيسية التي ساهمت وبشكل يستحق الدراسة والتحليل في إسقاط ثلاث أنظمة عربية خلال الثمان أشهر الأولى من عام 2011 م وهي أنظمة الحكم في تونس ومصر وليبيا والتي استمر رؤسائها المخلوعين في الحكم على التوالي: 23 سنة و 30 سنة وأخيراً

<sup>1</sup>. الفطافطة محمود: مرجع سبق ذكره. ص 25.

الرئيس الليبي معمر القذافي والذي حكم ليبيا 42 سنة حتى هروبه وسيطرة الثوار على مقر إقامته في باب العزيزية يوم 23 أغسطس 2011 م.<sup>1</sup>

هذا في الوقت الذي لا زالت تستمر فيه ثورات أخرى في سوريا واليمن وتنتظر أخرى دورها لتصرخ جماهيرها بصوت واحد على الأرض وفي الفضاء المعلوماتي قائلة: "الشعب يريد إسقاط النظام" إن من غير العدالة القول بأن فيسبوك أو تويتر هما من أسقط تلك الأنظمة العربية لأن في ذلك إجحاف للثوار الذين ضحوا بأرواحهم سعياً وراء الحرية، فالتقنية هي مجرد أدوات ووسائل لدفع عجلة الحركات الشعبية وليست سبباً في الحراك الشعبي نفسه الذي نتج في حقيقة الأمر بسبب عوامل وظروف اجتماعية وسياسية واقتصادية عديدة عملت مجتمعة إلى إثارة سخط المواطنين في تلك الدول وجعلت الأرض تحت أقدامهم جاهزة للانفجار.<sup>2</sup>

إن ما فعله الفيسبوك وتويتر لم يكن صناعة تلك الثورات أو إيجادها ولكنها عملت على ايقاد شرارة تلك الثورات في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا وغيرها من دول حول العالم، لقد مكّن فيسبوك وتويتر الشعوب في تلك الدول من توحيد أصواتهم والتعاون حيال القضايا الأساسية التي تهمهم وذلك من خلال وضعهم بشكل لم يكن تحقيقه من قبل ممكن على أرضية واحدة مشتركة.

إن الخطوة الأولى لتحقيق عنصر "المشاركة" يكون عبر إيجاد وعي مشترك بالقضية، وهذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعل بمقدور الناس الساخطين من أمر ما معرفة مقدار التأييد وأعداد أولئك الذين يشاطروهم نفس الشعور. هذا الوعي المشترك يمنح الناس الشجاعة لاتخاذ خطوات لم يكونوا ليجرؤا على القيام بها لولا ذلك الوعي، مثل الخروج في مظاهرات أو اعتصام، هذه المظاهرات أو الاعتصامات تتزايد أعدادها شيئاً فشيئاً عبر تعريف المزيد من الناس بها.

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 19.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 19.

وهنا ومع تزايد الأعداد تأتي قوة الحشود المجتمعة. "الشباب المتظاهرين في مصر وتونس وفي أماكن أخرى في المنطقة أصبح بإمكانهم من خلال استخدام أدوات التواصل الاجتماعي أن يقوموا بنشر مطالبهم وأن يدعوا الآخرين للانضمام للمظاهرات وأن يحضوا بمزيد من الدعم من شرائح أخرى عريضة في المجتمع"<sup>1</sup>. أحد المتظاهرين في القاهرة قال: "نحن نستخدم الفيسبوك لتنظيم المظاهرات ونحدد مواعيدها، ونستخدم تويتر للتنسيق، ونستخدم يوتيوب لنخبر العالم ونجعله يشاهد ما يحدث". هذه العبارة تلخص استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المظاهرات،<sup>2</sup>

وفي الوقت الذي جعلت فيه أدوات التواصل الاجتماعي عملية التجمهر وتنظيم المظاهرات أمراً سهلاً، فإنها في المقابل جعلت مهمة الحكومات الاستبدادية أكثر صعوبة في التحكم بالناس. ففي الماضي كان كل ما على الحكومات القيام به هو وضع يدها على الصحف وقنوات التلفزيون والإذاعة وهي مهمة سهلة تمكنهم من التحكم في حجم وماهية المعلومات التي تصل للناس ومن ثم التحكم في تصرفاتهم. ولكن ومع ظهور الإنترنت وتطورها لتصبح أداة تفاعل وتواصل ومشاركة أصبحت مهمة الحكومات شبه مستحيلة، حيث عجزت كل محاولات الحكومة المصرية أو الليبية أو السورية للتحكم بالإنترنت عبر الحجب أو المنع أو حتى القطع وكان الناس يجدون دائماً وسيلة أو أخرى لتجاوز كل تلك الممارسات بعد أن أصبحت السماء فوقهم مفتوحة ولا مجال لإغلاقها من قبل الحكومات.<sup>3</sup>

خلاصة القول أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد أداة للتواصل الاجتماعي كما يوحي به إسمها، ولكنها أصبحت أيضاً أداة قوية في يد الشعوب الباحثة عن الحرية والإصلاح والتغيير السياسي.

1. Goodman, Sarah: *Social Media, «the Use of Facebook and Twitter to Impact Political Unrest in the Middle East through the power of Collaboration*. «a Senior project presented to the faculty of Journalism Department at California Polytechnic state university.2011. P12.

2. Bhuiyan, Serajul: *Social Media and its Effectiveness in the political Reform Movement in Egypt*,2011. P16.

3. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص21.

قد يكون صحيحاً أن الشبكات الاجتماعية ليست هي السبب في قيام ثورات الربيع العربي، ولكنها جعلت الثورات ممكنة وعجلت بها، كما أنها منحت تلك الثورات القدرة على النمو وأكسبتها مزيداً من التأييد والتعاطف داخلياً ودولياً بشكل ما كان له أن يحدث بدونها، لقد نجحت الثورات العربية حتى الآن ومنذ بداية العام 2011م في إسقاط ثلاث رؤساء حكموا دولهم بقبضة من حديد وهم زين العابدين بن علي وحسني مبارك ومعمر القذافي، كما أنها تهز الآن وبقوة عرش الرئيس السوري بشار الأسد والرئيس الفرنسي ايمنويل ماكرون والرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة ولا يمكن لأحد أن يتنبأ بمن سيكون التالي، وكما أن كل أشكال العنف والقمع لم تتمكن من إيقاف تلك الثورات فإن كل محاولات الرقابة والحجب وقطع خدمات الإنترنت والتي مارسها الأنظمة في تلك الدول لم تتمكن من إيقاف تدفق المعلومات سواء بين الجماهير الساخطة أو إلى خارج الحدود لتعريف العالم بحقيقة ما يجري.<sup>1</sup>

لقد أن الآوان للدول العربية أن تتوقف عن تبرير أسباب تلك الثورات بكونها مؤامرات خارجية أو عصابات إجرامية مسلحة وأن الحل يكمن في مزيد من القمع ومزيد من الرقابة والتحكم في وسائل الاتصال، عليها بدلاً من ذلك أن تبحث عن حلول لمشاكل التضخم والفقر والبطالة والفساد، ولا يقل عن ذلك أهمية عليها أن تضع حلول للمشكلة الأكبر التي تواجهها وهي أن مواطنيها عرفوا وذاقوا طعم الحرية وبدأوا بالمطالبة بها بشكل جدي حيث أثبتت الأحداث الأخيرة-التظاهرات الشعبية الجزائرية المنددة لترشح الرئيس بوتفليقة- أنهم على استعداد لدفع أرواحهم ثمناً لها على تلك الدول أن تدرك أن نافذة يستحيل إغلاقها فتحت أمام الشعوب تجعل بمقدورهم التعبير عن آرائهم بصوت يسمعه العالم أجمع وأنه بدلاً من التفكير في كيفية إغلاق تلك النافذة فإن عليهم الاستفادة منها لتحقيق مزيد من الشفافية وجعل حياة المواطنين أكثر سهولة ومعنى.

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص22.

لقد عرضنا في جزء سابق كيف استخدم الساسة الغربيون شبكات التواصل الاجتماعي ليس فقط للترويج لحملاتهم الانتخابية ولكن أيضاً لتقديم خدمات مختلفة للمواطنين والتواصل معهم واستقبال شكاواهم وملاحظاتهم، نفس الشيء فعلته مؤسساتهم الحكومية، هذا هو المطلوب اليوم من الساسة والمؤسسات الحكومية العربية فعله ومن ذلك النظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي على أنها فرص ينبغي الاستفادة منها وليس خطراً يجب محاربته والتضييق عليه.

## ثانياً/ الاتصال السياسي

### 1- ظهور وتطور الاتصال السياسي

إن البحث عن جذور الاتصال يدعونا إلى تتبع العلاقة بعلم الاتصال وعلم السياسة ونعتبر هذه الجهود عند الفلاسفة الإغريق وفي كتابات الفكر السياسي القديم التي اتسمت بإعطاء قدر كبير من الاهتمام بالنظام السياسي وإهمال عملية الاتصال بين أفراد المجتمع لكن هذا لا يعني أن الفلاسفة الإغريق لم يهتموا بموضوع الاتصال وعلاقته بالسياسة فنجد في هذا الصدد كتاب أرسطو "السياسة والخطابة" بين أفراد المجتمع حيث نظر أرسطو للإنسان باعتباره كائن سياسي والدولة في نظره ما هي إلا شركة بين قوم يعيشون وفق قانون التكامل،<sup>1</sup> لكن نجد أن الاهتمام الواضح بموضوع الاتصال السياسي لم يكن بارزاً في هذه المرحلة.

ويعتقد الكثير أن الاهتمام بعلم الاتصال السياسي كعامل متغير في البحوث السلوكية التي ظهرت في عقد الخمسينيات الميلادية، فقد كانت أولى محاولات التنظير لما يسمى بالاتصال السياسي عام 1956 كأحد عناصر البحث في موضوع العلاقة بين القيادة السياسية، والجماعات النشيطة في المجتمع، وذلك بدراسة المحاولات التي تقوم بها القيادات للتأثير على سلوك الناخبين، إلا أن أول من أعطى دفعة قوية لهذا العلم هو جون ميلتون (John Milton) صاحب النظرية الليبرالية، من خلال تأكيده على الحرية في التعبير

<sup>1</sup>. سعد آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 39.



والتواصل والمشاركة السياسية، هذه النظرية التي تبلورت بشكل واضح وجلي في القرن السادس عشر من خلال الإضافات الفكرية لأساتذة العلوم السياسية الذين كانوا يحاولون تأسيس نظام سياسي أمثل من خلال رفع القيود التي تفرضها الحكومات على حرية الرأي والتعبير، وفلسفة هؤلاء المنادين برفع الرقابة عن الاتصال تتمحور حول الفرضية التي تقول إن حرية الاتصال تشجع على الحوار والنقاش واستعمال العقل من أجل الوصول إلى الحقيقة هذه الفرضية التي بني عليها الساسة دعوتهم لحرية الاتصال وجدت قبولا واستحسانا من فئات اجتماعية متعددة في أوروبا منها:<sup>1</sup>

- رجال الدين البروتستانت المحافظين الذين كانوا يعادون الكنيسة الكاثوليكية التي كانت تملي عليهم نمطا فكريا يكرهونه، فطالبوا بالحرية من تسلط هذه الكنيسة، كما طالبوا بالحكومات بتنظيم اجتماعي معين يكفل لهم الحرية من سلطة الكنيسة.

- رجال الأعمال وبخاصة التجار الصغار الذين أيدوا فكرة الاتصال الحر، والسوق الحرة، والمنافسة التجارية التي تستخدم وسائل الاتصال لترويج السلعة ورفضوا الاحتكار الرسمي بكل أشكاله.

- الساسة الذين كانوا يطالبون بالمزيد من المشاركة في المجتمع عبر قنوات الاتصال المختلفة.

- الصحفيون والناشرون الذين طالبوا بحرية الرأي والتعبير ورفع القيود المفروضة على ممارسة العملية الاتصالية.<sup>2</sup>

ولكن التطورات التاريخية في البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي التي شهدتها المجتمعات الغربية قللت من أهمية الأخذ بفلسفة الليبرالية،<sup>3</sup> ومن أهم أسباب ذلك انتشار ظاهرة الصحافة الصفراء في أواخر القرن الثامن عشر الميلادي، حيث كانت الصحف والمجلات

<sup>1</sup>. سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، الرياض، دار الكتاب الحديث، 2010، ص39.

<sup>2</sup>. سعد آل سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 40.

<sup>3</sup>. Lee B.Becker, Maxwell E Mc combs and Jack M.Mc leodn, *The development of political cognitions in Steven Chaffee (Ed) political communication: Issues and strategies for research*, London sage publication 1976, pp 22, 23.

تنشر الفضاخ الأخلاقية في السياسة والاقتصاد تلقى رواجاً كبيراً بين القراء الفرنسيين، وهو ما يفسر ظهور "نظرية المسؤولية الاجتماعية" التي رفضت فلسفة "الأفكار الحرة" ودعت إلى ممارسة نوع من المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاتصال كنوع من أنواع الإصلاح الاجتماعي ومن أجل ذلك عمدت بعض الهيئات الاتصالية في المجتمعات الغربية، ومن بينها الهيئة المسؤولة عن حرية الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1948 إلى إحداث تغييرات جذرية في النظرية الليبرالية لتتاسب المطالب العامة التي كان يناهز بها المجتمع الأمريكي،<sup>1</sup> أما في دول العالم الثالث فقد رأى المنادون بليبرالية الاتصال إلى إعادة النظر في فلسفة هذه النظرية بحيث تتوافق مع التطورات الجديدة في تلك الدول وتعطي الحكومات نوعاً من ممارسة الرقابة على الوسائل الاتصالية، وهذه الأفكار هي التي عمل "كانط" و"هيجل" و"ماركس" وغيرهم على التأسيس لها لوضع أسس الديمقراطية الحديثة.

وشهد مجال الاتصال السياسي تطورات كثيرة ليس في مجال البحث العلمي فقط، بل امتدت لتشمل الإصدارات العلمية المتخصصة والتدريس في الجامعات والمؤسسات التعليمية والتخصص المهني والممارسة التطبيقية في المؤسسات المتخصصة، مثل مراكز البحث والدراسات السياسية والإستراتيجية، ففي مجال البحوث بدأت في الخمسينات الميلادية من هذا القرن وكان الاهتمام منصباً على موضوعات ذات علاقة ذات وثيقة بالاتصال السياسي مثل تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1952 وتقويم الأثر المصاحب لاستخدام أساليب الدعاية وتحليل مضمون اللغة السياسية المستخدمة في الانتخابات.<sup>2</sup>

وقد تنوعت موضوعات البحث في مجال الاتصال السياسي في السنوات التي تلت منتصف هذا القرن، وبلغت الذروة في اهتمام الباحثين والمتخصصين بها وبخاصة حملتي الاتصال والعلوم السياسية. ففي عام 1972 أصدرت مجموعة من أساتذة الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية قائمة ببليوغرافية بأسماء بعض الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال

<sup>1</sup>. سعد آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، ص 41.

<sup>2</sup>. صفوت محمد العالم: الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005، ص 13.

الاتصال السياسي بلغت أكثر من ألف دراسة علمية وبعد ذلك بعامين أي عام 1974 قام ثلاثة من الباحثين الأمريكيين المتخصصين في الاتصال السياسي بحصر البحوث والدراسات التي تناولت الاتصال في الحملات الانتخابية السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأخرى فكان مجموع ما استطاعوا حصره من البحوث والدراسات يزيد عن 1500 دراسة متخصصة،<sup>1</sup> هذه الدراسات وغيرها من البحوث التي تلتها وبخاصة في عقد الثمانينات الميلادية من هذا القرن لم تعد مقصورة على البحث في موضوع الاتصال السياسي كأحد المتغيرات التي تدرس العلاقة بين الحكومة والمجتمع فحسبه، بل توسعت لتشمل موضوعات متعددة ومتنوعة مثل اللغة السياسية، الخطابة السياسية، الإعلان السياسي، الدعاية السياسية، المناظرات في وسائل الإعلام، ووسائل الاتصال، التنشئة السياسية، الحملات الانتخابية، الرأي العام للدول والحكومات، الحركات السياسية، العلاقة في الحكومة ووسائل الاتصال، وغير ذلك من الموضوعات التي تفرضها الظروف التي تمر بها المجتمعات المعاصرة.<sup>2</sup>

وتزامنت هذه الفترة مع بروز مفاهيم جديدة باتت فيما بعد من صميم الاتصال السياسي كالرأي العام، والأحزاب، وجماعات الضغط وغيرها، ومع التغيرات العالمية المتتالية وتأثيرات العولمة ثم انتشار وسائل الإعلام والاتصال، انفجار الشبكات الرقمية تزايدت الحاجة إلى الاتصال السياسي ومن الاهتمام بدراسة علاقة الفرد والسياسة وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، فلم تعد السياسة حكر على من يمارسها، بل أصبحت سلوكا يقوم به الأفراد العاديون إلى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر بعصر السياسة والتسييس.

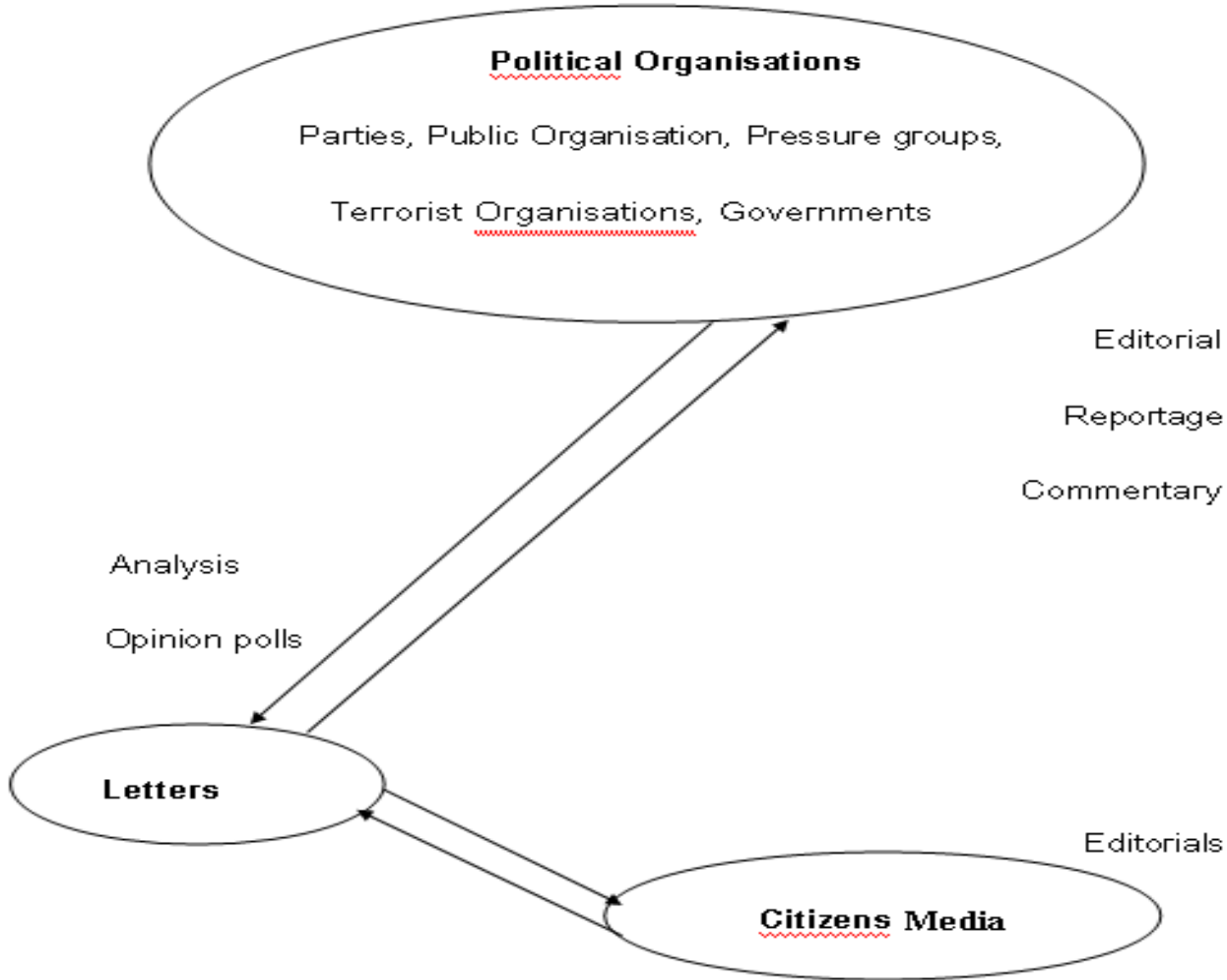
<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 41.

<sup>2</sup>. صفوت محمد العالم: مرجع سبق ذكره، ص 15.

## 2- العناصر الأساسية المشتركة في عملية الاتصال السياسي:

سنحاول من خلال هذا العنصر تسليط الضوء على ثلاث عناصر أساسية يتكون منها الاتصال

السياسي وهي:



### الشكل (3): العناصر المشتركة في عملية الإتصال السياسي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على محاضرات الأستاذ سعيدي طارق مقياس

الاتصال السياسي

## 1.2- الدوائر السياسية

ويمكن أن نطلق عليه أيضا تسمية الفاعلين السياسيين والذين يمكن أن نعرفهم بشكل محدود على أنهم الأفراد الذين يمتلكون رغبة قوية في التأثير على عملية صنع القرار وذلك

من خلال العمل المنظماتي أو المؤسساتي ومحاولة امتلاك السلطة السياسية أو القرار السياسي في الحكومات والمجالس الدستورية وأيضا المجالس السياسية المنتخبة وهي السلطة التي تسمح لهم بتنفيذ برامجهم السياسية أو التمويع في المعارضة ومحاولة عرقلة البرامج السياسية قيد التنفيذ وتضم الدوائر السياسية كل من:

## 2.2- الأحزاب السياسية

تشير هذه الفئة من الفاعلين السياسيين بشكل واضح الى الأحزاب السياسية التي تم تأسيسها بشكل رسمي، ويمكن أن نقول أيضا أن الأحزاب السياسية هي قنوات رسمية والية من آليات الحياة السياسية التي تسمح بخلق مشاركة فعالة، فهي اذن وسيلة للتواصل بين المحكومين والحكام من خلال انتخاب ممثلي الشعب وحكامه.<sup>1</sup>

فالأحزاب السياسية تعتبر مدارس الشعوب التي تقوم من خلال وسائلها بإبراز مشاكلها ومحاولة تقديم مقترحات لحلها، وتقوم أيضا من خلال دورها إلى تكوين ثقافة سياسية لدى المواطنين تسمح لهم بالمشاركة في صنع القرارات ورسم السياسات العامة، كما تعد الأحزاب السياسية في المجتمعات الديمقراطية قوى ضاغطة على الحكومات<sup>2</sup>، ويمكن تعريف الأحزاب السياسية بشكل اخر بأنها جماعة من الأفراد قد تكون قليلة أو كثيرة العدد وقد تكون قوية أو ضعيفة الترابط ويعتقون المبادئ والإيديولوجيات السياسية نفسها ويضغطون من أجل تحقيق الأهداف السياسية نفسها وهذه الأهداف تعكس منظومة القيم التي يدافع عنها الحزب وهي المبادئ والأيديولوجيات السياسية نأخذ على سبيل المثال التزام حزب المحافظين البريطاني بالحرية الشخصية او الفردية والتجارة الحرة على عكس حزب العمال الذين يفضلون الرأسمالية الإنسانية وذلك من خلال المبادئ، أيضا: الحزب الديمقراطي في الولايات المتحدة الأمريكية المعروف بنضاله من اجل ما يطلق عليه الرأسمالية النسبية في الجانب الاجتماعي وأيضا مقاربه المتمثلة في المشاركة او الوساطة الحكومية في الجانب الاقتصادي عكس الحزب

<sup>1</sup>. لطيفة ابراهيم خضر: الديمقراطية بين الحقيقة والوهم، القاهرة، عالم الكتب، 2006، ص 189- 191.

<sup>2</sup>. سليمان محمد الطماوي: النظم السياسية والقانون الدستوري، د م ن، دار الفكر العربي، 1988، ص 261، 262.

الجمهوري الذي يناضل من أجل تقليص دور الحكومة في جميع أشكال الحياة الاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>

بالرغم من الاختلافات الايديولوجية بين الأحزاب السياسية في الديمقراطيات المعاصرة إلا أننا يمكن أن نصادف تحالفات تشترك فيها هذه الأحزاب على مستوى المجالس المنتخبة وذلك من أجل تحقيق أهدافهم المشتركة ومحاولة إقناع جمهور الناخبين وانتظار موعد الانتخابات من أجل اختبار برامجهم السياسية.

يظهر جليا بالنسبة للأحزاب أن سريان العملية سياسية بكل سياسة يرجع بالدرجة الأولى الى قدرة هذه الأحزاب على تحقيق اتصال فعال مع الهيئة الناخبة او على الأقل مع الأفراد الذين ساندهم ومنحوا لهم شرعية الحكم.

توجد بعض الدول الرأسمالية مثل الولايات المتحدة الأمريكية أين يمنح حق الانتخاب لفئة قليلة يطلق عليها تسمية "الناخبون الكبار" وفي هذه الحالة يكفي ان تقوم الأحزاب السياسية باستخدام الأشكال المختلفة التي يوفرها الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والجماهيري مثل التجمعات والملتقيات بالإضافة الى استخدام اللقاءات الصحفية ووسائل الإعلام الجديدة وذلك من أجل إعلام الكتلة الناخبة المتبقية أو ما يعرف "بالناخبين الصغار"، اما في حالة الاقتراع العام فيصبح من الضروري جدا استخدام وسائل الإعلام الجماهيري

سنحاول ان نناقش في نقاط أخرى استراتيجيات الاتصال التي تم تطويرها من طرف الأحزاب السياسية وذلك، من أجل التأثير على الناخبين وهي تشبه الى حد كبير الاستراتيجيات المستخدمة في عالم إدارة الأعمال مثل الإعلان والتسويق والعلاقات العامة، فالتسويق السياسي هو نظير للتسويق التجاري ويختلفان باختلاف الدوائر السياسية عن الدوائر التجارية (المواطن او الناخب يختلف عن المستهلك) (كما ان السلعة في الدوائر التجارية تختلف عن البرنامج السياسي وعن المترشح وعن الحزب في الدوائر السياسية فكلاهما تستخدم وسائل الاتصال الجماهيري من أجل التأثير في البيئة المحيطة التي تحركها المنافسة بين أكثر من سلعة.

<sup>1</sup>. سليمان محمد الطماوي: مرجع سبق ذكره، ص 262.

اما الإعلان السياسي فهو بدوره شكل من أشكال الاتصال السياسي ويستخدم من اجل منح قيمة مضافة لسلعة معينة (مترشح، حزب) تجعلها تختلف عن باقي المنافسين في نظر المستهلك (المواطن او الناخب) تماما مثل الإعلانات التجارية التي يحول فيها صناع الإعلان إضافة قيمة معينة الى مسحوق معين للتنظيف من اجل تمييزه عن باقي المساحيق الأخرى التي تعج بها الأسواق.

النوع الثالث من الاستراتيجيات التجارية المستخدمة في عالم السياسة هو العلاقات العامة والتي تعني استخدام وسائل الإعلام من اجل ادارة المعلومات كاستراتيجية مصممة من اجل ضمان وتحقيق اكبر قدر من الإيجاب في أوساط الجماهير الداخلية او الخارجية وتحسين صورة المؤسسة وتقليل قدر الإمكان من المعارضين.

والعلاقات العامة تشتمل على العديد من الأنشطة مثل المؤتمرات الحزبية اين تحضر وسائل الإعلام من اجل تغطية النشاطات بالإضافة الى المؤتمرات الصحفية التي تسمع للأحزاب بوضع أجندة مفصلة لأنشطتها في فترة زمنية معينة. فكل ما سبق ذكره من الأنشطة السياسية والإعلامية تستخدم من اجل تحقيق صورة ايجابية للحزب بينما هناك أيضا أنشطة دفاعية تستخدم كردود أفعال مثل محاولة إيقاف إشاعة معينة تدمر صورة الحزب.

### 3.2- منظمات المجتمع المدني:

إذا كانت الأحزاب السياسية هي القلب الدستوري النابض للعملية السياسية الديمقراطية فالأكيد أنها لا تمثل لوحدها ما يعرف بالفاعلين السياسيين، فهناك أيضا المنظمات المدنية غير المتحزبية والتي تمتلك أهدافا سياسية مثل النقابات العمالية، المنتديات الاقتصادية، جمعيات أرباب العمل، المنظمات الطلابية، جمعية حماية المستهلك.<sup>1</sup>

البعض من هذه المنظمات تمتلك صلة مباشرة وواضحة مع الأحزاب السياسية يمكن تقسيم

هذه المنظمات الى ثلاث فئات رئيسية:

<sup>1</sup>. داود جفافة، عبدة صبطي: دور الإعلام الجديد في دعم منظمات المجتمع المدني في المنطقة العربية، المجتمع المدني، بسكرة، منشورات مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، 2014، ص370.

1 - الجمعيات او المنظمات المهنية

2- الجمعيات التي تتعلق بالمستهلكين

3- الاتحادات التجارية (يمكن اعتبارها إحدى الفواعل السياسية في دول الرأسمالية).

الجدير بالذكر أن هذه الفئات لا تقوم على أسس إيديولوجية وإنما تقوم على أساس الخصائص المشتركة بين مؤسسي هذه المنظمات وأعضاؤها وهذا الأساس يمنحهم أفضلية في تسهيل إنشاء هذه المنظمات مثل مشاكل العمل، ضعف الأفراد في مواجهة الشركات الكبرى (ايضا الشركات تشترك بشكل منظم في منظمات من أجل التأثير على صنع القرار الحكومي).

#### 4.2- جماعات الضغط

تعتبر العنصر الثاني من العناصر غير الحزبية التي تشكل المنظمات السياسية، جماعات الضغط نجدها أيضا بجماعات القضية الواحدة، ويمكن تمييزها عن العناصر الأخرى من عناصر المنظمات السياسية بأنها:

- عادة ما تكون أقل مؤسساتيا وأقل رسميا في التكوين.

- أهدافها المعلنة غالبا ما تكون سياسية.

تتكون جماعات الضغط حول القضايا مثل: المحافظة على البيئة فهي غالبا ما تميل الى تنظيم حملات دعائية حول قضية واحدة فقط مثل الحد من انتشار الأسلحة النووية التي ظهرت في بدايات الثمانينات (الحركة المناهضة للأسلحة النووية) أيضا قضايا مثل الاحتباس الحراري في القرن الواحد والعشرين.<sup>1</sup>

جماعات الضغط البيئية تجسد نمو جماعات الضغط الدولية التي تركز على حل المشاكل التي تتجاوز الحدود الوطنية، فنجد مثلا حركة البيئة هي على سبيل المثال من بين الحركات التي حاولت كسر حاجز السياسة والاندماج في العملية السياسية التقليدية من خلال تأسيس أحزاب سياسية معروفة بأحزاب الخضر في أوروبا وتمتلك مثل أي حزب سياسي ممثلين

<sup>1</sup>. هشام محمد علي: جماعات الضغط، العلاقة المتبادلة ما بين الأحزاب السياسية والنقابات ومنظمات المجتمع المدني،

اطلع عليه في نوفمبر 2017، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=93407>



منتخبين في كل من ألمانيا وانجلترا وباقي الدول الأوروبية،<sup>1</sup> ونجد حاليا أن حركات البيئة والمناخ تمتلك تأثير كبير على الأجندة السياسية حيث تؤثر على الأحزاب السياسية من أجل تبني سياستها أو على الأقل القيام بتأييد سياستها ظاهريا، فنجد من بين مظاهر التأييد لهذه السياسات مثلا أن دافيد كاميرون رئيس الوزراء البريطاني وضع السياسات الخضراء في صلب برنامجه الانتخابي عام 2010.

ايضا تعتمد سياسات جماعات الضغط مثلها مثل الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني وبشكل كبير جدا على الاتصال وذلك باستخدام الإعلان والعلاقات العامة، وقد أثبتت بعض الجماعات مثل جماعة الفضاء الأخضر وجماعة أصدقاء الأرض تمكنهم من استخدام التقنيات الاتصالية بكل مهارة. الصعوبات التي تواجه نشاط غالبية الجماعات تتمثل في قلة الدعم المادي ومصادر التمويل التي تمتلكها العناصر الأخرى المؤسسة بشكل رسمي، وبالتالي من أجل التغلب على هذه الصعوبات ومواصلة نشاطها وجب تبني طرق اتصالية قليلة التكلفة من أجل تبليغ الرسائل السياسية مثل الأشكال الرمزية للاحتجاج وتصميمها بشكل يجذب انتباه وسائل الإعلام.

جماعات الضغط تختفي في غالبها أو على الأقل ينقلص نشاطها ودورها بانتهاء القضية التي يناضلون من أجلها.

## 5.2- التنظيمات الإرهابية:

الفئة الثانية من الفواعل السياسية غير المتحيزة هي التنظيمات الإرهابية، فبالرغم من أن عبارة الإرهاب يمكن أن تكون مفروضة من طرف أعضاء هذه الجماعات وقد تكون رؤيتهم لأنفسهم كمحاربين في حركات المقاومة من أجل الحرية أو في جبهات التحرير الوطنية، لكننا نستخدم عبارة الإرهاب في هذه الدراسة للإشارة إلى الجماعات التي تستخدم تكتيكات الإرهاب المدني (القتل، الاختطاف، قطع الطرق بالعنف) من أجل تحقيق أهداف سياسية.

<sup>1</sup>. هشام محمد علي: مرجع سبق ذكره.

هناك العديد من المنظمات على المستوى الدولي والتي لديها علاقة بالإرهاب وهي معروفة عالميا منها:

- أ. الجيش الديمقراطي الايرلندي (ايرلندا الشمالية).
- ب. منظمة ايتا في منطقة الباسك الاسبانية.
- ج. الدولة الإسلامية في العراق والشام ( داعش )
- د. منظمة القاعدة ( تنظيم القاعدة ).

جميع هذه المنظمات وغيرها تشترك في الاستعداد والرغبة في تحقيق أهدافها السياسية خارج الأطر السياسية الدستورية القانونية وتستخدم العنف كوسيلة من أجل الاقناع مع أنها لا تمتلك الشرعية في أوساط الغالبية من الناس، ونجد أن الجماعات الارهابية تقوم غالبا باستهداف اهتمام وسائل الإعلام وتحاول استقطابها قدر الامكان فهي تكافح من أجل جعل الجمهور المستهدف يعي وجود هذه الجماعات وأهدافها، فهذه المنظمات غالبا ما تكون رسائلها الإعلامية عنيفة وغير شرعية هذا عكس ما يعرف بارهاب الدولة (الارهاب الذي تموله الدولة) الذي يميل الى تجنب التعريف بنفسه والاشهار عن عملياته.<sup>1</sup>

كما نجد من ناحية أخرى أن الجماعات الارهابية الحديثة تستخدم العلاقات العامة وتستخدم مختلف الأشكال الاتصالية من أجل التسويق لأهدافها (أكبر مثال الأفلام الدعائية التي تنتجها داعش).

الجدير بالذكر أيضا أن أعمال العنف العشوائي التي تستهدف المدنيين يمكن اعتبارها شكل من أشكال الاتصال السياسي الذي يقصد منها إرسال أو بث رسالة إلى الناخبين (الجمهور في هذه الحالة).

<sup>1</sup>. عبد الله بن موسى الطائر: التنظيمات الارهابية والشباب، صحيفة عاجل الالكترونية <https://ajel/sa> أطلع عليه في ديسمبر 2017.

## 6.2-الجمهور

الهدف من كل اتصال سياسي هو الإقناع والمستهدف من العمليات الاتصالية ذات الأهداف الإقناعية هو الجمهور، فالجمهور هو العنصر الثاني في عملية الاتصال السياسي، وجمهور الاتصال السياسي يمكن أن يكون واسع جدا، كما يمكن أن يكون ضيق جدا، فالجمهور الواسع يمكن أن يصل الى مستوى جمهور الناخبين في الدولة، فخلال الحملات الانتخابية نجد أن استراتيجيات الإقناع واضحة جدا وتتجسد في العديد من المضامين السياسية التي تبث عبر وسائل الإعلام المختلفة التقليدية منها والحديثة والهدف النهائي لجميع هذه المضامين والاستراتيجيات هو الجمهور (الناخب)<sup>1</sup>، كما ان جمهور الاتصال السياسي يمكن أن يكون ضيق بالمقارنة مع الانتخابات وذلك في العديد من الحالات من بينها على سبيل المثال لا الحصر الاتصال السياسي الذي ينشأ من خلال الأعمال الإرهابية كما حدث في الماضي ويحدث بشكل متكرر في زمننا الحالي كاحتجاز الرهائن الأمريكيين في ايران خلال سبعينات القرن الماضي الى الهجوم الارهابي الذي تبناه الجيش الايرلندي والذي استهدف المركز التجاري في مدينة مانشيتر في عام 1995 وهجومات 11 سبتمبر 2001 على برجى التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية، الى هجوم شارلي ابيدو بباريس، الى هجومات متحف باردو بتونس والقائمة طويلة.

كل العمليات السابقة تستهدف تحقيق أغراض سياسية كما ان الجمهور المستهدف من خلال هذه العمليات يمكن أن يكون أضيقت نوعا ما اذا ما قورن بجمهور الناخبين الذي يستهدف خلال الحملات الانتخابية.

بغض النظر عن حجم جمهور الاتصال السياسي وطبيعته فانه بشكل عام يهدف إلى تحقيق تأثير على مستقبل الراسائل والمضامين السياسية ومحاولة اختبار وجود أو عدم وجود آثار تخلفها رسائل الاتصال السياسي بالإضافة الى محاولة قياس الأثر الذي تحققه هذه المضامين والرسائل على الجمهور في حالة وجوده هو السبب الذي فعل جهود العديد من

<sup>1</sup>. سليمة رابحي: مرجع سبق ذكره، ص 86.

الباحثين في هذا المجال فنجد محاولات من أجل قياس أثر الصورة المرئية لرجال السياسة على آراء الناخبين أو على وجهات نظرهم وقياس تأثير التغطية الإعلامية على الناخبين وغيرها من المواضيع والزوايا التي تعالج العلاقة بين الجمهور وبين الرسالة الإعلامية السياسية، ورغم اتساع المضامين التي تعالج هذه العلاقة وتحاول تفكيكها واستيعاب جميع المتغيرات التي تدخل ضمن هذه العلاقة إلا أنها لا تزال غامضة ويصعب كثيرا التحقق منها تجريبيا.

## 7.2- وسائل الإعلام والاتصال

تعد وسائل الإعلام العنصر الثالث من عناصر الاتصال السياسي، ففي الأنظمة الديمقراطية تقوم وسائل الإعلام بوظيفة مزدوجة تتمثل في بناء الرسائل السياسية من طرف القائمين بالإعلام فيها وبنثها إلى الجمهور كما تقوم بإعادة إرسال مضامين الاتصال السياسي الذي ينشأ خارج المؤسسات الإعلامية، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام والتي سبق توضيحها في الشكل السابق، تعد هامة جدا في عملية الاتصال السياسي فوسائل الإعلام هي الأداة التي يستخدمها الفاعلون السياسيون من أجل تبليغ الرسائل السياسية إلى الجمهور المستهدف في كل من البرامج السياسية والخطابات السياسية بالإضافة إلى الحملات التي تقوم بها جماعات الضغط والعمليات التي تقوم بها الجماعات الإرهابية تحاول تحقيق حضور سياسي لهذه المنظمات على الساحة السياسية من أجل تحقيق اتصال فعال مع الجمهور.<sup>1</sup>

يمكن القول أنه عموما كل الفاعلين السياسيين يحاولون إيجاد منفذ إلى وسائل الإعلام بطرق عديدة ومختلفة منها ما هو قانوني ومنها ما هو غير ذلك، فالعديد من المنظمات السياسية تمتلك الحق في الحصول على مساحات اعلامية بحكم النصوص القانونية التي تحكم العديد من هيئات البث العمومية والتي تضمن الحياد والتوازن بين مختلف الفاعلين السياسيين وتضمن أيضا تقسيم أداء الإعلام من أجل إتاحة الفرصة لجميع المضامين السياسية المختلفة للظهور على وسائل الإعلام والتي يراد إيصالها إلى الجمهور وهذا بالرغم من أنه يصعب كثيرا

<sup>1</sup>. محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

على وسائل الإعلام أن تضمن الحياد وأن تكون موضوعية في تناولها للأخبار للأحداث السياسية الجارية بشكل كامل، فالعديد من الصحفيين ورجال الإعلام يعارضون ويحتجون على انحياز وسائل الإعلام لكن غالبا ما نجد هذه الممارسات غير المهنية تستمر وتطغى على العمل الإعلامي وعلى التغطية الإخبارية للأحداث السياسية فمسح بسيط لأدبيات الاتصال السياسي والتي تتضمن دراسات علمية إعلامية عديدة ومختلفة وتتناول مختلف مواضيع الممارسة الإعلامية ومن زوايا مختلفة يوضح لنا انه غالبا ما تكون مضامين الإعلامية التي تتناول أحداث سياسية معينة محملة بأحكام قيمية وغير حيادية .

يمكن ان نجد اراء عديدة ومختلفة حول فعالية وقوة تأثير المخرجات السياسية او الرسائل السياسية لوسائل الإعلام واستمرارها إلا انه لا يوجد خلاف حول الدور المحوري لوسائل الإعلام الجديدة في العملية السياسية فهي التي تتناول وتتداول الأحداث والأخبار السياسية في المجال العام كما انها هي التي تساهم في تسهيل بث وحقن وجهات النظر المناهزة وغير الحيادية في المجال العام الواسع، ولهذا السبب يعتبر انحياز وسائل الإعلام الجديدة متغير مفتاحي مهم جدا على الساحة السياسية.

يرجع العديد من أسباب انحياز المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام المختلفة سواء كانت مطبوعة أو سمعية بصرية أو الكترونية رقمية في مختلف المجتمعات إلى القيود والعراقيل التي توجهها هذه الوسائل في عملية جمع الأخبار كما ان هناك العديد من الأسباب أيضا تعود إلى مساندة وتأييد هذه الوسائل لأحزاب سياسية او شخصيات سياسية معينة لكن تبقى احد أهم الأسباب راجعة إلى ملكية هذه الوسائل في حد ذاتها وطبيعة الجهات التي تمتلك هذه المؤسسات.<sup>1</sup>

تعد المجتمعات الليبرالية أكثر المجتمعات انفتاحا على الآراء الأخرى في وسائل الإعلام المختلفة حتى ولو كان ذلك نسبيا مثل ما هو موجود في الولايات المتحدة الأمريكية وفي بريطانيا، والجدير بالذكر أن الأنظمة الإعلامية داخل هذه الدول كثيرا ما تحاول الالتزام

<sup>1</sup>. محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 102.

بالحيادية في معالجتها الإعلامية، كما نجد أن المذيعين أو العاملين في قطاع الإعلام التلفزيوني هم أكثر الفئات الإعلامية تحفظاً وحيادية بالمقارنة مع العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة وهذا بالرغم من أن بعض البرامج الحوارية السياسية يظهر الانحياز على مضامينها. بالرغم من أن هذا الانحياز في الديمقراطيات الحديثة أخذ في الاتساع إلا أنه لا يمنع الاعتراف بأن المؤسسات الإعلامية المختلفة هي فواعل مهمة جداً في عملية صنع القناع السياسي. تخضع الرسالة السياسية الإعلامية قبل تلقيها من طرف الجمهور إلى العديد من التعديلات والتغيرات على نطاق واسع ليصبح على مقياس السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية وذلك في عملية الإنتاج السمعي البصري من أجل تحقيق تأثير على الجمهور كآخر محطة للرسالة الإعلامية السياسية.

### 3-العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي

تتعدد العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما

يلي:

#### 1.3- خصائص النظام السياسي

يعد المناخ السياسي السائد في المجتمع وخصائصه من العوامل الهامة والمؤثرة في الاتصال السياسي، والذي يمثل رؤية السلطة السياسية لدور المواطن ومدى توافر التنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المختلفة، بالإضافة لرؤية السلطة للنظام الإعلامي لهذا فإن المشاركة التي تمارس في المجتمعات الغربية ترتبط بالإطار الدستوري والمؤسسي والذي يشمل التعدد الحزبي، الجماعات المصلحية، حرية الثقافة، البرلمان وأجهزة الحكم المحلي وغيرها.<sup>1</sup>

وإن الأحزاب السياسية تقوم بدور هام في تحديث المجتمعات وترشيد ممارسات السلطة السياسية وجعل المجتمع أكثر قابلية للمشاركة في صنع القرارات العامة وزيادة دور الرأي العام، وكلما تعددت الأحزاب زادت الفرص للاختيار بين برامج وسياسات متباينة، حيث يسعى كل

<sup>1</sup>. بلقيس احمد منصور: الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي، القاهرة، مكتبة مدبولي، د س ن، ص 15.

حزب للحصول على تأييد الأغلبية من أفراد المجتمع لبرامجه وسياساته في الانتخابات العامة، حتى يتمكن من تولي السلطة التي تتيح له تنفيذ برنامجه الانتخابي.<sup>1</sup> كما ولقد أصبحت المشاركة الشعبية الكبيرة في عملية اتخاذ القرار السياسي هدفا اجتماعيا مهما في النظم الديمقراطية، حيث يرتبط ذلك بشكل وثيق بانتشار المعارضة وجماعات العمل الجماهيري والمشاركات السياسية غير التقليدية وصولا إلى مشاركة أكثر فاعلية في العملية الديمقراطية، خصوصا أن الديمقراطية تمثل المرحلة التي يكون فيها لجميع المواطنين نصيب من السلطة.

ومع أهمية الدور السياسي للأحزاب السياسية إلا أنه بدأ يضعف تدريجيا، وذلك بسبب تراجع التفاعل الجماهيري مع هذه الأحزاب السياسية، نتيجة لإضافة قضايا جديدة إلى جدول الأعمال السياسية وللصعوبات التي واجهتها الأحزاب العريقة في تعاملها مع القضايا، بالإضافة إلى الخصائص المتغيرة للجماهير المعاصرة وخاصة بعد الانتشار الهائل لمصادر المعلومات والتعليم، والذي أدى بدوره إلى تكوين مجتمع قادر على التعامل مع تعقيدات السياسة واتخاذ القرارات السياسية الخاصة بكل فرد من أفرادها، ولكن مع تضاؤل الولاء التقليدي للأحزاب والجماعات أصبحت القضايا أساسا أكثر أهمية للسلوك الانتخابي، كما أن مشكلة تراجع ثقة أفراد المجتمع بالمؤسسات السياسية والقادة السياسيين، وضع قيود إضافية على الأنظمة الديمقراطية.<sup>2</sup>

وأخيرا فإن اختلاف أنظمة الحكم وتوجهاتها نحو وسائل الإعلام واتساع قاعدة المشاركة في اتخاذ القرارات أو انحسارها ومستوى الديمقراطية في الدول، بالإضافة إلى اختلاف القوانين المحددة لدور وسائل الإعلام والحاكمة لطريقة عملها، كل هذه العوامل وغيرها أثرت في الاتصال السياسي، كما أن مفهوم الديمقراطية في النظم الإعلامية المختلفة ذو طابع جدلي

<sup>1</sup>. حامد عبد الماجد السيد: دور السلطة السياسية في تشكيل الرأي العام : دراسة للحالة المصرية، رسالة دكتوراه غير

منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد دور العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 1996، ص2.

<sup>2</sup>. بلقيس أحمد منصور: مرجع سبق ذكره، ص 17.

نتيجة للتفسيرات المختلفة لتطبيقاته، والتي تتمثل في التعددية والتنوع واختلاف السياقات الاجتماعية والسياسية التي يعمل في إطارها، بالإضافة إلى الخلافات الحادة على مفهوم الحرية في دساتير النظم المختلفة، حيث أن كل جهة أو طرف أو مؤسسة أو غيرها تتجه نحو التفسير الذي يعبر عن مصالحها ويحفظها.

### 2.3- طبيعة النظام الإعلامي

لقد أصبحت وسائل الاتصال أحد المكونات الأساسية للجهاز السياسي للدولة المعاصرة، حيث تستخدم كأداة للبناء والتحول الحضاري والسياسي، كما وتعمل على ربط الجماهير وتنويرها بحقائق التحول وتسهم في دعم جهود وتوجيهات الدولة والقيام بالوحدة الوطنية وتوسيع آفاق المواطن ودفعه نحو المشاركة السياسية ونقله من المحليات الإقليمية الضيقة إلى آفاق قومية وعالمية.

وتقوم وسائل الإعلام بتوسيع الحوار بين الساسة والمحكومين وتعريف الأفراد بالسياسات والإجراءات الرسمية، كما أنها تعمل على نقل تصوراتهم للسلطة الحاكمة، إلا أن نظرة الدولة إلى وسائل الاتصال تتباين بحسب طبيعة وفلسفة النظام السياسي القائم وموقفه من وسائل الاتصال وتصوره لوظيفتها ودرجة الحرية الممنوحة لها، حيث تخضع وسائل الإعلام والاتصال لمجموعة من العوامل والضغوط والقوانين المتمثلة بالدستور والقوانين الحكومية، ومن أبرزها (قانون المطبوعات وقانون الملكية الفكرية- التي تكفل الحقوق والحرية أو تقوم بتقنين التراخيص أو تفرض الرقابة- والقوانين واللوائح المنظمة للمؤسسات الإعلامية).<sup>1</sup>

ولكن هناك عوامل في وسائل الإعلام تؤثر على المضمون الإعلامي فيها وطبيعته، وأهمها نمط الملكية ومصادر التمويل ونمط الفكر الإداري والتنظيمي الذي تتبناه المؤسسات الإعلامية وتوجهات السياسة التحريرية ومستوى تأهيل القائمين عليها ونمط العلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر المعلومات والأخبار، بالإضافة إلى تقنيات الاتصال المتاحة في المجتمع

<sup>1</sup>. نور الدين قريال: الاتصال السياسي والديمقراطية، <http://mhespress.com>، أطلع عليه في نوفمبر 2017.



وأسلوب معالجة الأخبار والمعلومات، حيث أن النظام السياسي يسعى للتأثير على كل ما سبق من العوامل لتخدم أهدافه ومصالحه.<sup>1</sup>

كما أن تأثير العملية الاتصالية يتوقف في الأساس على أداء وكفاءة عناصر الاتصال، كما أنه وعلى ضوء ما يتوفر لدى القائم بالاتصال من مهارات وكفاءات في الأداء يتوقف مصير العملية الإعلامية برمتها، ومن أهم العوامل الفاعلة التي تؤثر على الكفاءة الاتصالية والأداء المهني للعاملين بالمؤسسات الإعلامية هي: مستوى المعلومات المتوفرة لديهم، التجارب العملية، مواقفهم إزاء المواضيع السياسية المطروحة، مدى علاقاتهم بالمؤسسة الإعلامية وتوجهاتها السياسية وتصورهم للجمهور المتلقي، حيث كلما زادت نسبة الاتفاق بين القائم بالاتصال والجمهور حول ما يطرح من أفكار ومواضيع زاد الفهم المشترك بينهما، وكلما صممت الرسالة لتلائم خصائص وظروف المجتمع وتلبي احتياجاته وتتفق مع المستوى الإدراكي والقيمي له، كانت أكثر تأثير فيه، وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار أن ما سبق من عوامل تختلف من مجتمع إلى آخر ومن وسيلة إلى أخرى وفقا لفلسفة الاتصال وسياسته السائدة (مدى الحرية الممنوحة للإعلام)،<sup>2</sup> ومن نمط ملكية إلى آخر ووفقا لتوجهات الجهة القائمة على الملكية وتصوراتها حول طبيعة الدور السياسي الذي يجب أن تمارسه وسائل الاتصال في المجتمع.

### 3.3-العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية

هناك علاقة تفاعل متبادلة بين نظام الاتصال والنظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، حيث أن متغيرات البيئة تحدد فاعلية وكفاءة عملية الاتصال، كما ولا يمكن فهم نظام الاتصال وفاعليته دون فهم وضعه في إطار النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي ودون معرفة

<sup>1</sup>. بسيوني إبراهيم حمادة: العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهير في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في

مصر: دراسة ميدانية وتحليل مضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1982، ص 61.

<sup>2</sup>. محمد صفوت العالم: وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية في النظم السياسية المختلفة : دراسة حالة للانتخابات النيابية في مصر، 1984، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1987، ص 78.

النسيج الاجتماعي والمعتقدات الثقافية التي يعمل من خلالها، خصوصا أن الأيديولوجية تشكل المصدر الأساس للمبادئ العامة لسياسة الدول.

فقد أشار سنالي ليريز إلى فكرة التوظيف الكفاء لكل مكونات النظام الاجتماعي والتي تؤكد على أن أي فشل أو نجاح لأحد مكونات النظام الاجتماعي يؤثر على النظام كله، كما أشار إلى أن عدم إدراك الدول النامية لذلك قد تسبب في إثارة كم هائل من التوقعات والرغبات يفوق إمكانيات تحقيقها، مما أدى إلى ظهور مفهوم مضاد لذلك وهو ثورة الاحباطات المتزايدة.<sup>1</sup> وتعد الأمية وبخاصة في الدول النامية بسبب انخفاض مستوى الدخل العام والخاص فيها، واحدة من أخطر معوقات الاتصال السياسي في المجتمع، نظرا للآثار السلبية التي تترتب عنها ومنها عدم إدراك الفرد الأمي للمشكلات السياسية والاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، وبالتالي لا يدرك الدور الذي ينبغي له القيام به للمساهمة في إيجاد حل لهذه المشاكل، كما وتعمل الأمية على حرمان كثير من أفراد المجتمع من كثير من المهارات التي تمكنهم من المشاركة في الحياة العامة والاهتمام بمختلف القضايا والحوار حولها ومتابعة الأحداث الجارية والانضمام إلى التنظيمات الرسمية أو غير الرسمية،<sup>2</sup> بالإضافة إلى أن الفرد الأمي لا يعي ولا يدرك معنى ومغزى القرارات السياسية التي تتخذ على المستوى المحلي أو القومي ولا يتعامل معها كما يجب، لدرجة أنه قد يندم لديه الإحساس بأهميتها مما قد يدفعه إلى اتخاذ موقف سلبي تجاه الحكومة أو تبني قيم ومعتقدات وأنماط سلوكية سلبية.

في حين أن الأفراد الأكثر تعليما هم أكثر معرفة بالأنشطة الحكومية ويمكنهم المشاركة في الأنشطة السياسية،<sup>3</sup> كما ويلاحظ أنه كلما ارتفع مستوى تعليم أفراد المجتمع ارتفع مستوى المشاركة السياسية للجماهير وتعددت حاجاتهم وطموحاتهم وازدادت الرغبة لديهم لإشباعها وسارعوا للمشاركة في مختلف أنشطة مجتمعهم السياسية والاجتماعية والثقافية، حيث تقوم

<sup>1</sup>. جبار علاوي: الاتصال السياسي، المنهل، دم ن، د س ن، ص 115.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 116.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص 117.

وسائل الاتصال بأدوار مهمة لأداء الدولة وتوفير قنوات للمشاركة السياسية الشعبية في القرارات الحكومية، وهذا بدوره يساعد على تنمية الإحساس بالواجب الوطني والتفكير بالمصلحة العامة والشعور بالمسؤولية والكفاءة والثقة بالنفس.

كما أن هناك دور مهم لنوع التعليم وما يتضمنه من الطريقة التي تتم بها العملية التعليمية ذاتها، وما إذا كانت هذه الطريقة تقوم على التلقين والحفظ أو تقوم على التفكير والبحث والعمل الجماعي الذي ينمي لدى الأفراد مهارات متنوعة كالقراءة والتحليل وفهم القضايا والأحداث السياسية والاجتماعية ومتبعتها من خلال وسائل الاتصال والتفاعل معها وتكوين الآراء عنها وعن مختلف الموضوعات العامة، وبالتالي القدرة على التأثير في صنع القرار.<sup>1</sup>

كما إننا نلاحظ هنا أن للظروف الاجتماعية من عدد السكان ومستوى التعليم السائدة في المجتمع، بالإضافة إلى العوامل الاقتصادية (دخل الفرد)، تأثيرا كبيرا على فاعلية الاتصال السياسي وذلك بشكل طردي، كما أن الوعي السياسي يتطلب التعليم والخبرة، وهذا لا يتوفر كثيرا في الدول النامية، حيث ترتفع نسب الأمية بسبب الوضع الاقتصادي المتدهور فيها، فذلك يميل الأفراد في هذه الدول إلى تحاشي التفاعل مع قضايا المجتمع السياسية والاجتماعية وتجنب السلطة.

وأخيرا فإن للتراث الثقافي والحضاري وأيديولوجية المجتمع من خلال القيم والعادات والتقاليد والأعراف السائدة فيه، تأثير كبير على السلوك الإنساني، فهو بذلك يختلف من مجتمع إلى آخر (من بلد إلى آخر) وذلك من خلال تباين خلفيات المشاركين من مستوى اللغة ودرجة الذكاء والسن والنوع والطبقة والعرق، وكل هذه الاختلافات تؤدي بدورها إلى اتجاه الرسالة نحو التشتيت والتغيير وفقدان المعلومات في العملية الاتصالية والتأثير في درجة فعاليتها.

#### 4- مستويات الاتصال السياسي

بالنظر للطبيعة المعقدة للظاهرة الاتصالية فقد تعددت تقسيمات مستويات الاتصال، بحيث ارتبط تقسيم مستويات الاتصال بعدد الأفراد المشاركين في عمليات الاتصال من جانب وهذا

<sup>1</sup>. جبار علاوي: مرجع سبق ذكره، ص 118.

ما ذهب إليه تشارلز رايت، بينما ذهب آخرون إلى تقسيم مستويات الاتصال بحسب اتجاه الرسائل الاتصالية وموقع أطراف العملية الاتصالية في البناء الإداري أو السياسي، فيما ذهب آخرون إلى تصنيف قنوات الاتصال بحسب درجة الرسمية التي تحظى بها. وهذه التصنيفات وإن كانت تستهدف الاتصال بصرف النظر على محتواه، فإنه يمكن تطبيق هذه التصنيفات على الاتصال السياسي، حيث أن الاتصال السياسي يستخدم كافة أشكال وقنوات ومستويات الاتصال السائدة داخل المجتمع، ومن ثم يخضع في تصنيفه لمثل ما يخضع له تصنيف الاتصال بوجه عام، وأخيرا فإنه يجدر الإشارة إلى أن الظاهرة الاتصالية بتعقدها لا تقبل التصنيف الفاصل من حيث النتائج المترتبة على النشاط الاتصالي، فالعلاقة بين المستويات المختلفة للاتصال أقوى من أن يتم تقسيمها أو الفصل بينها.

#### 1.4- مستويات الإتصال السياسي حسب عدد المشاركين

##### أ- الإتصال الذاتي:

وهو عملية شخصية بحتة يقصد بها إتصال الفرد مع نفسه،<sup>1</sup> حيث يرتبط هذا المستوى الاتصالي بالبناء المعرفي والإدراكي والشعوري للفرد ويشمل كافة العمليات العقلية، وذلك في محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص والأشياء والأحداث أو المعلومات والأفكار والآراء باعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه إستجابة ما في اتجاه ما،<sup>2</sup> ومن هنا فإن الإتصال الذاتي سمة عامة بين جميع البشر وأساس تفاعلهم مع الآخرين ومع الظروف المادية والطبيعية والإجتماعية والسياسية من حولهم، وفي سياق هذا التفاعل يتولد المعنى والتفسير وتتم الإستجابة من خلال العملية الإدراكية.

<sup>1</sup>. فؤادة عبد المنعم البكري: دور الاتصال المباشر في تنمية الوعي الاجتماع، دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي للجماعات

الثقافية والعلمية في مصر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، ص20.

<sup>2</sup>. عبد الله الطويرقي: الإعلام وثقافة المجتمع الجماهيري، المؤلف، الرياض، 1994، ص 104.

## ب- الإتصال الشخصي:

وهي العملية الإتصالية التي يتبادل خلالها شخصان أو أكثر رسائل شفوية وجسدية تساهم في إستحداث وبناء علاقات فيما بينها،<sup>1</sup> ويتيح هذا النوع من الإتصال إمكانية التفاعل بين المرسل والمستقبل، وبالتالي تكون فرصة تأثير المرسل أو القائم بالاتصال أكبر من خلال تعرفه المباشر على درجة تأثير الرسالة وقدرته على تعديلها وتوجيهها لتصبح أكثر فاعلية وإقناعاً.<sup>2</sup>

وهناك نوعان من الاتصال الشخصي هما:

- **الاتصال الشخصي المباشر الرسمي:** وهو يتم من خلال الدوائر الرسمية المسؤولة، ويكون عادة مقصوداً وموجهاً والغرض منه إقناع المتلقي بالفكرة المعروضة.

- **الإتصال الشخصي الطبيعي:** وهو يتم بين الأفراد العاديين في حياتهم اليومية، ويشمل التعامل بين الأصدقاء والزملاء في العمل، وبالتالي فإن أطروحات الأفراد في هذا الاتصال هي نتاج طبيعي لرؤيتهم للقضايا والموضوعات في المجتمع، وهو بذلك أكثر تأثيراً من الأول بحكم تلقائيته.<sup>3</sup>

ويعد الاتصال الشخصي مصدراً مهماً من مصادر المعلومات، كما أن له دور كبير في زيادة حجم تأثير وسائل الإعلام على الناس، وتتميز العلاقات في الاتصال الشخصي بأنها تقوم على جوانب عديدة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها، وتختلف العلاقة بحسب طبيعة انتماء الفرد والأدوار المتوقعة منه في المجتمع، فانتماء الشخص إلى

<sup>1</sup>. وليد وادي النيل مسعود حجازي: علاقة الاتصال الشخصي بين المراهقين بالمعرفة من الصحف: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس 2000، ص ص 50.

<sup>2</sup>. نسمة أحمد البطريق: سوسيولوجية الاتصال الشخصي والدور الخاص في دول العالم النامي، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام والتعليم والتدريب، **مجلة النيل**، العدد 39 أكتوبر 1989 ص ص 73-80.

<sup>3</sup>. Peter Hartley: *Interpersonal Communication*, London and, New York: Routledge, 1933, P 5.

نظام سياسي معين أو حزب أو جماعة والدور السلوكي له في المجتمع يحكمان نوعية علاقة الأفراد الآخرين به.

### ج- الاتصال الجمعي:

ويحتل هذا النوع من الاتصال مكانا وسطا بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، ويتميز الاتصال الجمعي بالتفاعل بين أعضائه ووحدة الاهتمام والمصلحة وارتفاع مستوى الوعي بين أفرادها، وذلك مثل لقاءات المرشحين السياسيين مع الدوائر الانتخابية، حيث يظهر التأثير بطريقة مباشرة وهو ما يميز السلوك الجمعي.<sup>1</sup>

ويملك هذا النوع من الاتصال بعض خصائص الاتصال المواجهي وذلك بسبب قلة عدد المتلقين للرسالة، وعادة ما يكون المشاركون فيه من ذوي ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي (وهذا الإتصال قد لا يكون محكم البناء)، كما أن له بعض خصائص الإتصال الجماهيري من حيث عدم تجانس أفراد الجمهور وإمكانية الإتصال بينهما عن بعد، بالإضافة إلى إمكانية إستقبال نفس الرسالة في أماكن متعددة بإستخدام قنوات إتصالية قد تكون مكلفة ماديا مثل الهاتف أو الأفلام.

### د- الإتصال الجماهيري:

وهو الذي يتم بواسطة وسائل الإعلام الجماهيرية (التلفزيون، الراديو، الإنترنت)، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل في آن واحد وبسرعة فائقة إلى جمهور عريض غير معروف لدى القائم بالإتصال من المتلقين المنتشرين متبايني الإتجاهات والمستويات، وهذا النوع من الإتصال هو إتصال خطي في إتجاه واحد، حيث ينعدم إحساس القائم بالإتصال برجع الصدى أو التغذية العكسية المباشرة، لذلك فإن رجع الصدى يعد عملية مؤجلة لا يمكن قياسها بشكل فوري.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. سعد آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص54.

<sup>2</sup>. Larry .L.Barker: *Communication, 3 rd Edition*, New Jersey: Prentice-Hall INC, 1984, PP 6-7

## 2.4- مستويات الإتصال السياسي من حيث إتجاه الرسالة

## أ- الإتصال الصاعد:

وفيه تتجه الرسائل الإعلامية من المستويات الأدنى إلى المستويات الأعلى حسب طبيعة التنظيم السياسي في المجتمع، ويوفر هذا المستوى من الإتصال الكثير من المعلومات الضرورية وغير الضرورية للمستويات العليا في التنظيم الإداري والسياسي، كما يستخدم هذا المستوى الإتصالي في التعرف على ردود الأفعال تجاه القرارات السياسية والتعرف على إتجاهات الرأي العام، فيما تعتبر كفاءة هذا المستوى من الإتصال دليل على حيوية وفاعلية النظام السياسي في المجتمع،<sup>1</sup> ففي المجتمعات الديمقراطية يتطلب الأمر وجود قنوات إتصال صاعد فاعلة حتى يمكن متابعة آراء الناخبين وإتجاهاتهم، وأخيرا فإن مستويات الإتصال الشخصي والجمعي والجماهيري تسهم في هذا النوع من الإتصال من خلال الشكاوى والتقارير واللقاءات المفتوحة بين القيادات السياسية والمواطنين والندوات والمظاهرات ومقالات الرأي وغيرها.

## ب- الإتصال الهابط:

وهو إتصال من أعلى إلى أسفل، كإتصال من رؤساء الأنظمة السياسية إلى وزراءهم ومرؤوسيهم أو من مستوى سياسي أعلى إلى مستوى سياسي أدنى، ويعد هذا النوع من الإتصال الأكثر شيوعا حيث يتم من خلاله نقل القرارات الرسمية والتوجيهات والأخبار والمعلومات من صانعي السياسة الرئيسيين إلى مرؤوسيهم لتنفيذها وتعميمها على مختلف الجهات الأخرى الأدنى مستوى، وذلك عبر تسلسل هرمي من القيادة إلى القاعدة،<sup>2</sup> وبهذا تتم خدمة السلطة السياسية.

<sup>1</sup>. محمد سيد محمد، المسؤولية والإعلامية في الإسلام، القاهرة، مكتبة الخانجي، 1983، ص 25.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 25.

## ج-الاتصال الأفقي:

ويكون بين المستويات السياسية التي تقع في نفس المستوى مثل الإتصال بين وزراء الحكومة أو الإتصال بين أفراد الجمهور، ويهدف هذا الإتصال إلى التعاون والتنسيق وتبادل الأخبار والمعلومات والأفكار حول مختلف الموضوعات السياسية وحل المشكلات وتبادل وجهات النظر والخبرات بين المسؤولين من المستوى نفسه أو الجماعات الحزبية أو الأفراد، وغالبا ما يكون هذا الإتصال شفويا وبطريقة مباشرة دون أي تعقيدات، وذلك من خلال اللقاءات وتبادل الزيارات والإجتماعات وغيرها.<sup>1</sup>

## 3.4- مستويات الإتصال السياسي حسب رسمية القنوات

أ- قنوات الإتصال الرسمية: وتتم عادة في إطار تنظيم معين يسير وفق أساليب وإجراءات وقواعد رسمية محددة وموثقة، ويكون سير المعلومات هنا بما يتماشى والتنظيم الرسمي للسلطات والإختصاصات والوظائف العامة للنظام السياسي، ويسير الإتصال الرسمي من أعلى إلى أسفل أو العكس أو بشكل أفقي، فيما يقصد بالرسمي هنا المؤسسات حكومية أو شبه حكومية أو تحت تأثير ونفوذ الحكومة مثل (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة).

ب- قنوات الإتصال غير الرسمية: وهي لا تخضع لقواعد وإجراءات وقوانين سياسية مثبتة ورسمية كما هو الحال في الإتصال الرسمي، ويتم غالبا الإتصال هنا عبر قنوات خارجة عن القنوات الرسمية ومن خلال مستويات إجتماعية وسياسية مختلفة متخطيا بذلك خطوط السلطة السياسية، وقد يكون هذا الإتصال غير الرسمي عبر جماعات داخل تنظيم معين مثل جماعات الضغط والأحزاب أو من خلال جماعات خارج التنظيم من خلال الإتصالات الشخصية واللقاءات والإجتماعات غير رسمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. محمد سيد محمد: مرجع سبق ذكره، ص 25.

<sup>2</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 59.



## 5-الاتصال السياسي في العالم العربي

لم يختلف الاتصال السياسي كثيرا منذ بدايته - في العشرينيات من القرن الماضي والذي كان يستخدم في الحملات الانتخابية والترويج لها عبر الوسائل المتاحة آنذاك - إلى الآن،<sup>1</sup> فالعملية السياسية الانتخابية في وقتنا الحاضر آخذة في التطور، حيث ظهر مصطلح ما يعرف بالاتصال السياسي الحديث. في بداية القرن العشرين كان الاتصال السياسي بين السياسيين والرعية بسيطاً جداً ولا يختلف عما هو عليه الآن، خطابات سياسية، مهارات اتصالية، ولوحات إعلانية. ما زالت هذه المهارات مطلوبة في وقتنا الحاضر والتي يطلق عليها المهارات التقليدية في الاتصال السياسي، غير أن الطبيعة الجديدة في الاتصال حتمت على السياسيين استخدام تقنيات ومهارات أكثر حداثة والتي منها استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تحظى بالسرعة والفاعلية والتأثير السريع على المتلقي. مثلا عند ظهور الرئيس الأمريكي جون كندي على شاشة التلفزيون في عام 1960 كان كافياً لترشحه للرئاسة. الآن يتحتم على السياسيين الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، ونشر وتحديث تغريداتهم كل عشر دقائق. كما يتحتم عليهم الظهور في البرامج الاستعراضية الحوارية أو ما يعرف بـ TV talk shows والذين يستطيعون من خلالها تذكير جمهورهم الانتخابي بأنهم بارعون في السياسة، واضحو الهدف، نبهاء في الرد، ومريحون أكثر من خصومهم.

لا شك أن الإخفاق في إبراز هذه الخصائص الاتصالية يؤثر سلباً على العملية السياسية الانتخابية، حيث إن معظم السياسيين يعرفون هذه الخصائص عن ظهر قلب وأن هذه العملية هي جزء مما يعرف بالحرفية في الاتصال السياسي Professionalisation of political communication، والتي من شأنها أن تساعد في تحقيق أهدافهم الانتخابية، من ضمن هذه

<sup>1</sup>. جلال عبد الله معوض: أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي، المستقبل العربي، السنة السادسة، العدد 55، سبتمبر 1983.

الخصائص أيضا أن يتحلى السياسي بالمقدرة على التواصل من خلال استخدام الخطاب المحلي.

في عالمنا العربي، بدأ الاتصال السياسي يتشكل مع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة، الراديو، والتلفزيون) في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، حيث وظف من قبل الزعماء والرؤساء من أمثال جمال عبد الناصر في خطابه المؤثرة في تحريك الجماهير العربية آنذاك. القضية أن الاتصال السياسي دائماً مربوط بالوسائل الإعلامية المتاحة في كل فترة. ففي العالم العربي ارتبط الاتصال السياسي بالنظم السلطوية وبالمؤسسات الإعلامية أو أن المؤسسات الإعلامية كانت تعيش تحت سلطوية النظم الحاكمة. والذي سد الأفق السياسي، وتعثر المسار الديمقراطي، وازدياد الشعور بالإحباط في العديد من المجتمعات العربية. غير أنه في الآونة الأخيرة تغيرت بعض نماذج الاتصال بين الساسة والمنظمات الشعبية، بعدما خرجت بعض هذه المنظمات الشعبية عن الصمت ورفضت حتى الاندماج في الحراك السياسي للدولة وزادت من مطالبها عبر الإعلام الجديد والفضاء الإلكتروني.

الملاحظ هنا هو التراجع النسبي لدور الحكومات العربية في السيطرة على الاتصال السياسي، بينما بقيت السيطرة الواضحة على الإعلام التقليدي، بما فيها مرحلة القنوات الفضائية في منتصف التسعينيات، والتي كانت تخضع إلى السياسات السلطوية بطريقة غير مباشرة. من جهة أخرى، لعب الإعلام الاجتماعي الإلكتروني دوراً مساعداً في التعبئة والحشد والتواصل بين الأطراف المختلفة في توصيل الأخبار والمعلومات، وشكل نقطة تحول كبيرة في بنية الخطاب الإعلامي السياسي العربي وتطوره. ولا يمكن تجاهل دوره في تغيير مفاهيم الناس والساسة.

مع كل التغيرات في المنطقة العربية الآن سياسياً، يظل الاتصال السياسي يعيش حالة من التعثر والتمزق نظراً إلى الضوابط، والقيود السياسية، والخطوط الحمراء، والدوافع الذاتية التي تسيطر عليه. فالإعلام العربي - رغم تطوره الكبير - يظل متغيراً تابعاً للأنظمة السياسية الحاكمة، والتي تحدد حريته وأساليبه وخصائصه. غير أن التغيير الكبير المصاحب لأحداث

2011، بما فيها ثورة التقنية الاتصالية، وانتشار البث الفضائي الخاص، وشبكات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية، وتنامي ظاهرة صحافة المواطن، جعلت الاتصال السياسي أكثر انفتاحية واندماجًا مع الشعوب، رغم كل ذلك أخفق الاتصال السياسي العربي في تحقيق أهدافه التواصلية مع مجتمعاته وكان فشله واضحًا على الأقل في الوقت الحاضر. ومن الصعب الآن تحديد اتجاه الاتصال السياسي العربي ووسائله بعد تسارع الأحداث في المنطقة العربية

### ثالثًا/الاستخدام السياسي لوسائل الإعلام الجديدة

#### 1-علاقة الاتصال بالسياسة

العلاقة بين الاتصال والسياسة في مختلف دول العالم - بصرف النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الاتصالي الذي يمارس - هي علاقة جوهرية لدرجة يصعب تصور أحدهما دون الأخرى أو قيامها بوظائفها بمعزل عنها.

وتعمل الحكومات، على اختلاف أنظمتها السياسية، على وسائل الاتصال في تحقيق أهدافها وفي مقدمتها الأهداف السياسية، فالالاتصال السياسي عنصر مهم في أداء السلطة والقائمين عليها، ومن يستحوذ على السلطة يسعى جاهدًا إلى السيطرة على وسائل الاتصال واستخدامها لكسب التأييد والدعم لسياساتها وقراراتها، والتعرف على الاتجاهات السائدة في المجتمع المحلي.

وينظر للعلاقة ما بين الاتصال والسياسة من زاويتين:

- إن وسائل الاتصال أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية، استنادًا إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة أن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة.

- إن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الاتصال لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. محمد حمدان المصالحة: الاتصال السياسي، مقترح نظري تطبيقي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002، ص 55.

ومن جانب آخر فإن طبيعة التأثير ومداه بين وسائل الاتصال والسلطة السياسية تختلف من مجتمع لآخر ومن نظام سياسي لآخر، ففي النظم الديمقراطية تمارس وسائل الاتصال تأثيراً أكبر في النظام السياسي مما عليه الحال في الأنظمة السياسية الأخرى.

كما تختلف رؤى الباحثين حول العلاقة بين الاتصال والسياسة، إذ يرى لوشيان باي (Lucian bye) بوجود علاقة جوهرية بين العملية الاتصالية والعملية السياسية، فأهداف النظام السياسي في السيطرة والشرعية والمشاركة عبر انتقالها إلى المجتمع المحلي تستلزم وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي عن القيم والمعايير الإجرائية للنظام السياسي، وكذلك إيجاد القنوات التي تنقل مصالح ومطالب المواطنين إلى السلطة السياسية.

وقد اهتم ألموند بتحديد موقع نظام الاتصال في النظام السياسي، وشبه الوظيفة الاتصالية بالدورة الدموية، وركز على الجانب الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها تمثل المدخل الرئيس للتعبير عن المصالح في المجتمعات الديمقراطية، على الرغم من أن النخب السياسية قد تسيطر عليها، فالجانب الوظيفي لها يتمثل في التنشئة السياسية، والتعبير عن مصالح المجتمع، وتأييد القرارات والسياسات العامة وغيرها من الوظائف<sup>1</sup>.

وانتهى ألموند إلى القول بأن كل شيء في السياسة اتصال، فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسة لتدفق المعلومات من النخب السياسية إلى الجماهير، وأيضاً لنقل مشاكل وطموحات وتصورات الجماهير إلى النخب.

أما ديفيد أبتير فيشير إلى أن عدم اكتمال دائرة المعلومات يؤثر سلباً على فاعلية النظام السياسي وسياساته، ويعقد مقارنة بين التدفق الإعلامي في النظم السياسية للدول الديمقراطية والدول النامية، حيث تكون دائرة المعلومات في الأولى غالباً مكتملة ومستمرة،

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص44.

بينما في الثانية فإن دائرة المعلومات غير كاملة، مما يؤدي إلى عدم استقرار النظام السياسي وعدم رشد سياساته.<sup>1</sup>

ويرى لازويل أن البناء الاجتماعي يشبه الهرم الذي يتربع الحكام وهم الصفوة على قمته، وجماهير الشعب في القاعدة، وبينهما الخبراء والمتخصصون الذين يقومون بعملية الاتصال ما بين الصفوة وأفراد المجتمع، وهؤلاء قد لا يكونون محايدين عند القيام بأدوارهم، خصوصاً أنهم يشكلون جزءاً من مؤسسات أو أحزاب سياسية أو غيرها من الجهات التي تقوم بدور نشط في السياسة العامة، وهذا يتعلق بالتأثير الذي تمارسه وسائل الاتصال السياسي.<sup>2</sup>

ويعتقد كل من كروس وديفيز (Kraus & Davis) بأن النظام السياسي يتكون من ثلاث عمليات مرتبطة بالاتصال وهي:

عمليات تتعلق بالجماهير، مثل أفعال الأفراد غير المنتمين للنخبة، وعمليات تتعلق بالنخبة، وعمليات مشتركة بين الجماهير والنخبة، وتتعلق بالأفعال التي يقوم بها أفراد ينتمون للجماهير والنخبة.<sup>3</sup>

وكل عملية من هذه العمليات تتكون من مجموعة من العمليات الاجتماعية والسياسية المتداخلة، والاتصال مرتبط بالعمليات الثلاث وعامل أساس في تفاعلها، وهذا النموذج يفترض مستوى معيناً من التنظيم الاجتماعي حتى يمكن تطبيقه، أما في المجتمعات التقليدية فليست هناك حاجة لدراسة عمليات تشكيل الرأي العام، فالجماهير تتقبل وجهة النظر التقليدية عن الحقيقة السياسية التي رسخت منذ أجيال، كما أن أفعال النخبة غير خاضعة للانتقاد أو التغيير، وبالتالي لا تمارس وسائل الاتصال أي دور في نقل الصورة الذهنية عن الحقيقة السياسية.

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص44.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص44.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص45.

ويرى ماكس فيبر أن وسائل الاتصال تعد مصدرًا هامًا لإضفاء صفة الشرعية للسلطة السياسية أو الإقلال منها في المجتمع الحديث وتؤكد عواطف عبد الرحمن على أن هناك شبه إجماع بين أساتذة الإعلام، باختلاف توجهاتهم، على أنه ليس هناك أيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام،<sup>1</sup> بل هناك أيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة لتحقيق التوازن ودعم وحماية قيم ومصالح وأهداف القوة الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإنتاج الأساسية في المجتمع.

وترى الباحثة أن العلاقة بين الاتصال والسياسة علاقة وثيقة إلى حد التداخل الشديد، فالعمليات السياسية المختلفة لا يمكن أن تتم بمعزل عن الأنشطة الاتصالية المختلفة اللازمة لقيامها، وهنا تتبني التفرقة بين الاتصال والإعلام، فالالاتصال أعم وأشمل من الإعلام، وهو أقل عرضة للتأثيرات السياسية باعتباره قوة فاعلة في إيجاد الأنشطة السياسية ذاتها، فإذا كانت وسائل الإعلام عرضة لتأثير القوى السياسية في المجتمع، كما أن الاتصال أكثر قدرة على تحقيق التفاعل بين المشاركين في الأنشطة السياسية من الإعلام الذي يكاد ينحصر في منظمات مهنية تخضع للنظم والقوانين السائدة. وإذا كان هناك إجماع على أن أيديولوجية سائدة واحدة، تحكم الدولة ووسائل الإعلام، فإن هذا الإجماع ربما لا يتحقق بشأن سيادة أيديولوجية واحدة تحكم الدولة والاتصال بين أفراد المجتمع، فالأنشطة الاتصالية داخل المجتمع أكبر من أن تخضع لتنظيم موحد، أو أيديولوجية سائدة، في معظم دول العالم.

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 45.

## 2- وسائل الإعلام الجديدة وتفعيل النشاط السياسي

تملك وسائل الإعلام الجديدة آثارا على الحقل السياسي بصفة عامة وعلى النشاط السياسي خصوصا، ولعل من أهم مؤشرات تلك الآثار دور تلك الوسائل في تقوية النشاط وفي إدخال الانتخاب الإلكتروني وما يترتب عليهما من تفعيل للمشاركة السياسية للأفراد.

حيث ساهم ازدياد استعمال وسائل الإعلام الجديدة في تغيير جوهر العملية السياسية بصفة عامة والتعبئة الاجتماعية على الخصوص، وصار فاعلي الحقل السياسي أكثر ميلا لاستخدامها في إطار المهام التي يضطلعون بها وداخل الأجندة المتحركة في تحركاتهم: الاتحادات، الأحزاب السياسية، الحكومات. هذا الاتجاه العميق مس أيضا مؤسسات المجتمع المدني التي عرفت ظهور ما يعرف بالنضال الإلكتروني، والذي يشير إلى استعمال تكنولوجيا الاتصال<sup>1</sup>، مثل الرسائل الإلكترونية، المواقع، البودكاستينغ من أجل مختلف أشكال النضال وذلك بضمان تواصل سريع بين مجموعات المواطنين، توزيع الرسائل إلى جمهور واسع، جمع الأموال على شبكة الإنترنت، الضغط وبناء مجموعات أهلية ومنظمات.

أشار دوكلاس شيلر في كتابه (New Community Networks) إلى أن حوالي 500,000 من الأفراد يستعملون بانتظام مئات من شبكات الجماعات على الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والعالم. إنهم يتوحدون في مختلف المؤسسات المحلية (مثل المدارس، الجامعات، الوكالات الحكومية المحلية، المكتبات والمنظمات التي لا تهدف إلى الربح) في شكل موارد مجتمع واحد توظف من أجل الاضطلاع بوظائف متعددة من تمكين الأفراد من التواصل بينهم، عبر الرسائل الإلكترونية، إلى تشجيع انخراطهم في القرارات المحلية وتنمية الفرص الاقتصادية المفتوحة أمامهم،<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. محمد بنهال: الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات وللاتجاهات العالمية والعربية،

مركز الدراسات والأبحاث في العلوم الاجتماعية، <http://www.cerss-ma.org>، أطلع عليه في نوفمبر 2017.

<sup>2</sup>. محمد بنهال: مرجع سبق ذكره.

إن ما سبق لا يعني بان الجماعات على شبكة الانترنت هي جماعات على تلك الشبكة لا توجد في الواقع ولكنها جماعات موجودة تحتاج إلى اللقاء وجها لوجه بين أعضائها من اجل تمتين الروابط بينهم وان كانت الانترنت هي احد الفضاءات المهمة لذلك.

لقد تميزت الفترة الأخيرة بتطور لافت للنظر للنضال الدولي الذي يتجاوز حدود الدولة الواحدة من قبل: التظاهر الواسع، الحملات الدعائية المتواصلة ضد الشركات العالمية ووكالات التنمية، وابتكار نظم المسائلة العامة لسلوك الشركات والمؤسسات الحكومية. وهي الأنشطة التي اقترنت بوسائل الاتصال الحديثة والتي ساهمت الانترنت بدرجة كبيرة في تحفيزها عبر خفض التكلفة وضمان السرعة، إن الانترنت والفيديو الرقمي والهواتف الخلوية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة تخول للأفراد إمكانية تجاوز إكراهات الوقت والجغرافيا وتنظيم أنشطة سياسية يصعب تصورها بدون تلك الوسائل.<sup>1</sup>

وعندما تكون الجماعات أو شبكات النشاط غير مراقبة بواسطة مراكز منظمة تصبح الانترنت عبارة عن فضاء عام مفتوح تتبادل فيه الأفكار وبرامج الاحتجاج بسهولة نسبية، بسرعة وفي مجال عالمي وكل ذلك لا يركز فيه عمل النشاط على قنوات الاتصال التقليدية من إعلام أو تلغراف.

في هذا الإطار يذهب احد الباحثين إلى القول بأنه عندما يتعلق الأمر بشبكات غير مركزية وموزعة يكون من الصعب على أية نخبة مراقبة الأنشطة على الانترنت، إنها تسمح لعملية الاتصال أن تتم من الفرد إلى الفرد ومنه إلى المجموعات وحتى من المجموعات إلى المجموعات، فطبيعة التكنولوجيا والمظاهر الاقتصادية تمكن من القيام بعملية النشر بتكلفة منخفضة نسبيا وبدون وساطة دار للنشر.<sup>2</sup>

وفي إطار سيرورة وسائل الإعلام الجديدة هذه واستعمالها من قبل الأفراد والجماعات، ظهرت البرمجيات الاجتماعية والتي ساهمت في إحداث ثورة في مجال الانترنت بسبب ما

<sup>1</sup>. محمد بنهال: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.



تمنحه للأفراد والجماعات من مجال للمشاركة والتفاعل وذلك باستخدام بنية تحتية عالمية من أجل خلق شبكات تشكل جزءا مهما في النشاط السياسي والمشاركة السياسية.

ومع الإقرار بهذه الأدوار المتزايدة لوسائل الإعلام الجديدة وبتوسع استخدامها من قبل النشطاء سواء كانوا محليين أو وطنيين أو دوليين، فالسؤال المشروع الذي يفرض نفسه يتعلق بتقييم اثر التعرض لوسائل الإعلام الجديدة في التعبئة والانخراط؟

وفي ما يتعلق بوسائل الإعلام الجديدة لابد من الإشارة إلى أنها تملك دورا مهما في الرفع من قدرات المنظمات والهيئات وبصفة عامة النشطاء، خاصة أولئك الذين تجاوزوا عتبة الهوية الرقمية أو الأمية الرقمية. فوسائل الإعلام الجديدة ومن ضمنها تكنولوجيا الشبكات في الانترنت تخول الأفراد والمنظمات فرصة القيام بأنشطة متعددة كإنشاء المدونات أو الانخراط في الشبكات الاجتماعية وتخول لمستخدميها إمكانية تخفيض تكلفة نشر الأخبار والأعمال مبنوة "المواطنين الصحفيين" مركزا مهما في مواجهة مؤسسات الإعلام التقليدية القوية.

وفي المجال المدني تعطي الشبكات الاجتماعية للمنظمات الفرصة للتعبئة السريعة للأفراد حول قضايا محددة وتجاوز اكرهات المجال، ما دام أن مدى تلك التعبئة يمكن أن يتجاوز حدود الدولة الواحدة ويتوجه إلى أفراد منتسبين إلى فضاءات وطنية مختلفة. ومن جهة أخرى تقدم الحملات الانتخابية مجالا آخر يتزايد فيه استعمال تقنيات الاتصال الجديدة بشكل يسمح بالقول بأننا أمام إمكانيات جديدة لتفعيل الممارسة السياسية. فحملات النشطاء في الدول الغربية، التي تستخدم المدونات والشبكات الاجتماعية في الدعاية على الانترنت وتوظف المواقع الالكترونية لجمع الأموال تجسد أشكالا جديدة للانخراط الجماهيري في السياسة انخراط يتميز بالتوجيه الذاتي والعفوية كما يقع أحيانا خارج الهياكل الرسمية للفاعلين.<sup>1</sup>

ففي دراسة لأسباب النشاط السياسي لدى مواطني 20 دولة من أوروبا الشمالية والجنوبية والشرقية خلص اوسكار لوينجو (Oscar Luengo) إلى أن الانترنت هي أكثر القنوات تأثيرا على مستوى النشاط السياسي للأفراد. وبالاستناد على متوسط المعاملات كمرجع للمقارنة

<sup>1</sup>. محمد بنهال: مرجع سبق ذكره.

حصلت وسائل الإعلام الجديدة على معامل (115) بينما ينخفض ذلك المتوسط في حالة التلفزة إلى (0.73) والصحف (0.44)، وعلى مستوى البلدان التي تظهر دلالة إحصائية تؤكد هذه النتائج يمكن الإشارة إليها وفق ما يلي:

ففي حالة التلفزيون 5 بلدان من أصل 20 بلد لا تظهر أية دلالة إحصائية، مقابل ارتفاع ذلك إلى 10 بلدان في حالة الصحف، أما في حالة الانترنت فدللتين فقط هي التي تظهر بان التعرض لها لا يتصل إحصائيا بالنشاط أو النضال بمعنى أن 18 دولة أوروبية تؤثر على وجود دلالة إحصائية لتأثير الانترنت على النشاط السياسي.<sup>1</sup>

وفي الأخير نشير إلى أن النشاط يمكن أن يكونوا ضحية مجهودات التعبئة التي تقف وراء نجاحهم والتي ساهمت فيها الانترنت مساهمة كبيرة. فكما ساعدت هذه الأخيرة على نموهم فهي ترفع من حجم المسافة التي توجد بين تلك الحركات ومؤيديها، ذلك أن سهولة القنوات المتاحة ووفرة المعلومات قد يؤدي إلى خلق وضعيات يكون المواطن غارقا في بحر من الضجيج الناتج عن وجود أعداد كبيرة من الجماعات والقضايا. علاوة على ما سبق يترتب على النشر المتسارع للمعلومات إلى سوء تقديمها وبالتالي سوء فهمها من قبل الأفراد الموجهة إليهم بسبب اختلاف بيئاتهم وهو أمر يزداد تفاقمه كلما ارتفعت المسافة التي تفصل عن مصادر المعلومات الأولية.

### 3- تأثير وسائل الإعلام الجديدة على النظام السياسي

أصبح ظهور مجتمع المعرفة المبني على التأثير الشامل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات يلعب دورا هاما في المساهمة في إعادة تشكيل وإدارة العملية السياسية في العالم، وأصبحت المعرفة هي محرك الإنتاج ودفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فالمجتمعات في السابق تقدمت حينما عرفت كيف تزرع أو تبني أو تصنع، أما في الوقت الحاضر ارتبط التقدم بمدى القدرة على مضاعفة وتخزين وتحويل كميات كبيرة من المعلومات التي زادت بمعدلات هائلة في السنوات الأخيرة ليتم توظيفها لاحقا في مجالها ومداهما لخدمة البعد السياسي سواء

<sup>1</sup>. محمد بنهال: مرجع سبق ذكره.

أكانت في شكل حكومات إلكترونية أو آليات التعبير عن الرأي أو آليات التصويت في العملية الانتخابية أو التنظيم السياسي والمعارضة، وما أحدث ذلك من ثورة في طبيعة ونمط الاتصال بين الحاكم والمحكوم وفي أداء المؤسسات السياسية وفي طبيعة القيم الديمقراطية،<sup>1</sup> وتغير شكل ونمط العلاقة بين الحاكم والمحكوم وبين النخبة والجمهير لتشكل كافة التفاعلات السياسية التي تتم ما بين السلطة التنفيذية والتشريعية والقضائية والرأي العام والإعلام وعلى قوة الدولة القومية.<sup>2</sup>

وكذلك في إعادة تشكيل القوة والثروة بين أطراف المجتمع وبين غيرها من المجتمعات، وأصبحت الإنترنت بمثابة الدم لمجتمع المعلومات الذي يمد النظام السياسي بعناصر وأدوات اتصاله والتعبير عن تفاعلاته ومخرجاته خاصة مع ارتباط الإنترنت بالإعلام الإلكتروني الجديد، وكان لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات دورا في تحقيق التفاعل والتواصل من أجل غايات وأهداف معينة والتي قد تكون سياسية أو اقتصادية أو ثقافية، وتكشف العملية السياسية برمتها عن حجم التفاعلات السياسية التي تتم عبر المؤسسات والإجراءات والقيم التي تتحرك داخل النظام السياسي وتشمل المؤسسات الرسمية وغير الرسمية وتضم العملية السياسية مجموعه المدخلات التي تؤثر في حجم وكيفية أداء التفاعلات داخل النظام السياسي لتخرج في شكل منتج سياسي يتم تسويقه للرأي العام.<sup>3</sup>

ويعبر النظام السياسي عن تنظيم مجموعة من الفوائد التي تتصل بنظام الحكم في الدولة غايتها تنظيم السلطات العامة فيها وتحديد اختصاصاتها والعلاقة بينها مبنية في الوقت نفسه على حقوق الأفراد وواجباتهم في الدولة، فالنظام السياسي لا يقتصر على ذلك فهو يضم في إطاره مجموعة واسعة من العناصر التي تدير السلطة في المجتمع وعليه فالنظام السياسي بهذا الشكل هو أحد الأنظمة التي تسهم في بلورة أهداف المجتمع. ويتكون النظام السياسي من

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، 2009، ص 23.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 23.

<sup>3</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 24.

مجموعة من العناصر مثل القواعد السياسية والوعي السياسي والتنظيمات السياسية والعلاقات السياسية وهذه تتفاعل وتتوثر مع بعضها لتكون نظاماً كلياً للمجتمع.

ويختلف النظام السياسي من دولة إلى أخرى تبعاً لقوة الأحزاب السياسية الديمقراطية والمنظمات الوسيطة بصفة عامه، ويتميز النظام السياسي بأنه يمتلك السلطة الفعلية في المجتمع وأن قرارات النظام السياسي ملزمة للجميع فهو يتمتع باستقلال ذاتي نسبي كما إن للنظام السياسي يمكنه التأثير في المجتمع وتوظيف طاقاته من أجل الغايات ولهذا فإنه يكون في حالة من التفاعل مع باقي أنظمة المجتمع بالرغم من ممارسته السلطة العليا فيه. ويعمل النظام السياسي على تطابق وانسجام الحياة السياسية لعموم المجتمع من خلال الأدوار والوظائف التي يؤديها داخل المجتمع. كما أن النظام السياسي يمكن أن يستغل طاقات المجتمع من أجل توفير درجة بقاءه وتدعيم شرعيته واهدافه الذاتية الخاصة بوجوده بعيداً عن الأهداف المجتمعية التي تشكل تحقيقها جزءاً هاماً من وظائف النظام السياسي.<sup>1</sup>

وعلى الرغم من وجود مؤسسات جامدة تشكل الملامح داخل النظام السياسي فإن العلاقة أصبحت بفعل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات داخل تلك المؤسسات تتسم بالمرونة وتشابك العلاقات الاتصالية بينها وكذلك إلى ظهور فاعلين جدد داخل النظام السياسي بعيداً عن المؤسسات التقليدية والتي تتمثل فيما يطلق عليه الإعلام الجديد والذي يعبر عن ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ومن ثم فإن تلك الثورة قد عملت على إضفاء نوع من الديناميكية على النظام السياسي فيما يسمى "النموذج الديناميكي للنظام السياسي" وهو ذلك النظام الذي لا يتقيد بالحكومة بل انه يتحرك بالتوافق مع الحكومة والإدارة العامة وارتباطهم مع المؤسسات الوسيطة الأخرى ومنظمات المجتمع المدني ويتميز هذا النموذج بدور واضح للأفراد والشركات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 24.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 24.

ويتميز هذا النموذج بتواجده في المجتمعات الأكثر تقدماً في الديمقراطية مثل الدول الغربية، حيث يكون هناك فصل ما بين الدولة والمجتمع المدني وانتشار للقوة السياسية والتميز ما بين الدولة والمجتمع المدني ومستويات الحكومة المحلية، حيث يتم رؤية السياسة كمجموع الأفعال في المجتمع التي تهدف إلى تنظيم وحكم هذا المجتمع. وقد أحدثت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات انتشار للقوة السياسية داخل المجتمع من قبل فاعلين خارج نطاق النظام السياسي وانتشار نمط جديد من العلاقة بين المؤسسات داخل النظام السياسي، كما أصبحت صناعة القرار السياسي يدخل فيها فاعلين آخرين غير النخبة السياسية أو المؤسسات السياسية التقليدية له.

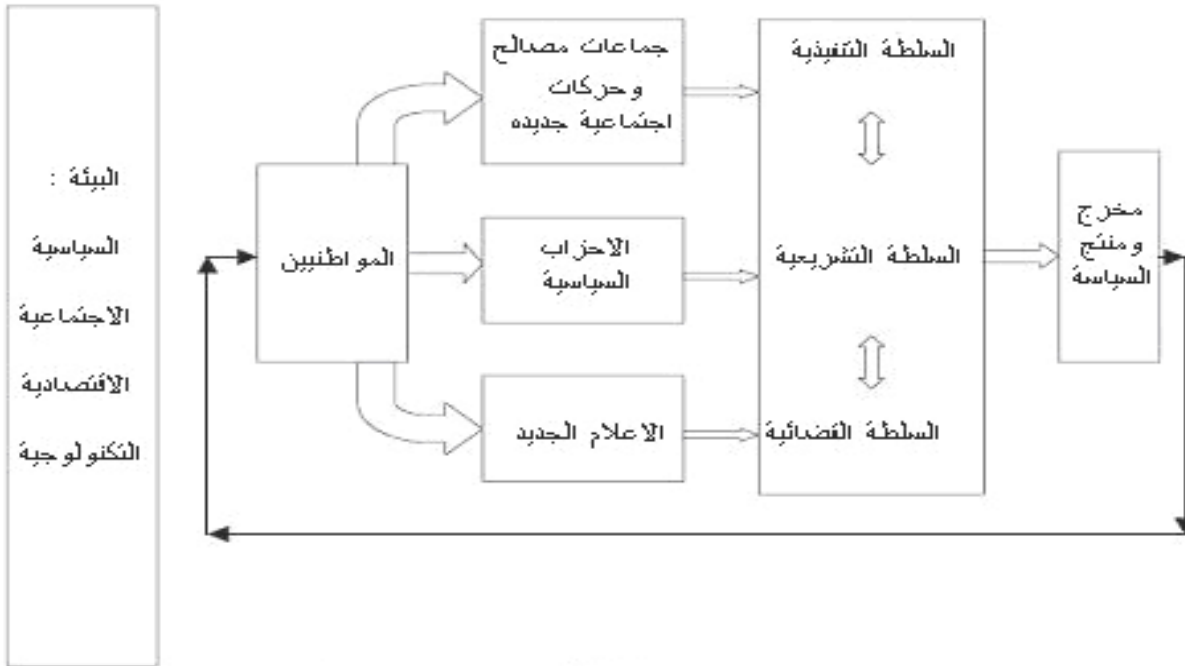
وتعرضت الدولة القومية لتآكل سيادتها تحت الثورة التكنولوجية تعرضت كذلك لفقدان السيطرة ذاتها على سياستها الإعلامية والقدرة على تعبئة الرأي العام بمفردها كما كان في زمن الإعلام الموجه، حيث أصبح هناك حالة انفتاح للداخل على الخارج وانتقال مجالات التأثير المتبادل بين دول العالم كل هذا عمل على التأثير على قوة النظام السياسي ووضعته أمام ضغوط من قبل أصحاب مصالح غير تقليديين، كما أن قوة الدولة المركزية قد ضعفت مع تزايد المطالب المحلية من قبل جماعات عرقية أو دينية بما أدى إلى تقاسم الثروة والسلطة، كما إن بيروقراطية الدولة أصبحت على المحك مع دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي أصبحت معوقة للأداء الحكومي ومدخل للفساد.<sup>1</sup>

وأصبح هناك تعددية سياسية على مستوى الفكر أو مستوى القوى السياسية بدلا من الأحادية وسيطرة الحزب الواحد، بالإضافة إلى إن الانترنت عمل كمؤسسة وسيطة وبرلمان مفتوح لكافة التيارات السياسية والتأثير على درجة الانتماء الأيديولوجي والذي أصبح معوقا للتعبئة السياسية، ومن ثم ظهر الاتجاه للتعبئة خلف قضايا عامة محلية أو دولية تهم وتمس المصالح الخاصة بالمجتمع الدولي ككل أو داخل الدولة ذاتها، وأثرت شبكة الانترنت في عمل النظام السياسي سواء ما يتعلق بتوافر المعلومات السياسية أو ما يتعلق بالاتصال السياسي

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 24.

والحشد وتكوين جماعات المصالح والضغط وذلك بتجاوز المؤسسات السياسية الوسيطة بشكل يظهر نظام سياسي جديد يلعب به الإعلام الجديد دور في التوزيع الجديد للقوى مع تبني تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ودورها في التأثير على هيكل القوة السياسية والفرص المتاحة للمشاركة في عملية صنع القرار والتأثير على المواطن والإدارة المدنية وبشكل فرض تساؤلات حول ماهية المؤسسات التي تتحرك وتتفاعل إلكترونياً عبر الإنترنت وطبيعة الوظائف التي تقوم بها ودور المواقع السياسية عبر الإنترنت في تعظيم نقل المعلومات والاتصال الفعال ودورها في فاعلية النظام السياسي وديناميكيته وطبيعة الأسباب التي تقف وراء اتجاه النظام السياسي ليلعب إلكترونياً وينتقل إلى الفضاء الإلكتروني واثراً ذلك على طبيعة تطور النظام ودعم الإصلاح السياسي بداخلة.<sup>1</sup>

ويمثل الشكل التالي النظام السياسي الإلكتروني:



الشكل (4): العناصر الأساسية للاتصال السياسي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره: ص 25.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 25.

ومن ثم أصبح هذا النظام السياسي الجديد إن هو إلا مرآة لنظريته في الواقع المادي وما يكون قد طرأ على من تغير في سماته وخصائصه ووسائط تفاعله وطريقته حيث يكون امتداد للمجتمع المدني والأحزاب السياسية وجماعات المصالح والحركات الاجتماعية والإعلام الجديد وحركات المعارضة كل ذلك كمؤسسات وسيطة بين الدولة والمواطن، وهذه المؤسسات يمكن إن تقدم المطالب النهائية للمواطنين تجاه السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والتي يتم أخذها في الاعتبار في خطة عمل الحكومة وفي هياكل تنفيذها ليطم بعد ذلك التغذية العكسية في الرأي العام تجاه تنفيذ هذه المطالب والشعور بالرضا تجاه قرارات الحكومة بما ينعكس على درجة الشرعية السياسية، وليتم بعد ذلك إنتاج مطالب جديدة تجاه النظام السياسي.<sup>1</sup>

هذا بالإضافة إلى استغلال هذه الوسيلة بشكل جيد من خلال كثير من قوى المعارضة والأحزاب السياسية والتيارات المناهضة للنظام وجماعات حقوق الإنسان والمجتمع المدني في كشف الكثير من الممارسات التي تعتبرها هذا الجماعات خاطئة والضغط على السلطات للتحرك باتجاه الاستجابة لمطالبهم. واعتمدت لتلك التيارات المعارضة في نجاحهم على إنشاء مواقع (إخبارية) خاصة بهم والبريد الإلكتروني لتوزيع نشراتهم الإخبارية اليومية على مجموعة كبيرة من مستخدمي الانترنت من قبل جماعات حقوق الإنسان وقوى المعارضة، وأحزاب وحركات متعددة الاتجاهات والأهداف والتي تحمل البيانات والإخبار وتناول أي موضوع يخدم أهدافها، ومثلما قوبلت الطباعة بالرفض والتشدد عندما بدأت انتشارها بين نهاية القرن الخامس عشر وحتى القرن الثامن عشر، يكون الانترنت وسيلة سهلة الاستخدام بأيادي جماعات الضغط المتعددة لممارسة الضغوط على الحكومة والنظام، الأمر الذي يجعل الحكومة في مشكلة حقيقية في كيفية مواجهة هذه القوة الكبيرة المنفلتة من زمام السيطرة. وهذه القوة الإعلامية

<sup>1</sup>. أنظر محمد نصر مهنا: الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007، ص ص 129، 130.

الجديدة يمكنها إن تنقل الكثير من الأحداث وكشف التجاوزات من خلال وسائل إعلامية متعددة سواء ما يتعلق بالحكومة أو المجتمع بما يؤثر على الرأي العام بصفه عامة.<sup>1</sup> ومن ثم تصبح وظيفة الحكومة في غاية الصعوبة أو من المؤكد إن تكون مستحيلة، في مراقبة وضبط كل هذه الإمكانيات الهائلة وتحجيمها في إطار المسموح وغير المسموح في القوانين الوضعية.

ولكن في النهاية سيكون تأثير الانترنت من خلال كونها وسيلة إعلامية غير مقيدة، ايجابيا وسيدعم تعزيز الديمقراطية ويلعب دورا مهما في نشر ثقافة الحوار وتقبل الرأي الآخر، وممارسة الرقابة ومحاربة الفساد وتحديد مواطن الخطأ وكل هذا لا شك بأنه سيحسن من الحياة السياسية بالاتجاه الذي يخدم المصالح الوطنية.

ويظهر تأثير شبكات المعلومات على هيكل النظام السياسي من خلال دور الانترنت في توفير أدوات للتأثير على الرأي العام وما يتم توفيره من معلومات تدفع النظام السياسي إلى التغيير بما يتوافق مع هذه الضغوط بالإضافة إلى دور الانترنت في التأثير على القيم المحلية التي تشكل وجه النظر تجاه النظام السياسي، كما إن ظهور الجدل العام هو التأثيرات السياسية لشبكات المعلومات مرتكزا على دورها في الديمقراطية وتطورها وكذلك في هيكل النظام السياسي ودورها في تمكين ذلك الهيكل من التغيير الفعال الذي يتلاءم مع المطالب والضغوط، بما يعزز من وظائف النظام السياسي، وكذلك جعلت هناك درجة عالية من التنظيم من قبل القطاع العام أو الخاص، بما ساعد ذلك في عملية صنع القرار والسياسة العامة، والمفاوضات السياسية والتفاعلات بين المنظمات المختلفة وجماعات الضغط في مواجهة الرأي العام. وذلك في إطار تأثير الشبكات المعلومات العالمية على القيم المحلية والثقافية.<sup>2</sup>

وأصبح تأثير شبكات المعلومات على هيكل النظم السياسية تظهر في قلب تفاعلات النظام السياسي باعتباره مكون أساسي لمجتمع المعلومات ومن ثم أصبح لشبكات المعلومات

<sup>1</sup>. محمد نصر مهنا: مرجع سبق ذكره، ص ص 129، 130.

<sup>2</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 26.



أهمية فنية واقتصادية وسياسية، ومن ثم فإن تلك الشبكات وعلى الأخص الانترنت عملت على تغيير بيئة عمل المجال السياسي العام وادت لظهور دور سياسي للإنترنت في العديد من المظاهر لعل أهمها في جماعات المصالح والجماعات السياسية الجديدة والفاعلين الآخرين داخل التنظيمات السياسية والتي تعمل لكي يتم التوافق وإعادة الهيكلة مع الطابع الرقمي للإنترنت لكي يتم الاستفادة القصوى من هذه الشبكة، ويتوقف مستوى تأثير شبكات المعلومات على الهياكل السياسية والديمقراطية على درجة مساهمتها في تشكيل المنظمات ومدى استخدامها.<sup>1</sup>

كما إن شبكات التواصل الاجتماعي تكون جاذبة للقطاع العام والخاص نظرا إلى مرونتها وسرعتها حيث بإمكان الشبكات الاجتماعية دعم المنظمات وقدرتها على التفاعل بدرجة عالية مع المنظمات الأخرى في نظام سياسي تعددي، وكما يكون الأعضاء في المنظمات المتعددة لديها القدرة على التعبير عن آرائهم ومصالحهم بطريقة مباشرة تجاه الحكومات والسلطة التشريعية عن طريق الشبكات الالكترونية، وهذا ما يمثل في الوقت نفسه ممارسة ضغطا غير مباشر على هذه المنظمات لإصلاح هيكلها الداخلي والمؤسسي من اجل دعم قدرتها على الاستجابة والفاعلية في مواجهة المطالب والضغوط. وقد أدت التطورات التكنولوجية إلى لامركزية السياسة وانتشارها داخل المجتمع وانتقالها من الدور المركزي للدول القومية بمؤسساتها سواء الحكومة والإدارة العامة إلى فاعلين آخرين من خلال أو بدون مؤسسات النظام السياسي التقليدي، وانتشرت السياسة في المجتمع المحلي لتتجاوز الحدود السيادية للتواصل مع الخارج تتفاعل معه وتتأثر به، ومن ثم فإن النظام السياسي أصبح متعدد المراكز والتي ترتبط بشبكة علاقات ترابطية عن طريق تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وأصبحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تساهم في تشكيل علاقات السلطة وما بين الفاعلين والمؤسسات وأصبحت عملية نقل السياسة هو نقل للسلطة من الحكومة إلى الإدارة العامة فعلى الرغم من أنه مازال ينظر إلى الحكومة على أنها هي أساس صنع القرارات

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 27.

السياسية وصنع السياسة العامة إلا أنها في الواقع لم تعد هي الوحيدة بل أصبح هناك قوة إضافية للتنفيذيين على حساب البيروقراطية التقليدية للإدارة، كما ساعدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تقوية الطابع المستقل للإدارة العامة في علاقتها مع الحكومة. وارتقاع دور المؤسسات المالية السياسية الوسيطة متعددة الجنسيات وجماعات المصالح والمنظمات الدولية التي أصبحت تستخدم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في جمع المعلومات وممارسة المزيد من الضغط على الحكومات بالإضافة إلى المساعدة في نمو المجتمعات المحلية وانتشار الطابع اللامركزي للإدارة.<sup>1</sup>

عرف الاتصال السياسي تغيرا كبيرا في عصر الوسائطية الرقمية، لكن الهدف الأساسي والمحوري للزعماء السياسيين مازال هو الحفاظ على التركيز على الأشياء الكبيرة والأفكار الكبيرة، والأهداف الملحة للمجتمع، وليس تشتيت انتباه المجتمع بالعواصف السياسية الطارئة التي لا مفر منها والتي تأتي وتذهب وينساها الرأي العام سريعا.<sup>2</sup> تقول دراسات حديثة إنه في عصر مختلف ليس من السهل تحقيق هدف التركيز على الأهداف الكبيرة فهو تحد من نوع خاص في أوقات الأزمات الكبيرة أو في غير أوقاتها.

ظهور وسائل الإعلام الجديدة كان له تأثير كبير على التواصل السياسي، ومكن السياسيين من التواصل مع الناخبين دون وساطة ودون الحاجة إلى الذهاب لوسائل الإعلام لتقديم أنفسهم، فقد وفرت هذه الأشكال الجديدة من الاتصال دفعة كبيرة للجهات السياسية، وتحديا للمؤسسات التقليدية أيضا، نظرا لتكلفتها المنخفضة والشعبية الواسعة التي تتحقق لمن يقوم بالتواصل مع الجمهور مباشرة. فقد أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية، وبخاصة تويتر، منصات مثالية للتواصل السياسي.

تعتبر حملة دونالد ترامب هي نقطة التحول الكبرى في الاتصال السياسي الحديث بعد أن اعتمد المرشح الجمهوري على مواقع التواصل الاجتماعي وتجنب اللقاءات الجماهيرية

<sup>1</sup>. عادق عبد الصادق: مرجع سبق ذكره، ص 27.

<sup>2</sup>. عزت ابراهيم: فن الاتصال السياسي، [www.ahram.org](http://www.ahram.org). أطلع عليه في نوفمبر 2018.

الصاخبة لمخاطبة ناخبه وكثف من وجوده على موقع تويتر واستخدم مواقع الكترونية أقل شهرة من وسائل الإعلام التقليدية بينما كانت منافسته هيلاري كلينتون تتفق بسخاء على مؤتمرات جماهيرية يحضرها نجوم المجتمع وهوليوود من أجل دعمها وهو ما ترجم في صورة انفاق يزيد 10 اضعاف عما أنفقه ترامب في حملته والتي جاءت به الى البيت الأبيض.

سقطت الوسائل التقليدية للتواصل مع المجتمع وصعدت وسائل أكثر حداثة تمثل نقلة نوعية كبيرة في الاتصال السياسي عالمياً! في الاختبار الأحدث على الساحة الدولية، تستغل الحركات الشعبوية في الغرب هذه الفرصة في وقت تحول عالم السياسة الى مزيد من الصخب والاثارة والفضائح السياسية، بينما تراجعت ثقافة المناظرات في الديمقراطيات الغربية، وهو ما أدى الى استقطاب في المناقشات السياسية بدلا من الحوار القائم على تقديم الحقائق للرأي العام. يقول مشروع «حوار حول أوروبا» ليست بالضرورة أمرا سيئا. وبدلا من ذلك، فإنها تعتبر جزءا لا يتجزأ من ثقافتنا السياسية. فنحن بحاجة الى «قيادة كاريزمية» يمكن الوصول بها الى كل ناخب. المعضلة أنه كلما تزايد اعتماد التيارات الرئيسية بين السياسيين على صناعة السياسة بالطرق التقليدية اعتمادا على التكنوقراط، ممن يتعاملون مع السياسة باعتبارها أمورا «فنية» لإضفاء الشرعية على سياساتهم، يفقد الناخبون التواصل مع «النخبة السياسية»، وبالتالي يفقد الاهتمام بالسياسة تماما، حيث يجرى الترويج للقرارات التقنية المتخذة على اعتبار أنها معقدة للغاية ويصعب أن يفهمها الغالبية من المواطنين.

في تفسير ما سبق، نجد أن الوسائل القديمة في التواصل السياسي لم تعد كافية ولم تعد قادرة على إقناع الرأي العام بالخطاب التقليدي. وظيفة السياسيين أن يشرحوا لناخبهم ما هي سياساتهم بطريقة تحترمهم ودون الادعاء بأن الناس أغبياء أو لا يمكنهم فهم ما يقدم اليهم. يعتقد خبراء أن هذا هو السبب في نجاح الأحزاب الشعبية في الآونة الأخيرة، فقد فهموا أن السياسة تحتاج العواطف والمثالية بدلا من صنع القرار بطريقة واقعية وعبر التكنوقراط، على الأقل خلال الحملات الانتخابية. ويقول المشروع الأوروبي إن هذا هو المفتاح لفهم لماذا ينجح الشعبويون في استخدام وسائل الاتصال الجديدة.

ما الذي نتعلمه من تلك الموجة الجديدة؟ ما يجري اليوم على الساحة الدولية، خاصة في الغرب، يقدم لنا دروساً في كيفية تطوير طرق التواصل السياسي مع المواطنين، فالملاحظ أن طرق التواصل عتيقة وقديمة لدينا ومازالت استراتيجية الاتصال تقتصر الى العمق والتخطيط العلمي وهو ما ظهر بوضوح لدينا في التطورات السياسية الأخيرة التي تستوجب وجود خطاب محترف يوجه الى الرأي العام حول الأزمات التي تمس قضايا كثيرة من السلع الأساسية الى السياسة الخارجية.

فطريقة مخاطبة الرأي العام عن طريق المسؤولين التكنوقراط أو الفنيين في الحكومة ثبت أنها تضر السلطة السياسية أكثر مما تنفع في تمرير القرارات والخطط الجديدة حيث لا يوجد إطار سليم لكيفية مخاطبة الجماهير مثلما هو الحال في دول أخرى أكثر تطوراً. في بلدنا لا نفتقر الى تلك الكفاءات القادرة على تقديم سيناريوهات أو تصورات عن الاتصال السياسي الحديث وهو ما أصبح من أبجديات عمل ونجاح أي حكومة في الدول الحديثة. فمن الملائم اليوم أن نتحرك في اتجاه تشكيل مجموعات عمل تدرس خصائص الجمهور المستهدف في كل قضية أو أزمة وتقتراح السيناريوهات المناسبة بدلا من الأشكال البدائية في تسويق القرارات على الرغم من خطورة وأهمية الكثير من السياسات الجديدة التي تستهدف علاج تراكمات خاطئة على مدى عقود طويلة. خلاصة القول: انتبهوا الى قيمة الاتصال السياسي الحديث فلم يعد رفاهية ولم يعد يجدي أن يظل أسلوبا علميا مهملا مثلما كان الحال في الماضي !

## خلاصة

ومن هنا يمكننا القول أن الاتصال السياسي ظهر ليهتم بالجوانب والقضايا السياسية ويقوم بأحداث التأثير والتغيير في الآراء والأفكار والقناعات لدى الجمهور ويساهم في عملية صنع القرار السياسي، وصار يحظى باهتمام الوحدات والتيارات السياسية كونه المعبر عن فكرها وفلسفتها ونشاطاتها وتطورها وقدرتها على التأثير في الجمهور.

حيث تطور الإتصال السياسي مع تطور وسائل الإعلام المختلفة إذ أصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية، ويقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلا عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به.

وتسعى الدول على اختلاف الأنظمة السياسية القائمة فيها إلى استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لتحقيق الأهداف الإستراتيجية في حالتها السلام والحرب، وفي مقدمة هذه الأهداف أهدافها السياسية سواء كان ذلك على المستوى الداخلي أو على المستوى الدولي، وقد أصبح الإتصال السياسي عنصراً من العناصر المهمة في تقييم أداء السلطة والقائمين عليها، فالإتصال السياسي يؤدي وظيفة سياسية مهمة، ويعمل على إحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الآخرين.

# الفصل الثالث

## الدور السياسي لوسائل الإعلام الجديدة

تمهيد

أولاً/ الوظائف السياسية لوسائل الإعلام الجديدة

1- الوظيفة الإخبارية

2- التنشئة السياسية

3- الثقافة السياسية

4- مؤسسات وقنوات التنشئة السياسية

5- التسويق السياسي

ثانياً/ مكانة وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي

1- رهانات العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والاتصال السياسي

2- الفضاء الإلكتروني و بروز نمط الرأي العام الإلكتروني

3- الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على أنماط الديمقراطية والمواطنة

4- التحول السياسي كأحد مظاهر التحول الديمقراطي

5- التكنولوجيا الوسائطية وتأثيرها في الفواعل السياسية

6- الوسائط الاتصالية كقناة لتسويق القرار العام

خلاصة

## تمهيد:

أحدثت وسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية الرقمية تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصرعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي.

وتأسيساً على ما سبق، يأتي هذا الفصل ليحاول رصد الدور الذي لعبته وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي.

## أولاً/ الوظائف السياسية لوسائل الإعلام الجديدة

## 1- الوظيفة الإخبارية

ان الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف السياسية تأثيراً في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء، فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري باستخدام النظر والبت على نطاق واسع، حتى وصلت إلى عصر الثورات المتتالية في عالم الاتصال، فهي تشبع في الإنسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية، وتهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق والرسائل والتحليلات، من أجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة.

والأخبار تعد متحدثاً رسمياً باسم الحكومة في أي دولة من الدول، وناقلاً للمعلومات السياسية، وما يتصل بالسياسيات العامة للدولة والمصالح القومية العليا؛ فهي إلى جانب وظيفتها في إعلام الجمهور عن سياسات الدولة، وإعطاء قراراتها الشرعية تهدف إلى صنع قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة أو تعزيزها.<sup>1</sup>

وتؤدي وظيفة الإخبار دوراً سياسياً مهماً في تكوين الرأي العام المستنير وتطويره، عن طريق الإمداد بالمعرفة العامة، وتنمية المجتمعات من خلال الأخبار الصادقة، والمعلومات الدقيقة الكاملة، والآراء الجديدة الهادفة.

ويشير بعض الباحثين إلى أن هناك نمطي استخدام مختلفين لهذه الوظيفة الإخبارية المعرفية بالنسبة للأفراد: الأول له علاقة بملاحقة الأحداث الجارية التي تقع، ومعرفة ما تقوم به الحكومة، فهم ما يحدث في العالم، بالإضافة إلى معرفة ما يقوم به القادة. والثاني

<sup>1</sup>. دوريس جرابر واخرون، ترجمة زين نجاتي: سياسة الأخبار وأخبار السياسة، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004، ص123.



يتعلق باستخدام وسائل الاتصال السياسي للمعرفة العامة، وزيادة الخبرات والمعلومات الشخصية.<sup>1</sup>

وبسبب تعود الفرد في المجتمع الحديث على التعرض لكم هائل من الأخبار والمعلومات، أصبحت وسائل الاتصال ذات أهمية كبيرة في تحقيق هذه الوظيفة المتطورة والمتزايدة لديه.

وكثير من الحكومات تستغل حاجة شعوبها إلى الأخبار والمعلومات الجديدة، فتنتمي من بينها ما يتفق مع سياساتها وأهدافها، وتقدم المعالجة الإخبارية في نفس الإطار الذي يخدم تلك السياسة ويحقق هذه الأهداف. وهو ما ينأى بالإعلام عن دائرة التأثير الطبيعي التلقائي إلى دائرة التأثير المقصود الذي تتميز به الدعاية والإعلان.<sup>2</sup>

وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية العامة أو المنظمات الرسمية أو الشعبية يساهم في تكوين الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير. إلا أن للأخبار جوانب سلبية، مثلما قد يحدث من توتر للجماهير - لا تحذيرها - في حالة الإعلان عن حرب أو أحداث عنف، مما يؤدي إلى سلوكيات غير متوقعة، وقد حدث ذلك فعلا عندما تدفقت الجماهير الفرنسية ذعرا إلى الشوارع إثر خبر عن الغزو الألماني مما تسبب في عرقلتها لتحركات قواتها المسلحة.

كما واكب أحداث 11 سبتمبر لعام 2001 في الولايات المتحدة تأثير سلبي على الصحة النفسية لأفراد المجتمع الأمريكي على وجه الخصوص، وإشعال حدة الشعور بالهلع والخوف ومن جانب آخر فإن زيادة جرعة الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الاتصال عن السياسيين أو الدول أو لخدمة قضايا معينة، قد تتجاوز طاقة الجمهور وتؤدي إلى ردة فعل عكسية، أو إلى استفاد مجهود الناس بدون أن يلتفتوا أو يستجيبوا بشكل فعال، وبالتالي

1. عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، د م ن، مكتبة نانسي، 2006، ص 128.

2. علي عوجة: الإعلام وقضايا التنمية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 12.

تصبح معرفتهم مجرد معرفة سلبية لا تؤدي إلى عمل إيجابي، وهو ما يسمى باللامبالاة السياسية وعدم القدرة على التفاعل مع المعلومة، إضافة إلى أن التعرض الكثيف للأخبار غير الطبيعية وغير العادية ربما يوقع بعض أفراد الجمهور في حالة من الحيرة، حيث لا يعرفون ما الطبيعي أو العادي أو غير العادي في المجتمع.<sup>1</sup>

وتسعى الدول أيضًا لتحقيق الأمن الإعلامي في مجال الأخبار، عندما تتحقق لديها القدرة والكفاءة العالية في التغطية الإخبارية على مستوى العالم،<sup>2</sup> بحيث ترصد الأحداث في مواقعها الطبيعية من خلال وسائلها الإعلامية ومراسليها، الذين يقومون بتغطية الأحداث وتصويرها والتعليق عليها من زواياها المطلوبة والحقيقية، وفي الوقت المحدد وفي ضوء مصالحها وفلسفتها السياسية والإيديولوجية، بدلا من أن تظل عالة على ما تقدمه شبكات الأخبار العالمية التي لا تعمل إلا لصالح دولها، وقد تجلى ذلك بوضوح في حرب الخليج الأولى.

## 2- التنشئة السياسية

إن عملية التنشئة السياسية تتضمن الثقافة السياسية على أساس هذه الأخيرة تمثل مضمون وجوهر عملية التعليم التي تعد الفرد ليصبح عضوا في المجتمع السياسي. إذ أن خبرات التنشئة التي يكتسبها المواطن تحدد تصرفاته السلوكية في خضم الحياة السياسية، المشاركة السياسية أو عدم الاهتمام السياسي أو التخلي عنه.<sup>3</sup>

وقبل تقديم مفهوم التنشئة السياسية نتطرق إلى مفهوم الثقافة السياسية لارتباطهما الوثيق ببعض.

حيث يعرفها محمد السويدي: الثقافة السياسية تشير إلى توزيع الاتجاهات المواطنين بصفة عامة على الموضوعات السياسية، كالحكم على النسق السياسي مثل السلطة التنفيذية والسلطة

<sup>1</sup>. عبد الرحيم درويش: مرجع سبق ذكره، ص 119.

<sup>2</sup>. عامر عرفة: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، رؤية إسلامية، القاهرة، مكتبة الآداب، 2003، ص 77.

<sup>3</sup>. حياة قزادري: الصحافة والسياسة، الجزائر، TAKSIDJ.COM للدراسات والنشر والتوزيع، د س ن، ص 40.

التشريعية والسلطة القضائية، والأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة، ونظرة الفرد لذاته كفاعل سياسي ونظرته إلى المواطن الآخر.

ويرى الموند أن الثقافة: تتكون من ادراكات وأحاسيس ومشاعر وتقسيمات، فهي تشمل المعلومات ومعارف ومعتقدات حول الواقع السياسي، ومشاعر وأحاسيس تجاه العملية السياسية، والتزامات بقيم سياسية معينة<sup>1</sup>

أما موريس ديفرجيه فقد رأى أن الثقافة هي جزء من الثقافة السائدة في مجتمع معين، وأنها بمجموع عناصرها تكون تركيباً منظماً وينطوي على طبيعة سياسية.<sup>2</sup>

واكتساب الفرد للثقافة السياسية نعني اكتساب التوجهات السياسية والاتجاهات وهذا ما سنتطرق إليه في الدراسة الميدانية من خلال معرفة دور استخدام الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية في اكتساب الثقافة السياسية للفرد وبلورة قيمه واتجاهاته السياسية ومعارفه السياسية نتيجة الأفكار والمعلومات السياسية المكتسبة.

ومن خلال هذا يمكن تقديم مفهوم للتنشئة السياسية:

إن التنشئة السياسية كمصطلح هي حديثة في تراث علم الاجتماع السياسي، واستخدامه لأول مرة من طرف "هريرث هايمان" كعنوان لكتاب له عام 1959 م.<sup>3</sup>

فالتنشئة السياسية وإن كانت تشكل أحد المفاهيم المحورية في الكتابات الاجتماعية، والسياسية المعاصرة، وتستقطب محاور العديد من علماء الاجتماع السياسي الذي يحاولون إيجاد نظرية عامة لهل إلا أنها تزال في مرحلة مبكرة من تطورها المنهجي والتحليلي.<sup>4</sup>

1. حياة قزادري: مرجع سبق ذكره، ص 33-36.

2. ثامر كامل محمد الخزرجي: النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2013، ص 96.

3. عبد الهادي الجوهري: أصول علماء الاجتماعي السياسي، الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2000، ص 37.

4. محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية، دراسات في دور أخبار التلفزيون، القاهرة، دار نشر للجامعات، 1997، ص 22.

ونفهم من هذا التعريف أن "هايمان" اعتبر التنشئة السياسية جزءا من عملية معقدة هي التنشئة السياسية. وبعد "هايمان" ظهرت تعاريف عديدة للمصطلح من بينها:

"فا نطوني اوريم" يرى أن التنشئة السياسية "هي عملية يتم من خلالها إكساب الأفراد لنسق من المعتقدات والقيم، والمعايير، والاتجاهات التي توجد في المجتمع.<sup>1</sup>

وحسب كتب لانجتون التنشئة السياسية تعبر في أوسع مضامينها عن كيفية نقل المجتمع للثقافة السياسية من جيل إلى جيل.<sup>2</sup>

فيما يعرفها "ليفين روبر" هي إكساب الفرد لاستعدادات سلوكية تتفق مع استمرارية قيام الجماعات، والنظم السياسية بأداء الوظائف الضرورية للحفاظ على وجودها.

"ووليام ميتشل" يرى أن التنشئة السياسية هي محاولة تدريب الناس على أن يفعلوا ما يتطلبه النظام، أي اكتساب المعايير، والقيم والمهارات المرغوبة والمفيدة في هذا المجتمع.<sup>3</sup>

ويعرفها "كالرد ير" بكونها الوسيلة التي عن طريقها يتم التوافق الجمعي، وتهدف إلى جعل أعضائها يقبلون كل من المعايير والطرائق، أو القيم والأدوات الاجتماعية، وذلك حتى يكتسب كل من الأعضاء شخصية الأساسية.<sup>4</sup>

أما وجهة نظر الثلاثي "ريشا رد وكارن دواسن، وكنيث برويت" عن التنشئة السياسية تتلخص في كونها العملية التي يكتسب الفرد من خلالها توجهاته السياسية الخاصة، ومعارفه، ومشاعره، وتقييماته لبيئة ومحيط سياسي.<sup>5</sup>

في حين يرى محمد علي العويني أن التنشئة السياسية هي العملية التي بمقتضاها يكتسب الطفل ثم البالغ المعتقدات السياسية.<sup>6</sup>

1. عبد الله محمد عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، النشأة والتطور والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية، 2001، ص 435.

2. محمود حسين إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 22.

3. عبد الهادي الجوهري: مرجع سبق ذكره، ص 39.

4. محمود حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 23.

5. محمد عبد الرحمن: مرجع سبق ذكره، ص 444.

6. محمد السويدي: علم الاجتماع السياسي، ميدانه وقضاياها، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 168.

استنادا لهذه التعريف يمكن القول أن التنشئة السياسية: هي عملية اجتماعية تشمل جميع أساليب التعليم السياسي، التي تمارس على الفرد بصورة مباشرة عبر مختلف مراحل حياته من طرف مؤسسات اجتماعية رسمية وينتج عنها بصورة مقصودة، تشكل قيم، واتجاهات، وقواعد سلوكية لدى كل فرد بصفته مواطنا في نظام سياسي معين.<sup>1</sup>

من خلال هذه التعاريف يمكن القول انه ليس لمفهوم التنشئة السياسية تعريف واحد محدد بل تتعدد تعريفات ومنه نستنتج أن التنشئة السياسية هي عملية مستمرة وشرط ضروري لنشاط الفرد كما أنها عملية تعليم القيم واتجاهات اجتماعية ذات توجهات سياسة، وهي تنقل الثقافة السياسية من جيل إلى جيل، ويتعرض إليها الفرد طيلة حياته بدرجات متفاوتة بواسطة قنواتها.

### 3- مؤسسات وقنوات التنشئة السياسية

التنشئة السياسية بحكم طبيعتها تكاد تكون إحدى القوى المحافظة لان ما يكتسبه الأفراد من أفكار سياسية، وتوجهات، وقيم تشارك فيه أجهزة عديدة، وان أي محاولة لأحداث تغيير ثقافي موجه تعتبر فاشلة لأنه يتعذر إخضاع كل الوسائل التنشئة السياسية نحو التغيير بل من الممكن ذلك عن طريق صياغة برامج محددة لهذا النوع من التوجيه دون إغفال أنها عملية تبدأ من الطفولة المبكرة، وتساهم فيها هيئات ومنظمات عديدة بعضها رسمي وبعضها غير رسمي.<sup>2</sup>

ومن أهم قنوات أو وسائل التنشئة السياسية:

#### 1.3- الأسرة

هي أول قناة من قنوات التنشئة التي يتعرض لها الفرد، ولها تأثيرات قوية، ودائمة على شخصية الطفل الذي يقضي أول مراحل عمره فيها.

وتمارس الأسرة تأثيرها التربوي على تنشئة الطفل من خلال ثلاث زوايا:

<sup>1</sup>. محمد علي العويني: العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، مصر، علام الكتب، ص252.

<sup>2</sup>. محمود علي محمود: أصول الاجتماع السياسي، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1986، ص ص 254، 255.

- المركز الخاص للأسرة: إذ تظل بمثابة المصدر الوحيد الذي يرضى الطفل ويلبى حاجات المادية والمعنوية، مما يدفع الطفل إلى تقمص قيم، واتجاهات والديه، وخاصة الأم لأنها الأكثر ملازمة للطفل أثناء فترة التكوين.

- فلسفة وقيم الأسرة: فالأسرة تعكس نظام القيم، واتجاهات الآباء قد يكتسبه الأبناء، ويجعلونه معيار لسلوكهم، كما قد يستوعبون دون أن يعملوا به لان هناك تغييرا يفرض اختلاف قيم واتجاهات الجيلين.

- طرق تربية الطفل: وهي لا تقتصر على التلقين العلني والمستتر للمعارف السياسية والاجتماعية، بل تتضمن كذلك الأساليب التي تنتجها الأسرة في تربية الطفل، والتعامل معه، والتي يكتسب من خلالها المعتقدات، والاتجاهات المختلفة.<sup>1</sup>

### 2.3- جماعات الرفاق

إذ يقر علماء السياسة عموما أن سلوك الفرد يتأثر بسلوك أقرانه، وأصدقائه، ومن هم في سنة أو على الأقل متساوون معه، ويقتضي معهم فترات طويلة في محيط الحي أو المدرسة، أو العمل، أو مؤسسات الاجتماعية أخرى.

وفيما يتبين أن أهمية الفرد جماعات الرفاق ودورها الفعال في تشكيل القيم واتجاهات الأفراد خاصة السياسية منها إلا أن الفرد يشعر في إطارها بسهولة التكيف مع البيئة الاجتماعية، والثقافية، كما يحس ويرى أنها تحترم مبادئ الديمقراطية المجال فيها يتسع لتعدد الآراء، وقبول النقاش عكس ما تفرضه الأسرة من سيطرة وخضوع وتحكم.<sup>2</sup>

وفي مجال التنشئة السياسية تمارس جماعات الرفاق تأثيرا كبيرا على قيم واتجاهات أعضائها ويتم ذلك من خلال طريقتين:

أ. نقل وتعزيز الثقافة السياسية: إذن عن طريق تلك الجماعات يمكن نقل الثقافات الفرعية سواء كانت طبقية أو مهنية، فالطفل الذي ينشأ في الأسرة تنتمي إلى الطبقة العمالية يتعلم

<sup>1</sup>. محمود حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص35.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص36.

أسلوب حياة بهذه الطبقة، وإذا انظم في المدرسة إلى جماعات الرفاق تنظم زملاء من نفس الطبقة فان ذلك يؤدي إلى تأكيد وتعميق الاتجاهات التي سبق وان اكتسبها في الأسرة.

ب. غرس قيم ومفاهيم جديدة: فقد يتعلم الفرد عن طريق جماعات الرفاق اتجاهات ونماذج سلوكية جديدة حيث تتيح تلك الجماعات لأعضائها حرية التعبير عن أنفسهم، ومعايشة ادوار جديدة بعيدة عن التحكم الأسري.

### 3.3- المؤسسات التعليمية

وان كانت الأسرة هي المصدر الأول والأساسي لتنشئة الفرد فان المدرسة هي ثاني مصدر يتحمل مسؤولية تعليم الفرد وتنشئته ليصبح مواطنا صالحا في المجتمع وذلك من خلال مناهجها الدراسية وكتبها التعليمية "تاريخ، جغرافيا، تربية وطنية، وتكاملها مع السلوك المعلمين من جهة، والمحيط المدرسي من جهة أخرى فمن خلال ما تؤديه من مهام لزيادة الخبرات العلمية للمتمدرسين وإنارة عقولهم فهي تأثر في فكرهم السياسي.<sup>1</sup>

بما أن المدرسة كيان غير مستقل عن الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه الطفل، فهي تعكس ظروف هذا الواقع، واحواله، وأفكار أعضائه، وأنماط سلوكهم، ويتبع الطفل فرصة فهم التجربة الجماعية، كما ترى العناصر المعرفية له وتتميتها والارتقاء بها إلى المستويات الاجتماعية والمهنية وبهذا تكون المدرسة قد ساهمت في نقل التراث الثقافي للمجتمع، وما يتضمنه من ثقافة سياسية، وساعدت على تشكيل اختيارات سياسية لدى الأفراد تساعد في تحديد مصيرهم عند النضج.<sup>2</sup>

### 4.3- المؤسسات الدينية

المؤسسات الدينية يقصد بها المساجد والكنائس ومختلف دور القيادة، وما يرتبط بها من مؤسسات أو أشخاص يوظفون الدين لتلقي أفكار سياسية عامة للأفراد المجتمع.

<sup>1</sup>. إسماعيل على سعد: علم الاجتماع السياسي بين السياسة والاجتماع، مصر، د د ن، 1999، ص377.

<sup>2</sup>. محمود حسين إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص41.

ويلعب الدين في المجتمعات الإنسانية دوراً كبيراً في حياة الناس خصوصاً في دول العالم الثالث، فالذين يوظفون الدين يعملون على نقل مجموعة من القيم السياسية من جيل إلى جيل أو يعملون على إضفاء الشرعية على النظام السياسي القائم أو تجريده منها. وتمارس المؤسسات الدينية دوراً في عملية التنشئة السياسية من خلال المنشورات التي توزعها والندوات التي يقيمها رجال الدين أو رجال الكنسية، فدور الدين في عملية التنشئة لا يقتصر على مؤسسات الدينية المتخصصة بل يمارس دوره في هذا السياق منذ الطفولة داخل العائلة وفي المدرسة من خلال الحصص الدينية والدروس الدينية وفي وسائل الإعلام من خلال البرامج الدينية الموجهة.<sup>1</sup>

### 5.3- الأحزاب السياسية

يبرز دور الأحزاب السياسية في عملية التنشئة السياسية خاصة في الدول الديمقراطية، وتلك التي تأخذ بنظام التعددية الحزبية. والحزب هو مجموعة من الأشخاص المنظمين، والذين تجمعهم فلسفة، وإيديولوجية، ويهدفون إلى تحقيقها ميدانياً، ويقصدون من وراء ذلك للوصول إلى السلطة وممارستها للأحزاب السياسية العديد من الوظائف التي تؤديها، والتي تعكس دورها في عملية السياسية، وأهم هذه الوظائف:

- أ. التاطير السياسي والإيديولوجي للناخبين: محاولة توعيتهم حول السياسات المتبعة من طرف الحكام.
- ب. اختيار المترشحين للمناصب الانتخابية: إذ تعد الأحزاب بمثابة مدارس التي تدرّب أعضاء فيها، وتؤهلهم للممارسة السلطة.
- ج. تنشيط الحياة السياسية: من خلال التنافس الدائم وحث الجماهير على المشاركة في الحياة السياسية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. قزادري حياة: مرجع سبق ذكره، ص ص45، 46.

<sup>2</sup>. حسن البدرابي: الأحزاب السياسية والحريات العامة، دار المطبوعات الجامعية، 2000، ص 19.



## 6.3- وسائل الإعلام

تقوم وسائل الإعلام ( الصحف، الراديو، التلفزيون، الانترنت) بدور لا يقل أهميته عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى في عملية التنشئة السياسية، ولئن كان هذا الدور يمثل سلاحاً نوو حدين، ففي الوقت الذي يتم فيه عن طريق نقل القيم والمعايير الاجتماعية، المتفق عليه بين أفراد المجتمع فإنها في الوقت نفسه تقوم بصورة غير مباشرة بتغيير هذه القيم والمعايير وإحلال أخرى جديدة، مما يؤثر سلباً على شخصية الأفراد.

وتكتسي وسائل الإعلام أهمية خاصة في نشر القيم السياسية، نظراً لتعرض كافة أفراد المجتمع تقريباً لمل تبثه من مضامين في جميع أنحاء الدولة. وقد يبدو ظاهراً أن الفرد لديه القدرة على الاختيار في استخدام وسائل الإعلام، بينما هو في الواقع يخضع بصورة منظمة لمضامين مخططة تستهدف نشر أفكار محددة وإرسائها بكافة الوسائل.

## 4- أهداف عملية التنشئة السياسية.

تتمثل أهداف عملية التنشئة السياسية في:

1.4- تنمية المعرفة السياسية: إذ تهدف التنشئة السياسية إلى تكوين الفرد سياسياً وجعله يكتسب قدراً من المعرفة، والفهم لما يدور حوله من مسائل سياسية لنظم الحكم، وتصرفاته القادة وغيرها مما ينمي قدراته ويساعده على تنظيم خبراته وبنائها عن العالم السياسي الذي يحيط به، وان نمو المعرفة هو احد العناصر الأساسية والهامة في تكوين الشخصية السياسية.<sup>1</sup>

## 2.4- المشاركة والاندماج في الحياة السياسية: أن مظاهر الارتباط بين التربية والنظام

السياسي هي عملية تهيئة الأفراد للموقع السياسية الهامة أو اختيار أو انتقاء الصفوة السياسية كما يقول "مورفيك" وذلك من خلال عدة عمليات هي الأدوات الرئيسية للتنمية السياسية وتتمثل في:

<sup>1</sup>. عبد الهادي الجوهري: مرجع سبق ذكره، ص55.

١ . عملية التعبئة أو التجنيد السياسي: أي اندماج الأفراد في الحياة السياسية بشغل المناصب سياسية، أو أداء ادوار سياسية بطرق رسمية "انتخاب، اختيار" أو بطرق غير رسمية" تطوع".<sup>1</sup>

ب . المشاركة السياسية: أي تلك الأنشطة الإدارية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع ما في اختيار حكامه، وفي صناعة السياسة العامة بشكل مباشر، والمشاركة السياسية قد تكون ايجابية بمشاركة الفرد في مستوى من مستويات العمل والنظام السياسي التي تتدرج كما حددها بعض العلماء كما يلي:

- تقلد مناصب سياسي أو إداري.

- العضوية النشطة في التنظيم السياسي "كمؤسسات المجتمع المدني".

- العضوية النشطة في التنظيم شبه السياسي "كالنقابات العمالية".

- المشاركة في الاجتماعات السياسية العامة" كالمعرفة والوقوف على المسائل العامة".

- المشاركة في المناقشات السياسية غير الرسمية "كالمشاركة في الهيئات التطوعية".

الاهتمام العام بالسياسة.<sup>2</sup>

كما قد تكون المشاركة السياسية سلبية، وتأخذ عدة صور أهمها:

أ. اللامبالاة: أي عدم اهتمام بالأفراد، والظواهر، ولا بالمواقف الاجتماعية بصفة عامة أو خاصة.

ب. الشك السياسي: في أحوال وأقوال الآخرين في المجتمع خاصة القيادات، والنظر أو الشعور بان العمل السياسي عمل رديء، وان الثقة في رجال العمل السياسي أمر مستحيل.

ج. الغربة السياسية: أي شعور الفرد بأنه غريب عن العمل السياسي، والحكومة، وما يدور بالمجتمع.

<sup>1</sup> . عبد الهادي الجوهري: مرجع سبق ذكره، ص 59.

<sup>2</sup> . محمود حسين إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 42.

د. الاغتراب: وهو شعور الفرد بان المجتمع والسلطة فيه لا يحسان به، ولا يعنيتها أمره، وبأنه لا قيمة له في المجتمع، وهذا الشعور يؤدي إلى تقليل الفرد من أهدافه وفقدانه للحماس والدافع والعبث للمشاركة السياسية.<sup>1</sup>

### 3.4- التسويق السياسي

التسويق السياسي، وهو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري، في الحملات السياسية، بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين. وهذه الطرق تشتمل على التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات الإستراتيجية التي يقوم بها المرشحون أو الأحزاب السياسية أو المسؤولون في السلطة أو جماعات المصالح أو جماعات الضغط، التي تحاول قيادة الرأي العام، أو نشر أفكارها الخاصة، أو الفوز في الانتخابات، أو تمرير بعض القرارات والقوانين التي تهم مصالحهم أو احتياجات فئة من المجتمع.<sup>2</sup>

والتسويق السياسي يستخدم مجموعة كبيرة من المفاهيم، التي تستخدمها عادة المؤسسات التجارية الربحية في عملية تسويق بضائعها وخدماتها إلى المستهلكين، لجذب الرأي العام إلى الاتجاه كما أنه يستخدم مجموعة من المصطلحات والمفاهيم المستخدمة تقليدياً بواسطة مؤسسات ربحية وغير ربحية في عملية بيع المنتجات أو الخدمات أو الأفكار لتنوع كبير من المستهلكين والجمهور. ويتم من خلال التسويق السياسي تعميم مفهوم التسويق، وذلك بتحويله من القطاع الخاص إلى العام، وبتوسيع عملية الإقناع والمقايضة، من مجرد عملية اقتصادية، لتشمل أنواعاً أخرى من التبادل، للحصول على استجابات محددة من الأفراد لصنع وتقديم قيم تم إعدادها بحكمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. محمود حسين إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 43.

<sup>2</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 72.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص 72.

وبالرغم من وجود اختلاف بين استخدامهم للتسويق تجارياً، وبين استخدامه في التسويق السياسي، ففي التجارة يستمر العمل بنتائج الأبحاث التسويقية وتنفيذها، أما في التسويق السياسي فإن فلسفة المرشح هي التي تستمر، إلا أن هناك صفات متشابهة بين فن البيع والاتصال، فكلاهما يهدف إلى بيع الأفكار والمنتجات واجتذاب الأشخاص.

كما تسعى وسائل الإعلام إلى تسويق برامجها بين جمهورها، فإن الحملات الانتخابية تسعى إلى تسويق المرشحين. والسياسيون أصبحوا أكثر اهتماماً بالتسويق والطرق التكنولوجية المستخدمة بواسطة الشركات في تسويق منتجاتها وخدماتها، وفي تسويق أنفسهم وأفكارهم. لذا لا بد لهم من الاعتماد على التسويق، ليس فقط لكسب الانتخابات أو للوصول إلى السلطة، ولكن أيضاً للنجاح فيعملهم بعد تسلمهم المناصب.<sup>1</sup>

ويعطي كثير من خبراء التسويق أهمية لعملية بناء قصص إخبارية، تستهدف بناء أو دعم أو تصميم الصورة الذهنية لجهة سياسية معينة، وهو ما يعد إحدى النقاط الأساس التي يركز عليها التسويق، باعتبارها محاولة لإقناع الجمهور من خلال قصص إخبارية مبالغ فيها وأحياناً غير دقيقة أو مختلقة.<sup>2</sup>

ويستفيد من التسويق السياسي الاختصاصيون، مثل: المرشحين للانتخابات على كل المستويات، والمستشارين السياسيين، وجماعات الضغط، ومديري اللجان السياسية، وجامعي التبرعات، ومنظمي الاستفتاءات، والمسؤولين الحكوميين، واختصاصي الإعلانات السياسية والصحفيين، ومديري العلاقات العامة، ومستشاري الاتصال المباشر، ومديري الأحزاب السياسية وموظفيها.

وتوظف الأنظمة السياسية وسائل الاتصال للعرض والترويج لسياساتها، وتكوين صورة ذهنية إيجابية عن الحكومة لدى أفراد المجتمع فوسائل الاتصال مهمة للنخبة لتحقيق السيطرة والتحكم في الجمهور، ليس في وقت الحملات الانتخابية فقط، وإنما في جميع

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص73.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 73.

الأوقات، نظرًا لما توفره من سهولة في عملية الوصول إلى جمهور الناخبين، ولكونها قناة اتصال بين الحاكم والمحكوم، خصوصًا أن نمو وسائل الاتصال جعل منها، بالنسبة لأغلبية أفراد المجتمع، مصدرًا رئيسًا للمعلومات السياسية، إضافة إلى أن الشخصيات السياسية تعي أن ما تقدمه الوسائل يحدد أجندة الحملة الانتخابية للسياسيين.

والسياسيون ينظرون لوسائل الإعلام، خصوصًا في أوقات الانتخابات، كأداة رئيسة لإقناع الجمهور بوجهة نظرهم، أكثر من كونه أداة معلومات للشؤون العامة وقد أدى الاهتمام بالتسويق السياسي إلى ظهور هيئات استشارية للحملات ومؤسسات للدعاية وإنتاج الإعلان السياسي، لتصميم البرامج الانتخابية، واختيار وسائل الدعاية والإعلان المناسبة للتسويق للمرشحين والتعريف ببرامجهم؛ حيث تشير الدراسات إلى أن من أهم عوامل نجاح المرشح: براعته في استخدام الإعلان للتسويق عن نفسه، وبيان أوجه القوة في شخصيته، وقدرته على إقناع الناخبين ببرنامجه الانتخابي ومشروعه السياسي الذي يروج له.<sup>1</sup>

والإعلان السياسي ليس مقتصرًا على الحملات الانتخابية، وإنما يمكن توظيفه في العديد من الحملات السياسية الأخرى، فالأمر يتطلب توافر مهارات معينة في صياغة إستراتيجية الحملات الإعلانية السياسية، خصوصًا إذا ما كانت تتعلق بالترويج لسياسة من السياسات العامة للحكومة.

كما أن تقنيات التسويق يمكن أن تكون فعالة في تصميم الإعلان السياسي، وقادرة على توجيه الإعلان وتقديمه في شكل إيجابي.

وهناك أنواع عديدة للإعلان السياسي، منها ما يتعلق بحملات التجنيد للجيش، والمبادرة الحكومية لتنظيم حملات إعلانية سياسية معينة، أو الحملات التليفزيونية السياسية التي تهدف إلى زيادة الفهم والإدراك الجماهيري للمسائل الاجتماعية، وتعديل وتغيير معتقدات وممارسات لدى المواطنين وقد يحدث أن يستخدم المرشح السياسي بعض المشاهير لدعم

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 74.

صورته أمام الجمهور، فولاء الجمهور سينتقل إلى المرشح عندما يقدمه، كما حدث من استخدام بيل كلينتون لممثلين مشهورين للترويج له أثناء حملته الانتخابية عام<sup>1</sup> 1992.

وتعتمد عملية التسويق السياسي على عدد من العناصر، من أهمها:

-إجراء الأبحاث: وهو أحد أهم الأنشطة التي يقوم عليها التسويق السياسي، ويهدف من خلالها إلى معرفة المنافسين ومدى قدراتهم، وكذلك حصر الآراء والأفكار المناهضة، مما يسهم في الاستعداد بخطط مضادة لخطط المنافسين، وبناء أساليب الحملات السياسية وما يتضمنها من رسائل.

-استفتاء ودراسة المجموعات الضابطة: وهذا يساعد على بناء سير الحملة السياسية ورسائلها أيضًا ومعرفة التغيرات التي تجري على أمزجة الرأي العام، والحصول على إرشادات وتوجيهات أثناء الحملة.<sup>2</sup>

-التلفزيون: الذي من خلاله يعرض السياسي نفسه على جمهور عريض ومتنوع، خصوصًا باستخدام الإعلانات.

-البريد المباشر: حيث إن استخدام التلفزيون يعد من الطرق باهظة التكلفة في الحملة السياسية لا يقدر على تحملها الجميع، وبخاصة الذين يعملون في مناطق الضواحي -أي خارج المدن الرئيسية - مما يجعل التحول إلى شكلا اتصالي آخر ضروريًا مثل البريد المباشر، الذي يستخدم عادة في جمع التبرعات والإقناع، والحث على التفاعل والتشديد على الولاء وواجب المواطنة والانتماء للأحزاب.

-استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت): وهو أسلوب حديث أخذ في الانتشار في مجال التسويق السياسي، وقد بدأ استخدامه في الحملات الانتخابية باستخدام مختلف الشبكات الاجتماعية الرقمية وهو ما سنتطرق إليه مفصلا لاحقًا.

<sup>1</sup>. سعد ال سعود: الاتصال السياسي في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 74.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص75.

من هنا يتضح أن التسويق السياسي، هو إنتاج المعلومات في السياسة وشؤونها باستخدام مصطلحات واتجاهات مستقاة من نظريات ومفاهيم التسويق التجاري.

### ثانيا/ مكانة وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي

#### 1- رهانات العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والاتصال السياسي

ازداد الاهتمام في السنوات الأخيرة بدراسة الاتصال السياسي في العمليات السياسية المختلفة التي تتم في نطاق النظم السياسية كالحملات الانتخابية، صنع السياسة العامة، الرأي العام، تحسين أداء الجهاز الحكومي على المستوى القومي والمحلي، احتواء المواطنين في المشاركة السياسية وإصلاح نظام الحكم المحلي، وغيرها من العمليات كما سبقت الإشارة، وتنقسم هذه الدراسات إلى دراسات تعنى بالكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والاتصال السياسي فيما تهتم الدراسات الأخرى بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وعناصر الاتصال السياسي وهي محل اهتمامنا في هذه الدراسة، كدراسة نتائج الحملة الانتخابية الأمريكية من خلال تحليل مضمون ما جاء على مواقع المرشحين على شبكة الانترنت واستطلاع آرائهم بصدد استعمالهم لشبكة الانترنت للترويج لحملتهم الانتخابية، ومدى تأثيرها على الناخبين وقد أوضحت نتائج هذه الدراسة أن استخدام شبكة الانترنت قد سهل من توفير مكان لتقديم الأدبيات المروجة لهذه الحملات،<sup>1</sup> إلا أنه لا يوجد ما يثبت حتى الآن وجود تفاعل بين المرشحين والناخبين على الشبكة.

وهناك مجموعة أخرى من الدراسات التي اهتمت بكيفية الاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة في مجال تعزيز العملية الديمقراطية، حيث أوضحت إحداها استنادا إلى ثلاث دراسات حالة أجريت في مينسوتا ونورث كارولينا وفلوريدا بالولايات المتحدة الأمريكية، أن زيادة فعالية الاتصالات الحكومية من خلال الاستفادة بوسائل الإعلام الجديدة قد أدت إلى زيادة مشاركة

<sup>1</sup>. محمد نصر مهنا: مرجع سبق ذكره، ص 52.

المواطنين في العمل العام،<sup>1</sup> الأمر الذي يعزز فكرة الدور المهم للوسائط التكنولوجية الحديثة في العملية الديمقراطية.

وتقدم جانيت كالدو دراسة هامة حول أبعاد الحكومة الاليكترونية في المستقبل والتي تشمل المواطن، الديمقراطية الرقمية، وخلاصة الخطوات اللازم اتخاذها للوصول الى الحكومة الاليكترونية الفعالة في المستقبل. كما قدمت نفس الباحثة دراسة مسحية لاستعمال الانترنت من جانب الموظفين المنتخبين في أوروبا مبينة تأثير التكنولوجيا الاتصالية على المستويات المختلفة للحكومة سواء محليا أو قوميا، ونتائجها على العلاقة بين المنتخبين ودوائرهم الانتخابية،<sup>2</sup> والملاحظ أن الاستخدام النوعي للتكنولوجيا الاتصالية الجديدة بما فيها شبكة الانترنت كان السبب السباق في خلق هذه العلاقة القوية بين الأجهزة السياسية والدوائر الانتخابية.

وثمة دراسات أخرى تقدم مسحا لاستعمال الانترنت بواسطة إدارات الحكومة البريطانية مقارنة بالإدارات الحكومية في ألمانيا وأستراليا والولايات المتحدة الأمريكية، من حيث الاتصال بال جماهير ومستهلكي المعلومات في علاقاتهم بإدارة الأمن الاجتماعي، والتنسيق مع القطاع الخاص،<sup>3</sup> وتقدم هذه الدراسة العديد من الملاحظات الهامة حول مستقبل هذا الاستخدام للانترنت بواسطة الإدارات الحكومية وأثره في تحسين الخدمات الحكومية وبالتالي تفعيل الاتصال السياسي.

وفي ذات السياق تبين دراسة أخرى أجريت في الولايات المتحدة مزايا استخدام التكنولوجيات الحديثة في مجال الاتصال السياسي، والمتطلبات اللازمة لفاعلية هذا النظام وتؤكد على الحاجة لضمان تحقق الاتصال والحاجة الى توجيه المعلومات في الاتجاه الصحيح، ووسائل حماية الخصوصية الشخصية، كما توضح دراسة أخرى أجراها أيكنز في جامعة كمبريدج أن

1. محمد نصر مهنا: مرجع سبق ذكره، ص52.

2. المرجع نفسه: ص 53.

3. المرجع نفسه: ص55.



استخدام تكنولوجيا المعلومات كان عاملا مؤثرا في زيادة المشاركة السياسية، وركزت الدراسة بصفة خاصة على مشروع الديمقراطية الالكترونية في مينسونا حيث قامت المناقشات السياسية بين المرشحين في مجلس الشيوخ لحكم الولاية على الانترنت. كما هناك دراسة حديثة لبيبا نوريس نوقشت في الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية عام 2005، تتضمن الآراء المختلفة حول التوسع في استخدام الانترنت ومدى الزيادة في الممارسة الديمقراطية، وتضمنت الدراسة بيانات من 179 دولة استخدمت لتأكيد مدى استخدام الأحزاب السياسية والحكومات للانترنت وذلك لفهم اتجاهات في استخدام الانترنت في المجال السياسي، وقد غطت هذه الدراسة، العديد من الموضوعات، مثل نوعية المعلومات المقدمة، وعمّا إذا كانت شاملة أم متفاعلة، وكذلك ما إذا كان استخدام الشبكة يختلف تبعا لاختلاف حجم الحزب وإيديولوجيته،<sup>1</sup> والملاحظ أن هذا الاستخدام امتد ليشمل جميع عناصر الاتصال السياسي لربط وتقوية العلاقة القائمة بينها، خاصة اذا ما تعلق الأمر بالمؤسسة السياسية التي تسعى وراء تفعيل العملية السياسية والترويج للفكر السياسي المنتهج من طرفها وذلك ما أثبتته نتائج الدراسات المذكورة.

إن الملاحظ ايضا أن التحولات التكنولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية التي أخذت طابعا كونيا، يتخطى حدود الدولة القومية، أدت إلى حدوث تحول كمي ونوعي في الاتصال السياسي الخارجي والداخلي، حيث أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، إمكانية التوسع في هذا المجال، كما أن نوعية الاتصال السياسي وأهدافه ونطاقه قد تغير، فقد أصبح يتم متخطيا الحدود القومية للدول، وخالقا روابط اتصالية هامة بين أفراد وجماعات تنتشر في جميع أنحاء العالم، كما أنه قد صار منبرا للتعبير عن القضايا ذات الأهمية المشتركة بين كل إنسان يعيش على كوكب الأرض، وبهذا تحول الاتصال السياسي إلى التعامل مع بيئة كونية ذات خصائص نوعية وكمية مغايرة لما كان قائما في المراحل السابقة الأمر الذي ركزت عليه بعض دراسات التحولات التقنية الهامة في مجال تكنولوجيا الاتصالات وتأثيرها على العالم، وبينت طبيعة التحولات التي طرأت على التفاعلات السياسية المعاصرة، سواء من

<sup>1</sup>. محمد نصر مهنا: مرجع سبق ذكره، ص55.

حيث أطرافها وطبيعتها وأساليب إدارتها، وهناك تحليل معاصر في هذا الاتجاه يبين فيه كيف أدى انتشار وسائل الإعلام الجديدة والتوسع في استخدامها إلى إحداث تحول في طبيعة التفاعلات السياسية في العالم، وتحول الاتصالات إلى اتصالات متخطية حواجز وحدود الدولة القومية كالخطاب السياسي الكوني الذي يشمل العالم كله، ويركز على العامل المشترك الإنساني ويقلل من أهمية التمايزات أو الخصوصيات الإنسانية، وذلك استنادا إلى أن ما يجمع بين البشر يفوق ما يفرق بينهم.<sup>1</sup>

وفي ربط العلاقة القائمة بين التحول الذي شهده الاتصال السياسي بفعل الاستخدام المستمر لوسائل الإعلام الجديدة وطبيعة العملية السياسية الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بالرأي العام وكيفية رصده من خلال هذه الوسائط التي يصعب تحديد اتجاه معين فيها وذلك لأسباب عديدة ولكن أهمها عدم القدرة على معاينة رأي عام حقيقي أو تمثيل حقيقي على الفضاء العام، حيث تبقى مجرد مناقشات عامة لمختلف القضايا السياسية، نجد أن الرأي العام الجزائري اليوم أقل غموضا وركودا بعد أن كان يشكل الحلقة الصامتة لفترات طويلة خاصة في مراحل عدم الاستقرار، وقد أثبتت نتائج الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي أجريت في السنوات الأخيرة حالة التطور والتحول التي يعرفها الرأي العام تجاه مختلف القضايا، ومنها القضايا السياسية التي عرفت تداولاً ونقاشاً واسعاً من قبل الشعب ووسائل الإعلام الجديدة، وكمثال على هذه القضايا لا الحصر نجد مسار الانفتاح الديمقراطي على السلطة والمجتمع المدني ووسائل الإعلام الجديدة، وأيضاً مسألة شرعية النظام السياسي في ظل المتغيرات الجديدة والتحديات المتزايدة، ومسألة تعديل الدستور الذي تمت المصادقة عليه في فيفري 2016 بعد نقاش وجدل كبيرين استمر لأربع سنوات، كما اهتم الرأي العام الجزائري بقضايا الفساد التي تتخر أجهزة ومؤسسات الدولة وكذلك انهيار أسعار البترول في البورصات العالمية بداية من صيف 2015 وما خلفه من أزمات متتالية وخائفة للاقتصاد الوطني والتي توتر بشكل مباشر على المستوى المعيشي للمواطن الجزائري خاصة بعد قرار تجميد التوظيف نتيجة لما يسمى بسياسة ترشيد

<sup>1</sup>. محمد نصر مهنا: مرجع سبق ذكره، ص 56.

النفقات (التكشف)، فلم يجد إلا ساحة وسائل الإعلام الجديدة لمناقشة كل هذه القضايا لمحاولة التأثير في القرارات السياسية.

كما امتد الرأي العام السياسي الجزائري عبر وسائل الإعلام الجديدة ليتخطى حواجز وحدود الدولة، ونذكر هنا على سبيل المثال القرار المفاجئ مؤخرا الصادر عن رئيس الولايات المتحدة الأمريكية دونالد ترامب، والذي يقر باعتبار القدس عاصمة لإسرائيل، الأمر الذي دفع بسير موجة الغضب واكتساحها مختلف المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية الجزائرية على غرار معظم دول العالم، حيث عبرت مختلف صفحات الفيسبوك وقنوات اليوتيوب عن تنديدها لمضمون القرار الظالم حسب تعبيرهم بمختلف الرسائل والأساليب المعبرة مطالبين الجهات المعنية للتحرك ورفع التحدي، وبناء على وجود هذا الحس الجماهيري لدى المواطن ورغبة وسائل الإعلام الجديدة في التعبير عن الاتجاهات وتغييرها وصناعة مواقف وقرارات نمطية فان الرأي العام يبقى حليفا لمختلف القضايا خاصة السياسية منها ما دام هناك فضاء عمومي يسمح بممارسة وربط حلقة الاتصال السياسي.

إن قوة وسائل الإعلام الجديدة تكمن في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، لأنه وعلى الرغم من المدح الكلاسيكي الذي خص به الإعلام الجزائري فان كل فرد مطلع بإمكانه رؤية كم من الفاعلين السياسيين الذين يحلمون بتحديد دور الإعلام عندما تكون الأحداث في غير صالحهم. فنمو وسائل الإعلام الجديدة يشكل نهضة لأنه يفسر دسترة الحياة السياسية لأن هذه الأخيرة لا يمكن أن تنقلص إلى لعبة قوى تمثيلية، فقد سمح الدور السياسي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة في التوازن بين الرأي العام ورجال السياسة وتعويضها الطبيعي للإعلام التمثيلي، وذلك عن طريق التنبؤ بقوتها وضعفها. وتعد وسائل الإعلام الجديدة في الوقت الراهن في أفضل أحوالها لفتح نقاش عام حول كل القضايا الراهنة التي تهم الجزائر باعتبارها المنبر الوحيد للنقد العام والحر والحلول الوسط.

## 2- الفضاء الإلكتروني و بروز نمط الرأي العام الإلكتروني

أصبح للفضاء الإلكتروني دور في صناعة وتشكيل الرأي العام ليس فقط على المستوى المحلي بل العالمي، وساعد على ذلك زيادة الإرتباط العالمي بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأصبح هناك ما يزيد على مليار مُستخدم للإنترنت وما يزيد على 4 مليار مستخدم للهاتف المحمول عالمياً وخاصة بين فئة الشباب الأكثر نشاطاً ودراية بها وبما انعكس في ظهور فاعلين كثيرين في تشكيل الرأي العام وذلك بعد تفكك سيطرة الدولة لوسائل الإعلام والحد من قدرتها على التعبئة وحشد للجماهير،<sup>1</sup> وساهم الإعلام الجديد في بروز دور الأفراد والجماعات الذين يمكنهم من استخدام الفضاء الإلكتروني لنقل وتبادل وانتاج المعلومات ونشرها بين قطاع عريض من الجمهور، وبما يفتح ذلك المجال للتأثير على أولويات القضايا لدى الرأي العام وطبيعة ونمط الفاعلين وطبيعة التأثير على تشكيل الرأي العام وطبيعة المُساهمين فيه، وذلك مع بروز الإعلام الإلكتروني بطابعه الفردي أمام الإعلام الحكومي الذي كان يُسيطر ويؤثر في تشكيل الرأي العام ومن ثم حدوث التعبئة والتجنيد والتأييد لسياسات الحكومة المحلية،<sup>2</sup> ومكن الإعلام البديل الأفراد من صنع وسيلة إعلام خاصة بهم سهلة الانتشار ورخيصة التكلفة وتتميز بالتنوع الإعلامي على شكل نص أو صوت أو صورة أو فيديو كليب.

ودفعت تلك الأدوات الجديدة إلى استخدامها بشكل إيجابي في تحقيق نوع من التواصل الإنساني بين العديد من التجمعات البشرية والأفراد من كافة أنحاء العالم وأصبحوا يجتمعوا حول قضايا مُشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون في انتشارها ودعمها، وذلك في ظل حوار بين العديد من الأفراد حول العديد من القضايا المحلية والعالمية<sup>3</sup>، ومن جانب آخر كان لاستخدام تلك الأدوات جانباً سلباً في استغلال طابع الإعلام الإلكتروني الفردي في تغذية العنف والكراهية

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، قضايا إستراتيجية، 2011، ص 10.

<sup>2</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 12.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه، ص 12.

وبث الشائعات والحرب النفسية وتضليل الرأي العام بالإضافة إلى المساهمة في إظهار نمط جديد من الجرائم.

وجاء هذا مع المساعدة في توفير أدوات للرأي والتعبير أمام الجمهور تتميز جميعها بالسهولة والانتشار وقلة التكلفة سواء أكانت في شكل انشاء مواقع على الإنترنت أو الرسائل النصية القصيرة أو المدونات أو غرف الدردشة أو المجموعات البريدية، أو استخدام الهاتف المحمول أو استطلاعات الرأي الإلكترونية أو التعليقات الإلكترونية على الأخبار أو الأحداث أو عن طريق نشر المقالات عبر الفضاء الإلكتروني أو ما يتعلق بالتطور في تقنية استطلاعات الرأي العام عبر الاستثمارات الإلكترونية أو الإستطلاع عبر المواقع.

وعبرت تلك الأدوات عن ثورة في الأداء الديمقراطي ما بين الحاكم والمحكوم أو ما بين الرأي العام المحلي والأخر الدولي أو حتى ما بين المختلفين عرقياً أو دينياً أو ثقافياً بشكل يعكس ثورة معلومات متدفقة مقابل رأى عام سريع التلقي والتأثير وبروز العديد من القضايا التي تُشكل أجندة الرأي العام وفي نفس الوقت بروز العديد من الفاعلين في التأثير وذلك مع اتساع القاعدة الجماهيرية التي تُشكل المُستقبل للرسالة الإعلامية<sup>1</sup>.

وبالقياس يُمكن توصيف تعريف للرأي العام الإلكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يُعبر عن أكبر شريحة مُمكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت.

والرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المُتخيل هو كل (فكرة - اقتراح - رأي - مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تُعبر عن توجه معين أو تُدافع عن أيديولوجية بعينها أو تتبّع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)، لتأخذ دورها في المُشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ"الرأي الإلكتروني". وفي هذه الحالة فالرأي

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص13.

الإلكتروني يُعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.

ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمُتغيرين أساسيين هما مستوى التعليم ومدى تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة.<sup>1</sup> ويرتبط بالمُتغير الأول عدد من المُتغيرات الفرعية مثل عدد المدارس والجامعات والمعاهد العلمية، ومدى توفر ثقافة الإنترنت من خلالها، ومستوى التعليم. أما المُتغير الثاني فيرتبط بعدد خطوط التلفون ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تُقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت أو بصفة عامة الأماكن المُتاحة للجماهير التي تُقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة).

### 3- الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على أنماط الديمقراطية والمواطنة

أتاحت وسائل الإعلام والاتصال الجديدة للمواطنين الفرصة للمشاركة في صنع القرار السياسي فيما يتعلق بقضايا محددة، بما يجعل هناك إلزام للقادة السياسيين لتبني هذه القرارات، وحيث ترى الديمقراطية التبادلية والتشاركية المواطن كمشارك نشيط ومنتج مشترك للسياسات،<sup>2</sup> وتشمل الديمقراطية التبادلية كل الإجراءات التي من شأنها أن تجعل المواطن باستطاعته أن يناقش القضايا العامة مع السياسيين أو الموظفين الحكوميين الذين يمثلون الهيئات التي يكون لها علاقة بصنع السياسات العامة، وتمثل الديمقراطية التعددية تلك النقطة التي يمكن لجماعات المصالح وحركات التغيير الاجتماعي والمواطنين ان تجمع المطالب والاهتمامات للمواطن ومحاولة صياغتها وفرضها على واضعي الأجندة السياسية وصناعة القرار.

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 14.

<sup>2</sup>. المدونات من الاحتجاج الشخصي إلى توجيه الرأي العام، تعليقات مصرية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية،

العدد 68، 22 نوفمبر 2006، اطلع عليه في ديسمبر 2017.

<http://acpss.ahram.org.eg/Ahram/2006/11/22/COMMO.HTM>

والديمقراطية التشاركية وديمقراطية الزبون تتعامل مع المواطن كمستخدم للخدمات فتتاح الفرصة للمواطن للمشاركة في التغذية العكسية حول تسلم الخدمات العامة،<sup>1</sup> وفي الديمقراطية التشاركية تصبح الخدمات ترتبط بجماعات أو روابط تحكم ذاتياً أو تمتلك القرار الخاص بها والتي تعمل داخليا كديمقراطيات تمثيلية أو تبادلية أو مباشرة، وخاصة ما يتعلق بستة أنماط من الديمقراطية تمثل كل منها آلية محددة لتحقيق المسؤوليات وهي الديمقراطية التمثيلية والديمقراطية المباشرة والديمقراطية التبادلية والديمقراطية التعددية والديمقراطية التشاركية، وديمقراطية الزبون، وتخدم تلك الأنماط على فكرة الديمقراطية المباشرة والتي تعني بالمشاركة المباشرة لجميع المواطنين في عملية صنع القرار السياسي والحكم بواسطة الشعب من خلال الاستفتاء أو الانتخاب، حيث يمنح الأفراد حق تمرير وإصدار القوانين والاعتراض عليها وسحب الدعم أو الثقة من أي مسئول في أي وقت، ويتطلب إقامة نظام حكم للديمقراطية المباشرة ثلاثة أسس هي المبادرة والمشاركة من جانب المواطنين والاستفتاء الإلزامي الذي يمنح الشعب بصورة فعلية ما يشبه الفيتو أو حق النقض والاعتراض على التشريعات الحكومية وحق الإقالة أو سحب الثقة الذي يمنح الناس الحق في عزل أو سحب الثقة من المسؤولين.<sup>2</sup>

وقد استطاعت وسائل الإعلام الجديدة وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي على تقديم مساعدات وأطر جديدة لتفعيل الديمقراطية المباشرة بعدما نجحت في تخطي حواجز ومعوقات تطبيق الديمقراطية المباشرة التي تمثلت في ضخامة عدد المواطنين وتشابك وتعقيد التركيبة الاجتماعية الاقتصادية بالمجتمعات الحديثة وفتح الطريق إلى ظهور آليات جديدة تعزز المشاركة كالبريد الإلكتروني واستطلاعات الرأي والمنديات والتصويت الإلكتروني عبر الإنترنت بما أتاح الفرصة إمام المواطنين للمشاركة بفاعلية في العملية الديمقراطية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 20.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 20.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص 20.

## 1.3- ديمقراطية الزبون:

فبدلاً من العلاقة التقليدية الشائعة حول الطاعة من المحكومين للحاكم نجد إن الفكر الديمقراطي الحديث قد تطور إلى أن العلاقة بدت مختلفة ومعكوسة بين الحاكم والمحكوم حيث أصبح الحكام هم خدام الشعب والمحكومين مواطنين لا رعايا وشركاء بما يرسخ من سيادة الشعب، وهذا النمط متأثر بالأفكار الرئيسية في عالم التجارة والبيع والشراء إلى عالم السياسية والديمقراطية والحكم وهي فكرة الزبون، حيث يسود مستوى إحساس المواطن بالرضا عن الحكام، وقد قدمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات طرق جيدة في إدارة العلاقات مع العملاء وجعل العلاقة مع العملاء تتم من خلال الآليات والبرمجيات بدلاً من البشر، وكذلك تحليل والرصد الدقيق للأوضاع القائمة واختبار سلوكيات المواطنين وتحديد خصائص كل فئة، وتصميم برامج وسياسات تنفذها الحكومة لخدمة المواطنين وترتيب الفرص حسب الأولويات والتفاعل مع المواطنين عبر تنفيذ وإدارة الاستراتيجيات والقيام التحليل والتقويم الفوري لما يجري تنفيذه من خطط وبرامج.<sup>1</sup>

ويأتي أفضل مثال على ذلك نموذج الحكومة الإلكترونية ومد خدمات الإنترنت، وهو الأمر الذي يحدث حالياً في الساحة السياسية الجزائرية وما خلفه الحراك الشعبي الجزائري الذي بات المسيطر الأقوى والمؤسسة الوحيدة الفعالة إلى جانب المؤسسة العسكرية في النظام السياسي الجزائري من بين كل المؤسسات النظامية الأخرى بعد ما كان من أضعف المؤسسات الفاعلة في التسيير والمراقبة لدرجة أنه أصبح الكل ينتظر ما يقدمه الشعب من مقترحات للخروج بالبلد إلى بر الأمان في مقابل فشل كل الطابوهات السياسية للتحليل والنقاش السياسي المعمق والبناء، وهذا بفضل الاستخدام الفعال للشبكات الاجتماعية الرقمية وممارسة المواطنة والديمقراطية الرقمية باحترافية.

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 20.



## 2.3- الديمقراطية الصاعدة

تعرف بأنها قدرة الشعب أو عدة شعوب على تمثيل نفسه في اتحادات وتكتلات تعمل على تغيير طبيعة المؤسسات السياسية والاقتصادية لحماية المصالح المشتركة لجمهور متحد على نطاق عالمي وليس محلي، حيث إن تلك الديمقراطية لم تعد مقرونة بصناديق الاقتراع والتمثيل النيابي ولكنها حركة مدنية ديمقراطية عريضة النطاق وعابرة للحدود تتقدم في اتجاه معاكس لحركة الشركات عابرة الحدود بما يشبه القوة العظمة الثانية أو الرأي العام العالمي. وقدم الإنترنت فرصة هامة للإعلام الجماهيري وقدم فرصة توحيد جهود الحركات السياسية حول العالم تجاه قضايا معينه وظهرت محركات البحث العالمية والقدرة على تشكيل مجموعات افتراضية تضم ممثلين من كافة أنحاء العالم، وأصبحت الإنترنت وسيلة تنظيمية أساسية وتبادل المعلومات والأفكار والإخبار حول الأحداث العالمية كالتغييرات العالمية في المناخ وقضايا اللاجئين أو غيرها.<sup>1</sup>

وهذا النمط من الديمقراطية لم يظهر صدفة بل كان وليد التنامي المستمر لحركة المواطن عبر العصور وامتدادا لمفهوم المواطنة التقليدية التي عرفت بأبسط تقنيات وأساليب مما يجعل منها الأداة الوحيدة الفعالة للتعبير عن الآراء والحريات عبر نطاق أوسع ووسائل رقمية حديثة وبالتالي تكوين وبلورة رأي عام واسع لمختلف القضايا.

## 3.3- الديمقراطية غير الحزبية

وهو نظام يتوجه مباشرة إلى المواطن الفرد سواء أكان ناخباً أو مرشحاً ولا يعتمد على الكتل السياسية ممثلة في الأحزاب التي تفرز المرشحين ورجال السياسة أو الكتل التصويتية ممثلة في أعضاء هذه الأحزاب التي تتحرك وسط الجماهير وتحدث الانتخابات العامة والدورية بالاقتراع السري دون الإشارة إلى الأحزاب السياسية أو حتى الخطب أو الحملات الدعائية حيث يتم إلغاء العديد من دور المؤسسات الوسيطة في العملية الديمقراطية وإلغاء الخطاب

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الجمعي والانتقال إلى الفردي حيث يتيح الإنترنت للأفراد التعبير عن هوياتهم وتفضيلاتهم الفردية.<sup>1</sup>

### 4.3- ديمقراطية الوصول المباشر

عبارة عن نظام ديمقراطي نيابي لكنة لا يكتفي بتكوين برلمان به أعضاء منتخبون يمثلون دوائر انتخابية بل نظام يرى إن النائب في البرلمان لا يتعين إن يقوم بالتصويت عليه قرار دون الرجوع مباشرة إلى الجماهير التي انتخبته ممثلاً لها بمعنى أن على كل نائب أن يعود لجمهوره ويعرض كل القضايا المطروحة في البرلمان للمناقشة أو التصويت ويطلب من الجماهير التصويت على القضية أو الرد وحينما يصل إلى قرار يقوم بالتعبير عنه والتصويت عليه داخل البرلمان بالطريقة التي أقرتها جماهيره في دائرته الانتخابية، وتساهم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دعم الاتصال المتسع والحاسم بين النائب والجماهير، كما إن سهولة الاتصال وسرعة الانتشار لوسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تمكن كافة الأفراد من القدرة على الاتصال من خلالها حيث يمكن إنشاء قوائم بريدية والتعبير عن القضايا والتصويت عليها بكافة الوسائل من خلال الدخول على الإنترنت أو الهاتف المحمول.<sup>2</sup>

### 5.3- الديمقراطية التداولية

يتكون هذا النمط على أن أي قرار يكتسب شرعيته من التداول العام له بين المواطنين قاطبة ليصبحوا مشاركين فاعلين في التفكير فيه والتخطيط له وصياغته وإصداره، وهذا ما يشكل بيئة مثالية للحياد والعقلانية والمعرفة الجيدة بالحقائق المرتبطة بالقرار وكلما زادت احتمالية الوصول لقرارات مناسبة أخلاقية وبذلك تعد الديمقراطية التداولية قيمة معرفية، ولتنفيذ هذه الأفكار فإن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تتيح عدد من الآليات التي توفر تداول المعلومات وتدويرها طوال الوقت فيما بين السلطات والحكام والجماهير.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص21.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص22.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص22.

## 6.3 - الديمقراطية الاستباقية

حيث يتم الاعتماد على توقع الأحداث المستقبلية التي لها مصداقية لدى الجمهور، والتنبؤ بما يتوافق مع رغبات الجمهور ومستوى التوقعات عن طريق مشاركة مسبقة وواسعة من الرأي العام والحوار والنقاش من قبل الجماهير فيما يجري من فعاليات وقضايا وقرارات،<sup>1</sup> كما تنبني على عملية الرصد والتحليل المستمر لتوجهات وسلوكيات الجماهير السابقة والآنية لاستخدامه في عملية التنبؤ، ويمكن إن يتم ذلك من خلال أدوات الرأي والتعبير التي إتاحتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كغرف الدردشة واستطلاعات الرأي الإلكترونية والتي تتيح إمكانية مشاركة الآلاف فيها وبطريقة سهلة ويمكن تناول كافة القضايا بدون أي معوقات مادية أو اتصالية حيث يتم التوصل إلى مؤشرات عامة ونبته معلوماتية وقاعدة بيانات لأي قرار يمكن إن يتم اتخاذه.

وفي الديمقراطية التمثيلية تعمل الأحزاب السياسية على تجميع مطالب المواطنين وتحويلها إلى برنامج سياسي وتقوم بتوعية المرشحين للمؤسسة التشريعية واستعمال الدعم الانتخابي حيث يقوم المواطن بدور الناخب.

وعملت وسائل الإعلام الجديدة خاصة الشبكات الاجتماعية على تضيق فجوة المعرفة السياسية بإنتاج المعلومات وانتشارها وحرية الوصول إليها وقُدرة أي فرد على المساهمة فيها وإنتاجها على إزالة اللبس والغموض المعرفي سواء ما يتعلق بالقضايا الداخلية أو الخارجية من خلال نموذج يتكون من ثلاثة أضلاع هي: جمع المعلومات، والتعليق عليها والتحاور حولها، ثم اتخاذ خطوات فعلية<sup>2</sup>. والميزة في هذا النموذج هي أن التقنيات الجديدة بدءاً من الإنترنت وكل ما تبعه، قادرة على تقديمها. والمتصلين بشبكة الانترنت لديهم القدرة على التجادل، والتحاور بطرق جديدة تزيد من قوتها وتأثيرها "المدونين"، ومجموعات النقاش والرسائل الفورية، وجميعها يجعل التنفيذ الفعلي أسهل بكثير. وهذا ما يُطلق عليه "الديمقراطية الطارئة" والتي

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الديمقراطية الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>2</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 15.

تُشير إلى أن إتخاذ القرار من الممكن أن ينبع من عالم "المدونات"<sup>1</sup> أي أن الأفكار أحياناً تولد من شبكات محدودة بين الأشخاص ومنها إلى شبكات مجتمعية، ثم إلى شبكات سياسية. وأصبحت كل تلك المظاهر ملمحاً رئيسياً لمجتمع المعرفة. وأصبحت الشبكات الاجتماعية وما توفره من إمكانية الدخول إليها من كافة الأفراد في العالم يُعزز بشكل ضمني من قيم الديمقراطية التشاركية والطابع اللامركزي والإدارة الذاتية وحرية الاختلاف وإتاحة الفرص للتعبير عن هويات ومصالح مُتعددة ومُختلفة من خلال شبكات الاتصال والمعلومات، كما يُرجح السوق المفتوحة للأفكار التي تُشكل بيئة عمل التكنولوجيا من الإبداع والابتكار كوسيلة للإستمرار ويُعزز من الطابع الإنساني والقيم الإنسانية المشتركة، وحماية خصوصية الأفراد والحق في المعرفة وحق المواطن في الإعلام وصنع القرار، وغيرها من الحقوق التي أصبحت لصيقة الصلة بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وتعمل وسائل الإعلام الجديدة خاصة الشبكات الاجتماعية على دفع حركة المواطن من خلال المساعدة على تقوية التنظيم السياسي والشرعية السياسية وتعزيز قدرة الحصول على الدعم الشعبي والقدرة على تحديد الهدف ووضع استراتيجيه للحركة وتعزيز القدرة على القيادة، كل ذلك يتحرك في شكل مُخرجات يقودها المواطنين والتي تظهر في شكل إحداث التغيير السياسي التدريجي أو الجزري، والقدرة على تقييم مُعدلات المكسب والخسارة والمُشاركة في الإنتخابات ودعم الإعلام ونقل المعلومات، وتدفع الانترنت في حركة موازية لحركة المواطن إلى القيام بعملية نقل المعلومات وتعبئة وحشد الرأي العام.<sup>2</sup>

وبهذا تكون وسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية بمثابة آلية هامة في عملية التأثير على الرأي العام.<sup>3</sup> وتتميز في ذات الوقت بعدد من الخصائص حيث أنها قد تكون أداة لنشر رأي عام ذو طابع فردي مُعين وذلك بنشر معلومات موجهة من خلال مجموعة من

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص15.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 15.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص15.

البرامج والأدوات والمقالات والأخبار والصور والتفاعلات الإعلامية المتنوعة والتي تخدم بشكل غير مباشر، ومن حيث لا يشعر المُتلقي ذلك الرأي.

وتتميز وسائل الاعلام الجديدة بوجود حالة من الإنفتاح على الخارج وما يحمله من قيم مُغايرة عن الداخل إلى أن تكون هناك عملية تغيير معرفي وقيمي عبر عملية طويلة تنتوع فيها جزئيات التكوين المعرفي الجديدة التي يُراد إحلالها محل المعرفة القديمة.<sup>1</sup>

ومن الآليات التي ينتهجها مُرتادوا الشبكات الاجتماعية في التأثير على الرأي العام الإنحياز لبعض الآراء وإبرازها للجمهور، والتركيز عليها بأكثر من طريقة سواء كانت مُباشرة أو غير مباشرة، والإحتفاء بها، والحديث عن إيجابياتها، والتقليل من شأن سلبياتها، وفي المقابل تقوم بتشويه الآراء الأخرى، وإبراز سلبياتها وتضخيمها، وافتعال الإشكالات حولها، ويصل الوضع أحياناً لحد تجاهل تلك الآراء وحجبها عن الجمهور.<sup>2</sup>

وهذا إلى جانب النظر إلى الشبكات الاجتماعية وما يُدار من خلالها على أنها تعبر عن موقف يتعلق ويُمثل الرأي العام، حيث تتم رؤيتها على أنها تمثل المصلحة الوطنية أو تعبر عن معظم وأغلبية الجمهور وذلك قد يأتي في شكل استطلاعات رأي الكترونية أو حجم التعليقات على صفحات الفيسبوك أو قنوات اليوتيوب. وبالتالي الدفع بصياغة تكوين معرفي جديد لدى الأفراد حول القضية محل التأثير أو على الأقل إحداث خلخلة في التكوين المعرفي القديم حول تلك القضية، ويتم ذلك من خلال تزويد المُتلقي بالمعلومات المُختلفة المُباشرة وغير المُباشرة، والتي تعمل على اجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة من القضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً عنها.<sup>3</sup>

كما أن وسائل الإعلام قادرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تُمثل الصورة الحقيقية، وذلك من خلال

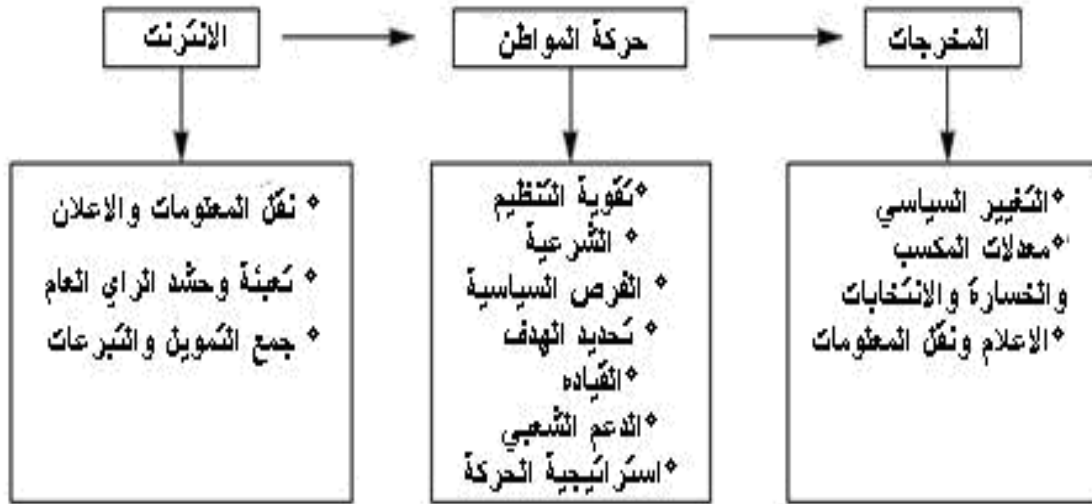
<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 16.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه: ص 16.

توظيف مفهوم الصورة الذهنية، حيث تعرض وسائل الإعلام جزءاً من الصورة الحقيقية عن قضية ما، وتُركز عليه، وتُقدمها للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية بكامل أجزائها، ومن خلال تعرُّض المُتلقي المُستمر لوسائل الإعلام تتكون لديه صور ذهنية مُتعددة عن جملة من القضايا أو الأحداث بناء على الإتجاهات السياسية والفكرية والثقافية لتلك الوسائل، وتغيّر التكوين المعرفي والقدرة على صياغة الواقع تُحدِث على المدى البعيد تغييراً آخر على مستوى المواقف والآراء، إذ أن مواقف الأفراد وآراءهم تُبنى في العادة على التكوين المعرفي للقضية محل التأثير وصورتها الذهنية، وبمجموع تلك الآراء يتشكل الرأي العام في المجتمع.<sup>1</sup>

ويمثل الشكل التالي العلاقة بين استخدام تقنيات الفضاء الالكتروني وحركة المواطن:



الشكل (5): العلاقة بين الفضاء الالكتروني وحركة المواطن<sup>2</sup>

#### 4- التحول السياسي كأحد مظاهر التحول الديمقراطي:

لا شك أن الإعلام يسبح في ما يسمى بالمجال العام ما يقودنا إلى التطرق لنظرية المجال العام التي بلورها في العلم الاجتماعي المعاصر الفيلسوف الألماني المعروف "هابرماس". فالمجال العام بحسب التعريف فضاء في الحياة الاجتماعية حيث يتجمع الناس معا، يناقشون

<sup>1</sup>. عادل عبد الصادق: الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 16.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه: ص 17.

بحرية المشكلات المجتمعية بعد أن يحددها، ومن خلال مناقشاتهم يؤثرون علي الفعل السياسي أو بعبارة أخرى علي السياسات والقرارات الحكومية.

والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة أو الحكومة والمجال الخاص الذي قد يركز علي الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة. وهذا المجال العام كما نشأ في المجتمعات البورجوازية الأوروبية كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام.<sup>1</sup>

غير أن هذا المجال العام تم القضاء عليه في الدول الشمولية التي لا تقبل التعددية الفكرية، وتمت محاصرته في الدول السلطوية التي ضيقت الخناق علي حرية الخلاف، وصادرتة الدول الليبرالية كالولايات المتحدة الأمريكية، في الحقبة المكارثية التي وجهت فيها تهمة الشيوعية لأبرز المفكرين والمبدعين الأمريكيين، وفي حقبة الفكر الفاشي للمحافظين الجدد، الذين تعبر عنهم أبلغ تعبير إدارة الرئيس جورج بوش.

ومن هنا تحت تأثير الثورة الاتصالية الكبرى وفي قلبها شبكة الإنترنت بزغ فضاء اجتماعي جديد يمارس فيه الكتاب والمثقفون حريتهم في معارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها، وهو الذي أطلق عليه الفضاء المعلوماتي. وبرزت المدونات باعتبارها احدي صور الممارسات الفكرية المستحدثة، والتي خلقت فضاء اجتماعيا جديدا يتسم بحرية شبه مطلقة، ويخلو من القيود والحدود التي تضعها النظم السياسية والحكومات.

ومعني ذلك أنه مع انهيار المجال العام التقليدي نشأ مجال عام جديد، يثير في الواقع عديدا من التساؤلات. هذا المجال الجديد يتميز بتأثير الثورة الاتصالية، وأصبح مجالا للمعلومات والمناقشة والمعارضة والصراع السياسي. وهذه الوظائف المتعددة خلقتها الميديا المتعددة الجديدة وتكنولوجيات الكمبيوتر، ومن شأنها أن تعيد صياغة المجال العام بعد أن اتسعت آفاقه إلي غير ما حد.

<sup>1</sup>. ياسين السيد: أزمة العولمة وانهيار الرأسمالية "انهيار المجال العام وصعود المجال المعلوماتي"، القاهرة، دار النهضة، 2009. د ص.

لقد أحدث ظهور شبكة الإنترنت ثورة في مجال الديمقراطية التشاركية لأنها خلقت فضاءات عامة جديدة سمحت للأصوات المتعددة أن تعبر عن نفسها. حيث أصبحت هذه الفضاءات العامة الجديدة مجالات حيوية لنشر الأفكار النقدية والتقدمية، ومن ناحية أخرى يمكن أن تكون مجالا للتحكم من قبل الدولة، فالإنترنت بفضائها المعلوماتي الواسع الآفاق تقدم فرصا جديدة للمتقنين لكي يمارسوا النقد الاجتماعي المسئول، ويقدموا رؤاهم لمستقبل مجتمعاتهم، إلا أنهم لابد لهم لكي يقوموا بشكل فعال بهذه الوظيفة إتقان كيفية التعامل الفعال مع هذه التكنولوجيات الجديدة.

وإذا كانت الصراعات السياسية كانت تقليديا تتم في المجالس النيابية وفي المصانع والشوارع، إلا أنها في المستقبل وفي ضوء إنجازات الثورة الاتصالية ستمارس علي شبكة الإنترنت ذاتها، كما رأينا في حالة المدونات السياسية المعارضة لاتجاهات النظم السياسية المختلفة، بما فيها المدونات العربية. فهذه المدونات تحرر في سياقات عربية شمولية وسلطوية وشبه ليبرالية، تضع قيودا متعددة علي حرية التفكير وحرية التعبير. ومن هنا يلجأ المدونون إلى الفضاء المعلوماتي حيث لا قيود لكي يعبروا عن ذواتهم في المدونات الشخصية، أو عن معارضتهم لحكوماتهم في المدونات السياسية.

سيؤدي هذا التطور إلي بزوغ نوع جديد من أنواع الديمقراطية هي ديمقراطية الفضاء المعلوماتي حيث سيتم تعليم الناس كيف يستخدمون شبكة الإنترنت، وكيف يحصلون علي المعلومات، وكيف يكونون آراءهم المستقلة، بدلا من أن يكونوا ضحايا هيمنة الميديا بكل أنواعها كالجرائد والإذاعة والتلفزيون التي تسيطر عليها الحكومات في غالب الاحيان. وهذه الديمقراطية الجديدة ستقوم على أساس تعدد الأصوات الفكرية وعدم هيمنة التفكير الأحادي علي عقول الشعوب والمجتمعات.

والواقع أن ديمقراطية الفضاء المعلوماتي باعتبارها شكلا مستحدثا من أشكال الديمقراطية تطرح علي المفكرين والباحثين عدیدا من الأسئلة.



ومن أهمها من في المستقبل من سيطر علي الميديا، بمعنى من يملك ومن لا يملك جهاز كمبيوتر يتيح له الإطلاع الدائم علي الشبكة، وبالإضافة إلي ذلك هناك أسئلة خاصة بمسئولية الميديا وطرق محاسبتها، وكيفية تمويلها وتنظيمها. ومن ناحية أخرى هناك موضوعات بالغة الأهمية من بينها ما هو نوع الثقافة التي من شأنها أن تنمي الحرية الفردية والديموقراطية وتمنح السعادة للناس.

لم تعد المشاركة السياسية تقتصر على النشاط الذي يوم به الفاعلون أفراد وجماعات في إطار التنظيمات الحزبية أو ما يسمى بعملية الاقتراع أو التصويت أو التعيين في الهيئات التشريعية أو الحكومية، فكثيرا ما تكتشف الجماعات أن هذا النشاط لا يلبي الأهداف التي وجد من اجلها، ورغم أن انتشار الديمقراطية أصبح ظاهرا في اغلب بلدان العالم إلا أن استمرار الأنساق التسلطية في كثير من البلدان يعيق ويكبح حدوث عملية التغير الاجتماعي، مما يجعل إحداث التغيير يصبح ضروريا من خلال وسائل أخرى غير تقليدية في العمل السياسي.<sup>1</sup> ومن البديهي أن الثورات التي تتبناها الشعوب هي في طليعة الأساليب غير التقليدية أي الحركات الجماهيرية المنظمة التي تحدث تغيرات جذرية في النظام السياسي السائد باستخدام العنف في غالب الأحيان، إذ تتميز الثورات عادة بالقدرة على استهواء وحشد الجماهير، وأحيانا نجد أن الحركات الاجتماعية<sup>2</sup> تحول دون حدوث الثورات من خلال العمل الوسيط الذي تقوم به والضغط على الأنظمة من اجل الاستجابة لتطلعات ومشاكل الجماهير.

إن فكرة الانتقال الحتمي نحو أنظمة تعترف بحقوق الفرد وحرياته وفائدة التعددية السياسية قد فرضت نفسها وذلك بقدر ما أصبحت فكرة احتكار الحياة السياسية ومسئولية اتخاذ القرارات العامة من قبل فئة محدودة من «الناس» رديفة للاغتصاب والتأخر والتعلق بالقيم البائدة وهكذا

<sup>1</sup>. أنتوني غيدنز، ترجمة وتقديم فايز الصباغ: علم الاجتماع، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ط4، ص847.

<sup>2</sup>. الحركات الاجتماعية هي تلك الجهود المنظمة التي يبذلها مجموعة من المواطنين بهدف تغيير الأوضاع، أو السياسات، أو الهياكل القائمة لتكون أكثر اقترابا من القيم الفلسفية العليا التي تؤمن بها الحركة رغم أنه تراجع مفهوم "الحركة الاجتماعية" خلال العقدين الأخيرين في العلوم الاجتماعية كمفهوم تحليلي لصالح مفهوم "المجتمع المدني".

فان ما كان يبدو لنا في الماضي القريب فكرة قديمة بل رجعية مخربة وسلبية اعني الديمقراطية، أصبح الآن حقيقة ملموسة على أكثر من صعيد. الصعيد الأول هو الفكرة ذاتها، فقد أصبحت الديمقراطية هي القيمة الأولى في سلم القيم السياسية والمطلب الأول بين المطالب الاجتماعية العربية، أما على الصعيد الثاني ونقصد الصعيد العلمي فان التحول نحو الديمقراطية رغم كل المصاعب والتعرجات والتقدم والتراجع هو اليوم وسوف يبقى لسنوات طويلة قادمة محور النشاط الجماعي والقومي العربي ومفتاح العمل من اجل تحقيق الأهداف الأخرى التي لا تقل أهمية ووزناً في إنهاض المجتمع أي أهداف التنمية ومن هنا فان التحول نحو الديمقراطية هو المطلب السياسي التاريخي اليوم فهو الهدف الذي يشكل تحقيقه مدخلاً إلى تحقيق الأهداف الأخرى بينما يعنى فشله الغوص أكثر في الأزمة و«التميط» الشامل.

من هنا تأتي أهمية الإصلاحات الاجتماعية والاقتصادية وهي المؤشر الفعلي لأي مقارنة جدية للديمقراطية في المجتمعات العربية. ومن هذا المنطلق ربما كان فشل الدول العربية في فتح آفاق جديدة للتنمية والتطوير الاقتصادي هو العقبة الأكبر أمام توسيع الخيار الديمقراطي والسير الجدي على طريق الحريات الأساسية وهذا يعنى ضرورة تغيير السياسات الاجتماعية والاستراتيجيات التقليدية التي اتبعتها معظم الحكومات العربية في العقود الماضية في هذا الميدان، إذ أن غياب المشاركة السياسية والحوار يدفع إلى المراهنة على الجماهير المتحولة ببساطة إلى كتل يسهل التلاعب بها واستخدامها في المشاريع الخاصة للثورات.<sup>1</sup>

### 5- التكنولوجيا الوسائطية وتأثيرها في الفاعلين السياسيين

إذا كانت ظاهرة شخصنة السلطة السياسية، تعد إحدى الخصائص المميزة لعلاقة السلطة، خلال القرن العشرين، فإن هذا الأخير، يبقى كذلك قرن التكنولوجيا الوسائطية بامتياز، وبالفعل فقد أصبحت الوسائل الجديدة للتواصل والإعلام، خاصة الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي تمارس وظائف وتأثيرات غير مسبوقة بين الحاكمين والمحكومين، إنها تمكن الزعيم، وبكل

<sup>1</sup>. برهان غليون: حول الخيار الديمقراطي "الديمقراطية العربية وجذور الأزمة وأفاق النمو"، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، د ص.

سهولة، من التوجه شخصيا إلى كل فرد على حدى، وإقناعه بعدالة سياسته، أكثر مما كان عليه الأمر، عندما كان رجل السياسة يتوجه بخطاباته، عبر منابر الجمعيات التمثيلية، أو حتى عبر الصحف، لأن الدخول في تواصل مع فكر رئيس الدولة، كان يتطلب مجهود القراءة والتأويل.

فالتكنولوجيا الواسائطية، أصبحت تسمح، ولأول مرة، للجميع، بالاحتكاك مع الرئيس، بدون عناء يذكر، خصوصا وأن المواطن لم يعد له الوقت الكافي للتفكير في مضمون، وقيمة الحجج التي تتضمنها خطابات السياسي.<sup>1</sup>

لقد أصبحت إذن السمات الشخصية لرجال السياسة المعاصرين، ووجوههم، وهيئاتهم، وأساليبهم البلاغية والخطابية، تتفوق في الضمير الجماعي للمحكومين، على الأفكار والبرامج، مما جعل Schwartzenberg يصف هذا التحول الذي أحدثته وسائل الإعلام واستعمالاتها السياسية، قائلا: «كانت السياسية في السابق عبارة عن أفكار، بينما أصبحت اليوم أشخاص، أو بالأحرى، شخصيات لأن كل قائد يؤدي دورا، كما هو الحال في الفرجة،<sup>2</sup> لقد أصبحت الدولة الحديثة مقابلة استعراضية، يحاول من خلالها، رئيس الدولة، أن يظهر، في حالة استعراضية، كنجم يشخصن السلطة،<sup>3</sup> ويجسد كل القرارات السياسية الكبرى.

فأهمية التطور الهائل لوسائل الاتصال، وخطورتها المرتبطة بالاستعمالات المكثفة لهذه الوسائل من طرف رجل السياسة، تمثلت بالخصوص في تحول السلطة من طابعها التجريدي أو غير الشخصي الذي ظل يدافع عنه فقهاء ومفكري النظرية الليبرالية في المجالين السياسي والدستوري، نحو شيء مجسد، من خلال دورها كمورد للشعبية السياسية، ثم من خلال فعاليتها كقنوات لتسويق القرار العام.<sup>4</sup>

1. Roger Gerard Schwartzenberg: *l'Etat spectacle: essai sur et contre le Star système en politique* éd , Flammarion, Paris ,1977.

2. Bernard Chantebout : **Droit constitutionnel et science politique**, 12<sup>ème</sup> éd. Armond Colin, Paris 1995, p 8 .

3. خالد فريد: دور التكنولوجيا الواسائطية في شخصنة السلطة السياسية، منشور في الاتحاد الاشتراكي، 2010/12/08 موقع الكتروني أطلع عليه يوم 2018/11/14، 2018/11/14، maghress.com/alittihad/119659

4 . Philippe Parini: *Les institutions politiques* éd. Armond Colin, Paris 1984 , P 100.

وإذا كان النشاط السياسي، لا يمكن بأي حال من الأحوال، أن يقوم بدون شرعية تؤدي وظيفة التبرير، فإن هذه الشرعية الضرورية للسلطة السياسية، لا يمكنها أن تتأسس دون فعل تواصل، فالسلطة والتواصل يتمركزان، حسب تعبير Ph. Parini في قلب حقل التمثلات الرمزية وتتبعان من نظام المعتقد،<sup>1</sup> لذلك فوسائل الإعلام تبقى في صميم انشغالات رجل السياسة الحديث، فممارسة الحكم والشهرة التي يتطلبها، لا يمكن أن تتم إلا عبر الوسائطية.<sup>2</sup>

لذلك فالظهور الجيد على وسائل الاعلام، لا يمكن أن يقدر بثمن كرسام للشرعية، كما كان الأمر إلى وقت قريب، مادام النشاط السياسي، قد أصبح فعلا احترافيا، يحتاج باستمرار، إلى بناء الثقة لدى الرأي العام،<sup>3</sup> فإذا كانت علاقة السلطة السياسية المعاصرة، قد ارتبطت بتطور الرأي العام، من خلال تزايد أهمية النقاشات العامة، فإن معرفة الجماهير برجل الدولة شخصيا، بفضل تطور التكنولوجيا الوسيطية، جعل هذا الأخير في غنى عن هذه النقاشات لتحقيق نفوذه السياسي.<sup>4</sup>

ففي السياق السوسيو-سياسي الغربي الحديث، أصبحت المجتمعات المعاصرة، العالية الوسيطية، والمشبعة إعلاميا، تعبر أكثر من أي وقت مضى، عن الحاجة إلى ربط مصيرها بشخصية سياسية، تستمد سموها وتعاليتها من التضخيم، الذي أصبحت تمارسه الوسائل السمعية البصرية (Audio-visuels)<sup>5</sup> على مستويات الخطاب والسلوك السياسي. ففي الوقت الذي كان فيه دور الوساطة السياسية (الأحزاب)، والتمثيل السياسي (البرلمان) ضروريا، خلال القرنين XVIII وXIX بفعل محدودية التكنولوجيا الوسيطية، وبعد السلطة المركزية عن محيطها الاجتماعي والترابي، فإن التطور الذي حصل في هذا المجال، خلال القرن XX، قد مكن رجل السياسة المعاصر من المتابعة الدقيقة والمستمرة للوقائع المحلية؛ وفي المقابل أصبح بمقدور

<sup>1</sup>. Roland Caprol: *Médias et démocratie : la dérive* éd. Fondations nationale des sciences politiques, Paris, 1997, P 41-42

<sup>2</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره، [maghress.com/alittihad/119659](http://maghress.com/alittihad/119659).

<sup>3</sup>. Gabriel Tard : *L'opinion et la foule* éd. PUF, Collec. "Recherches politiques", Paris 1989, P. 121-123.

<sup>4</sup>. R.G. Schwartzberg : *l'Etat spectacle essai sur et contre le star système en politique*, opcit, P. 11.

<sup>5</sup>. André Vitalis: *Informatique, pouvoir et libertés*. economica, collec : "politique comparée", Paris 1981, P. 126.

المواطنين التعرف، بطريقة حميمة، على رجل السياسة؛ فطرفي علاقة السلطة أصبحا في غنى عن تلك الحاجة الماسة للوساطة والتمثيل السياسيين أمام الرأي العام؛ لقد أصبح بمقدور رجل السياسة التعرف بدقة على تطلعات السكان، وميولات الرأي العام بشكل شخصي.<sup>1</sup>

لكن الاستعمال السياسي للتكنولوجية الوسائطية، لم يكن بالتأكيد، دائما فعلا أو نشاطا تواصليا محايدا. ففي كل مكان تحولت تكنولوجيا الوسائطية إلى أداة للتعبئة، أكثر منها قناة للمشاركة من خلال ما أسماه **k. Deutch** الرفع من كثافة التواصل بين الحاكمين والمحكومين<sup>2</sup> بهدف الحفاظ على ذلك الاتصال المباشر وتفعيل وسائل الإعلام، كآليات للتأطير، والإقناع، تسعى سياسيا إلى جعل رجل السياسة، يحتل كل الفضاء السوسيو سياسي والذهني، من خلال جعل صورة الرئيس تصبح جزءا من اليومي المعيش.

فخطاب رئيس الدولة كمرسل، أصبح مشبعا بشخصيته، واسمه ووظيفته، فقوة الخطاب السياسي، لم تعد تكتفي فقط بمركزة السلطة القرارية في رئيس الدولة، بل إنها تدفع بشخصنة السلطة إلى أقصى الحدود<sup>3</sup> فأهمية التكنولوجيا في مجال الشعبية السياسية، ومسرح النشاط السياسي، هي نقل الاهتمام من مضمون الخطاب/الرسالة لفائدة المصدر/المرسل، من خلال ثنائية: الصور والكلمات، فالصورة رغم أهميتها، تبقى بدون معنى في غياب الخطاب، كما أن هذا الأخير يبقى عرضة للنسيان الجماعي ما لم يكن مرثيا.

إن الخطاب السياسي لرئيس الدولة المعاصر، لا يكتفي هنا بإبلاغ المتلقين بأن الرئيس وحده من يحكم الدولة، بل أن الرئيس هو الدولة نفسها، وذلك بإلغاء المسافة المصطنعة بين طرفي علاقة السلطة السياسية، وجعل التعبئة وراء شخص الرئيس وسياساته وقراراته طقسا يوميا. فلكي يضمن رجل السياسة الشعبية اللازمة لشرعنة احتكاره للقرارات الهامة، لم يعد بإمكانه الاكتفاء بتعبئة الموارد الاقتصادية للسلطة، بل كذلك - وهذا هو الأهم - الموارد

<sup>1</sup> . Cité par mohammed Sarbouti : *Les facteurs, les conditions et les limites de la mobilisation politique au Maroc*, Thèse pour le Doctorat de 3<sup>ème</sup> cycle en sociologie, Université de Bordeaux II 1985, P. 3.

<sup>2</sup> . Patrick le Hinge : *Le discours Giscardien*, in « discours et idéologie » (sous dir, J. Chevalleur). PUF et CURAPP, Paris 1980, P. 154-155.

<sup>3</sup> . Patrick le Hinge : *Ibid*, P. 156-168 .

الرمزية والتخيلية، لذلك فوسائل الإعلام، أصبحت تلعب هنا دوراً محورياً في إيجاد تمفصلات وتمثلات كثيفة للنشاط السياسي من خلال حشد المجموع الرمزي والتخيلي الجماعي.<sup>1</sup>

كما أن قوة وفعالية التكنولوجيا الوسائطية في لعب دوراً محورياً في مجال الشعبية والتعبئة السياسية، ترجع إلى تزامنها مع انتشار نمط الاقتراع العام، والاعتراف للمرأة بحق التصويت، مما هيأ الأرضية المناسبة لإجراء عمليات تسويق واسعة النطاق، لرجال السياسة، من خلال توجه هؤلاء، مباشرة لرجل الشارع وللغرد داخل المجموعة، وداخل وسطه العائلي. مما أدى إلى ما أسمته M. Charlot إحداث تركيب وتداخل بين نفسية المجموع والتأثير الشخصي للقادة السياسيين، من أجل هدف مشترك هو الإقناع والاقتراع، من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي في مجال الإشهار السلعي لسنوات الثلاثينيات خاصة في الولايات المتحدة، من جهة والإنجازات العلمية والتجريبية المرتبطة بعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي؛ فوسائل الاتصال الحديثة، خاصة الراديو والتلفزة، ستسهل هنا على المستوى السياسي، نوع من الأسطورة الديماغوجية خدمة لنجوم السياسة،<sup>2</sup> ولكن كذلك لفائدة السياسات والبرامج والقرارات، من خلال بناء علاقة عمودية ومباشرة بين الحاكمين والمحكومين تقوم على أساس الإغراء.

### 6- الوسائط الاتصالية كقناة لتسويق القرار العام

يشير Roberto Michels، في تحديده لرجل السياسة الحديث، على قوة الإرادة والقدرة على الإقناع، وإعطاء الانطباع بسعة المعارف،<sup>3</sup> لذلك فقد برهنت وسائل الاتصال في المجال السياسي عن قدرة هائلة على صناعة ناخب أو حتى رئيس، بكل ما تحمله كلمة صناعة من معنى.

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره، maghress.com/alittihad/119659.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه.

فمع الثورة الواسطية، أصبحت السياسة عبارة عن مراسيم كبرى متلفزة أو مذاعة أو منشورة عبر الوسائط الالكترونية، مما جعل شخصنة السلطة تعم كل مظاهر النشاط السياسي داخليا وخارجيا، بهدف استمالة أكبر عدد ممكن من الجمهور السياسي.

ففي الولايات المتحدة الأمريكية، باعتبارها المنطلق الفعلي لهذه الثورة الواسطية في مجال شخصنة السلطة وتسويق السياسات العامة، استطاع Roosevelt، بفعل الاستخدام السياسي المكثف لوسائل الإعلام، من خلق تيار شعبي معاد لقوى المحور في الحرب العالمية الثانية، بهدف إقحام الولايات المتحدة في الحرب، ضدا على إرادة الكونغرس. فالرئيس هنا يصبح بمثابة الموجهة الأسمى، الذي يتخذ المبادرات الهامة والمصيرية، اعتمادا على التماهي مع الرغبة الشعبية،<sup>1</sup> من أجل التحايل والتملص، عند الضرورة من إكراهات وتقييدات الديمقراطية المؤسساتية. وكوسيلة فعالة لمواجهة الانتقادات اللاذعة التي كانت تواجه بها سياسة New Deal في الصحافة المكتوبة؛ من خلال العديد من البرامج الإذاعية التي كانت توجه للجمهور، وتدافع عن السياسات العامة المتبعة، وهو نفس التوجه الذي هيمن على المستوى التلفزيوني، ذلك أن العديد من البرامج الوثائقية، أنتجت وبثت، خاصة في المدارس والأماكن العامة.<sup>2</sup>

لقد ظل الرئيس في الولايات المتحدة، يبحث عن الاستثمار الفعال لوسائل الإعلام المتاحة من أجل تبرير سياساته والدفاع عن قراراته، فقد فهم Roosevelt جيدا أهمية المقابلات الصحفية والتلفزية كحظات سياسية حميمة، تساعد على تهيئ الرأي العام لتفهم القرارات الكبرى؛ كما أنه ظل دائم الرغبة في التوجه المباشر إلى الشعب للحد من مفعول كل معارضة يبيدها الكونغرس في مجال السياسات العامة. كذلك حرص Truman بشدة على الظهور التلفزيوني من خلال البث المباشر، لأنه بذلك يضع صورته وصوته في خدمة سياساته وقراراته.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

<sup>3</sup>. المرجع نفسه.

أما في فرنسا فقد فهم الجنرال (De Gaulle)، وبسرعة أهمية الرهان التلفزيوني لذلك اتجهت سياسته الإعلامية، إلى مراقبة صارمة لكل استعمال سياسي للوسائط الإعلامية، بغية استغلالها كأداة للتعبير السياسي في يد الدولة، وإبعادها في المقابل عن المعارضة لذلك ومنذ 1958، راهنت السياسة السيكلوجية على عدم ترك أي شيء للصدفة في المجال الإعلامي.<sup>1</sup>

فبفضل هذه الشعبية الإعلامية التي أصبح يحظى بها (De Gaulle)، استطاع هذا الأخير، ليس فقط، أن يصبح الشخصية السياسية الأولى، بامتياز في فرنسا طيلة عدة عقود، بل استطاع، بفضل التفرة على وجه الخصوص، أن يتوجه بشكل مباشر وواسع إلى الفرنسيين، خارج الأحزاب السياسية والجمعية الوطنية، فخطابات الرئيس أصبحت متوقعة، مسموعة، ومفهومة على نطاق واسع جدا.. والحجج التي كانت تتضمنها أصبحت تناقش والقرارات التي تعلن عبرها صارت تشكل النواة المركزية للتفكير السياسي للناس العاديين. لقد برز هنا شكل غريب من النقاش العمومي، يهيمن عليه صوت واحد هو ترديد العبارات المفضلة لدى (De Gaulle) البناء والتشييد.<sup>2</sup>

لقد أدت كثافة الظهور العمومي للقادة السياسيين خاصة عبر البث التلفزيوني، إلى تضخم سلطاتهم الشخصية، وتبرير اتساع وتزايد القرارات، التي تكون المضامين العيانية لهذه السلطة، وحشد القبول العام حولها، فالجنرال (De Gaulle) مثلا، وبفضل الظهور التلفزيوني الكثيف، لم يعد فقط، في نظر الفرنسيين حائزا على سلطة عمومية، بل أصبح شخصية مشهورة، مما حوله بسهولة كبيرة تحييد كل القوى السياسية؛ فبالرغم من الصعوبات السياسية التي عرفتتها فرنسا داخليا وخارجيا، خلال المرحلة الأولى من حكم، والتي امتدت إلى حدود سنة 1965؛ فإن زعيم فرنسا الحرة استطاع تقلد كل القرارات الهامة والصعبة؛ لأن كل الشعب يعرفه ويثق في شخصه، وفي نجاعة ونجاح قراراته، ولا أحد يستطيع منازعة مكانته بشكل جدي، لقد

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.



أصبح من الصعب على المرء أن يتموقع ضد، أو مع سلطة الجنرال من خلال التزام واضح وصريح.<sup>1</sup>

وبالمقابل فقد أدت الشعبية الشخصية والهيمنة القرارية لـ De Gaulle إلى تراجع شبه تام لمكانة وشعبية باقي المؤسسات السياسية؛ فقد اقتنع أغلب الفرنسيين، بأخطاء الحكومات السابقة التي أدت إلى توريط الجمهورية في حروب استعمارية لا طائل من ورائها، خاصة في "الفيتنام" و"الجزائر". ففي مقابل فشل الأحزاب السياسية بمختلف خطاباتها الإيديولوجية، بدا للرأي العام الفرنسي، بل حتى الدولي أن "الجنرال" هو وحده القادر على خلق معجزة لحل كل الأزمات. فالأحزاب أصبحت سيئة السمعة، والبرلمان صار بدون قيمة سياسية أو قرارية تذكر، مما خلق شعورا جماعيا بضرورة تجميع مختلف القوى الحية وراء رمز الأمة الفرنسية. فمهما تكن مكانة البناء المؤسساتي للنظام السياسي، فإن الشعبية التي أحرزها رئيس الدولة بفضل الاستثمار المكثف لوسائل الإعلام في المجال السياسي، وتسويق القرارات السياسية، قد جعل السلطة السياسية نفسها لا تستمد من الوظيفة ولكن من الشعبية الفردية،<sup>2</sup> فبفضل وسائل الإعلام أصبح بمقدور القادة السياسيين أن يمنحوا وجهها للسلطة السياسية، وتقديما في شكل مرئي ويجسدوا القرارات السياسية في مختلف قطاعات السياسات العامة للدولة الحديثة.

لقد أدت هشاشة وازدواجية الثقافة السياسية التي سادت المجتمعات حديثة الاستقلال، من خلال افتقارها إلى لغة حدائية، إلى جعلها عرضة لنوع من الإعلام الدعائي، الذي تميز في كل هذه التجارب السياسية، بهيمنة واحتكار الدولة لوسائل الاتصال. فالإذاعة والتلفزة، شكلت مجالا احتكاريًا للدولة بامتياز، وكونت إحدى أهم مرتكزات البث التبسيطي للإيديولوجية الدولية، كمرجعية أسمى للتنمية والتنشئة السياسية، وهو ما سهل كثير توسيع وتبرير سلطات الزعيم،

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

وتغلغلها داخل البنيات الاجتماعية والذهنية؛ خاصة، وأن هذه العقيدة الإيديولوجية، تصادفت من جهة مع تقشي ظاهرة الأمية، وارتكازها على خطاب تنموي تعبوي من جهة ثانية.<sup>1</sup>

فالتواصل السياسي التبسيطي، الذي ساد الدول الجديدة مباشرة بعد الاستقلال؛ تمحور بالخصوص حول إبرار مكانة الزعيم والإشادة به، كفاعل مركزي ووحيد في النظام السياسي القائم بل وفي التاريخ؛ من خلال تصوير مراحل الكفاح الوطني من أجل الاستقلال، ككفاح أشخاص أو عشائر وليس مجتمعات وتنظيمات.<sup>2</sup> فبالنسبة للمجتمعات التقليدية عالية الأمية وضعيفة القدرات التجريدية؛ كان استيعاب السلطة الشفوية، أيسر وأهم بكثير من فهم البرامج السياسية؛ مما يسمح للزعيم بتضخيم شخصيته وسلطاته السياسية، عبر الظهور المكثف والبت المتكرر لخطاباته وأقواله؛ وفي المقابل إلى إفراغ بعض المظاهر المؤسسية من مضامينها؛ لذلك تحولت التعددية الحزبية إلى تعدد في الأحزاب؛ والمراقبة إلى إزعاج لقرارات القائد وخطئه التنموية؛ والمنافسة إلى حرب سياسية.

فالزعيم ظل هنا، دائم الحرص على التواصل المباشر من خلال وسائل الإعلام، كأشكال شعبية للتعبير، فتصبح بذلك أقواله ساحرة وتلقائية ما دامت تعبر بالنسبة للجماهير عن رؤية مشتركة للحياة العامة؛ لذلك فحرص الدولة على احتكار وسائل الإعلام هنا، لم يرتبط فقط بتكريس علاقة مباشرة بين الزعيم والجماهير، تعفي النظام السياسي من تعقيدات المؤسسة وتكاليف تقاسم السلطة، بل ارتبط في العمق، برهان تحويل العقليات، انطلاقاً من الفلسفة العامة لأقوال إيديولوجية الرئيس، لذلك فشخصانية السلطة أصبحت تتغذى، بشكل أساسي، من خلال وسائل الاعلام الدولية؛ عبر خلق المشاعر الخاطئة أو المزيفة المفروضة أو المصطنعة، ف وراء كل القرارات وعلى رأس كل الأجهزة، يوجد «وجه الرئيس»، «رجل العبقريّة»، «الشخص المحبوب»، «الذي يخشاه الجميع»، لذلك أصبح رئيس الدولة الجديد، لا يختلف في شيء عن الملوك القدامى، إلا في الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام الحديثة، فهو «أب

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

الأمة الساهر على رخائها» و«المربي النزيه والأمين» و«البيداغوجي الصادق» و«المنقف الأسمى»<sup>1</sup>.

فالسائط الإعلامية لم تكتف هنا فقط بحشد وتنشيط القنوات الاجتماعية التقليدية، بل خلقت قنوات إضافية وأحيانا كثيرا بديلة عنها؛ ذلك أن المراسيم السياسية الكبرى المتلفزة، ظلت تسعى إلى الحفاظ على السكون فالقيم المحمولة هنا وإن كانت تتضمن التغيير والروح الثورية فإنها ظلت تحرس على استحضار الجو الاحتفالي العائلي لعلاقة السلطة السياسية. إن هذا الزخم الكبير من الدلالات والرموز، الذي أنتجته وسائل الإعلام الرسمية، بالنسبة لقادة الدول الحديثة الاستقلال، والدور المحوري الذي لعبته إلى جانب الحزب الوحيد، في بثها داخل الأوساط الجماهيرية لفائدة شخصية أكثر قوة وأكثر عمقا لعلاقة السلطة السياسية؛ من خلال استثمار مكثف لثقافة سياسية تقليدية ونشر تنمية سياسية دولية ازدواجية، سيتكرس ميدانيا بفعل طبيعة الرهانات التي ارتبطت بهذه التنمية السياسية التي قادتها الدول حديثة الاستقلال، وشكلت الإطار الأمثل لتغذية شرعية أنظمتها السياسية الشخصية.

### خلاصة:

نخلص في هذا الفصل إلى أن وسائل الإعلام الجديدة بالفعل ساهمت في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجيرها العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

<sup>1</sup>. خالد فريد: مرجع سبق ذكره.



# الفصل الرابع

الإطار الميداني للدراسة



أولا/ الأنظمة السياسية وعلاقتها بوسائل الاتصال الجماهيرية

ثانيا/ النظام السياسي الجزائري

ثالثا/ نتائج الدراسة الميدانية

## تمهيد

بعدما تم التطرق في الفصلين الأولين إلى الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة واستخدام هذه الأخيرة في العملية السياسية وما تعلق بهذا الاستخدام من دور في زيادة وتفعيل التواصل لدى جمهور السياسيين الجزائريين، وذلك حسب ما يتوفر لنا حوله من مادة علمية، سنحاول في هذا الإطار الميداني التطرق إلى شرح هيكلية النظم السياسية عامة والنظام السياسي الجزائري خاصة لاعتباره القاعدة الميدانية التي تمت إجراء الدراسة عليها، بالإضافة إلى تفصي ما اذا كان هناك فعلا اتصال سياسي في الوسائل الإعلامية الجديدة، واستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف السياسي الجزائري، وكذا دور هذه الشبكات في تفعيل التواصل السياسي من وجهة نظر المبحوثين.

## أولاً/ الأنظمة السياسية وعلاقتها بوسائل الاتصال الجماهيرية

## 1- هيكلية النظم السياسية وعلاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية

تعتبر دراسة النظم السياسية من فروع علم السياسة -إلى جانب العلاقات الدولية، النظرية السياسية، الإدارة العامة- بالغة الأهمية، ولقد تطورت هذه الدراسة منهجياً، وأصبحت دراسة النظم السياسية باعتبارها البيئة الطبيعية للنشاط السياسي والعملية السياسية، فالنظم السياسية لا تقتصر فقط على تلك الدراسة التي تنصب على تحليل التركيبات العضوية والهياكل الشكلية الممارسة للسلطة،<sup>1</sup> بمعنى:

- دراسة المؤسسات الدستورية، بل تتعدى ذلك إلى دراسة السلطة السياسية ذاتها، والوظائف التي يتم ممارستها داخل النظام السياسي ومجمل النشاط السياسي الذي يحدث فيه سواء أكان رسمياً أو غير رسمي.

- فالدراسة تتصدى إذا بالإضافة إلى الهياكل والأجهزة المكونة للنظام السياسي، ولكل ما يحدث في بيئة النظام السياسي من أنشطة ووظائف باختلاف وظيفتها والتي تؤثر في مجملها العملية السياسية.

- والدراسة لم تعد تنصب فقط على تناول أشكال تنظيم ممارسة السلطة أي أشكال الدول والحكومات، بل تتعدى ذلك إلى تناول طرق تولي السلطة وكيفية الحصول على السلطان والنفوذ داخل النظام السياسي والبيئة الخاصة بالعملية السياسية.

- فالإلى جانب القوى الرسمية الظاهرة الممارسة للسلطة مثل: الأحزاب الحاكمة والممارسة للنفوذ والتأثير مثل: "أحزاب المعارضة"، توجد كذلك قوى سياسية خفية متعددة تمارس هي الأخرى تأثيرها وضغطها على السلطة وفي بعض الأحيان تكون هي المشكلة للسلطة الفعلية داخل المجتمع السياسي والمتحكمة في دواليب العمل السياسي، حيث أصبح تحديد هذه القوى

<sup>1</sup>. اسماعيل علي وحسن محمد حسن: النظريات والمذاهب والنظم السياسية، دراسات في العلوم السياسية، د م ن، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 138.

المختلفة والوقوف على طبيعتها وطبيعة الأنشطة التي تمارسها أمرا لا غنى عنه بالنسبة للباحث أو الدارس الذي يريد فهم النظام السياسي.

ان مفهوم النظام السياسي يعتمد وجوده على نمط مستمر من التفاعلات والعلاقات الانسانية، والتي تتضمن عناصر القوة والسلطة والحكم، هذا التفاعل الذي يصل الى حد الاعتماد المتبادل يتجه باستمرار نحو الحفاظ على الذات، فهو نظام بنيوي مؤسساتي ويتبع ممارسات بقصد الحفاظ على الوجود عبر الزمن،<sup>1</sup> كما ينبغي أن نفرق بين النظام السياسي ونظام الحكم، فنظام الحكم يشير الى مجموع المؤسسات التي تتوزع فيما بينها الية التقرير السياسي، وهذا يشمل مؤسسات وأبنية السلطة الرسمية والدستورية، أما النظام السياسي فهو يتضمن عناصر أشمل من ذلك. ويعرف الان سياروف نظام الحكم بأنه: بنية الدولة الرسمية وغير الرسمية، ومجموع الأدوار والعمليات الحكومية، فنظام الحكم يشمل طريقة اختيار الحكومة والمجالس التمثيلية (عبر الانتخابات، الانقلابات، قرار من المؤسسة العسكرية أو الملكية) والاليات الرسمية وغير الرسمية في التمثيل.<sup>2</sup>

ويتشكل النظام السياسي من: الحكومة، والأحزاب والمنظمات والحركات الجماهيرية في المجتمع، ووسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، والهيئات الدينية. والحكومة والأحزاب هي منظمات سياسية، وهذا يعني أنهم بشكل مباشر يؤدون مهام السلطة السياسية بحجمها الكامل أو تسعى لأدائها، وجوهر نشاطهم يتجه نحو تحقيق السلطة أو الصراع من أجل السلطة. وترتبط المنظمات السياسية بشكل غير مباشر بعملية تحقيق السلطة السياسية، ولكن هذا ليس إلا واحداً من الاتجاهات الرئيسية لوظيفتهم، لأن النقابات المهنية، المنظمات السياسية، ومنظمات الشباب تسهم في تحقيق السلطة السياسية إلى جانب الهيئات الرياضية، ومختلف التكتلات والحركات الاجتماعية، ويرى فروي مكريديس باعتباره من الناقدين للاقتربات التقليدية

<sup>1</sup>. محمد بوضياف: مستقبل النظام السياسي الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2008، ص 21.

<sup>2</sup>. Alan Siaroff: *Comparing Political Regime, a Thematic I,roduction to Comparative Politics*, Broadview press,2005, p 12.

في دراسة النظم السياسية انه لدراسة النظام السياسي لابد من دراسة الحكومة والاطار التاريخي والاجتماعي والجغرافي لها، والتنظيمات الاجتماعية والاقتصادية، ودراسة الايديولوجيا ونسق القيم السائدة من حيث نمطها السياسي، ودراسة الأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة وبيئة القيادة.<sup>1</sup>

وتجري عملية تسييسهم جميعاً في مراحل معينة من حياة البلاد عن طريق دعم الهيئات الاجتماعية للمرشحين لعضوية البرلمان، ووظيفة المنظمات السياسية تتمثل بالنشاطات المنظمة التي تعكسها وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التابعة لها، وتسهم في معترك الحياة السياسية في المجتمع، وفي الإطار القانوني يتم قيد كل المنظمات السياسية، وتقوم الإدارات الحكومية بمراقبة وضبط نشاطها ضمن الإطار القانوني العام. وفي إطار النظام السياسي تعمل وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية والهيئات الدينية، بشكل متخصص جداً.

**فوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية:** هي مؤسسات معقدة تتألف من أجهزة وعناصر متعددة موجهة لإعلام السكان عما يجري داخل الدولة وفي العالم من أحداث وظواهر، ويطلق على وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تسمية السلطة الرابعة، إلى جانب السلطات الثلاثة الأخرى: التشريعية، والتنفيذية والقضائية، وتوجه دورها السياسي كمؤسسات مستقلة تنتج الخبر السياسي، لتشكيل الرأي العام، وتقوم بالتأثير على التفاعلات السياسية الجارية في المجتمع، وتوفر المصادر التربوية والثقافية السياسية لأوسع شرائح السكان.

وفي الظروف المعاصرة تحظى وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بتأثير فاعل من خلال جملة حقائق تؤديها في وظيفتها الاجتماعية ومن خلال التوجه إلى ساحة إعلامية محددة،

وتتبع التوجهات الوظيفية من خلال مراعاة طبيعة الفئات العمرية، وطبيعة الحاجة الروحية للساحات التي تتوجه إليها. ولهذا تعتبر خصوصية أوضاعها في النظام السياسي للمجتمع

<sup>1</sup>. Sharma Manoj: *Comparative Political and Political Analysis*, New Delhi, Anmol Pub, 2007, p 3.



موجهة وتعتبر من أجهزة المؤسسات الحكومية، والمنظمات الاجتماعية الجماهيرية، والأحزاب السياسية.

وتتميز مضامين ووجهات نظر وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية عن غيرها من مجالات العمل السياسي، لأنها تعمل من خلال ما خصصت من أجله تحديداً. وتطوير الفكر السياسي الموجه لأوسع ساحة وتتناول المصالح الحياتية للجماهير. وتوفر وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية عملية تكامل الإدارة الاجتماعية والسياسية، وتشارك في إعداد وإقرار القوانين، واتخاذ القرارات الحكومية والإدارية، وتختار وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في مختلف النظم السياسية المعلومات دائماً وبشكل دقيق، وتحاول إضفاء الشرعية على قرارات أجهزة السلطة السياسية وتراقب عملها بشتى الطرق المباشرة وغير المباشرة، وهو ما يساعدها على تعزيز الواقعية في عملها، لأن المعلومات الآتية من الأعلى، كقاعدة تتضمن جمل غامضة تفرض ضرورة تنويع مصادر وقنوات المعلومات.<sup>1</sup> أما سيل المعلومات الآتية من الأسفل، من خلال القنوات غير الرسمية، فتحمل حقائق عن رأي الجماهير في موضوع معين، ولكن يتم التوحيد بين المعلومات الآتية من الأعلى، ومن الأسفل من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية.

وكثيراً ما تعبر الحاجات السياسية عن نفسها على شكل حالة اجتماعية أو أوضاع نفسية معينة. ويأخذ هذا الوضع باعتباره أن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، ترفع من مستوى الرأي العام أو على العكس تضعفه، والسلطة تسعى دائماً لمراقبة وضبط وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، لأن من يسيطر على المعلومات، يمكنه التأثير على الرأي العام، والقدرة على تحديد إجراءات يتم من خلالها توجيه تصرفات الجماهير.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. محمد البخاري: مقدمة في الاعلان والعلاقات العامة الدولية، مقرر جامعي لطلاب مرحلة الماجستير، طشقند: جامعة ميرزة ألوغ بيك القومية الأوزبكية، 2009.

<sup>2</sup>. المرجع نفسه.

ووسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في النظم الديمقراطية تعمل بشكل مستقل، وتوزع معلومات مهمة في المجتمع بشكل واسع، وقد يكون لها طابع معارض نابع عن القوى السياسية القائمة، وهناك الكثير من الأمثلة عندما أثارت مقالات في الصحف فضائح سياسية أدت إلى خلق أزمات، وحتى إلى استقالة القادة السياسيين.

أما في النظم الشمولية فتقوم وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بدور الرقيب على نشاطات الشخصيات الاجتماعية، والجماعات الاجتماعية وحتى الأفراد، وعلاقة وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بالدولة والحكومة، والقادة السياسيين والأحزاب متناقضة، لأنها تلعب دوراً مهماً في الحد من استغلال السلطة وقيام الأوساط الحاكمة بأعمال سياسية معينة، وفي فضح التجاوزات القانونية، والدفاع عن حقوق المواطنين من التصرفات الحكومية غير المسؤولة، وتضطر الأجهزة الحكومية والقيادة السياسية لمنح وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية حرية معينة واستقلالية، لأن عكس ذلك يمكن أن يفقد تلك الأجهزة والقيادات ثقة السكان، ووسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية من جهتها كقاعدة تعزز شخصيتها كمصدر للمعلومات الحكومية الموجهة للأوساط الاجتماعية ولشخصيات السلطة الحكومية.<sup>1</sup>

وفي الوقت الحاضر تحولت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية إلى مجالات تجارية، تتمتع بالحرية التي حصلت عليها من الدولة وخلصتها من الرقابة، وتكتلها باتحادات إعلامية ضخمة، ولكن بقيت لدى السلطة ولدى رجال الأعمال إمكانيات واسعة للتأثير والضغط على وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية عن طريق الامتناع عن تخصيص المساعدات وإعطاء الإعلانات التجارية، وهكذا بقيت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية جزءاً هاماً في النظام السياسي.

<sup>1</sup>. محمد البخاري: مرجع سبق ذكره.

## ثانيا/ النظام السياسي الجزائري

قبل الشروع في عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية تجدر الإشارة هنا إلى تعريف النظام السياسي الجزائري وتحديد أهم أجهزته والإشارة إلى مكوناته الأساسية.

تعمل الجزائر طبقاً لنظام "جمهوري" مزوّد بسلطة تشريعية متمثلة في البرلمان بمجلسيه المنتخبين بالانتخاب المباشر (مجلس الأمة والبرلمان)، وبسلطة تنفيذية يجسدها شخص رئيس الجمهورية. ويحتفظ رئيس الجمهورية بسلطات مطلقة لتعيين رئيس الحكومة وكذلك أعضاء الحكومة، على غرار ولايات الولايات الذي مهمتهم الرئيسية حماية مؤسسات الدولة، كما يسهرون على حسن إدارة الإدارات والولايات والدوائر والهيكل المتمثلة في المجلسين الشعبيين الولائي والبلدي التي يمارسون عليها سلطتهم من خلال تحديد الأهداف، والوسائل والتنظيم (مرسوم تنفيذي رقم 79 - 05 بتاريخ 26 فبراير 2005).

تعايش النظام القانوني الجزائري منذ سنة 1962 مع أربعة دساتير، هي دساتير 1963, 1976, 1989, 1996 مع أن البعض يرى أننا مررنا بـ ثلاثة دساتير وذلك باحتساب دستور 1989 كتعديل تكميلي للتعديل الدستوري لـ 1988 ليس إلا، المهم في الأمر هو كيفية تأسيس هذه الدساتير والغاية الأساسية من وجودها، فأدبيات القانون الدستوري تقرّ بأن وجود الدستور هو حماية للحريات العامة، وحقّ المواطن في معرفة نظام الحكم و كيفية ممارسته، وشرعية المؤسسات وصلاحياتها، وباعتباره كأسمى وثيقة في النظام القانوني للدولة فهو يؤسس من طرف جمعية تأسيسية مستقلة تباشر صياغة الدستور وفق متطلبات النظام السياسي الحاكم، والمجتمع مع مراعاة العمق الهوياتي والتاريخي للنظام الاجتماعي، وحتى مراعاة الأعراف والعادات والتقاليد السياسية، يكون ضرورياً وذلك لإنتاج وثيقة قانونية شاملة، وتتوافق ورغبات جميع الأطياف والتيارات الاجتماعية والسياسية في الدولة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. محمد سنوسي: النظام السياسي الجزائري، مابين حكم الأزمة وضعف المؤسسات، قراءة لواقع الأزمة الدستورية في الجزائر، موقع الكتروني <https://www.raialyoum.com/index.php> أطلع عليه يوم 16.05.2019.

ويعتبر النظام السياسي نتاج تفاعل وتجانس بين مختلف مؤسساته الرسمية وغير الرسمية، وتعتبر الأبنية الحكومية هي العمود الفقري لاستمرارية النظام ناهيك عن عملية التفاعل الدائم ما بين النظام وبيئته الداخلية في صورة المجتمع والخارجية ومجموع الضغوطات والتدفق الآلي لمطالب مجتمعية لأبنية النظام ومؤسساته، هي معادلة محكمة تعمل على استمرارية وبقاء النظام السياسي، والحيلولة دون تفككه أو سقوطه لكن ما نشهده من تجاذب سياسي داخل مؤسسات الدولة الجزائرية، وعدم وجود توازن وتكافؤ من حيث القوة والسلطة من شأنه أن يؤثر على بنية النظم السياسية، والتحول في شكلها وخصائصها، خاصة ما يخص شكل الحكم وواقع السلطة السياسية وكيفية ممارستها لمهامها.<sup>1</sup>

ويتكون النظام السياسي الجزائري حاليا من مؤسسات حكومية رسمية ومؤسسات غير رسمية، فالمؤسسات الحكومية الرسمية يمكن حصرها في السلطات الثلاثة التنفيذية، التشريعية، أما المؤسسات الغير رسمية فهي متعددة وتشمل الأحزاب السياسية وجماعات مصالح والمجتمع المدني.

### ثالثا/ نتائج الدراسة الميدانية

#### 1-البيانات الشخصية

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم، وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشر في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية، حيث ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها، كما كان في دراستنا التي اعتمدت على تحليل فرضية انطلاقا من المؤشرات والبيانات الشخصية للمبحوثين، ولهذا فهي على جانب كبير من الأهمية، إذ ينذر أن نصادق بحثا ميدانيا لم يتخذها إطار موجها له ومن هذا المنطلق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية مع ثلاث متغيرات متعلقة بالجنس والسن والدرجة العلمية.

<sup>1</sup>. محمد سنوسي: مرجع سبق ذكره.

## الجدول (3) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
68%	204	ذكر
32%	96	أنثى
100%	300	المجموع

يبين الجدول (3) توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس حيث بلغت نسبة الذكور منهم 68% بينما قدرت نسبة الإناث بـ 32% وبذلك يبلغ عدد الذكور ضعفي الإناث، وبالتالي تبدو نسبة الذكور مرتفعة مقارنة بنسبة الإناث ويعود سبب ذلك إلى كون فئة الذكور أكثر ميولا للمنصب السياسي وأكثر اهتماما بالمواضيع السياسية بالرغم من أن عدد الإناث في الجزائر أكثر من الذكور.

إلا أن العينة المختارة اشتملت على الذكور أكثر من الإناث وذلك لكون طريقة اختيار مفردات العينة كان قصديا لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والذين يشغلون مناصب سياسية مختلفة، ومن جهة أخرى يتضح من خلال الجدول أن النسبة الممثلة لفئة الإناث مرتفعة إلى حد ما مقارنة بالسنين الماضية التي كان فيها العنصر السنوي بعيدا كل البعد عن الموضوع السياسي بينما هذه النسبة 32% تشير إلى أن فئة النساء أصبحت مقبلة على النشاط السياسي بشكل كبير.

## الجدول (4): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
60%	180	من 25-35
28%	84	من 36-45
12%	36	من 46 فما فوق
100%	300	المجموع

يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة وميولات معينة وآراء مختلفة عن مرحلة عمرية أخرى وانطلاقاً من الجدول (4) نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25-35 يحتلون أكبر نسبة والمقدرة بـ 60% وهذا ما أكدته 180 مستجوب ويمكن تفسير ذلك أن هذه المرحلة مرحلة العطاء ويذل الجهودات ومرحلة الاستيعاب الجيد للمضمون السياسي والتكنولوجي والتطورات التكنولوجية والاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية الرقمية والميل إلى كشف المسار السياسي للعبة السياسية التي باتت مركز اهتمام الكثير من شباب اليوم من جهة أخرى.

بينما تأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية ما بين 35-45 وذلك بنسبة 28% وتضم طاقة فكرية تستوعب العمل السياسي بشكل دقيق في حين تحتل الفئة العمرية من 46 فما فوق المرتبة الأخيرة بنسبة 12% وهؤلاء الأفراد هم الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم قدرة معرفية استيعابية كبيرة بحكم أقدمتهم وخبرتهم.

## الجدول (5): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المنصب السياسي

النسبة المئوية	التكرار	المنصب السياسي
40%	120	منتخب محلي
58%	176	عضو في حزب
2%	04	نائب برلماني
100%	300	المجموع

يبين الجدول (5) توزيع العينة حسب المنصب السياسي حيث تؤثر هذه الأخيرة بصفة كبيرة على درجة الوعي بأهمية الأفكار والمعلومات المتداولة في الشبكات الاجتماعية الرقمية ويتوزع أفراد العينة بحسب المنصب السياسي إلى 3 فئات رئيسية حيث يحتل فيها الاعضاء في الأحزاب السياسية المرتبة الأولى بنسبة 58% وهذه النسبة ترجع إلى طبيعة انتشار الأحزاب السياسية وانتشار المناضلين عبر ولايات الوطن كون هذه الفئة هي الغالبة في المناصب السياسية، بينما قدرت نسبة المنتخبين المحليين بـ 40% وهي نسبة مرتفعة نوعا ما نظرا لكونها متعلقة بجميع ولايات الوطن وبكلا المجلسين البلدي والولائي اللذان يحتويان نسبة معينة للمنتخبين المحليين.

أما فئة النواب البرلمانين فأخذت أدنى نسبة قدرت بـ 2% وهذا السبب يرجع من جهة لقلّة عدد النواب البرلمانين في الجزائر عامة ومن جهة أخرى لارتباطهم بمقر البرلمان في الجزائر العاصمة وصعوبة الوصول إليهم من خلال عملية توزيع الاستبانات كما قد يعود ذلك أيضا لصعوبة التواصل معهم نظرا لارتباطاتهم المستمرة بأعمالهم سواء في مجلس الأمة أو في المجلس الشعبي الوطني.

## 2- عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية

### الجدول رقم(6): استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف المبحوثين

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة	
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية				كا <sup>2</sup> المحسوبة
دال إحصائيا	5.99	72.24	54%	162	يومية
			32%	96	أحيانا
			14%	42	نادرا
			100%	300	المجموع

من خلال الجدول (6) يتضح أن متابعة واستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من قبل السياسيين الجزائريين (المبحوثين) بشكل دائم تحظى بأعلى نسبة تمثلت في 54% هذا ما عبر عنه 162 مفردة من العينة المختارة وهذا مما يعكس الاهتمام الكبير لمعظم المبحوثين

بالشبكات الاجتماعية الرقمية فيما كانت نسبة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من قبل الباحثين أحيانا متوسطة ان لم نقل مقبولة وذلك لأنها تمثل ثاني أعلى نسبة في الجدول وقدرت النسبة بـ 32% وهذا عائد لطبيعة العمل السياسي الجزائري وارتباطاته المهنية الذي يستلزم أساسا الاتصال والتواصل مع محيطه المهني والاجتماعي.

بينما كانت نسبة الاستخدام نادرا أقل نسبة في الجدول وقدرت بـ 14% وهذا يعود لعدم اهتمام هذه النسبة من الباحثين بالشبكات الاجتماعية الرقمية من جهة ومن جهة أخرى قد يعود ذلك لضيق الوقت المتوفر لديهم نظرا لارتباطاتهم المهنية وقد يعود ذلك أيضا لجهل هذه الفئة للاستخدام الجيد لمختلف الشبكات الاجتماعية الرقمية.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 72.24 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائية بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

ذلك أن العديد من المسؤولين الحكوميين ورجال الدولة الجزائرية من وزراء برلمانيين ومسؤولين محليين يشاركون منذ السنوات الفارطة في عملية الحشد السياسي بما فيها مشروع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية وهو ما يستوجب عليهم استخدام مختلف الوسائل الاتصالية لتحقيق ذلك، هذه النتيجة تؤكد ما توصلت اليه دراسات جمال العيفة في مدى تأثير الجماعات السياسية في عملية الاقتراع من خلال الاتصال.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص 260.



الجدول رقم (7): كيفية استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية حسب

متغيرات الجنس والسن والمنصب السياسي

كيف تستخدم الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟								السؤال	
المجموع		نادرا		أحيانا		يومية		المتغيرات	
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت		
68	204	10	30	24	72	34	120	ذكر	السن
32	96	4	12	8	24	20	60	أنثى	
100	300	14	42	32	96	54	162	المجموع	
60	180	10	30	24	72	26	78	من 25-35	الجنس
28	84	4	12	6	18	18	54	من 36-45	
12	36	00	00	2	6	10	30	من 46 فما فوق	
100	300	14	42	32	96	54	162	المجموع	
58	176	2	6	16.67	50	40	120	عضو في حزب	المنصب السياسي
40	120	11.67	35	15	45	13.33	40	منتخب محلي	
2	4	0.33	1	0.33	1	0.67	2	نائب برلماني	
100	300	14	42	32	96	54	162	المجموع	

يبين الجدول (7) كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغيرات الجنس، السن، والمنصب السياسي، حيث يتضح من خلال البيانات المحصل عليها أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية بصفة دائمة قدرت بـ 34% أي ما يعادل 102 مفردة منهم بينما ذكر 24% منهم أنهم يشاهدونها أحيانا، فيما كانت نسبة "نادرا" الأقل في الجدول و قدرت بـ 10% من الذكور، مما يفسر أن اغلب الذكور يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية نظرا لكونهم الأكثر اهتماما بالجانب التكنولوجي لوسائل الإعلام الجديدة بالإضافة إلى توفر الوقت لديهم مقارنة بفئة الإناث حيث قدرت نسبة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية بصفة دائمة بـ 20% من الإناث وهي نسبة متوسطة إن لم نقل مقبولة مقارنة بالعدد الإجمالي لديهم في العينة المختارة من الإناث، تليها مباشرة نسبة 8% أجابوا بـ "أحيانا" أما نسبة "نادرا" فقد سجلت اقل نسبة في الجدول وهي 4% مما يشير إلى أن أيضا اغلب الإناث المختارين

في العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية بصفة دائمة بينما القليل منهم فقط توزعوا على إجابتي "أحيانا و"نادرا" بنسبتي 8% و4% على التوالي، أما فيما يخص الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 35.25 فقد احتلوا الصدارة في توزيع البيانات في الجدول بنسبة 26% تليها مباشرة وبفارق ضئيل نسبة "أحيانا" والمقدرة ب24%، وهو ما يفسر وجود العنصر النسوي في هذه الفئة نظرا لكونهم أجابوا "بأحيانا" كما أشارت البيانات السابقة، لينفرد 30 فرد من العينة بإجابتهم بـ "نادرا"، مثلتهم نسبة 10%.

بينما حظيت فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 36 إلى 45 بثاني أعلى نسبة قدرت بـ 18% من نسبة المبحوثين المجيبين "يومية" و6% منهم أجابوا بـ "أحيانا"، فيما أجاب أقلية منهم فقط منهم بأنهم نادرا ما يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية، أما الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 46 فما فوق فقد احتلوا آخر مرتبة بنسبة 10% منهم لاجابة "يومية" و2% أجابوا بـ "أحيانا"، فيما لم يجب أي احد منهم بإجابة "نادرا".

أما فيما يخص متغير المنصب السياسي فقد تباينت نسبة المبحوثين حسب، حيث احتل أعضاء الأحزاب السياسية الصدارة في كل الإجابات باعتبار أن عددهم هو الغالب على مجموع العينة، حيث اجاب 40% منهم بإجابة "يومية" و16.67% منهم قالوا بأنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية "أحيانا" أي ما يعادل 50 فرد من العينة، بينما كان عدد المجيبين بـ "نادرا" اقل عدد في الجدول ممثل بنسبة 2%. اجمع اغلب المنتخبون المحليون أنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية أحيانا، مثلتهم نسبة 15% وهي الأعلى في إجابات المنتخبين المحليين، فيما أجاب 13.33% منهم بأنهم يستخدمونها بصفة دائمة و11.67% منهم أجابوا بـ "نادرا".

النواب البرلمانين وهم الأقل في العينة وذلك نظرا لقلّة تواجدهم في ولاية خنشلة أجاب اثنين منهم أنهم يستخدمونها باستمرار، أي بصفة دائمة بنسبة 1.67%، فيما تعادلت نسبتي إجابة "أحيانا" و"نادرا" مقدرة بـ 0.33% لكل إجابة، تؤشر هذه النسب على أن معظم السياسيين يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية "يومية"، ما يمكن إيعازه إلى أهميتها من جهة وحاجتهم

لها في جهة أخرى، بالشكل الذي يجيب معه غالبيتهم بهذا الخيار، ذلك أنهم يبقون في حاجة إلى معرفة مستجدات الأحداث وخلفياتها بالصوت والصورة، إذا لا يغير ضيق وقتهم من ضرورة ذلك.

يمكن القول هنا أن المجيبين بـ "أحيانا" قد احتلوا المرتبة الثانية ما قد يزيد في تأكيد تبرير الخيار الأول، حيث تفوقت نسبة "دائما" عن الممثلة لـ "أحيانا"، بما يجعل النتائج تتفق عموما ونتائج البحث العلمي في مجال الإعلام المرئي وتكنولوجيات الإعلام والاتصال منه بصفة خاصة، إذ اثبت انه احد أهم مصادر الأخبار التي يعتمد عليها لتلقي الأنباء أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى، ما يؤكد أيضا أفراد العينة في هذه الدراسة باعتبارهم الشبكات الاجتماعية الرقمية ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وهو طبعا الرأي المبرر بخصائص الوسيلة في حد ذاتها التي يمكن تلخيصها في:

- قدرة الشبكات الاجتماعية الرقمية كوسيط اجتماعي إخباري على الإقناع لتمتعها بخاصتي الصوت والصورة، والفورية التي تتركسها هذه الوسائط، حيث تنقل الأحداث فور وقوعها بواقعية، جاذبية الحركة واللون، ما يكفل لها تجمع الجماهير العريضة حولها وزيادة عدد مستخدميها خاصة وأنها تجمع مقومات العمل الصحفي (المقروء، المسموع، والمرئي) في قالب واحد يتمتع أيضا بالشمول ومساحة الانتشار الكبير عبر العالم.<sup>1</sup>

- المصداقية التي تزيد فرصة تحقيقها في حال قيام الشبكات الاجتماعية الرقمية بتقديم الصورة المتكاملة للأحداث، من خلال التركيز على التفاصيل وإيرادها في الواجهة باعتماد مختلف الأنواع الصحفية، والاستناد أساسا على الفيديوهات القصيرة الذي تكاد تعدها الأدبيات في فنيات التحرير الإذاعي والتلفزيوني سمة تلفزيونية مقارنة بغيرها من الوسائل باعتبارها نوعا يصور الحدث تصويرا بالكاميرا كما يقول "سامي الذبيان".

<sup>1</sup>. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص203.

- تتطوي الشبكات الاجتماعية الرقمية على كل عناصر الخبر الإذاعي المرئي، ومع اعتمادها كل قوالب الكتابة الصحفية، فإن قالب الهرم المقلوب بالأكثر بروزا بحيث تقدم للمستخدم الأهم، المهم، فالأقل أهمية من ذلك، رغبة في لفت انتباهه طوال فترة عرض كل خبر أو حدث بحيث يبقى ذهنه ملاحقا للصور بحثا عن تفاصيل أكثر دقة.

- وهو ما أكدت عليه عيساني في دراستها بقدرة هذه الوسائط على تفعيل عناصر الحوار والمشاركة بما يقوي علاقة المستخدم بجهازه ويضفي جاذبية على الإخبار، من خلال التوجه إليه كمتلقي ايجابي متفاعل تتاح له فرص التدخل بالتعليق الكتابي أو بالهاتف أو الفيديو، فكل الشبكات الاجتماعية الرقمية الحالية تفاعلية وأكثرها تتيح حتى فرصة اختيار مواضيعها عبر المواقع الالكترونية.<sup>1</sup>

- جعلت هذه الخصائص وغيرها الشبكات الاجتماعية الرقمية تتمتع بمستويات ثقة أعلى باتت معها الإذاعة المرئية المصدر الأول والأساسي للأخبار. تفصيلا يشار إلى أن مجموع إجابة "يومية" قدرت بـ: **54%** مثلتها بذلك **162** فرد من العينة، أكثرهم من الفئة العمرية الأولى ما قد يعود أساسا إلى إجابة ورغبة السياسيين في هذا السن وهم في بداية مشوارهم العملي إلى الاطلاع أكثر على مجريات الأحداث وخلفياتها، نظرا لدراجاتهم العملية التي تتطلب الاقتراب بقدر الإمكان من نوع هذه المواد، في حين دعمت نسبة "أحيانا" بفارق ضئيل مع سابقتها المقدرة بـ**26%**.

الملفت أن هذه الإجابات تأثرت نوعا ما بمتغيرات الجنس والسن والمنصب السياسي، إذ سجلت نسب متباعدة نوعا ما في مختلف الفئات مما يؤكد وجود علاقة بين المتغيرات السوسولوجية بين الذكور والإناث والفئات العمرية الأولى والثانية، كذلك يمكن اعتبار القائلين بـ"أحيانا" أنهم قد يفضلون إلى جانب الشبكات الاجتماعية الرقمية الاطلاع على الأخبار في التلفزيون ومتابعة الأحداث وقراءة الصحف والاستماع للإذاعة.

<sup>1</sup> . سعاد عيساني: أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفيسبوك، دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2014.

أما المجيبون بـ "يومية" فيبرر اختيارهم باعتقادهم بما سبق أعلاه من خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية، مع الإشارة إلى أن أغلب هؤلاء تحمسوا للموضوع واعتبروه مفيدا، اعتقاد منهم بأن هذا النوع من الوسائط يستحق الدراسة فعلا نظرا لأهميتها وقدرتها الفائقة على الاقتراب من واقع المواطن والمساس بحياديته ومصالحه، فانطواء محتواها الإخباري على الأنماط الأخرى، يجعلهم يعتبرونها أهم الوسائط الالكترونية والاجر بالاسخدام على الإطلاق. وهذا ما يختلف فيه بعض السياسيين الذين لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية إلا نادرا، والذين ينتمون للفئة السياسية الثانية وقد يعود هذا إلى انتمائهم وتخصصاتهم العملية البعيدة عن حيز الاتصال والإعلام.

**الجدول رقم(8): فترات استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية**

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة	
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية				كا <sup>2</sup> المحسوبة
دال إحصائيا	5.99	140.82	12	36	صباحا
			23	69	مساء
			65	195	ليلا
			%100	300	المجموع

يكشف الجدول (8) أن استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من قبل المبحوثين في الفترة الصباحية تحظى بأقل نسبة بأقل نسبة تمثلت في 12% وذلك لان هذه الفترة يكون فيها المبحوثين منشغولون بأعمالهم وقد يكونوا متواجدين بمناصب عملهم، بينما كان استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في الفترة المسائية بنسبة متوسطة قدرت بـ 23% مما يدل على ان بعض المبحوثين يتفرغون في هذه الفترة خاصة الرجال.

فيما احتل استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية ليلا أعلى نسبة في الجدول وأعلى تكرار قدر بـ 195 مفردة بنسبة 65% وهذا السبب يرجع إلى ان معظم المبحوثين يتفرغون بشكل غالب في الفترة الليلية حيث تنتهي فترة دوام العمل بالنسبة للجنسين كما تنتهي كل اشغال

اليوم ليتفرغوا لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية ومشاهدة البرامج التلفزيونية لمتابعة ما جرى طوال اليوم من أحداث.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 140.82 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**الجدول رقم (9): الفترات المفضلة لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب**

**متغيرات الجنس، السن والمنصب السياسي**

ماهي الفترات المفضلة لديك لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية؟								المتغيرات	
المجموع		ليلا		مساء		صباحا			
ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن		
204	68%	138	46%	42	14%	24	8%	ذكر	السن
96	32%	57	19%	27	9%	12	4%	أنثى	
300	100%	195	65%	69	23%	36	12%	المجموع	
180	60%	132	44%	30	10%	18	6%	من 25-35	الجنس
84	28%	45	15%	27	9%	12	2%	من 36-45	
36	12%	18	6%	12	4%	6	2%	من 46 فما فوق	
300	100%	195	65%	69	23%	36	12%	المجموع	
176	58%	107	35.67%	42	14%	27	9%	عضو في حزب	المنصب السياسي
120	40%	87	29%	26	8.67%	7	2.33%	منتخب محلي	
4	2%	1	0.33%	1	0.33%	2	0.66%	نائب برلماني	
300	100%	195	65%	69	23%	36	12%	المجموع	

تفحصا للبيانات المحصل عليها في الجدول يتضح أن اغلب المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية في الفترة الليلية بنسبة 65% أي ما يعادل 195 فردا من العينة، موزعة على الجنسين من ذكر وأنثى وعلى مختلف الفئات العمرية ومختلف المناصب السياسية حيث حظيت فئة الذكور بأعلى نسبة بالإجابة على الخيار ليلا وهذا يعني انه الوقت المفضل لديهم للاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية نظرا لانشغالهم طول النهار، بأعمالهم سواء كان في مقر العمل أو خارجه مع أشغال أخرى، ثم تنقص النسبة بفارق كبير لإجابة "مساء" وهذا

ما يفسر أن هذه الفئة من المجيبين أوقاتهم تسمح لهم باستخدام هذه الوسائط في الفترة المسائية، وذلك بنسبة **23%** أي ما يعادل **69** فرد من العينة.

ثم تندرج النسبة جزئياً إلى الأدنى في إجابة "صباحاً" وهذا بنسبة **12%** أي ما يعادل **36** فرد من العينة، حيث تشير هذه النتائج إلى أن هذه الفئة من المجيبين يتفرغون بعض

الشيء بالفترة الصباحية، نظراً لأن برنامج عملهم قد يحوي فراغات في الأوقات الصباحية.

في حين الإناث أجاب منهن **19%** بـ "ليلاً" مما يفسر تفرغهم في تلك الأوقات بالذات بعدما كانوا مشغولون في النهار، أي بعد الانتهاء من عملهم في مقر العمل وحتى في البيت، ثم تنقل النسبة مباشرة إلى نسبة **9%** في الفترة المسائية، وهذا ما يشير إلى انتقال النساء إلى أعمال البيت ومتطلبات أفراد عائلتهن وبالتالي لا يستطعن استخدام الوسائط الالكترونية، قد يكون تفسير ذلك يعود إلى أنهم يقومون بأعمال المنزل في فترات أخرى، أو أنهم لا يعملون في الفترات المسائية فيتفرغون لاستخدام الشبكات الاجتماعية بارتياح.

كذلك تشير النتائج إلى أن أغلب أفراد العينة من الفئة العمرية الأولى التي تتراوح أعمارهم بين **25** إلى **35** أجابوا على أنهم يستخدمون هذه الشبكات في الليل، بينما تقل النسبة إلى إجابة "مساءً" وذلك بنسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها، فيما تقل النسبة كلياً في إجابة "صباحاً" وهو ما يفسر أن هذه الفئة من الشباب تتوفر لديهم أوقات الفراغ فقط في الفترة الليلية.

فيما يخص الفئة العمرية الثانية فتشابهت نتائجها مع ما سبقها من نتائج حسب المتغيرات الثلاث حيث سجلت النسبة قيمة مقدرة بـ **15%** منهم يستخدمون هذه الشبكات ليلاً وذلك من مجموع أفراد هذه الفئة من العينة تتراوح من أعمارهم من **36** إلى **45** سنة، وهي نسبة عالية مقارنة بالنسبتين المتبقتين، حيث تقل النسبة في إجابة "مساءً" لتصل إلى **9%** من النسبة الكلية لهذه الفئة العمرية والتي قدرت بـ **28%**، فيما تقلصت النسبة كلياً لتصل إلى **2%** في الإجابة الأولى الممثلة بـ "صباحاً"، أما متغير المنصب السياسي فلم تختلف نسبته مع النسب السابقة للمتغيرين الأولين، حيث سجلت أعلى نسبة في خانة "ليلاً" من أعضاء الأحزاب والمنتخبين المحليين **35.67%** و **29%** على التوالي.

ماعدًا النواب البرلمانيون فقد أجاب معظمهم بأنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية في الفترة الصباحية ممثلة بنسبة 2% من مجموع النسبة 4%، وذلك قد يعود إلى توفر الوقت لديهم في الفترة الصباحية وتماشي هذه البرامج المتبعة من طرفهم مع جدول أعمالهم، بالإضافة إلى إسرارهم لتفعيل صفحاتهم الخاصة وتتبع مجريات الأحداث بأسبقية.

ويلاحظ من خلال هذه النتائج انه لا توجد علاقة بين متغيرات الجنس والسن والمنصب السياسي في الفترات المفضلة لاستخدام الشبكات الاجتماعية، وذلك أن توزيع النسب حسب المجموع تقريبا متشابهة بين الإجابات المختارة، حيث حظيت إجابة "ليلا" على أعلى نسبة من جميع المتغيرات، وإجابة "مساء" على ثاني مرتبة، لتأتي في الأخير إجابة "صباحا" ممثلين على التوالي، وهو ما يمكن تفسيره بأن هذه الفترة هي المفضلة عند اغلب أفراد العينة نظرا لكونها تتمتع بمتسع من الوقت وانتهائهم من كافة أعمال اليوم وبإمكانهم استخدام الشبكات خلالها بارتياح دون أي ضغط أو إزعاج قد يتخلل استخدامهم لها في فترات أخرى.

**الجدول رقم (10): الوقت المخصص لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف**

**المبحوثين**

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	42	50	150	من ساعة إلى ساعتين
			30	90	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
			20	60	من ثلاث ساعات فما فوق
			%100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (10) الوقت المخصص لاستخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية حيث مثلت فئة من ساعة إلى ساعتين أعلى نسبة في الجدول قدرت بـ 50% وتمثل نصف المبحوثين حيث يمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة الأقل استخداما للشبكات الاجتماعية الرقمية نظرا لضغوطات العمل والحياة اليومية ولا يعيرون اهتماما كبيرا لاستخدامها ومتابعتها أكثر من ساعتين في اليوم الواحد.



بينما حظيت فئة من ساعتين إلى ثلاث ساعات بثاني أعلى نسبة في الجدول وقدرت بـ 30% وهي نسبة مرتفعة نوعا ما وقد يرجع سبب ذلك لكون هذه الفئة من المبحوثين مهتمين لدرجة متوسطة إلى كبيرة بالشبكات الاجتماعية الرقمية وخصصوا لها وقت ومساحة كبيرة في اليوم الواحد تصل إلى حد ثلاث مقسمة في اليوم الواحد وهو ما يشير إلى التأثير الكبير للشبكات الاجتماعية الرقمية على الأفراد بمختلف فئاتهم وأعمارهم.

أما فئة "من ثلاث ساعات فما فوق" فقد حظيت بأقل نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 20% وهي نسبة معتبرة إلى حد ما، وقد يفسر ذلك بكون أن هذه الفئة من المبحوثين شبه مدمنين على الشبكات الاجتماعية الرقمية بجميع أصنافها (فيسبوك، يوتيوب، تويتر) وقد يعود ذلك لتوفر أوقات الفراغ لديهم مما يجعلهم يميلون لمتابعة الأخبار والمستجدات عبر هذه المنصات الرقمية التي تلبي لهم رغباتهم ومتطلباتهم النفسية والاجتماعية والفكرية.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 40 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة في الجدول والتكرارات المتوقعة.

الجدول (11): الوقت المخصص لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغير

الجنس والسن

كم تخصص من وقت لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية؟								السؤال	
المجموع		من ثلاث ساعات فما فوق		من ساعتين إلى ثلاث ساعات		من ساعة إلى ساعتين			
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	المتغيرات	
68%	204	20%	60	22%	66	26%	78	ذكر	السن
32%	96	00%	00	8%	24	24%	72	أنثى	
100	300	20%	60	30	90	50%	150	المجموع	
60%	180	17	51	20%	60	23	69	من 25-35	الجنس
82%	84	2%	6	9%	27	17%	51	من 36-45	
12%	36	1%	3	1%	3	10%	30	من 46 فما فوق	
100	300	20%	60	30%	90	50%	150	المجموع	

توضح أرقام ونسب الجدول (11) أعلاه أن أغلب أفراد العينة عادة ما يخصصون من ساعة إلى ساعتين لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية إذ أجاب بذلك 150 من أفراد العينة مثلتهم نسبة 50 % يليها في المرتبة الثانية مدة من ساعة إلى ساعتين صرح بها 90 فردا ممثلون في نسبة 30%، وبفارق ضئيل عن هؤلاء صرح 60 مبحوثا بنسبة 20% أنهم يستخدمون هذه الشبكات من ثلاث ساعات فما فوق.

ويلاحظ من هذه النتائج انخفاض معدل الحجم الساعي الذي يخصصه السياسيين الجزائريين لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث أكد 78 فرد من الذكور أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين وهي النسبة الأغلب في الجدول، تليها نسبة الإناث بفارق ضئيل ممثلة بنسبة 24 % أي ما يعادل 72 فردا من العينة.

بينما لم تختلف الفروق إلا نسبيا في متغير السن حيث أجمعت أغلبية الفئة الأولى على أنهم يستخدمون هذه الشبكات من ساعة إلى ساعتين، أما إجابة من ساعتين إلى ثلاث ساعات فقد حظيت بثاني مرتبة في الجدول من حيث السن والتكرارات، فقدرت نسبة الذكور الذين

أجابوا بها بـ 22 % أي ما يعادل 66 فردا من الذكور، تليها نسبة الفئة العمرية الأولى بنسبة 22 %.

أما في ما يخص الإناث فتشير النتائج إلى أن 8 % فقط منهن قلن بأنهن يستخدمن هذه الشبكات ساعتين إلى ثلاث ساعات، أما إجابة من ثلاث ساعات فما فوق حظيت بأقل نسبة في الجدول خاصة لدى فئة الإناث التي لم تجب أي واحدة منهن بهذه الإجابة، بينما كانت أكبر نسبة مسجلة في الجدول حول هذه الإجابة لفئة الذكور والفئة العمرية الأولى، في حين لم يجب إلا ثلاث سياسيين فقط من الفئة العمرية الثانية والثالثة بالإجابتين الأخيرتين.

ويمكن تفسير هذه النتائج بضيق الوقت في ظل الظروف المعاصرة للمجتمعات الحديثة التي لم تعد تسمح بالاستخدام المكثف لوسائل الاتصال لإشباع حاجات التعليم والتثقيف، بل حتى الترفيه والتسلية إلا لمدة ساعتين أو ثلاثة لأقصى حد في اليوم، ولارتباط جمهور الوسيلة بأعمال يومية تتطلب الوقت كله سواء كانت دراسة أو عمل بالشكل الذي جعل الشبكات الاجتماعية الرقمية - حاليا - لا تتوجه لساعات أطول إلا لغير المرتبطين بذلك.

تساق هذه الأسباب لكون الشريحة المستقصاة في هذه الدراسة تمثلها عينة من السياسيين الجزائريين، لا سيما وأن الدراسة تفصح عن أنهم لا يملكون الوقت حتى لقراءة وملاً الإستبانة، نظرا لارتباطاتهم داخل مقر العمل وخارجه فمنهم من يشتغلون مناصب إدارية ومنهم من لديهم مسؤوليات خارجية.

وتشير النتائج إلى وجود علاقة بين متغيرات الجنس والسن ومدى الوقت المخصص للشبكات الاجتماعية الرقمية فمثلا الإناث لم يجبن على إختيار من ثلاث ساعات فما فوق وذلك لارتباطاتهن العائلية والمنزلية، كما أن نسبتهم تقل في الإجابة من ساعتين إلى ثلاث ساعات لذات الأسباب، وتزيد النسبة جزئيا في خيار من ساعة إلى ساعتين، وهي ما حبذا أغلب أفراد العينة نظرا لمناسبة مدتها مع ظروفهم وانشغالاتهم.

في حين لم تختلف نسبة الذكور بين الخيارات الثلاث إلا نسبيا وهو ما يشير إلى توفر الوقت بعض الشيء لديهم كما أنهم الأكثر اهتماما بالأخبار والمواضيع المطروحة في الشبكات

الاجتماعية، وهذا ما تؤكد عينة الدراسة التي اشتملت على عدد الذكور أكثر من الإناث للذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية بفارق متوسط نوعا ما.

أما فيما يخص السن فإن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين 25 - 35 هي التي تستخدم الشبكات الاجتماعية لمدة أكبر، وهو ما يفسر على كون هذه الفئة لديها ميولات كبيرة خاصة للشبكات الاجتماعية الرقمية، وهذا يرجع لمرحلتهم العمرية الشبابية واستخدامهم الكبير لوسائل الإعلام الجديدة، مقارنة بالفئة العمرية الثانية والفئة الأخيرة والتي تمثل سن 46 فما فوق.

كذلك يمكن تفسير ذلك أن استمرارية بث الأحداث والأخبار على مدار الساعة عبر هذه الوسائط يلائم السياسيين في عينة هذا البحث وتمكنهم من متابعتها دون إن تتطلب كثيرا من وقتهم إذ يمكنهم الرجوع إليها وقت الحاجة فتجعلهم في الوقت ذاته مطلعين على مجريات الأحداث، خاصة لما يتعلق الأمر بمواضيع تركز على القضايا السياسية.

#### الجدول رقم (12): نوع الشبكات الاجتماعية الرقمية المستخدمة من طرف المبحوثين

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	177.38	68,33%	205	فيسبوك
			7,67%	72	يوتيوب
			24%	23	تويتر
			%100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (12) نوع الشبكة الاجتماعية الرقمية الأكثر استخداما من طرف المبحوثين يتبين من خلال الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه أن الفيس بوك حظي بأعلى نسبة مقدرة بـ 68,33% ويعود ذلك إلى أن الفيس بوك هو الشبكة الأكثر استخداما في العالم عامة وفي الجزائر خاصة لما يحتويه من مميزات تجعله الأكثر جذبا للمستخدمين، بينما كانت شبكة تويتر الأقل نسبة في الجدول والمقدرة بـ 7,67%.

وهذا يرجع إلى كون الجزائر من بين الدول الأقل استخداما لهذه الشبكة مقارنة بدول الشرق الأوسط وباقي الدول العربية<sup>1</sup> بينما يستخدم 24% من أفراد العينة شبكة اليوتيوب ويمكن تفسير ذلك بأن اليوتيوب يلبي حاجات مشابهة لما يلبيه التلفزيون كونه يعرض الأحداث والمضامين كلها على شكل فيديوهات.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 177.38 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

### الجدول (13): نوع الشبكات الاجتماعية الرقمية الأكثر استخداما حسب متغيرات

#### الجنس والسن

تبين أرقام الجدول أن شبكة الفيسبوك حظيت بأعلى نسبة استخدام من فئة الذكور والتي

ما نوع الشبكات الاجتماعية الرقمية التي تستخدمها								السؤال	
المجموع		تويتر		يوتيوب		فيسبوك		المتغيرات	
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت		
68	204	6.67	6.67	19.33	58	42	126	ذكر	الجنس
32	96	1	1	4.67	14	26.33	79	أنثى	
100	300	7.67	7.67	24	72	68.33	205	المجموع	
60	180	4.33	4.33	12	36	43.67	131	من 35-25	العمر
82	84	2.33	2.33	8.66	26	15.99	48	من 45-36	
12	36	1.01	1.01	3.33	10	8.66	26	من 46 فما فوق	
100	300	7.67	7.67	24	72	68.33	205	المجموع	

قدرت بـ 42% أي ما يعادل 126 فرد من العينة، فيما ذكر 58 فرد منهم أنهم يستخدمون شبكة اليوتيوب وذلك بنسبة 19.33%.

بينما قال 20 فرد منهم أنهم يستخدمون شبكة تويتر وذلك بنسبة 6.67% وهي أقل نسبة مقارنة بمجموع النسب التي أجاب بها الذكور المقدرة بـ 68%، كذلك الأمر بالنسبة للإناث حيث صرح 26.33% منهن بأنهن يستخدمن الفيسبوك أي ما يعادل 79 أنثى من العينة تليها

<sup>1</sup>. سعود صالح كاتب: مرجع سبق ذكره، ص 14.

مباشرة وبفارق كبير شبكة اليوتيوب بنسبة 4.67%، ثم شبكة تويتر في المرتبة الأخيرة مقدرة بـ 1% من مجموع النسب والتكرارات.

في حين أجمعت كل الفئات العمرية الممثلة لمتغير السن أنها تستخدم الفيسبوك وذلك بنسب 43.67%، 15.99%، 8.67%، موزعة على الفئات العمرية الأولى والثانية والثالثة على التوالي، فيما تقاربت النسب جزئيا في الإجابتين الثانية والثالثة لتمثل 12%، للفئة العمرية الأولى و 8.66%، للفئة العمرية الثانية، لتقل كليا في الفئة العمرية الثالثة بنسبة 3.33%، هذا فيما يخص إجابة يوتيوب.

أما فيما تعلق بمدى استخدام شبكة تويتر فقد حظيت بأقل نسبة من مجموع الإجابات، حيث ذكرت الفئة العمرية الأولى أنها تستخدم تويتر وذلك بنسبة 4.33%، أما الفئة العمرية الثانية فقد حظيت بنسبة 2.33%، والفئة العمرية الثالثة بنسبة 1.01% وهي أقل نسبة من مجموع النسب والتكرارات.

ويمكن تفسير النتائج المسجلة في الجدول أعلاه أن أغلب السياسيين يستخدمون الفيسبوك بالدرجة الأولى بشكل عام، أما فيما يخص متغير الجنس فتختلف النسب نوعا ما لتمثل أغلبية النساء المحييين يستخدمون اليوتيوب لكونهم يميلون إليه خاصة وأن معظمهن ربات بيوت، وهذا ما يبرر انجذابهن نحو مشاهدة الفيديوهات عبر اليوتيوب مقارنة بالفيسبوك والتويتر.

كما تشير النتائج إلى أن أغلب السياسيين يميلون لاستخدام اليوتيوب، وهذا يرجع أيضا لطريقة عرض اليوتيوب للأحداث المشابهة للتلفزيون وهذا ما يحبذه السياسيون لأنه يسمح لهم بتكوين نظرة نقدية شاملة لكل مجريات الأحداث المحلية والخارجية.

في حين ظل الفيسبوك يحتل الصدارة في الجدول نظرا لانتشاره الواسع في المجتمع الجزائري بكل أطرافه وفئاته مما يولد لدى المبحوثين الرغبة في التعرف على مختلف المواضيع التي تهتم بالقضايا المحلية التي تهتم الجمهور المحلي والخارجي، ليأتي اليوتيوب في المرتبة

الثانية، وهذا يعود أيضا لسهولة استخدامه<sup>1</sup> التي لا تتطلب فتح حساب فيه ولا يشكل أي خطر على مستخدميه من قرصنة أو غيرها بالإضافة إلى رغبتهم وحبهم للاستطلاع عن ما يجري في المحيط حولهم، ثم شبكة تويتر في آخر الترتيب وهذا يرجع لقلة انتشاره في المجتمع الجزائري، مما يوضح وجود علاقة بين المتغيرات السوسولوجية للمبجوثين ونوع الشبكات الاجتماعية الرقمية المستخدمة من طرفهم كما هو مفسر أعلاه.

**الجدول رقم (14): مدة استخدام المبجوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية**

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	168	6.66	20	سنتين
			26.67	80	ثلاث سنوات
			66.67	200	أكثر من أربع سنوات
			%100	300	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) تاريخ استخدام المبجوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية حيث حظيت فئة "أكثر من أربع سنوات" بأعلى نسبة وقدرت بـ 66.67% وذلك يرجع للاستثمار الواسع للشبكات الاجتماعية الرقمية خلال السنوات الأخيرة بالإضافة إلى توفر الهواتف الذكية لدى الفئة المبحوثة واحتوائها على تطبيقات الشبكات الاجتماعية الرقمية مع إمكانية استخدامها بسهولة.

بينما احتلت فئة "ثلاث سنوات" ثاني أعلى نسبة في الجدول وقد يعود ذلك إلى أن الفئة المجيبة بهذا الاختيار أقل اهتماما بالشبكات الاجتماعية الرقمية وتعتبرها أدوات مكملية وليست أساسية أما بالنسبة للفئة الثالثة منذ سنتين فقد حظيت بأقل نسبة في الجدول وهي 6,66% وقد يعود سبب ذلك إلى أن هذه الفئة أقل اهتماما بالشبكات الاجتماعية الرقمية مقارنة بباقي المبجوثين.

<sup>1</sup> . فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص203.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 168 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائية بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**الجدول رقم(15): نوع أصدقاء المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية**

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	82.14	42	126	أصدقاء غير سياسيون
			49	147	زملاء سياسيون
			09	27	أقارب
			%100	300	المجموع

يبين الجدول رقم(15) نوع أصدقاء المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي حيث مثلت فئة زملاء سياسيون أعلى نسبة في الجدول وقدرت بـ49% وقد يعود سبب ذلك إلى طبيعة العمل والمصالح المشتركة بين المبحوثين وزملائهم السياسيين حيث تتعدد المصالح بينهم الأمر الذي يتطلب منهم البقاء على تواصل دائم، وتعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية الوسيلة الأسهل والأسرع لتبادل الخدمات والمصالح بين المبحوثين وباقي السياسيين.

بينما حظيت فئة أصدقاء غير سياسيين بنسبة متقاربة مع النسبة الأعلى في الجدول وقدرت بـ42% وقد يرجع ذلك لتعدد علاقات السياسيين مع مختلف فئات المجتمع مما يتطلب عليهم التواصل معهم وأنهم غير منغلقيين على المجال السياسي فقط والشخصيات السياسية، أما بالنسبة لفئة أقارب فقد حظيت بأقل نسبة في الجدول والتي قدرت بـ09%.

وباعتبار السياسي فرد كباقي أفراد المجتمع الانساني فقد جبل على العيش داخل الجماعات حتى في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية، في الاطار ذاته يرى تشارلز كولي أن النفس تبرز وتتمو في اطار الجماعة الأولية، وتقوم هذه الأخيرة على المعاشرة والتعاون الودي، ومن



خلال الأخذ والعطاء يكتسب الاحساس بالقيم الاجتماعية العالمية من مثل الحرية والعدل وروح الخدمة العامة واحترام الضوابط الاجتماعية وحسن الاتصال.<sup>1</sup>

جدول رقم (16): نشر المواضيع على شبكات التواصل الاجتماعي

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	3.84	225.33	93.33%	280	نعم
			6.67%	20	لا
			100%	300	المجموع

يبين الجدول رقم (16) مدى نشر المبحوثين للمواضيع عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث حظيت اجابة "نعم" على أكبر نسبة قدرت بـ93.33% ممثلة في 280 مفردة من العينة المختارة وهذا ما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة نشطين في الشبكات الاجتماعية الرقمية بينما مثلت اجابة "لا" نسبة قدرت بـ 6.67% ممثلة في 20 مفردة من العينة ويشير ذلك إلى أن فئة قليلة جدا من المبحوثين ليسوا نشطين عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وقد يكون معظم أفراد هذه النسبة هم فئة النساء اللواتي قد يعارضن النشر في مواقع التواصل الاجتماعي مع خصوصياتهم وارتباطاتهم الاجتماعية.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 225.33 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

<sup>1</sup> عبد الرحمان عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، الجزائر، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، 1995، ص 29

جدول (17): نوع المواضيع المنشورة عبر صفحات الشبكات الاجتماعية الرقمية من

طرف المبحوثين

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	7.82	228.67	26.7	80	مواضيع اجتماعية
			60	180	مواضيع سياسية
			8.3	25	مواضيع ثقافية
			5	15	مواضيع عامة
			100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (17) نوع المواضيع المنشورة على الشبكات الاجتماعية الرقمية للمبحوثين حيث حظيت فئة "مواضيع سياسية" أكبر نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 60% ممثلة في 180 مفردة المبحوثين وهو ما يشير إلى أن هذه الفئة مهمة جدا بالمواضيع السياسية وهو ما ينطبق على طبيعة مناصبهم السياسية وميولاتهم العامة المنصبة نحو الحقل السياسي وانشغالاتهم بما يفيدهم في أعمالهم اليومية وهذا من جهة ومن جهة أخرى يرجع ذلك إلى الترويج والتسويق السياسي الذي يساعد الجمهور في فهم المواضيع السياسية ومناقشتها معهم عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية.

بينما حظيت فئة "مواضيع اجتماعية" بثاني أعلى نسبة في الجدول و قدرت بـ 26.7% ممثلة في 80 مفردة من السياسيين الجزائريين وقد يعود تفسير ذلك إلى أن هذه الفئة مهمة بالمواضيع الاجتماعية اكبر من المواضيع السياسية نظرا لكونها الأهم في نظرهم ونظرا لكون الجمهور يهتم أكثر بالمواضيع الاجتماعية لارتباطها مباشرة بالمواضيع السياسية وتلبية لرغباتهم لكسب اكبر عدد من المتابعين والمهتمين على صفحاتهم الاجتماعية الرقمية.

فيما احتلت فئة "مواضيع ثقافية" ثالث أعلى نسبة في الجدول قدرت بـ 83% ممثلة في 25 مفردة من المبحوثين وقد يعود ذلك إلى ان هذه الفئة لديها ميولات ثقافية عامة مقارنة بالمواضيع السياسية والاجتماعية وحتلت فئة "مواضيع عامة" آخر نسبة مسجلة في الجدول قدرة بـ 5% وهو ما يرجع لكون هذه الفئة من المبحوثين لديهم ميولات للمواضيع العامة مقارنة

بالمواضيع السياسية والاجتماعية والثقافية وفي الخير يمكن القول بأن المواضيع السياسية هي اهم المواضيع المنشورة في صفحات المبحوثين.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 228.67 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 7.82 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 3، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

الجدول رقم (18): الأشخاص الذين يشاركونهم المبحوثين منشوراتهم على صفحاتهم

### في الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائياً	7.82	108.64	27.3	82	مع الأقارب والأصدقاء
			39.3	118	مع الزملاء السياسيين
			33.4	100	مع الجمهور
			00	00	لا تشارك أحد
			100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (18) الأشخاص الذين يشاركونهم المبحوثين في المواضيع التي يشاركونها على صفحاتهم الاجتماعية الرقمية وقد حظيت فئة "مع زملائك السياسيين" أعلى نسبة في الجدول قدرت بـ 39.3% ممثلة في 118 مفردة من المبحوثين وهو ما يشير إلى أن هؤلاء المبحوثين لديهم علاقات مع شخصيات سياسية يتناقشون حول القضايا والمواضيع السياسية التي لديها علاقة بطبيعة عملهم.

بينما حظيت فئة "مع الجمهور" ثانياً أكبر نسبة في الجدول و قدرت بـ 33.4% ممثلة في 100 مفردة من المبحوثين ويمكن تفسير ذلك لكون هذه الفئة من المبحوثين تربطهم علاقات مع الجمهور السياسي أو العام الذي يتابعهم على صفحاتهم الالكترونية وهو ما يشير إلى ارتسام الخط العام للاتصال السياسي المبني على السياسيين والجمهور وبالتالي تفعيل العلاقات بينهم وسجلت فئة "مع الأقارب والأصدقاء" ثالثاً وأقل نسبة في الجدول قدرت بـ 27.3% ممثلة في 82 مفردة من المبحوثين وهي نسبة متوسطة نوعاً ما حيث تشير إلى وجود علاقة

قائمة بين المبحوثين (السياسيين الجزائريين) وأقاربهم وأصدقائهم لمناقشة القضايا السياسية على الشبكات الاجتماعية الرقمية، بينما تم تسجيل فئة "لا تشارك احد" أي نسبة على الجدول حيث لم يجب اي من المبحوثين بهذا الجواب، وهو ما يفسر طبيعة النشاط الدائم للمبحوثين ومشاركتهم الجمهور بشتى انواعه في منشوراتهم ومواضيعهم على الشبكات الاجتماعية الرقمية. وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 108.64 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 7.82 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 3، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

وهذا ما توصلت اليه الدراسة السابقة لجمال العيفة حيث يشرح ما أكده رايت ميلز بأن وسائل الاتصال الجماهيري ظاهرة فعالة تمنح الانسان شعورا بالانتماء والروح المعنوية الاجتماعية العالية من خلال مشاركة الأفراد مختلف المعلومات، ويؤكد ميلز أن هذه الوسائل تنثري التجارب الانسانية، فالناس صاروا يستقلون أغلب مفاهيمهم وخبراتهم من مختلف الأنشطة الاستخدامية لوسائل الاعلام والاتصال وليس من شظايا تجاربهم الشخصية.<sup>1</sup>

### الجدول رقم (19): كيفية التعبير عن آراء الأصدقاء على مواضيع منشورات

#### المبحوثين.

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	7.82	212.91	09	27	يكتفون بوضع رموز تعبيرية
			61	183	التعليق على المنشور
			18.33	55	مناقشة الموضوع
			11.64	35	مشاركة الموضوع على صفحاتهم الخاصة
			100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (19) كيفية التعبير عن أصدقاء المبحوثين على مواضيع منشوراتهم حيث حظيت إجابة التعليق على المنشور بأعلى نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 61% ممثلة في 183 مفردة من المبحوثين وتشير هذه النسبة إلى أن معظم المبحوثين يتوصلون

<sup>1</sup>. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص 270.

بشكل نشيط ودائم مع الجمهور لدرجة أن أصدقائهم يتفاعلون مع منشوراتهم بالتعليق عليها وهو ما يبين وجود اتصال وتواصل بينهم مما يفعل طبيعة الاتصال السياسي.

بينما حظيت فئة "مناقشة الموضوع" بنسبة **18.33%** ممثلة في 55 مفردة من المبحوثين وقد يرجع سبب ذلك إلى ان هذه الفئة الأكثر دراية بالموضوع السياسي مما يجعلهم يناقشون المواضيع السياسية مع السياسيين لمعرفة آرائهم والخوض فيها.

وقد حظيت فئة 'مشاركة الموضوع على صفحاتهم الخاصة' بنسبة **11.64%** ممثلة في 55 مفردة من المبحوثين تليها مباشرة فئة 'يكتفون بوضع رموز تعبيرية' بنسبة **9%** وهي اقل نسبة مسجلة في الجدول وقد يرجع ذلك لرغبة الجمهور في التعليق ومناقشة المواضيع السياسية نظرا للأهمية البارزة والحساسية للموضوع السياسي.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 212.91 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 7.82 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 3، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**3- دوافع استخدام السياسيين للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة من ذلك**  
**الجدول رقم (20): مدى إلغاء الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية بوجود الشبكات الاجتماعية الرقمية.**

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائياً	3.84	27	65	نعم
			35	لا
			100%	المجموع

يبين الجدول رقم (20) مدى إلغاء الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية بوجود الشبكات الاجتماعية الرقمية حيث اجاب **65%** من المبحوثين "بنعم" اي ان استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية الغى الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية وهو ما يشير إلى ان هذه الفئة ترى بان الشبكات الاجتماعية الرقمية اصبحت بديلا على وسائل الإعلام التقليدية خاصة في الحصول على

المعلومات السياسية نظرا لكونها تتميز بالسرعة والحرية في تناول المواضيع دون القيود السلطوية والقيادية فهي توفر المعلومات بشكل اسرع وتسمح بمناقشة القضايا بحرية تامة وبمساحة اوسع.

بينما اجاب 35% "لا" وقد يرجع سبب ذلك إلى ان الوسائل الإعلامية التقليدية لازالت تحافظ على مكانتها وسط التكنولوجيات الحديثة حيث اعطى 105 مفردة من المبحوثين ثقتهم فيها واعتبروا ان الشبكات الاجتماعية الرقمية لم تلغي الاعتماد على الوسائل الإعلامية التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية وهذا نظرا لكونها ذات ثقل اكثر وقد تكون لها علاقات امتن مع الشخصيات السياسية الأولى في البلاد وهو ما يوفر المعلومات التي تهتم الجمهور بشكل أدق.

الجدول رقم (21): سبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل

الإعلام الأخرى

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	9.49	21.23	16%	48	مصادقية المعلومات
			20%	60	مراعاة اهتمامات الجمهور
			13%	39	معالجة المواضيع بشكل موضوعي وجدي
			28.3%	85	وسيلة فعالة للتواصل مع السياسيين والمواطنين
			22.7%	68	المشاركة والتفاعل مع الموضوعات السياسية
			100%	300	المجموع

يبين الجدول (21) سبب تفضيل المبحوثين استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى حيث احتلت إجابة "وسيلة فعالة لتواصل مع السياسيين والمواطنين" المرتبة الأولى بنسبة 28.3% عبر عنها 85 مفردة من العينة وهذا ما يشير إلى

ان هذه الفئة اختارت هذه الشبكات دون سواها لأنها وفرت لها إمكانية التواصل مع المواطنين وحتى زملائهم السياسيين بشكل اسهل واسرع.

بينما حظيت اجابة "المشاركة والتفاعل مع الموضوعات السياسية بالمرتبة الثانية بفارق ضئيل مع سابقتها في المرتبة الاولى وقدرت النسبة بـ **22.07%** عبر عنها **68** مفردة من العينة وقد يعود سبب ذلك إلى ان هذه الشبكات توفر نوع من المشاركة والتفاعل مع السياسيين ومنشوراتهم وبالتالي تحقيق التواصل والتفاعل فيما بينهم ومع المواطنين من جهة أخرى مما جعل السياسيين يلجؤون لهذه المنصات الأسهل استخداما والأسرع فعالية.

اما اجابة "مراعات اهتمام الجمهور" فقد احتلت المرتبة الثالثة المسجلة في الجدول بنسبة **20%** وهي نسبة متوسطة نوعا ما وقد يعود ذلك إلى ان هذه الشبكات التي اختاروها تعكس اهتماماتهم ورغباتهم وتعالج المواضيع التي كانوا ينتظروا مناقشتها وتحليلها في الشبكات الاجتماعية الرقمية.

اما فيما يخص اجابة "مصادقية المعلومات" فقد احتلت المرتبة الرابعة المسجلة في الجدول بنسبة **16%** ممثلة في **48** مفردة من عينة الدراسة وهذا ما يشير ويعبر عن الاختيار الجيد والدقيق للشبكة دون سواها من قبل المبحوثين الذين يرون فيها صدق في عرض المعلومات واختيارها.

بينما جاءت اجابة "مناقشة المواضيع بشكل موضوعي وجدي" في المرتبة الاخيرة بفارق ضئيل عن سابقتها في المرتبة الرابعة وقدرت بـ **13%** عبر عنها **39** مفردة من العينة مما يفسر إلى ان الشبكات المختارة تعالج المواضيع بشكل موضوعي وجدي واكثر اهتماما مما كسب اعجاب المبحوثين وضمن متابعتهم الدائمة لهم وتفضيلهم عن غيرهم من الوسائل الاخرى.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 21.23 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

الجدول (22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى

أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى				
الرتبة	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	وسيلة فعالة للتواصل مع السياسيين	2.89	0.393	مرتفع
2	المشاركة والتفاعل مع الموضوعات السياسية	2.82	0.463	مرتفع
3	مراعاة اهتمامات الجمهور	2.77	0.509	مرتفع
4	مصادقية المعلومات	2.71	0.660	مرتفع
5	معالجة الموضوع بشكل موضوعي وجدي	2.56	0.701	مرتفع

يتبين من الجدول (22) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقدير عينة الدراسة حول سبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى مرتفعة مقارنة مع معايير أداة الدراسة.

وعلى مستوى الفئات نلاحظ أن الفئة (1) التي تنص على أن الشبكات الاجتماعية الرقمية وسيلة فعالة للتواصل مع السياسيين جاءت في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.89 وانحراف معياري 0.393.

وجاءت في الرتبة الثانية فئة "المشاركة والتفاعل مع الموضوعات السياسية" بمتوسط حسابي بلغ 2.82 وانحراف معياري 0.463، أما فيما يخص فئة "مراعاة اهتمامات الجمهور" فقد احتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.77 وانحراف معياري 0.509.

وجاءت في الرتبة الرابعة فئة "مصادقية المعلومات" بمتوسط حسابي بلغ 2.71 وانحراف معياري بلغ 0.660، أما فئة معالجة الموضوع بشكل موضوعي وجدي" فقط حظيت بالرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.56 وانحراف معياري 0.701.

تستنتج الباحثة مما سبق أن جميع فئات هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين 2.56-2.83 وهي متوسطات مرتفعة وتشير إلى أن سبب استخدام الشبكات الاجتماعية



الرقمية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى مرتفع إلى حد ما وهو ما يشير إلى أن هناك انجذاب إلى استخدام هذه الوسائط مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

**الجدول رقم (23): الدافع من استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية**

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
8.67	26	الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا السياسية
06	18	مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة
5.67	17	متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي
9.33	28	الترويج والتسويق السياسي
13.33	40	جذب انتباه الجمهور
04	12	كسب التأييد السياسي
26.67	80	التواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين
%16	48	التعريف بالقضايا السياسية للمتابعين
%07	21	ترقب اراء شخصيات سياسية تهكم
%3.33	10	مسايرة العصر
%100	300	المجموع

يبين الجدول رقم (23) سبب أو الدافع من استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية وتفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول أعلاه يتضح لنا أن دافع "التواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين" حظي أعلى نسبة قدرت بـ **26.67%** ممثلة في **80** مفردة من المبحوثين مما يشير إلى أن أغلب المبحوثين لديهم رغبة في التواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين وذلك لتكوين العلاقات وربطها مع باقي السياسيين الآخرين للمحافظة على المكانة السياسية التي يكتسبوها وتطويرها بشكل جيد.

أما فيما يخص دافع التعريف بالقضايا السياسية للمتابعين فقد احتل المرتبة الثانية المسجلة في الجدول بنسبة **16%** وقد يرجع سبب ذلك إلى أن هذه الفئة من المبحوثين مكلفون بعملية التسويق السياسي والتعريف بالقضايا السياسية للمتابعين والمستخدمين وبذلك كسب قاعدة جماهيرية أوسع ومتابعة دائمة للمستخدمين بينما احتل دافع "جذب انتباه الجمهور" المرتبة الثالثة المسجلة في الجدول بنسبة **13.33%** ممثلة في **40** مفردة من المبحوثين وهذا الدافع

مرتبط أساسا بالدافع السابق له حيث بعد التعرف على القضايا السياسية تأتي مرحلة جذب الانتباه فيصبح الجمهور على علم ودراية بما يتم نشر في الشبكات الاجتماعية الرقمية وبالتالي الاهتمام بالقضايا السياسية وتصويب الانتباه نحوها وهو الفعل الأساسي للسياسيين بصفة عامة.

بينما احتل دافع "الترويج والتسويق السياسي" المرتبة الرابعة بنسبة **9.33%** ممثلة في 28 مفردة من المبحوثين وقد يعود سبب ذلك إلى أن هذه الفئة تريد أن تضمن قاعدة من الجمهور المتابع والمؤيد لهم وبالتالي يقومون بعملية التسويق لأعمالهم السياسية والترويج لأفكارهم وتطلعاتهم بغية كسب تأييد الجمهور وبالتالي توسيع القاعدة الجماهيرية ونشرها على أوسع نطاق وطنيا وعالميا وهذا الفعل يرتبط أساسا بالاستخدام الجيد لوسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية الرقمية حيث يتطلب التحكم الجيد في تقنيات وسائل الإعلام بالإضافة إلى المعرفة الجيدة لفنون وآداب التسويق السياسي.

فيما احتل دافع الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول "القضايا السياسية" المرتبة الخامسة في الجدول أعلاه بنسبة **8.67%** وهي نسبة متقاربة جدا مع سابقتها كما انها تعتبر ضئيلة نوعا ما بالمقارنة مع النسب المسجلة على الدوافع الأخرى حيث يعتبر هذا الدافع الأقل اهتماما من قبل المبحوثين وقد يرجع سبب ذلك لكون اغلب المبحوثين لا يهتمون بمناقشة القضايا التي تدور حول القضايا السياسية في المقابل يهتمون بأمر التعريف وسرد القضايا السياسية. بينما احتل دافع "ترقب اراء شخصيات سياسية تهمك" المرتبة السادسة في الجدول اعلاه بنسبة **07%** وهذا ما يشير إلى ان هذه الفئة من المبحوثين من المبتدئين في عالم السياسة ويترقبون اراء شخصيات سياسية لتكوين اراء ومواقف معينة بالاعتماد على اراء الشخصيات الأخرى.

واحتل دافع "مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة" المرتبة السابعة بنسبة **06%** ممثلة في 18 مفردة من السياسيين حيث تعتبر النسبة ضئيلة نوعا ما ويعود ذلك إلى ان اغلب المبحوثين لا يعتبرون الشبكات الاجتماعية الرقمية مصدرا مهم للمعلومات في القضايا

المختلفة لان لديهم مصادر معلومات اخرى يعتمدون عليها وقليل منهم فقط يعتبر هذه المواقع مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة ويلجؤون اليها عند حاجتهم بدافع التعرف على هذه المعلومات.

فيما حضي دافع "متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي" بالمرتبة الثامنة بنسبة **5.67%** وهذا ما يشير إلى ان فئة قليلة جدا من المبحوثين مهتمين بمتابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي نظرا لاهتمام باقي السياسيين بالشأن الداخلي الذين هم مسؤولين عليه ولا يسعهم اوقت بتتبع ما يجري خارج الوطن.

وحضي دافع "كسب التأييد السياسي" بنسبة **4%** وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع سابقتها وهذا يرجع إلى ان معظم المبحوثين لا يسعون وراء كسب التأييد السياسي بينما هم مهتمون بكسب الدوافع السابقة الذكر اما هذه الفئة التي اختارت هذا الدافع فقد يكون شغلهم الوحيد السعي وراء كسب التأييد لضمان الاستمرارية في المهام السياسية المنوطة اليهم.

واخيرا احتل دافع "مسايرة العصر" المرتبة الاخيرة المسجلة في الجدول وحضي باقل نسبة قدرت بـ **3.33%** وذلك يرجع إلى ان هذه الفئة من المبحوثين لديهم طموحات في جلب الافكار العالمية السياسية للمجال السياسي الجزائري محاولة منهم لمواكبة القافلة الدولية التي تسعى إلى الديمقراطية والحرية السياسية والفكرية وبالتالي تحقيق وتفعيل التواصل السياسي بشكل ناجح وقوي.

الجدول رقم (24) المواضيع السياسية على الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	108.5	61.67	185	المواضيع والقضايا السياسية الجزائرية
			20	60	المواضيع والقضايا السياسية الاقليمية والعربية
			18.33	55	المواضيع والقضايا السياسية الدولية
			%100	300	المجموع

تفحصا للبيانات المسجلة في الجدول رقم (24) يتضح لنا أن المواضيع والقضايا السياسية الجزائرية حظيت بأعلى نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ61.67% وذلك قد يرجع لسبب الاهتمام الكبير بالقضايا المحلية خاصة السياسية منها من قبل جمهور الشبكات الاجتماعية الرقمية الجزائرية مما فرض عليهم متابعة القضايا المحلية لمعالجتها وتسييط الضوء عليها لجذب انتباه المسؤولين حول القضايا السياسية المحلية (الوطنية) وبالتالي يزداد اهتمام السياسيين بالقضايا السياسية الجزائرية وهذا ما تعكسه النتائج المسجلة في الجدول أعلاه.

أما المواضيع والقضايا السياسية الاقليمية والعربية فقد احتلت فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 20% ممثلة في 60 مفردة من العينة وهي نسبة متوسطة نوعا ما ويعود ذلك لكون المواضيع السياسية الاقليمية والعربية نشيطة في الآونة الاخيرة خاصة فيما يتعلق بالشأن السياسي والاجتماعي والديني الامر الذي فرض على كافة النشطاء السياسيين في البلاد العربية الاهتمام بهذا الجانب واعطاه حيزا معتبرا من حياتهم السياسية لعدم الوقوع في نفس المشاكل من جهة وللتفكير في حلول تفسيرية ولما هو واقع في مختلف العربية من جهة أخرى.

وفيما يخص المواضيع والقضايا السياسية الدولية فقد حظيت بأقل نسبة مسجلة في الجدول و قدرت بنسبة 18.33% ويعود الأمر لان مختلف البلدان مهتمة بشأنها الداخلي لان معظمها يعرف ديناميكية سياسية ومشاكل داخلية تملأ عليها أوقاتها واهتماماتها وبالتالي ينصب

معظم الاهتمام بالمواضيع والقضايا السياسية الوطنية خاصة الجزائر التي تعرف حاليا حراكا شعبيا في مختلف الميادين فكل العيون متجهة نحوها إلا أن هناك بعض المبحوثين الذين قدر عددهم 55 سياسي فضل الاهتمام بالمواضيع والقضايا السياسية الدولية وقد يرجع ذلك لرغبتهم الشديدة في مقارنة الاوضاع خارجيا مع الاوضاع الداخلية للبلاد للوصول إلى حلول تأخذ وتسير بالبلاد نحو التقدم والازدهار.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 108.5 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**الجدول (25): مدى انعكاس التوجه السياسي لأصحاب الصفحات الاجتماعية الرقمية**

**على مستوى المنشورات السياسية**

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	47.18	32.33	97	موافق
			50	150	معارض
			17.67	53	محايد
			%100	300	المجموع

يوضح الجدول رقم (25) مدى انعكاس التوجه المنتهج من طرف أصحاب الشبكات الاجتماعية الرقمية على محتوى المنشورات السياسية حيث أجاب نصف أفراد العينة بإجابة معارض بنسبة 50% ممثلة في 150 مفردة من العينة ويعود سبب ذلك إلى أن معظم المبحوثين لا يعتقدون بأن هذه الشبكات الاجتماعية الرقمية لا يمكن التحكم في محتوياتها نظرا للمساحة الواسعة التي لحرية التعبير وان الجماهير المتابعة باتت على دراية بخلفيات المواضيع لذلك لا يمكن فرض أي ايدولوجية سياسية وفكرية معنية وتغليظها بالشكل السهل. وحظيت اجابة "موافق" نسبة 32.33% وهي المرتبة الثانية في الجدول ممثلة في 97 مفردة من المبحوثين وهذا يرجع إلى أن هذه ترى بأن معظم المنشورات السياسية لديها ايدولوجية

معينة لكسب قاعدة جماهيرية من جهة أو لتغليب الرأي العام من جهة أخرى وبالتالي التحكم بزمام الساحة السياسية.

أما بالنسبة لإجابة محايد فقد حظيت بنسبة 17.67% وهي نسبة منخفضة نوعا ما مقارنة بسابقاتها وهذا يرجع إلى أن هذه الفئة تفضل البقاء في حيادية لكي تبقى محمية ولا تتعرض لضغوط سواء كانت اجتماعية أو مهنية وبالتالي اخفاء النية الحقيقية لمعلوماتهم واتجاهاتهم.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 47.18 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

#### الجدول رقم (26) : مدى توفير المعلومات السياسية في الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائيا	5.99	28.58	42.67	نعم
			19	نوعا ما
			38.33	لا
			%100	المجموع

تفحصا للارقام المسجلة في الجدول (26) يتبين لنا أن أغلب أفراد العينة يعتبرون أن الشبكات الاجتماعية الرقمية توفر لهم المعلومات السياسية التي تهمهم وقدرت نسبتهم بـ 42,67% ما يعادل 128 مفردة من العينة وهذا ما يفسر بأن أغلب المبحوثين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية الرقمية في الحصول على المعلومات السياسية نظرا لما توفره هذه المنصات الالكترونية من مزايا وفرص لاستقاء المعلومات بين السياسيين في بعضهم البعض أو بين مؤسسات الدولة ورجال السياسة لانها الوسائل الاكثر تخزينا للوثائق والمعلومات والبيانات سواء كانت اقتصادية سياسية أو مالية والاكثر تدفقا للمعلومات بشتى أنواعها.

أما فيما يخص اجابة لا فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 38,33% أي ما يعادل 115 سياسيا من أفراد العينة ويمكن تفسير ذلك بأن لهذه الفئة المجيبة بلا لديها مصادر معلومات أخرى تعتمد عليها في استقاء المعلومات السياسية نظرا لحساسيتها وعدم توفرها في الشبكات الاجتماعية الرقمية وقد تكون هذه المصادر شخصيات أو مؤسسات دولة كما أنهم لا يثقون في المعلومات المنشورة عبر هذه الوسائط بينما حظيت اجابة نوعا ما بأقل نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 19% اي ما يعادل 57 مفردة من العينة وهي نسبة متوسطة ان لم نقل مقبولة وهذا ما يفسر عدم ثقة المبحوثين في هذه الشبكات خاصة فيما يتعلق استقائهم للمعلومات السياسية فقد تحوي معلومات خاطئة اشاعات مغرضة وحتى أكاذيب وسيناريوهات محكمة لتغليب الرأي العام .

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 28.58 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

#### الجدول (27): مصادر توفير المعلومات السياسية للمبحوثين

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائيا	5.99	84.50	63.67	علاقات مع شخصيات سياسية اخرى
			6.33	وسائل اعلام الاخرى
			30	الاعتماد على منصبك السياسي
			100%	المجموع

يوضح الجدول (27) اجابات المبحوثين في حالة اجابتهم بانهم لا يعتمدون على الشبكات الاجتماعية الرقمية في عملية استقاء المعلومات السياسية وعدم توفيرها لهم عبر هذه الوسائط حيث حظيت اجابة "علاقات مع شخصيات سياسية اخرى" بأعلى نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 63.67% وهي نسبة مرتفعة جدا حيث تمثل غالبية المبحوثين، وقد يعود ذلك إلى كون المبحوثين يعتمدون على علاقاتهم الخاصة بالشخصيات السياسية الاخرى للحصول على المعلومات السياسية التي تهمهم من مصادر موثوقة حسب رأيهم واعتقادهم، كما ان هذه

الشخصيات قد تعتمد عليهم في تلقي معلومات اخرى وبالتالي تكون العملية تبادلية في نقل وتبادل المعلومات السياسية وغيرها من المعلومات الاخرى وهو ما يكسبهم ثقة متبادلة ويغنيهم عن الاعتماد على الوسائط الالكترونية التي قد تحمل مغالطات كبيرة تحمل سيل المعلومات المتدفقة نحو عامة الجمهور وليس السياسيين فقط، وبالتالي تختفي ميزة الدقة والموضوعية في نقل الاخبار والموضوعات.

اما فيما يخص اجابة "الاعتماد على منصبك السياسي" فقد حظيت بثاني نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 30% وهي نسبة متوسطة ان لم نقل مقبول وتفسير ذلك لا يختلف عن التفسير السابق لإجابة علاقات مع شخصيات سياسية اخرى، فقد يعتمد هؤلاء المبحوثين على مناصبهم السياسية للحصول على المعلومات السياسية التي تهمهم من خلال العلاقات المتبادلة بين اعضاء المناصب السياسية نظرا لصحة المعلومات التي يكون اصحابها مقربين من الشخصيات المعنية ومن الاحداث السياسية بشكل خاص.

بينما حظيت اجابة وسائل اعلام اخرى بأقل نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 6.33% وهي نسبة منخفضة حيث تعتبر اغلب المبحوثين وسائل الإعلام الاخرى مصدرا للمعلومات خاصة السياسية لأنها ذات ايدولوجيات معينة وخلفيات سياسية محددة كما انها شحيحة المعلومات السياسية ولا توفر الكم الهائل من المعلومات مقارنة مع وسائل الإعلام الجديدة او مع شخصيات السياسية المعنية، وقد تملك معلومات دقيقة وتقوم بتطويرها وتحويلها حسب ما يتوافق مع سياستها الداخلية.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 84.50 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.



الجدول رقم (28): الإشباع المعرفية التي تحققها الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	7.82	42.35	25%	75	زيادة المعلومات السياسية
			33%	99	زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي العام
			9.67%	29	إزالة الغموض المعرفي السياسي
			32.33%	97	التعرف على القضايا والأحداث السياسية الجارية
			100%	300	المجموع

تفحصا للبيانات المسجلة في الجدول (28) تتضح لنا ان النسب متقاربة جدا بين بعضها البعض حيث توجد فروق ضئيلة نوعا ما فيما بينها، فقد احتل اشباع زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي العام النسبة الاولى المسجلة في الجدول وقدرت ب 33% فيما يعادل 99 مفردة من المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بان الشبكات الاجتماعية الرقمية مصدرا مهما للمعلومات الثقافية والعامه وهذا امر طبيعي لأنها وسائط متعددة المزايا والوظائف والاهتمامات كما ان تحمل كم هائل من المعلومات في مختلف الميادين لأنها مرتبطة بأكبر شبكة معلوماتية في العالم وهي الشبكة العنكبوتية "الانترنت" الي تمتاز بالتدفق الهائل للمعلومات في الثانية الواحدة وبالتالي توفر امكانية الاطلاع على مختلف المعلومات والقضايا والمواضيع في العالم في اي مكان انت فيه وبأي وقت ممكن.

فيما احتلت اجابة "التعرف على القضايا والاحداث السياسية الجارية" نسبة ضئيلة الفارق عن سابقتها وقدرت ب 32.33% اي ما يعادل 97 مفردة من المبحوثين ويمكن تفسير ذلك بان الوسائط الاجتماعية تتوفر على القضايا والاحداث السياسية الجارية وتنشرها فور وقوعها دون الحاجة لفريق الإعداد وشبكة المراسلين مثلما يوجد عند وسائل الإعلام الأخرى حيث يتولى نشر الأخبار والمعلومات والاحداث الجارية القائمين على الصفحات الاجتماعية الرقمية

الاجتماعية والذين يعتبرون مواطنون عاديون ولا ينتمون لأي مؤسسة إعلامية معينة وبالتالي يملكون مساحة كبيرة من الحرية في تناول الاحداث السياسية ونشرها هذا ما يسهل عليهم الامر ويوفر للمتابعين كم هائل من المعلومات في اوقات متفاوتة، بينما احتلت اجابة "زيادة المعلومات السياسية" ثالث نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 25% اي ما يعادل ربع العينة ممثلة في 75 مفردة، وقد يعود سبب ذلك إلى ان الشبكات الاجتماعية توفر المعلومات السياسية كما ذكرنا سابقا نظرا لارتباطها بشبكة الانترنت بالشكل الاساسي وتوفرها لجميع المستخدمين، كما استطاعت لان توسع قاعدتها الجماهيرية وتخرج الحقل السياسي الذي كان يرتبط فقط بالحلقة السياسية الداخلية من رجال سياسية ومسؤولون سامون في الدولة.

بينما حظيت اجابة "ازالة الغموض المعرفي السياسي" باقل نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 9.67% وتعتبر نسبة منخفضة نوعا ما مقارنة بسابقتها، ويمكن تفسير ذلك بانه بالرغم من ان الشبكات الاجتماعية الرقمية توفر الكم الهائل من المعلومات السياسية إلى انها لا تستطيع ازالة الغموض المعرفي بالشكل المطلق بنسبة 100% لذلك معظم المبحوثين لو يختاروا هذا الاقتراح وهذا يرجع بطبيعة الموضوع السياسي في حد ذاته وإلى علم السياسي الجي يمتاز بالغموض حتى عند رجال السياسة في حد ذاتهم ، ورغم ذلك يمكننا اعتبارها نتيجة علمية حسب النسبة الممثلة لهذه الإجابة ويمكن تفسير ذلك بانها توفر للمستخدمين الذين لديهم غموض معرفي في المجال السياسي المعلومات السياسية التي يبحثون عنها وبالتالي ازالة الغموض المعرفي والسياسي لديهم.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 42.35 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 7.82 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 3، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

الجدول(29): الإشباع النفسية التي تحققها لك الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	9.49	33.57	32.33%	97	تخفيف التوتر الناتج عن ضغوط الحياة
			20%	60	التخلص من الطاقة السلبية
			18.67%	56	الهروب من الحياة اليومية
			16.67%	50	الشعور بالمتعة والسعادة
			12.33%	37	الرغبة في الراحة والاسترخاء
			100%	300	المجموع

تفحصا لارقام المسجلة في الجدول (29) يبين لنا ان اشباع "تخفيف التوتر الناتج عن ضغوط الحياة" حظي بأعلى نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 32.33% اي ما يعادل 97 مفردة من العينة وهي نسبة متوسطة ان لم نقل مرتفعة نوعا ما ويمكن تفسير ذلك بان الشبكات الاجتماعية تحقق للجمهور المستخدم اشباع تخفيف التوتر الناتج عن ضغوط الحياة باستخدام مزاياها الترفيهية والمسلية من فيديوهات وصور ورسومات وتعليقات في مختلف القضايا والمواضيع بعيدا عن الامور الجدية الناتجة عن العمل اليومي مكاتب السياسيين واماكن عملهم وبالتالي تاخذهم الشبكات الاجتماعية بعيدا عن كل هذا التحقيق لهم رغباتهم واحتياجاتهم لساعات طويلة، ولا يمكننا اعتبار ذلك بالأمر الايجابي لان ذلك قد يؤدي إلى الادمان دون تحقيق فائدة معينة لأنها ليست الوسيلة الصحيحة لتخفيف التوتر الناتج عن الضغوط الحياة مقارنة بالوسائل الاخرى كالرياضة وممارسة النشاطات البدنية.

اما فيما يخص اشباع "التخلص من الطاقة السلبية" فقد حظي بنسبة 20% وهي النسبة الثانية المسجلة في الجدول ويمكن تفسير ذلك بان الوسائل الإعلامية الجديدة بما فيها الشبكات الاجتماعية تحتوي على برامج وتطبيقات تعمل على التخلص على الطاقة السلبية استخدام موسيقى او مقاطع فيديوهات او العاب الكترونية او غيرها من التطبيقات المستخدمة لتخلص من الطاقة السلبية، كما ذكرنا سابقا لا يمكننا اعتماد هذه الفكرة بصفة مطلقة لان هناك دراسات

أخرى أقرت بأن هذه التطبيقات الالكترونية هي المسببة الاولى في كبت الطاقة السلبية وليست العكس وبالتالي لا يمكننا اعتماد هذه النتيجة كنتيجة عامة وهنا يصدق القول بان الطاقة السلبية متعلقة بنفسية الانسان التي تحتاج إلى اساليب تهيئية اخرى قد تتمثل في الراحة والابتعاد عن الضجيج والضوضاء والاضواء الذين يتوفرون في الوسائط الالكترونية الجديدة. بينما احيل اشباع "الهروب من الحياة اليومية" ثلث مرتبة في الجدول بنسبة 18.67% وهي نسبة متوسطة نوعا ما ان لم نقل مقبولة، وقد يرجع سبب ذلك إلى المبحوثين كغيرهم من مستخدمي الشبكات الاجتماعية الرقمية يلجؤون اليها للهروب من ضغوط الحياة اليومية او يعد تمضية يوم مليء المتاعب في العمل او الدراسة او غيرها من الضغوط الاخرى، وبالتالي تعتبر هذه الوسائط وسائل للهروب من التفكير في مشاكل الحياة اليومية التي تفرقهم وتضفي عليهم الحياة السلبية المليئة بالضغوطات وبالتالي هذا هو الملاذ الوحيد اليهم في الوقت الحالي.

اما فيما يخص الاشباع الرابع "الشعور بالمتعة والسعادة" فقد حظي برابع نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 16.67% اي ما يعادل 50 مفردة من العينة ويمكن تفسير ذلك بانه لوسائل الإعلام الجديدة بما فيها الشبكات الاجتماعية الرقمية وسائط ترفيهية ومسلية تمكن السياسيين على غرار باقي المستخدمين من الترفيه عن النفس باستخدام الالعاب ولمشاهدة الفيديوهات مما يكسبهم متعة والشعور بالسعادة جراء تلك المشاهدات او الاستخدامات لمختلف الوسائط المرئية والمسموعة وتعتبر هذه الميزة من الميزات الاساسية والوظائف المختلفة للشبكات الاجتماعية الرقمية.

بينما حظي اشباع "الرغبة في الراحة والاسترخاء" باقل نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 12.33% اي ما يعادل 37 مفردة من العينة وهي بنسبة مقبولة نوعا ما، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يلجؤون لمختلف انواع الشبكات الاجتماعية الرقمية من فيسبوك وتويتر ويوتيوب للبحث عن مضامين ومقاطع الفيديو والصور وغيرها من الاليات التي تتوفر على شروط الراحة والاسترخاء كمقطع لصوت المطر على اليوتيوب مثلا او صوت البحر وصور

امواجه الهادئة التي تبعث الراحة لنفوس المستخدمين خلال فترات استرخائهم او نومهم وبالتالي تحقيق لديهم الإشباعات النفسية التي يرجونها ويسعون اليها.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 33.57 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**الجدول (30): الإشباعات الاجتماعية التي تحققها الشبكات الرقمية**

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة	
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية				
دال إحصائيا	9.49	49.63	16.67%	50	الاندماج الاجتماعي مع المحيط الخارجي
			33%	99	كسب المكانة المرموقة في المجتمع
			37%	111	كسب التأييد والمساندة
			13.33	40	التميز عن الآخرين
			16.67	50	الاندماج الاجتماعي مع المحيط الخارجي
			100%	300	المجموع

بعد تفحص البيانات المتحصل عليها في الجدول (30) يتضح ان اغلبية المبحوثين كسبوا التأييد والمساندة من طرف المنتبعين عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وذلك نسبة 37% عبرت عنها 111 مفردة من العينة، هذا ما يفسر بأن المبحوثين تمكنوا من كسب ثقة متابعيهم وذلك بحكم خبرتهم السياسية وتمكنهم من الاستخدام الجيد للشبكات الاجتماعية الرقمية هذا من جهة وقدرة هذه الشبكات لتوصيل كل ما يحاك في الساحة السياسية اليهم ليكونوا على دراية بكل الامور ومنحهم الحرية الكافية في اختيار ما يرضيهم وما يعبر عن اهتماماتهم وبالتالي وجدوا في هذه الفئة ما يبحثون عليه، هذا لا يعني انهم كسبوا التأييد والمساندة بالشكل المطلق فقد تكون متابعة مؤقتة ومساندة غير حقيقية.

اما فيما يخص اشباع كسب المكانة المرموقة في المجتمع فقد حضي بنسبة 33% وهي نسبة متوسطة نوعا ما عبر عنها 99 مفردة من العينة، وهي نسبة ضئيلة الفارق مع سابقتها (بفارق 12 مفردة)، ويمكن تفسير ذلك بانه هؤلاء المبحوثين كسبوا مكانة مرموقة في المجتمع

وفي محيطهم السياسي وحتى أفراد مجتمعهم جراء ما تلقوه من معلومات ومعطيات للشبكات الاجتماعية الرقمية حول القضايا الراهنة والمواضيع المتداولة، هذا ما يفسر الدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسائط في تزويد المبحوثين بالمعلومات وكسبهم المكانة الراقية في المجتمع من خلال تحكّمهم الجيد في المعلومات حول القضايا الراهنة وبالتالي الحديث عنها وسط أفراد المجتمع بثقة عالية في النفس والمعرفة.

بينما حظي اشباع الاندماج الاجتماعي مع المحيط الخارجي بنسبة **16.67%** وهي نسبة مقبولة إلى حد ما غيرت عنها **50** مفردة من العينة مما يفسر ان هؤلاء تحققت لديهم اشباع الاندماج الاجتماعي مع المحيط الخارجي والقضاء على العزلة لديهم من خلال الاطلاع على مجريات الاحداث في العالم والبقاء على صلة مباشرة بها جراء استخدامهم للوسائط الالكترونية المختلفة (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) واتباع المعلومات التي تقدمها وتنتشرها وتعالجها من خلال الصور والفيديوهات والمنشورات والمقالات بالعالم الخارجي محاولة القضاء على العزلة لديهم بينما حظي اشباع "التميز عن الاخرين" بنسبة **13.33%** عبرت عنها **40** مفردة من العينة، وهذا يرجع إلى احساس المبحوثين بالثقة في النفس الذي هو مرتبط اساسا بالرغبة في التميز لكسب انتباه الناس حولها، مما يفسر بان هذه الشبكات حققت لديهم وبنجاح الشعور بالتميز بالإضافة إلى الثقة في النفس جراء تزويدهم بالمعلومات التي تهمهم فلا يشعر بعدها بالنقص المعرفي مما يولد لديهم الشعور بالتميز.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 49.63 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

4- دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي

الجدول (31): درجة الاعتماد على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء

المعلومات السياسية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	67.28	14%	42	كبيرة
			52.67%	158	متوسطة
			33.33%	100	ضعيفة
			100%	300	المجموع

يبين لنا الجدول (31) درجة اعتماد المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية، حيث حظيت الفئة "متوسطة" بأعلى نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 52.67% عبرت عنها 158 مفردة من العينة، وهذا ما يفسر بان اغلب المبحوثين لا يعتمدون على الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل كبير وانما اعتمادهم عليها كان بدرجة متوسطة وبالتالي فقد يكون لديهم جهات اخرى يعتمدون عليها بالإضافة على الشبكات الاجتماعية الرقمية في استقاء المعلومات السياسية.

بينما عبر 33.33% منهم على اعتمادهم الضعيف على هذه الشبكات لاستقاء المعلومات السياسية وهذا ما يشير إلى ان هذا العدد من العينة وهو ليس بالقليل حيث يقدر بـ 100 مفردة من العينة لا يعتمدون على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية الا نادرا وبدرجة ضعيفة، مما يفسر قلة ثقتهم في الشبكات الاجتماعية والمعلومات المنشورة فيها نظرا لمصدرها المجهول لكنها تبقى نشبة ضئيلة مقارنة بسابقتها.

اما في ما يخص فئة كبيرة فقد حظيت باقل نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 14% اي ما يعادل 42 مفردة من العينة وهي نسبة متوسطة نوعا ما ان لم نقل مقبولة، ويمكن تفسير ذلك بان للشبكات الاجتماعية دور في تزويد الجمهور بالمعلومات السياسية مما جعلهم يعتمدون عليها بدرجة كبيرة في نقل واستقاء المعلومات السياسية نظرا لتعدد المواضيع فيها وامكانية الرجوع اليها في وقت وفي اي مكان وبالصيغة التي يريدها الجمهور.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 67.28 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

الجدول رقم (32): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اعتماد المبحوثين

على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية

الإحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	درجة الإعتاماد على الشبكات الإجتماعية الرقمية
3.31	0.847	100	158	42	
		33.33	52.67	14	

يوضح الجدول السابق أن المتوسط الحسابى لاعتماد المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية بلغ 3.31، والانحراف المعيارى 0.847 وهي درجة متوسطة، كما تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اعتماد المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية، جاء بدرجة متوسطة كما هو موضح أيضا في خانة النسب المئوية حيث بلغت نسبته 52.67% وهي نسبة متوسطة إلى مرتفعة نوعا ما، ثم بدرجة ضعيفة بنسبة 33.33%، ثم بدرجة كبيرة بنسبة 14%.

وتبين النتائج السابقة إلى أن اعتماد المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية كان متوسطا، وقد يرجع ذلك إلى درجة ثقتهم المتوسطة في مضمون المعلومات المنشورة عبر هذه الوسائط كما سنشير اليه في الجدول اللاحق، وبالتالي من الطبيعي أن يكون اعتمادهم على الشبكات الاجتماعية الرقمية متوسطا.



الجدول رقم (33): درجة الثقة في مضمون المعلومات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية حول القضايا الراهنة

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	50.48	14%	42	كبيرة
			43.33%	130	متوسطة
			42.67%	128	ضعيفة
			100%	300	المجموع

تفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول 20 ليتضح ان **43.33%** لديهم ثقة بمضمون المعلومات السياسية التي تنشرها الشبكات الاجتماعية الرقمية بدرجة متوسطة وقد يعود هذا إلى كون المبحوثين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية لاستقاء المعلومات السياسية لكنهم لا يثقون في مصداقيتها بنسبة **100%** لأنها قد تحمل الصدق مصحوبة بمغالطات قد يقع فيها القارئ عليهم فقد ينقلون الاخبار والمعلومات دون التأكد من مصادرها ومصداقيتها وتبقى متداولة في صفحات الشبكات التواصل الاجتماعي بصدقها وكذبها لذلك فهم يعتمدون عليها بدرجة متوسطة إلى غاية التأكد من مصداقيتها لتتم الثقة فيها واعتمادها بالشكل اللازم. بينما عبر **42.67%** من المبحوثين عن ثقتهم الضعيفة ان لم نقل منعدمة في مضمون المعلومات السياسية المتداولة عبر الشبكات الاجتماعية حول القضايا الراهنة وهي نسبة متقاربة جدا مع سابقتها وضئيلة الفرق بينهما ويمكن تفسير ذلك بانهم يكذبون كل ما يتم تداوله عبر هذه الوسائط ويشككون في مصداقية المعلومات السياسية حول القضايا الراهنة لأنها لا تعتمد على الصدق المطلق فقد يتم تداولها من خلال أشخاص يجهلون الموضوع السياسي ويجعلون محتوى المعلومات الذين هم في صدد تناولها عبر صفحاتهم وقنواتهم الخاصة وبالتالي تبقى درجة الثقة في مضمونها ضعيف إلى نادر.

اما فيما يخص درجة كبيرة فقد حظيت باقل نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ **14%** اي ما يعادل **42** مفردة من العينة وهذا ما يمكن تفسيره بأن هؤلاء المبحوثين لديهم ثقة كبيرة في مضمون المعلومات المتداولة عبر الصفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية الرقمية مما يفسر

مصدقية المعلومات المنشورة في هذه الشبكات وبالتالي كسب ثقة المبحوثين بدرجة كبيرة من خلال عرض المعلومات بصدق وجدية واكثر اهتمام دون قيود مسلطة عليهم وبدون الاعتماد على خلفيات معينة تؤطر نشاطاتهم وتعرقل عملهم الالكتروني لكنها تبقى نسبة ضئيلة مقارنة بالإجابتين السابقتين.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 50.48 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

جدول رقم (34): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة الثقة بمضمون

الشبكات الاجتماعية الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	درجة الاعتماد على الشبكات الاجتماعية الرقمية
0.932	3.66	128	130	42	
		42.67	43.33	14	

ويبين الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لدرجة ثقة المبحوثين بمضمون المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية بلغ 3.66، والانحراف المعياري 0.932 وهي درجة متوسطة كما هو مفصل في الجدول السابق رقم (30).

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس ثقة المبحوثين فيما ينشره أصدقائهم أو شبكة علاقاتهم الشخصية، فليس كل ما ينشر من معلومات خاصة حول المواضيع السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية يصدقه المبحوثون، فالثقة تكون نابعة من الثقة في المصدر ذاته، كما أن الكثير من المستخدمين لا يفصحون عن أسمائهم أو صفاتهم خوفاً من المتابعات والاختراقات، إضافة إلى عدم معرفة الكثير من الأصدقاء على الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل فعلي.

ومن جهة أخرى أصبح المستخدم يملك الوعي الذي يمكنه من عدم الانصياع إلى شائعة تنتشر على الشبكات الاجتماعية الرقمية، وأن المتلقي أصبح على دراية ووعي بأن يسأل في البداية ويطلع على مصدر تلك المعلومة، فيما يرى محمد أبو شرخ أن الثقة بمضامين شبكات

التواصل ليست ثقة مطلقة لأننا لا نتحدث عن كتاب أو جريدة أو مضمون أكيد مئة بالمائة لكن يمكن التأكد من طبيعة ما ينقل من خلال المصادر والتأكيد بالصور والفيديو والوثائق الالكترونية التي تعرض على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، ويشارك الناشط الشبابي خالد الشراوي بأن مضامين الشبكات جيدة وموثوقة لكن ليست بدرجة كبيرة لأنه لا يوجد رقابة عليها، فيما يوافق المحلل السياسي هاني البسوس بتأكيده على ثقته في مضامين الشبكات الاجتماعية الرقمية لأنها تلامس الحقيقة وهي من داخل الانسان ومعبرة أحيانا أكثر من وسائل الإعلام الرقمية.

وترى الباحثة أن السبب في ذلك قد يعود إلى عدم وجود مصادر صحفية أو مراقبة على الشبكات الاجتماعية الرقمية، ونشر الأخبار غير المستندة إلى مصدر من قبل رواد شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يتسبب بتشتت نوعي في نقل بعض الأخبار من الميدان واستخدام رمز الوسم "هاشتاج" على بعض الأخبار غير الصحيحة ونقلها عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية الأمر الذي يسبب فقدان المصداقية من قبل الرواد حين يتم الاستخدام، كما وان استخدام الأسماء المستعارة والوهمية من قبل المستخدمين خوفا من الملاحقة الأمنية الداخلية أو الخارجية أمرًا يتسبب بتراجع الثقة في بعض الأحيان.

### جدول رقم (35): مدى دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل المواقف

#### السياسية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	3.84	32.01	66.33 %	199	نعم
			33.67 %	101	لا
			100 %	300	المجموع

يوضح الجدول (35) مدى دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل المواقف السياسية للمبحوثين، حيث عبر **66.33%** منهم أعلى نسبة في الجدول أن للشبكات الاجتماعية الرقمية دور في تشكيل مواقفهم السياسية، مما يفسر الدور الكبير الذي تلعبه هذه الشبكات في تأثير

في المبحوثين مما يؤدي بهم إلى تشكيل مواقف سياسية معينة وبالتالي فهي تقوم بالدور الأكبر في جعل المبحوثين يكسبون مواقف معينة وهذا من الوظائف الأساسية لهذه الشبكات وهو ما يفسر نجاحها في تأدية وظائفها وتحقيق أهدافها بنجاح وعن جدارة.

اما في ما يخص إجابة "لا" فقد حظيت بنسبة قدرت بـ **33.67%** وهي نسبة متوسطة نوعا ما، وقد يعود هذا إلى ان هذه الفئة من المبحوثين لا يكثرثون للمواضيع السياسية ام انهم لا يريدون تشكيل اي مواقف سياسية معينة، او أنهم لديهم مصادر أخرى يعتمدونها لتشكيل مواقفهم السياسية، او انهم لا يستخدمون هذه الشبكات باستمرار ولا يتابعون المواضيع المنشورة مما يجعلهم لا يتأثرون بتأثيرات هذه الشبكات، وبالتالي لا يغيرون من مواقفهم السابقة، ولكن تبقى هذه النسبة ضئيلة مقارنة بنسبة الذين شكلوا مواقف سياسية جراء استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 32.01 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 53.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

جدول رقم (36): المواقف السياسية المتشكلة جراء استخدام الشبكات الاجتماعية

الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	9.49	17.96	19.59%	39	تغيير موقف تجاه قضايا وشخصيات سياسية معينة
			29.65%	59	اكتشاف مصادر اخبار سياسية جديدة
			23.12%	46	الحصول على اكبر من رأي حول نفس القضية
			14.57%	29	دعم القضايا التي تهم مستخدمي مختلف الشبكات الاجتماعية
			13.07%	26	التنديد للقضايا التي تتعارض مع اهتمامات المستخدمين
			100%	199	المجموع

تفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول (36) يتضح ان دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل المواقف السياسية لدى المبحوثين تمثل في اكتشاف مصادر أخبار سياسية جديدة وهو ما تمثل في اعلى نسبة مسجلة في الجدول وقدرت بـ 29.6% اي ما يعادل 59 مفردة من العينة الذين اجابوا بأن للشبكات الاجتماعية دور في تشكيل مواقفهم السياسية. ويمكن تفسير ذلك ان هؤلاء المبحوثين اكتشفوا مصادر أخبار سياسية جديدة من خلال تداولها عبر صفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية التي زودتهم بمعلومات أكثر وفسحت بهم المجال لتتبع القضايا والمواضيع السياسية التي تهمهم من خلالها لأنها تتناول القضايا دون أي رقابة مسلطة عليها ظاهريا وبكامل الحرية المطلقة كما إنها تفسح المجال للعديد من الأشخاص والسياسيين في اعطاء آرائهم حول القضايا وتزويد الجماهير بمختلف المصادر التي تحصلوا منها على تلك المعلومات دون خوف من اي ضغوطات او متابعات تفيد نشاطهم الالكتروني. اما فيما يخص "الحصول على اكثر من رأي حول نفس القضية" فقد حظيت هذه الإجابة بنسبة 23.12% اي ما يعادل 46 مفردة من العينة وهي نسبة لا تختلف كثيرا عن سابقتها

الابفارق ضئيل؁ مما يشير إلى ان لشبكات الاجتماعية الرقمية ميزة عرض مختلف الآراء والتوجهات حول القضايا المختلفة فهي ملك لجميع مستخدمي الانترنت ووسائطها وبإمكانية اي فرد فتح صفحة خاصة او مدونة او قناة يوتيوب لعرض افكاره وآرائه حول القضايا الراهنة وبالتالي امكانية تتبع المستخدمين لهم ورصد الآراء المختلفة حول نفس القضية وكمثال عن ذلك الحراك الشعبي الجزائري ومعالجة الشبكات الاجتماعية لحيثياته من طرف الإعلاميين والسياسيين وحتى المواطنين العاديين في صفحاتهم الخاصة؁ فكل منهم يعطي رايه حول نفس القضية لكن بأراء مختلفة.

بينما حظيت فئة "تغيير موقف تجاه قضايا وشخصيات سياسية معينة" بنسبة **19.59%** اي ما يعادل **39** مفردة من العينة؁ فهذه الشبكات تمكنت من اظهار شيء من الحقيقة للجماهير العريضة وكشفت المستور عن القضايا السياسية ونقلت الموضوع السياسي من الحلقة السياسية المغلقة إلى فضاء سياسي عمودي يجمع مختلف الاطراف وبذلك قد يغير الجمهور من آرائهم حول معتقدات سياسية كانت سائدة او رايهم حول شخصيات سياسية معينة كانت تلهمهم وظهر للعيان حقيقتهم السلبية او عكس ذلك؁ لان هذه الشبكات تمكنت من تخطي الحواجز المهنية والشخصية للأفراد والمؤسسات واصبحت تظهر للجميع مختلف المعلومات وكأنك تعيش معهم.

وهذا ما يفسر الدور الكبير الذي لعبته الشبكات الاجتماعية الرقمية في تداول المعلومات السياسية حول القضايا والشخصيات ومعالجتها بطرق تجعل من المستخدم يكشف حقائق معينة ويغير من مواقفه السياسية حول الاشخاص والقضايا.

بينما حظيت اجابة "دعم القضايا التي تهتم مستخدمي مختلف الشبكات الاجتماعية" بنسبة **14.57%** اي ما يعادل **29** مفردة من العينة وهي نسبة متوسطة نوعا ما إلى مقبولة؁ ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء المبحوثين عملوا على دعم القضايا التي يهتم بها الجمهور المستخدم ومحاولة نشرها تطويرها من خلال التكرار والمداومة على عرضها في صفحاتهم وقنواتهم الخاصة وذلك لكسب ود الجمهور ومحاولة الوصول إلى الحلول التي يرجونها؁ اما فيما يخص

فئة "التنديد للقضايا التي تتعارض من اهتمامات الجمهور المستخدم" فقد حظيت بنسبة **13.07%** وهي اقل نسبة مسجلة في الجدول كما انها لا تختلف مع سابقتها الا بفارق ضئيل، مما يعني ان هؤلاء المبحوثين يعملون على مساندة الجماهير المستخدمة للشبكات الاجتماعية من خلال التنديد للأحداث والقضايا التي تتعارض مع اهتمامات الجمهور والعمل على ايجاد آرائهم ورفضهم لها للجهات المعنية من الجهة اخرى وبالتالي محاولة ارضائهم وامتصاص غضبهم وتهديئتهم بغية الوصول إلى حلول فعلية ترضي الجميع وهذا هو الهدف الاساسي من الاتصال السياسي عبر الوسائط الالكترونية المتعددة.

وهو ما أكدته دراسات سابقة في توضيح الدور الايجابي في التنقيف وخلق الآراء عن الموضوعات الجديدة عليه، والمساهمة في تكوين صور ذهنية عن الأفراد والمنشآت والدول، واشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية.<sup>1</sup>

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 17.96 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

### جدول رقم (37): انعكاس الخلفية الحقيقية للحياة السياسية السائدة في مواضيع الشبكات الاجتماعية الرقمية.

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	61.22	49.67%	149	موافق
			37%	111	معارض
			13.33%	40	محايد
			100%	300	المجموع

تقحفا للبيانات المتحصل عليها في الجدول (37) يتضح لنا ان **49.67%** من المبحوثين يوافقون على ان المواضيع السياسية في الشبكات الاجتماعية الرقمية تعكس الخلفية الحقيقية للحياة السياسية السائدة، ويمكن تفسير ذلك بان هذه الوسائل لديها القدرة على كسر

1. جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص 269.

كل الحواجز بين الواقع والحياة السياسية وكشف المستور عليها لكونها منتشرة بدرجة كبيرة في المجتمع ومست جميع المجالات والمؤسسات والقضايا المختلفة وبالتالي تستطيع معالجة المواضيع وعرضها على حقيقتها حيث صعبت على السياسيين اخفاء الحقائق وعلى المسؤولين التحكم في زمام الموضوع.

بينما يرى 37% منهم اي ما يعادل 111 مفردة من العينة ان مواضيع الشبكات الاجتماعية الرقمية لا تعكس الخلفية الحقيقية للحياة السياسية السائدة، ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء المبحوثين لا يزالون يعتقدون ان هذه الشبكات لم ترقى لدرجة التحكم وكشف المستور عن الحياة السياسية في البلدان نظرا للمغالطات المتداولة عبر الصفحات وقنوات هذه الشبكات، فقد يتم تناول المواضيع بحرية مطلقة لكنها قد لا تعرض الحقائق كاملة وهذا يرجع لطبيعة الحياة السياسية المعقدة والتي يصعب فهمها وتفسيرها وتوضيحها بالشكل المطلق مهما تعددت التداولات التفسيرية لها فكل ما تبدو نهاية المشكلة قريبة كلما تظهر تعقيدات سياسية اخرى وتبقى حلقتها مغلقة وغامضة.

فيما فضل البعض من المبحوثين البقاء على حيادية بنسبة 13.33% وهو ما يفسر بان هذه الشبكات بالرغم من سهولتها وامكانية توفير الكم الهائل من المعلومات بشتى انواعها الا انها تضيف طابع الغموض لان المستخدم يبقى دوما في حيرة من مدى مصداقية المعلومات وجديتها، لأنها تتداول عبر الصفحات مجهولة الملكية وقد يكون اصحابها عديمي الخبرة في المجال السياسي وبالتالي يجهلون الاحداث وطبيعتها وهذا ما يجعل المستخدمين المبحوثين يفضلون البقاء على حيادية، لكن تبقى هذه النسبة ضئيلة مقارنة مع الاجابتين السابقتين.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 61.22 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.



الجدول رقم(38): مدى خضوع المنشورات الالكترونية للشخصيات السياسية للرقابة

من طرف الجهات الحكومية

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائيا	3.84	170.25	87.67%	نعم
			12.33%	لا
			100%	المجموع

تفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول (38) يتضح لنا أن 87.67% من المبحوثين أي ما يعادل 263 مفردة من العينة أقرروا على أن المنشورات السياسية للشخصيات السياسية تخضع للرقابة والمتابعة من طرف السلطات المعنية، ويمكن تفسير ذلك بأن السلطات السياسية ومؤسسات الدولة على دراية تامة بما يتم تداوله عبر صفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية الرقمية وهذا لمعرفة اهتمامات الجمهور ورغباتهم ومطالبهم من خلال تعليقاتهم على منشورات السياسيين، بالإضافة إلى تتبع المنشورات السلبية التي تحرض على الفتنة واثارة المشاكل في البلاد ونشر الفساد لمحاولة كبحها ومواجهتها بأسرع الطرق، وبالتالي العمل على ترقية المنشورات السياسية وعدم ترك الانحراف والفساد يعم في البلاد هذا من جهة ومن جهة أخرى محاولة معرفة خلفيات أصحاب المنشورات السياسية لضمان اتصال سياسي نافع وفعال. بينما أقر 12.33% منهم على أن المنشورات السياسية للشخصيات السياسية لا تخضع للرقابة من طرف السلطات المعنية وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع سابقتها، ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء المبحوثين لا يعتقدون أن السلطات تتابع وتراقب المنشورات السياسية نظرا لعدم توفر الوقت لديها واهتمامها وانشغالها بأمر أخرى تخص الحياة السياسية نظرا لصعوبتها وتعقيدها، وبالتالي لا يمكن للسلطات أن تتابع كل المنشورات السياسية وتراقبها الا في الأمور الضرورية أو القضايا الحساسة في البلاد.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 170.25 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**جدول رقم (39): الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية يزيد في تفعيل التواصل بين السلطة والجمهور**

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائياً	5.99	189.08	70.33%	موافق
			10%	معارض
			19.67%	محايد
			100%	المجموع

يوضح الجدول رقم (39) مدى تفعيل الشبكات الاجتماعية الرقمية للاتصال السياسي بين السلطة والجمهور حيث حظيت فئة "موافق" بنسبة 70.33% وهي أعلى نسبة مسجلة في الجدول ويمكن تفسير ذلك بأن للشبكات الاجتماعية الرقمية دور كبير وفعال في تفعيل التواصل بين فئات الجمهور المستخدم بصفة عامة وبين السلطة والجمهور وذلك لما توفره من إمكانية الاطلاع على أخبار السياسة والسياسيين ومناقشة الأحداث والمواضيع السياسية بكل سهولة، بالإضافة إلى التواصل مع السياسيين وإيصال مطالبهم وانشغالاتهم ومناقشتها بسهولة حتى وإن لم تكن لديهم انشغالات أو مصالح فهم يقبلون على المنشورات السياسية للسياسيين على صفحاتهم وقنواتهم عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية لغرض التعرف على المواضيع والشخصيات السياسية.

أما بالنسبة لفئة "محايد" فقد حظيت بنسبة 19.67% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها التي تمثل أغلب أفراد العينة، ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء المبحوثين يعتقدون بأن الوسائط الاتصالية الحديثة تساعد في تفعيل الاتصال والتواصل بين السلطة والجمهور وهو ما يسمى بالتواصل السياسي، لكن ليس بالدرجة الكبيرة لذلك فهم يفضلون البقاء محايدين، فقد يرون بأن

الاتصال الواقع بين السلطة والجمهور لا يرقى لدرجة الاتصال السياسي وإنما عبارة على رسائل تنشر ولا يتم مناقشة محتواها ولا حتى الاهتمام بها وبما تقدمه من معلومات. بينما حظيت فئة "معارض" بأقل نسبة مسجلة في الجدول وهي نسبة ضئيلة نوعاً ما والتي قدرت بـ 10% عبرت عنها 30 مفردة من العينة، وقد يرجع سبب ذلك أن هؤلاء المبحوثين لا يعتبرون الشبكات الاجتماعية الرقمية كوسيلة فعالة للتواصل بين السلطة والجمهور، لأن السلطة لا تستخدم هذه الوسائل كثيراً وقد يوجد من السياسيين من ليس لديه حساب على مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية مما يعيق عملية التواصل مع الجمهور ويعتبرون وسائل الإعلام التقليدية ووسائلهم الوحيدة التي يستخدمونها وقت الحاجة إليها سواء في حالة إعلان برامجهم السياسية أو في حالة التعرف على آراء الجمهور وجس نبضهم في الأحداث السياسية، لكن تبقى هذه النسبة ضئيلة جداً مقارنة مع النسبة الأولى المسجلة في الجدول.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 189.08 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

**جدول رقم (40): مدى تعويض الاتصال السياسي التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية للاتصال السياسي المواجهي**

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة	
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية				كا <sup>2</sup> المحسوبة
دال إحصائياً	5.99	11.12	31.33%	94	نعم
			42%	126	لا
			26.67%	80	نوعاً ما
			100%	300	المجموع

تفحصاً للبيانات المسجلة في الجدول (40) يتضح لنا أن 42% من المبحوثين أي ما يعادل 126 مفردة من العينة أقرروا أن الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية لم

يعوض الاتصال السياسي المواجهي والشخصي وهي نسبة متوسطة ان لم نقل مرتفعة، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلبية المبحوثين يرون بأن هذه الشبكات ومهما وفرت من تسهيلات تواصلية بين فئات المجتمع الواحد وفئات مختلف الأجناس.

إلا أنها لم تنجح في تعويض الاتصال السياسي المواجهي الذي يتم في القاعات والساحات السياسية لأن الخطاب السياسي الفعال ينجح عندما يقابل الخطيب جمهوره ويرى الناس أمامه لتتضح لهم ردود أفعالهم وانفعالاتهم كما تكمن قوة الخطاب السياسي في جعل الجمهور يركز فيما يتم تقديمه من ظرف الخطيب السياسي بدرجة أقوى من تلقي الرسائل عبر الوسائط الاتصالية الحديثة، بينما حظيت فئة "نعم" بنسبة قدرت بـ31.33% وهي نسبة متوسطة نوعا ما إن لم نقل مقبولة عبرت عنها 49 مفردة من المبحوثين وهذا ما يفسر أن هؤلاء المبحوثين يجدون أن الشبكات الاجتماعية الرقمية جديرة بفاعلية الاتصال السياسي وبتعويض الاتصال السياسي والمواجهي والتقليدي نظرا لما توفره من تقنيات وإيجابيات لتسهيل عملية التواصل مع الجمهور دون الحاجة إلى تحمل عناء الاتصال الشخصي المواجهة الذي يحتاج إلى جهد أكبر وطاقة مادية ومعنوية أكثر من الاتصال السياسي التفاعلي وبالتالي كسب أكبر عدد من الجماهير في مدة زمنية وجيزة وفرصة لإتاحة مختلف الآراء والأفكار وعرضها على الجميع ومنه تقنيا الاتصال والتواصل بينهم واستبعاد الطريقة التقليدية للتواصل المواجهي نظرا لصعوبة تطبيقها في أوساط المجتمعات العريضة واللامتجانسة.

وهذا ما نراه في مختلف البلدان الأجنبية وحتى العربية حيث لجأ العديد من كبار المسؤولين لاعتماد مختلف الشبكات الاجتماعية الرقمية في التواصل مع جماهيرهم العريضة ومثالا على ذلك الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي **دونالد ترامب** وبالفعل نجح في تأييد الجمهور وانتخابه كرئيس فعلي للولايات المتحدة الأمريكية.

أما فيما يخص إجابة "نوعا ما" فقد حظيت بنسبة متقاربة مع سابقتها و قدرت بـ29,67% أي ما يعدل 80 مفردة من المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة متقاربة جدا من الإجابة "نعم" أي أنهم يوافقون على أن الاتصال السياسي التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية

الرقمية استطاعت ان تعوض الاتصال السياسي الشخصي المواجهي، لكن ليس بالدرجة الكبيرة أي انه يمكن أن يكون هناك اتصال سياسي تفاعلي بمساعدة الاتصال السياسي المواجهي بغية تفعيله وانجاحه فيتسنى للسياسيين الذين يقطنون في الأماكن القريبة من مخاطبة جماهيرهم شخصيا وهذه وسيلة مساعدة كما فعلها الرئيس الأمريكي **دونالد ترامب** فبالرغم من اعتماده على الشبكات الاجتماعية الرقمية لإنجاح حملته الانتخابية الا انه اعتمد على الاتصال الشخصي أيضا وبالفعل نجح في ذلك.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 11.12 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

جدول رقم(41): ملامح تعويض الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية

الاتصال السياسي التقليدي

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	19.07	19.54%	34	تزيد من امكانية المشاركة
			46.55%	81	تفتح المجال للفئة الصامتة للتعبير عن آرائها
			33.91%	59	توفر اكبر عدد من المتابعين
			100%	174	المجموع

تفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول (41) يتبين لنا أن **46.55%** من أفراد العينة أي ما يعادل **81** مفردة من العينة يرى بأن الشبكات الاجتماعية الرقمية تفتح المجال للفئة الصامتة للتعبير عن آراءها أثناء الخطاب السياسي التقليدي حتى وإن كانت مخافة لما يقدم من أفكار وتوجهات وبرامج سياسية للمسؤولين المخاطبين، قد يكون ذلك خوفا من المتابعات القضائية، فهذه الشبكات تمنح للفئة الصامتة القدرة على التصريح بأفكارها حتى وإن كانت معارضة لأنها تعرض من وراء شاشات ولا يمكن لأحد أن يكبح هذه الطاقة المنبعثة منه، حيث لا يتم التصريح بأسمائهم أو مواقعهم، حتى وإن صرح بأسمائهم فهم لا يخافون من

البوح بأفكارهم ويخرجوا من صمتهم المحتوم في الاتصال السياسي الشخصي لأن القليل منهم فقط من لديه الجرأة لمجادلة الشخص الخطيب سواء كان مسؤول أو سياسي.

أما فيما يخص فئة "توفر أكبر عدد من المتابعين" فقد حظية بنسبة قدرت بـ **33.91%** أي ما يعادل 59 مفردة من العينة، ويمكن تفسير ذلك أنه من خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستخدم والانتشار في الوسط الاجتماعي وهو ما يجعل الرسائل والمنشورات تظهر لأكثر عدد ممكن من الجمهور، وقد تتكون من خلال هذا الفئة الفعلية المتابعة وتبني تلك الأفكار المعروضة في هذه الوسائط حتى وإن كانت سابقا لا تؤمن بها وبالتالي فهي توفر أكبر عدد من المتابعين أكثر مما يحققه الاتصال الشخصي المواجهي.

بينما صرح **19.54%** من المبحوثين أن هذه الوسائط تزيد من إمكانية المشاركة ونقص هذا المشاركة السياسية، حيث توفر هذه الوسائط إمكانية جعل بعض المتابعين يشاركون في الأحداث السياسية ويدفعوها نحو النجاح وهو ما يرجوه الخطيب السياسي وما يسعى إليه الاتصال السياسي بصفة عامة فيصبح الاتصال السياسي عبر هذه المنصات فعال وناجح.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 19.07 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائية بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

جدول رقم (42): أساليب الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	9.49	1.6	19.33	58	نشر الصور والفيديوهات التي تعبر عن بعض المواقف السياسية
			18	54	نشر مقالات النشطاء السياسيين الالكترونيين
			22	66	التعبير عن المواقف بالمنشورات القصيرة المكتوبة
			19.33	58	عرض مختلف القضايا التي تمت مناقشتها في قبة البرلمان
			21.33	64	تمكين الجمهور من التواصل مع السياسيين
			100%	300	المجموع

بعد تفحص البيانات المسجلة في الجدول (42) يتضح لنا أن النسب بين مختلف الاجابات متقاربة جدا مما يشير إلى أن مختلف الاساليب مستخدمة من طرف الشبكات الاجتماعية الرقمية لتفعيل الاتصال السياسي لكن هذا لا يمنعنا أن تدرس كل فئة من هذه الأساليب على حدى لإعطاء تفسيرات لها، حيث عبر 22% من المبحوثين أي ما يعادل 66 مفردة من العينة أن أسلوب "التعبير عن المواقف بالمنشورات القصيرة المكتوبة" هو الاسلوب المستخدم من طرف هذه الوسائط لتفعيل الاتصال السياسي، حيث تعتبر هذه الوسائط المتنافس الوحيد لهذه الفئة فيعبر أي فرد من الجمهور عن مواقفه وارهائه حول الأحداث السياسية الراهنة خاصة بعد ديناميكية الأحداث في مختلف البلدان عربية أو أجنبية ما يجعل التعليقات والتحليلات تتزايد وتختلف في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية بينما حظيت فئة "تمكين الجمهور من التواصل مع السياسيين" بنسبة قدرت بـ 21,33% أي ما يعادل 64 مفردة من العينة، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من السياسيين المبحوثين قد تمكنوا من التواصل مع الجمهور العريض بفضل استخدام هذه الوسائط مما سهل عليهم إمكانية التواصل وإيصال

أفكارهم وأراءهم وحتى نشاطاتهم السياسية لهم هذا ما يلزم أن الجمهور كذلك قد تمكن من كسر الحاجز السياسي الذي كان سابقا مقتصرًا على أعضاء الساحة السياسي وبالتالي أصبح له دور كبير في اعطاء آراءهم والمشاركة في اتخاذ القرار السياسي معهم مما يكسب الاتصال السياسي فعالية أكثر ويوطد العلاقة بين السياسي والجمهور وهو الهدف الأساسي من الاتصال السياسي والخطاب السياسي.

فيما تساوت فئتي "نشر الصور والفيديوهات التي تعبر عن بعض المواقف السياسية" و"عرض مختلف القضايا التي تمت مناقشتها في قبة البرلمان" مع بعضها البعض بنسبة متساوية قدرت بـ 19,33% كل واحد منهما، حيث يمكننا تفسير سبب اختيار الباحثين لفئة "نشر الصور والفيديوهات التي تعبر عن بعض المواقف السياسية" بأن الميزة الأساسية للشبكات الاجتماعية الرقمية هي تعدد أساليب المعالجة وفي وقت قصير من وقوع الحادث سواء كانت صور أو فيديوهات أو غيرها بالإضافة إلى سهولة توثيقها وبإمكانيات بسيطة كالهاتف الذكي الذي يحوي تطبيقات سريعة المعالجة وبالتالي توفر على المستخدم الكثير من الجهد والوقت والمال فيلجأ إليها في حالة وقوع الأحداث سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو غيرها من الأحداث التي تستهوي المستخدم وبالتالي هذه الأساليب تزيد من إمكانية تفعيل الاتصال السياسي ونشره لأبعد الحدود نظرا لتمييز هذه الوسائط بالسرعة والبساطة في تناول ومعالجة الأحداث مما يفعل الرسالة ويزيد من نجاحها في الفضاء العمومي.

أما فيما يخص فئة "عرض مختلف القضايا التي تمت مناقشتها في البرلمان" فيمكن تفسيرها بأن هذه الوسائط ساعدت في إخراج الحدث والقضية السياسية من حيزها الضيق الحيز العام الواسع حيث كانت سابقا تناقش بين الأعضاء والنواب دون معرفة الجمهور بما يحدث داخل غرفتي البرلمان وفي غالب الأحيان تصل له المعلومة خاطئة أو ناقصة فيظل الرأي العام عن الحقيقة ويفسد الصالح العام، بينما مع ظهور هذه الوسائل تغير الوضع حيث أعطى مساحة كبيرة لهذا المجال لإخراجه إلى الجمهور والسماح له بمناقشة المواضيع السياسية على مرأى ومسمع الجمهور.



## 5- الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية

## وتفعيل الاتصال السياسي

جدول رقم (43): تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية نحو استخدامات وسائل

## الإعلام الأخرى

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	9.49	21.77	13.33%	40	بديلا عن التلفاز كمصدر للأخبار
			19.67%	59	بديلا عن المواقع الالكترونية كمصدر للأخبار
			29.67%	89	بديلا عن الاذاعات كمصدر للأخبار
			17.33%	52	بديلا عن الصحف كمصدر للأخبار
			20%	60	لا يعتبر بديلا
			100%	300	المجموع

تفحصا للبيانات الموضحة في الجدول (43) يبين لنا فئة "بديلا عن الاذاعات كمصدر للأخبار" حظيت بأعلى نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 29.67% اي ما يعادل 89 مفردة من العينة، ويمكن تفسير ذلك بان هذه الفئة قد استغنت عن الاذاعات كمصدر للأخبار نظرا لقدرة هذه الوسائل لتغطية كافة الاخبار التي قد تعالجها الاذاعات بحكم سهولة استخدامها وقدرتها على مواكبة الاوضاع والاحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية، كما ان الاذاعات تستلزم التفرغ لها للاستماع اليها بينما الشبكات الاجتماعية الرقمية قد تستخدمها وانت تتحدث او تجالس جماعة ما هذا ما يسهل عملية متابعة الاخبار فيها والتعرض لمختلف المنشورات بطريقة تسلسلية وسلسلة.

بينما حظيت فئة "لايعتبر بديلا" بنسبة قدرت بـ 20% اي ما يعادل 60 مفردة من العينة، ويمكن تفسير ذلك بان هذه الفئة لا تعتبر ان الشبكات الاجتماعية الرقمية كبديل لأي وسيلة اعلامية من هذه الوسائل اطلاقا بحكم ان الوسائل الإعلامية التقليدية اكتسبت مكانة كبيرة على مر السنوات وامتازت بمعالجة جميع الأحداث مهما كان مجالها، وهذه الوسائل جاءت

لتكامل وتساعد الوسائل الإعلامية في معالجة الأحداث، فتعتبر كوعاء مستحدث للمعلومات والايخبار بينما لا تعتبر كبديل لأنها لا تلغي مهام الوسائل الإعلامية التقليدية.

اما فيما يخص فئة "بديلا عن المواقع الالكترونية كمصدر للأخبار" فقد حظيت بثلاث نسبة مسجلة في الجدول قدرت بـ 19.67% اي ما يعادل 59 مفردة من العينة، ويمكننا تفسير ذلك بان الشبكات الاجتماعية الرقمية استطاعت ان تغطي خدمات المواقع الالكترونية، وتضفي عليها الطابع الاجتماعي حيث يمكننا مكن خلالها ان نتطلع على جميع الاخبار والاحداث بطريقة الكترونية اجتماعية، نستطيع بفضلها ان نندمج مع العالم الاجتماعي بواسطة حسابات رقمية لهذه الوسائط دون الحاجة إلى الدخول للمواقع الالكترونية الرسمية لوكلات الانباء او الوسائل الإعلامية الاخرى.

بينما حظيت اجابة "بديلا عن الصحف كمصدر للأخبار" بنسبة قدرت بـ 17.33% اي ما يعادل 52 مفردة من المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة تعتبر ان الوسائط الاجتماعية الرقمية غطت جميع وظائف الصحف الرقمية لأنها تقريبا نقلت كل ما هو ورقي إلى ما هو الكتروني رقمي، فلا تحتاج إلى هذه الصحف لمعرفة الاخبار خصوصا اننا ننتظر ليوم لاحق لكي نطالع الاخبار كأقصى حد ممكن (الصحف اليومية) بينما الشبكات الاجتماعية الرقمية تعالج الاخبار فور وقوعها مستخدمة اساليب عدة كالصور والمنشورات المكتوبة والتعليقات والفيديوهات هذا ما يضيف عليها طابع التنوع في اساليب المعالجة وبالتالي تبقى الصحف لمتابعيها الاوفياء بمعنى انه لا يمكننا الغاء وظيفة الصحف الورقية التي قد تبقى مواكبة التطور التكنولوجي حتى وان قل عدد قرائها.

واحتلت فئة "بديلا عن التلفاز كمصدر للأخبار" اخر مركبة مسجلة في الجدول بنسبة قدرت بـ 13.33% اي ما يعادل 40 مفردة من العينة، وهذا ما يشير إلى ان التلفاز لا يزال يحتل المرتبة الاولى من بين هذه الوسائل في عدم الغاء مهامه ووظائفه كناقل اخبار رئيسي في المجتمع حيث القليل فقط من المبحوثين اعتبروا ان الشبكات الاجتماعية الرقمية تعتبر بديلا للتلفزيون كمصدر للأخبار، لكن هذا لا يمنعنا بان نفسر سبب اختيار هذه الإجابة، فقد

يعود ذلك إلى أنهم استطاعوا ان يشبعوا ويحققوا جميع اشباعاتهم المعرفية والنفسية والاجتماعية والإعلامية من خلال استخدامهم لهذه الوسائط، حيث تعتبر هذه الاخيرة فعلا وسائل فعالة في نقل ونشر ومعالجة الاحداث السياسية وغيرها من الاحداث الاخرى بطريقة تنافس كبريات الاستديوهات والبرامج التلفزيونية، فالكثير من المستخدمين فتحوا قنوات كأنها تلفزيونية تعالج الاخبار بطريقة تلفزيونية لكن بطابع رقمي اجتماعي ونجحت في كسب المتتبعين والمشاركين في هذه القنوات لأنها وسائط ناجحة وفعالة.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 21.77 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

جدول رقم (44): مدى تأثير مطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية على

#### قرارات السلطة السياسية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	3.84	77.01	%75.33	266	نعم
			%24.67	74	لا
			%100	300	المجموع

تفحصا للبيانات المتحصل عليها في الجدول (44) يتبين لنا ان اغلبية المبحوثين وبنسبة كبيرة جدا قدرت بـ %75.33 يعتبرون ان لمطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وقع على قرارات السلطة السياسية، وهو ما يشير إلى قوة هذه الوسائل في التأثير في الرأي العام وحتى في المسؤولين السياسيين، لأنها منتشرة لأبعد الحدود المحلية والعالمية فمن غير المعقول ان ننشر مطالب الجمهور الفعلية والشرعية على منصات عالمية ولا تحظى باهتمام المسؤولين المحليين، لأنه بسببها قد يحدث مالا يحمد عقباه، وهذا من جهة ومن جهة أخرى رغبة السلطة السياسية في معرفة مطالب الجمهور التي قد لا تصلها على حقيقتها عبر الوسائل

الإعلامية الأخرى والاستماع إلى تطلعاتهم ورغباتهم وبالتالي العمل على تحقيقها بكل مسؤولية وجدية.

بينما يرى 24.67% من المبحوثين بان مطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية ليس لها اي وقع على قرارات السلطة السياسية، ويمكن تفسير ذلك بان للسلطة السياسية مصادر أخرى أكثر تطلعا لمعرفة المطالب الحقيقية للجمهور، بمعنى انها لا تثق كل الثقة فيما يتم نشره في الصفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية الرقمية حيث قد تستغل جهات معنية بمطالب الشعب الحقيقية لتخفي بها مطالب شخصية واستغلالية ونفعية لها بالدرجة الاولى، لذلك فهي تحقق ما ان كانت هذه المطالب حقيقية هذا من جهة، ومن جهة اخرى انها لا تستقبل هذه المطالب ولا تؤثر في قراراتها السياسية لأنها لا تعتبر مطالب شرعية ولا قانونية وبالتالي فهي لا تستقبلها.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 70.01 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1، وهذا يعني وجود فروق دالة احصائيا بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

### جدول رقم (45): مظاهر تأثير مطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية على قرارات السلطة السياسية

اختبار كا <sup>2</sup>		النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدلالة	كا <sup>2</sup> الجدولية			
دال إحصائيا	5.99	22.55	96	السلطة تستقبل هذه المطالب وتستجيب لها لأنها من حقوقهم
			42	السلطة مجبرة على تقبل هذه المطالب لأنها نشرت عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية
			88	السلطة تستخدم هذه الوسائل للحصول على مطالب الجمهور
			226	المجموع
			100%	

يوضح الجدول (45) حالات الإجابة بـ "نعم" وسبب استقبال السلطة السياسية لمطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث حظيت فئة "السلطة تستقبل هذه المطالب وتستجيب لها لأنها من حقوقهم" بأعلى نسبة مسجلة في الجدول والتي قدرت بـ 42.48% وهذا ما يعادل 96 مفردة من المجيبين بـ "نعم" ويشير ذلك إلى ان السلطة السياسية حريصة على تتبع مطالب الجمهور الشرعية وتحقيقها بما ينص به القانون العام وترى ايضا هذه الفئة ان السلطة السياسية الجزائرية لها سمعة طيبة في التعامل مع جمهورها خاصة بعدما اظهرته خلال المسيرات الشعبية او الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر مؤخرا من حنكة وحكمة في التسيير من جهة وارضاء لرغبات وطلبات الجمهور من جهة اخرى وبالتالي فان ليس للسلطة السياسية اي اشكال في استقبال واستجابة مطالب الجمهور بكل فخر واعتزاز. بينما حظيت فئة "السلطة تستخدم هذه الوسائل للحصول على مطالب الجمهور" بالنسبة الثانية المسجلة في الجدول والتي قدرت بـ 38.93% ما يعادل 88 مفردة من المجيبين بـ "نعم" ويشير ذلك إلى ان السلطة السياسية مهتمة إلى حد كبير بتطلعات الجمهور وتتبع ارائهم ومطالبهم ومعرفة ما ينقصهم كأنها قد تعمل على تلبية مطالبهم والاستماع إلى انشغالاتهم من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية بغية كسب ثقتهم وامتصاص غضبهم في حالة اصرارهم على تلبية كل مطالبهم لان هذه الشبكات هي الملاذ الوحيد للجمهور للتعبير بكل اريحية على ما يجول في خاطرهم وبالتالي فإنها تعكس تقريبا العقلية الحقيقية للجمهور المستخدم خاصة في حالة غضبهم.

اما فيما يخص اجابة "السلطة مجبرة على تقبل هذه المطالب لأنها نشرت عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية" فقد حظيت باقل نسبة مسجلة في الجدول والتي قدرت بـ 18.59% لكنها تعتبر متوسطة ان لم نقل مقبولة اذا ما قورنت بعدد المجيبين "بنعم"، ويمكن تفسير ذلك بانه من الطبيعي ان تلجا السلطة السياسية إلى تقبل المطالب التي نشرت عبر الصفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية الرقمية لأنها تعكس سمعة الدولة من جهة وتضمن الامن الداخلي للبلاد لكي لا يحدث اي انفلات داخلي هذا من جهة ومن جهة أخرى هي مجبرة لفعل هذا كي

تتقضى أي تدخل أجنبي يملي عليها ما يجب ان تفعل وما لا يجب، كأنها تسعى لإرضاء جمهورها بالدرجة الأولى.

وعند تطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة بلغت 22.55 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية البالغة 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 2، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

#### جدول رقم (46): دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في الاتصال السياسي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
التوعية السياسية و الثقافية	56	18.67%
تشكيل رأي حول القضايا السياسية	39	13%
دعم الآراء السياسية	34	11.33%
تفعيل الاتصال و التواصل بين المواطنين و السياسيين	40	13.33%
تسهيل التواصل مع السياسيين	40	13.33%
التعريف بالقضايا و الشخصيات السياسية	61	20.34%
دور سلبي	30	10%
المجموع	300	100%

تفحصا للبيانات الموضحة في الجدول (46) يبين لنا أن إجابة "التعريف بالقضايا والشخصيات السياسية" حظيت بأعلى نسبة مسجلة في الجدول والتي قدرت بـ 20.34%، ويمكن تفسير ذلك بالدور الكبير الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية الرقمية في التعريف بالشخصيات والقضايا السياسية خاصة فيما يتعلق بالأمر بالأحداث الراهنة حيث تسلط كل الأضواء عليها لتتبع ما يتم داخل الدول وداخل النقاط الساخنة سياسيا وهنا يبدع المستخدم والقائمين على مختلف الصفحات وقنوات الشبكات الاجتماعية الرقمية على غرار وسائل الإعلام الأخرى في تسليط الضوء على الشخصيات السياسية بالتعريف بها وابرز أهم أعمالها سواء كانت سلبية أو ايجابية، كما يلجأ بعضهم إلى الرجوع إلى بدايات ظهورهم وإلى تتبع مجرى الأحداث السياسية من نقطة انطلاقها مما يتوفر للمستخدمين كم هائل من المعلومات ومنهم من يكون قد تعرف على هذه المعلومات للمرة الأولى، بينما حظيت إجابة "التوعية السياسية والثقافية" بنسبة قدرت بـ 18.67% وهي نسبة متقاربة جدا مع سابقتها ربما لأنها

مرتبطة ارتباطاً وثيقاً مع مضمون الإجابة الإلى فطبيعي بعد التعرف على الشخصيات السياسية والأحداث السياسية تزيد تلقائياً الثقافة والتوعية السياسية، وهذا يرجع لكم الهائل من المعلومات بكل أنواعها المتوفرة في هذه الوسائط مما يسمح للمستخدم اختيار نوع المعلومة وأسلوبها وشكلها وحتى قالب المقدم بها.

أما فيما يخص إجابتي "تفعيل الاتصال والتواصل بين السياسيين والمواطنين" و"تسهيل متعادلتين قدرت كل واحدة منهما بـ 13.33% وهذا يرجع إلى تشابه محتوى الإجابتين ويمكن تفسير ذلك بأن الشبكات الاجتماعية الرقمية استطاعت أن تكسر حاجز الجدار السياسي بين السياسي والجمهور فقد قربت المسافات ونقلت الموضوع السياسي إلى شبكات أوسع نطاقاً وسمحت للعديد من الجماهير أن تتواصل مع الفواعل السياسية والمسؤولين السياسيين لمشاركتهم مطالبهم وحتى قراراتهم السياسية من خلال التعليق على المنشورات في صفحاتهم الخاصة أو إرسال رسائل خاصة لهم، وهو ما يساعد على تفعيل الاتصال والتواصل السياسي بينهم مما يقوي العلاقة بينهم وبالتالي الوقوف بالاتصال السياسي على أساس متن، وقد يصل ذلك إلى حد تبادل أدوار الفواعل السياسية للاتصال السياسي (عناصر الاتصال السياسي) فيصبح القائم بالاتصال السياسي متلقي ويصبح المتلقي قائم بالاتصال السياسي وهذه هي الميزة الأساسية التي أضافتها الشبكات الاجتماعية الرقمية للاتصال السياسي والتي ساعدت في إنجازه لدرجة كبيرة.

أما إجابة "تشكيل رأي حول قضايا سياسية معينة" فقد كانت نسبتها 13% وهي نسبة متقاربة جداً مع سابقتها ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الوسائط الرقمية تلعب دوراً كبيراً في تزويد الجماهير بمعلومات سياسية حول قضايا معينة وهو ما يساعد في تشكيل آراء مختلفة حول القضية نفسها نظراً لمعالجتها من عدة جوانب مختلفة.

وفيما يخص فئة "دعم الآراء السائدة" فحظيت بنسبة متقاربة جداً مع سابقتها و قدرت بـ 11.33% وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة من المجيبين استفادت من دعم لرائهم السائدة

بفعل نشر ما يتماشى مع أفكارهم وآرائهم وايدولوجياتهم ومساندتها لهم وبالتالي الوصول إلى الدعم الجيد لأفكارهم.

بينما حظيت اجابة لها "دور سلبي" بأقل نسبة مسجلة في النتائج وقدرت بـ 10% لكن هذا لا يمنع بأن نعطي لها تفسير وتحليل منطقي فقد يرجع سبب ذلك إلى أن هذه الفئة ترى بأن ليس لهذه الوسائط أي دور ايجابي من الأدوار السابقة بل بالعكس دورها سلبي وقد يكون من ضمن هذه الأدوار السلبية كأن يفسد العلاقة بين السياسي والجمهور وينشر الاخبار الكاذبة والمعلومات الخاطئة وخلق الفجوة السياسية عكس الغائها وتبعيد المسافات، لكن يبقى هذا الرأي ضئيل التأييد لأن فئة قليلة جدا من المبحوثين هم من اختاروه، فهذا الاختيار لا يلغي الدور الكبير الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية الرقمية في هذا السياق وذلك بشهادة غالبية المبحوثين في هذه الدراسة.

جدول رقم (47): ملامح وعلامات نجاح الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل

#### الاتصال السياسي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
زيادة عدد المتهمين بالضايا السياسية	80	26.66%
إهتمام المؤسسات و الشخصيات السياسية بالشبكات الإجتماعية الرقمية	95	31.67%
تأثير المنشورات السياسية عبر الشبكات الإجتماعية في قرارات السلطة السياسية	39	13%
زيادة وعي مستخدمي الشبكات الإجتماعية الرقمية بالموضوعات السياسية	29	9.67%
التعرف على الشخصيات السياسية	26	8.67%
أمكانية مناقشة القضايا السياسية بشكل فعال	31	10.33%
المجموع	300	100%

يبين الجدول (47) ملامح وعلامات نجاح الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي، ويتضح من خلال النتائج أن فئة "اهتمام المؤسسات والشخصيات السياسية بالشبكات الاجتماعية الرقمية" حظيت بأعلى نسبة قدرت بـ 31.67% أي ما يعادل 95 مفردة من المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن الشبكات الاجتماعية الرقمية أثارت اهتمام المؤسسات السياسية والشخصيات نظرا لمميزاتها المختلفة وانتشارها الواسع في مختلف فئات وشرائح



المجتمع، كما أن العديد من الشخصيات السياسية العالمية استفادوا من فعالية استخدامها ونجاحها في كسب اهتمام الجماهير السياسية وإنجاح الحملات السياسية لدرجة كبيرة خاصة في السنوات القليلة الماضية (الانتخابات السياسية الأمريكية) (محاولة الانقلاب على الرئيس التركي أردوغان) فبمجرد مخاطبة الرئيس التركي رجب طيب أردوغان جمهوره عبر شبكة سكايب تمكن من التأثير والسيطرة على شعبه بشكل جيد وإيجابي. هذه من بعض الأمثلة الكثيرة في الاستخدامات السياسية للشبكات الاجتماعية الرقمية وتأثيرها في الرأي العام.

بينما حظيت إجابة "زيادة عدد المهتمين بالقضايا السياسية" بـ 26.66% وهو ما يعادل 80 مفردة من المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن الشبكات الاجتماعية الرقمية ومنشوراتها السياسية ساعدت في إكساب الجماهير ثقافة سياسية مما أدى إلى اهتمامهم الكبير بالموضوعات والقضايا السياسية، حيث اتجه العديد من الشباب المستخدمين للشبكات الرقمية إلى معالجة وتفسير الأحداث السياسية بكل طلاقة وفعالية عكس ما كان عليه سابقا قبل الانتشار الواسع لهذه الوسائط، الأمر الذي أصبح محل ومركز اهتمام الشباب في مختلف دول العالم وداخل الدول العربية خصوصا، مما يشير إلى زيادة الوعي السياسي بالنسبة إليهم.

أما فئة "تأثير المنشورات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية في قرارات السلطة الحاكمة" حظيت بنسبة قدرت بـ 13%، وهذا ما يشير إلى أن هناك فعلا تأثير في القرارات السياسية جزاء الاستخدام المكثف والمستمر للشبكات الاجتماعية الرقمية وهذا ما تجلى واضحا خلال الآونة الأخيرة في الساحة السياسية الجزائرية خاصة بعدما قرر الشعب مشاركة السلطة الحاكمة في إصدار القرارات المتعلقة بالشأن الداخلي للبلاد، وفعلا نجح الجمهور في ذلك وليبت العديد من المطالب والرغبات التي وصلت إلى حد تراجع الرئيس السابق للدولة الجزائرية عبد العزيز بوتفليقة عن الترشح لعهدة خامسة كما كانت مقررة سابقا، نزولا وخضوعا وتلبية لرغبة الجماهير التي خرجت كلها بصوت واحد لا للعهدنة الخامسة ابتداء من 22 فيفري 2019، وهذا كله بفعل قوة الوسائط الالكترونية التي ساعدت في نشر الصورة الحقيقية للحراك الشعبي وترويجه للرأي العام العالمي.

أما فيما يخص فئة "إمكانية مناقشة القضايا السياسية بشكل فعال" فقد قدرت نسبتها بـ 10.33% ويمكن تفسير ذلك بميزة الشبكات الاجتماعية الرقمية التفاعلية في طرح ومعالجة القضايا، مما يمكن الجمهور من مناقشة القضايا مع القائمين بالاتصال السياسي أو مع بعضهم البعض حيث لا يعتبر المتلقي هنا متلقي سالب وإنما هو متلقي فعال ونشط من خلال التفاعل مع المنشورات ومناقشتها بشكل فعال يضيف عليها طابع الفعالية والمشاركة.

وقدرت نسبة فئة "زيادة وعي مستخدمي الشبكات الاجتماعية الرقمية بالموضوعات السياسية بـ 9.67%"، وهذا ما يشير إلى أن هذه الوسائط نجحت في زيادة الوعي السياسي لدى المستخدمين من خلال نشر المواضيع السياسية والمعلومات المختلفة حول المواضيع السياسية، مما يزيد من فعاليتها وزيادة عدد المهتمين بها وبالتالي تنشيط الاتصال السياسي وتفعيله بنجاح.

أما فئة "التعرف على الشخصيات السياسية فقد حظيت بنسبة متقاربة جدا مع سابقتها حيث قدرت بـ 8.67%"، ويمكن تفسير ذلك بأن الوسائط الإلكترونية الحديثة ساهمت وبشكل كبير في تعريف الجمهور بمختلف الشخصيات السياسية والمعلومات والأحداث السياسية الراهنة، وذلك لقوة هذه الوسائط وقدرتها على عرض مختلف الحقائق وتتبع مجريات الأحداث بسهولة وباحترافية أصبحت تنافس كبريات القنوات التلفزيونية المشهورة حيث باتت هذه الأخيرة تعتمد على هذه الوسائط لاستكمال برامجها بشكل فعال وأساسي.

جدول رقم (48) المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية

اختبار كا <sup>2</sup>			النسبة المئوية	التكرار	الفئة
الدالة	كا <sup>2</sup> الجدولية	كا <sup>2</sup> المحسوبة			
دال إحصائيا	5.99	1.5	36.67%	110	المعارضة للنظام السياسي
			31.66%	95	المؤيدة للنظام السياسي
			31.66%	95	المحايدة
			100%	300	المجموع

تفحصا للبيانات الموضحة في الجدول (48) يتضح لنا أن فئة "المعارضة للنظام السياسي" حظيت بنسبة قدرت بـ 36.67% وهي نسبة متوسطة ان لم نقل مرتفعة ويمكن تفسير ذلك بأن المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في الشبكات الاجتماعية الرقمية هي المواضيع المعارضة للنظام السياسي خاصة منذ بداية الحراك الشعبي الجزائري نظرا لانتشار الفساد في كل مجالات الحياة ونخره أبرز ضروريات المعيشة من افلاس مؤسسات وهضم الحقوق وإفساد المنظومات الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية مما دفع بالجمهور إلى الخروج عن صمتهم واضطروا إلى جذب انتباه الرأي العام والافصاح عن رأيهم المعارض للمنظومة السياسية بشكل كلي، حيث التفت معظم وأغلب الشعب الجزائري حول قضية واحدة من أجل النهوض بالنظام السياسي والاقتصاد الوطني إلى بر الأمان.

أما فيما يخص إجابتي "المؤيدة للنظام السياسي" و"المحايدة" فقد حظيتا بنسبتين متساويتين قدرت كل واحدة منهما بـ 31.66%، ويمكن تفسير ذلك بأن الكثير من الجمهور المؤيد للنظام السياسي أو لسياسته التنظيمية لديهم تبريرات معينة لمواقفهم المؤيدة بالرغم من تعارضهم مع الأغلبية المعارضة لذلك فقد يلتزمون الصمت أو اختيار البقاء على حيادية لضمان سلامتهم وسلامة أمن البلاد الداخلي وعدم الدخول في تعارضات قد تصل إلى حد الأزمات الشديدة وبالتالي فهم يفضلون البقاء محايدين بغض النظر عن آرائهم الباطنية.

جدول رقم (49) المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغيرات الجنس السن والمنصب السياسي.

المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب رأي المبحوثين						السؤال	
المحايدة		المؤيدة للنظام السياسي		المعارضة للنظام السياسي		المتغيرات	
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت		
15.51	54	15.51	54	24.14	84	ذكر	السن
10.34	36	15.51	54	18.97	66	أنثى	
12.07	42	13.79	13.79	20.67	72	من 25-35	الجنس
10.34	36	10.34	10.34	13.79	48	من 36-45	
3.45	12	6.89	24	8.62	30	من 46 فما فوق	
17.24	60	20.68	72	25.86	90	عضو في حزب	المنصب
8.89	24	8.62	30	15.51	54	منتخب محلي	
1.72	6	1.72	6	1.72	6	نائب برلماني	

توضح الأرقام المسجلة في الجدول السابق أن المواضيع السياسية التي تلقى رواجاً في الوسط الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تشير النتائج إلى أن المواضيع السياسية "المعارضة للنظام السياسي" حظيت بأعلى نسبة في الجدول بين الذكور والإناث وذلك بنسبة **24.14%** للذكور ونسبة **18.97%** للإناث من مجموع المبحوثين، ثم تليها نسبة المواضيع "المؤيدة" بنسبة **15.51%** للذكور والإناث على حد سواء لتتساوي نسبة الذكور بين المؤيدة والمحايدة، وتقل قليلاً لدى الإناث بنسبة **10.34%** وهذا ما يفسر نظرهم النقدية للمواضيع السياسية ورفضهم الشديد للموالاتة للسلطة خاصة إذا ما تعلق الأمر بالشبكات الاجتماعية الرقمية التي يجب أن تكون في أغلب الأحيان "محايدة" حيث نلمس في النتائج أن الذكور هم الأكثر رفضاً لهذا الطرح.

في حين توزعت نسب المبحوثين حسب متغير السن بنفس الوتيرة لتبدأ بأعلى نسبة للمواضيع المعارضة وتقل تدريجياً في المواضيع المؤيدة ثم تقل تماماً في البرامج المحايدة لدى مختلف الفئات العمرية، حيث اجمع أغلب السياسيين الذين تتراوح أعمارهم بين **25 إلى 35** سنة أنهم يفضلون المواضيع المعارضة مما يفسر رفضهم المطلق لسياسات الدول في المقابل رفضهم للمواضيع المؤيدة وهو ما ينفيه البعض وذلك بتأييدهم لها، وقد يعود هذا لانتماء هؤلاء

المجيبين لأحد مؤسسات السلطة السياسية أو لكونهم لا يرون أن المعارضة كفيلة بان تعارض السلطة السياسية بما هو مفيد فهم يرون أن المعارضة فقط من اجل المعارضة وليس من اجل التغيير إلى الأحسن، وهذا ما عبر عنه **13.79%** من الفئة العمرية الأولى و**10.34%** من الفئة العمرية الثانية و**6.89%** من الفئة العمرية الثالثة وهي نسب متوسطة إن لم نقل مقبولة مقارنة نسب إجابات المبحوثين.

بينما لم يختلف توزيع نسب إجابات المبحوثين في متغير المنصب السياسي، ويمكن تفسير ذلك أن هناك تقارب في توزيع الإجابات بين فئات المبحوثين من النواب البرلمانين والمنتخبين المحليين وأعضاء الأحزاب السياسية، وهذا قد يعود لكونهم تارة يفضلون المواضيع المعارضة التي تأتي بالنفع للصالح العام، وتارة أخرى يفضلون المواضيع المؤيدة التي تقدم الشرح المفضل لبرنامج السلطة وترفض المعارضة الفاشلة فهذا ما يريدونه هو دعم المنطق القوي، ورفض المنطق الفاشل، بينما يفضلون أحيانا أخرى المواضيع المحايدة التي تعمل على كشف خبايا الطرفين، وهذا ما لاحظناه أكثر لدى المنتخبين المحليين ونواب البرلمان، وهو ما يفسر وجود علاقة بين متغيرات الجنس، والسن والمنصب السياسي ونوع المعلومات التي تلقى رواجاً واهتماماً في الوسط الإلكتروني.



التحقق من فرضيات الدراسة



التحقق من فرضيات الدراسة

بعد استظهار نتائج الدراسة الميدانية، يمكن التحقق من الفرضيات التي تم وضعها، ومن ثم الوصول إلى اجابات عن التساؤلات الفرعية للدراسة.

الفرضية الأولى:

يستخدم السياسيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل مكثف، بهدف التسويق والترويج لسياساتهم وكسب تأييد الشعب لهم، مما يمكنهم من الاعتماد عليها بدرجة كبيرة نظرا لأهميتها وسط المجتمع السياسي الجزائري.

من أجل اختبار صحة هذا الفرض، تم طرح عدة أسئلة ضمن الاستمارة تتدرج تحت محوري دوافع وعادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية وعلى رأسها: كيف تستخدم الشبكات الاجتماعية الرقمية؟

وقد أظهرت نتائج الإجابة على هذا السؤال أن أغلب المبحوثون يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية يوميا بنسبة 54% وهي نسبة مرتفعة نوعا ما، مما يدل على اهتمام السياسيين على غرار باقي فئات المجتمع الجزائري باستخدام هذه الوسائط التي يميلون إلى الاطلاع على مستجدات القضايا من خلالها، وهذا يرجع كما أشرنا سابقا إلى طبيعة عمل السياسي الجزائري وارتباطاته المهنية التي تستلزم أساسا الاتصال والتواصل مع محيطه المهني والاجتماعي والذي يفرض عليه أن يكون على اطلاع دائم مع مستجدات البيئة السياسية والاجتماعية، وهذا ما يثبت صحة النصف الأول من الفرضية الأولى، في المقابل أثبتت الدراسة عدم صحة الطرح الذي يقر باستخدام السياسيين الجزائريين الشبكات الاجتماعية الرقمية لساعات طويلة، حيث بينت النتائج أن المبحوثين لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية لساعات طويلة فنصف السياسيين المبحوثين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين فقط يوميا وذلك بنسبة 50% وقد يرجع ذلك لضغوطات العمل والحياة اليومية وبالتالي لا تسعهم الفرصة لاستخدام هذه الوسائط من ساعة في اليوم الواحد.

وقد أظهرت النتائج أيضا أن السياسي الجزائري يستخدم الشبكات الاجتماعية الرقمية للتواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين والتعريف بالقضايا السياسية للمتابعين وجذب انتباه الجمهور بالإضافة إلى الترويج والتسويق السياسي بدرجات نسبية متفاوتة مما يعني أن أهم دافع لاستخدام السياسي الجزائري لهذه الوسائط هو الرغبة في التواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين من جهة والجمهور العام من جهة أخرى وذلك لتكوين العلاقات وبالتالي الحفاظ على مكانتهم السياسية والسعي لتطويرها بشكل جيد عن طريق التسويق والترويج لسياستهم عبر الوسائط المتعددة وكسب التأييد السياسي، وهو ما يبين نسبيا صحة الشرط الثاني من ذات الفرضية.

كما أظهرت النتائج أنه بالرغم من أن أغلبية المبحوثين يستخدمون يوميا الشبكات الاجتماعية الرقمية، إلا أن هذه الأخيرة لا يتم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة، ولا تعتبر وسيلة ذات أولوية من حيث عملية الحصول على المعلومات، وإنما درجة اعتمادهم عليها تبقى متوسطة -حسب ما أكدته نتائج الدراسة- رغم انتشارها الواسع في جميع المجالات السياسية وبين جميع فئات المجتمع، بحيث تعتبر العلاقات الشخصية للسياسيين ووسائل الإعلام الأخرى والاعتماد على مناصبهم السياسية المصادر الأكثر تفضيلا واعتمادا لدى السياسيين الجزائريين.

### الفرضية الثانية

تؤثر الشبكات الاجتماعية الرقمية تأثيرا إيجابيا على عملية صنع القرار السياسي عن طريق توفير المعلومات الضرورية والاتصالات السريعة والفعالة للأعضاء الفاعلين في عملية الاتصال السياسي.

وقصد اختبار صدق هذه الفرضية تم طرح السؤال التالي ضمن أسئلة الاستبيان: في رأيك هل لمطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وقع على قرارات السلطة السياسية؟ وأسئلة أخرى تتعلق بأدوار ومدى استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في الاتصال السياسي وملامح وعلامات نجاح هذه الوسائط في خلق علاقة قوية بين عناصر العملية السياسية وهي: (تشكيل رأي حول قضايا سياسية، التعريف بالقضايا والشخصيات السياسية، دعم الآراء



السائدة، اهتمام المؤسسات والشخصيات السياسية بالشبكات الاجتماعية الرقمية، زيادة وعي مستخدمي الشبكات الاجتماعية بحجم الموضوعات السياسية، إمكانية مناقشة القضايا بشكل فعال).

وقد بينت نتائج الإجابة على هذه الأسئلة أن السلطة السياسية تستقبل مطالب الجمهور المنتشرة عبر الوسائط الالكترونية الجديدة والتي لقت اهتماما كبيرا داخل المجتمع الجزائري والتفاف الرأي العام حولها، لأنها حق مفروض من حقوقهم المنصوص عليها في القانون العام للدولة، توفير المعلومات الضرورية والاتصالات السريعة والفعالة للأعضاء الفاعلين في عملية الاتصال السياسي نتيجة لما تمتلكه من قدرة على التأثير والإقناع وتشكيل الأفكار وصياغة الرأي العام، وذلك بنسبة 42.48% وهي نسبة متوسطة تشير إلى أن لمطالب الجمهور عبر هذه الوسائط وقع على قرارات السلطة السياسية ومن خلالها يتم النظر في مطالبهم التي قد تخفيها باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ما يثبت صحة هذه الفرضية.

### الفرضية الثالثة:

توجد علاقة ارتباطية بين نوع ودرجة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية والخصائص الشخصية والاجتماعية لدى عينة الدراسة.

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم ادراج بعض الجداول المركبة لدراسة العلاقات الترابطية وتشير النتائج إلى وجود علاقة بين متغيرات الجنس والسن ومدى الوقت المخصص للشبكات الاجتماعية الرقمية فمثلا الإناث لم يجبن على عبارة من ثلاث ساعات فما فوق وذلك لارتباطاتهن العائلية والمنزلية، كما أن نسبتهم تقل في الإجابة من ساعتين إلى ثلاث ساعات لذات الأسباب، وتزيد النسبة جزئيا في خيار من ساعة إلى ساعتين وهي ما حبذها أغلب أفراد العينة نظرا لمناسبة مدتها مع ظروفهم وانشغالهم، كذلك هو الأمر بالنسبة للفئة العمرية الأولى التي تخصص وقت أطول لتصفح الشبكات الاجتماعية الرقمية. الملفت أن النتائج المتعلقة بنوع الشبكات المستخدمة تأثرت أيضا بمتغيرات الجنس والسن والمنصب السياسي،

إذ سجلت نسب متباعدة في مختلف الفئات مما يؤكد وجود علاقة بين المتغيرات السوسولوجية بين الذكور والإناث والفئات العمرية والمناصب السياسية.

### الفرضية الرابعة

تكمن قوة وسائل الاعلام الجديدة وبالخصوص الشبكات الاجتماعية الرقمية في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، واعطاء مكانة للحدث السياسي داخل المجتمع دون التعرض للقيود السلطوية، خاصة في فترة التحولات والأحداث السياسية.

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم ادراج بعض الأسئلة تبحث في مدى قدرة هذه الوسائط في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه وذلك بالاستخدام المكثف لها فيما يخدم الاتصال السياسي الفعال، وتشير النتائج الى أن استخدام السياسيين وصناع القرار السياسي للشبكات الاجتماعية الرقمية لا يزال ضعيف، وهذا نتيجة الوعي غير الكافي بأهمية هذه التكنولوجيا والدور السياسي المحوري والفعال الذي يمكن أن تلعبه، إضافة إلى ضعف نسبة النفاذ الرقمي لدى القاعدة الشعبية، وهو ما يثبت عدم صحة هذه الفرضية، مما يعني أن الشبكات الاجتماعية الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة ليست مستغلة بالحجم الكافي من قبل السياسيين وصناع القرار السياسي لتحقيق وتفعيل الاتصال السياسي على أكمل وجه.



# النتائج العامة للدراسة



النتائج العامة للدراسة

بعد القراءة والتحليل والتفسير لنتائج الجداول وفروض الدراسة وربطها بالدراسات السابقة والمداخل النظرية، يمكن إيجاز أهم نتائج الدراسة في النقاط التالية:

1- يستخدم السياسي الجزائري الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل يومي تقريبا بنسبة إجابة قدرت بـ 54%، وذلك للانتشار الواسع والكثيف لهذه الوسائط لدى مختلف فئات المجتمع بالإضافة إلى سهولة استخدامها في أي وقت وحين. ويرتفع معدل استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية لدى الفئات العمرية الصغيرة 25-35، وإن أفضل أوقات الاستخدام هي الفترة الليلية، ويبلغ معدل الوقت المخصص لاستخدام السياسيين الشبكات الاجتماعية الرقمية من ساعة إلى ساعتين كأقصى حد. وإن ابرز محدد أو متغير يؤثر في عادات وأنماط استخدام السياسي للشبكات الاجتماعية الرقمية هو الجنس والسن وبدرجة اقل المنصب السياسي.

2- تعود دوافع الإقبال على الشبكات الاجتماعية الرقمية لدوافع معرفية بالدرجة الأولى، تليها النفسية ثم الاجتماعية. حيث تعتبر المواضيع والقضايا السياسية الوطنية من أكثر المواضيع تفضيلا في الشبكات الاجتماعية الرقمية، نظرا لنشاط الوضع السياسي الجزائري في الآونة الأخيرة بدرجة لافتة للانتباه على الصعيد العربي والعالمي.

3- تعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية المصادر الأقل ثقة في الحصول على المعلومات السياسية من طرف السياسيين الجزائريين، وتلبي الشبكات الاجتماعية الرقمية اغلب حاجات السياسيين الجزائريين المعرفية والنفسية، خصوصا تزويدهم بمختلف الأحداث على المستوى العالمي. وإثراء وعائهم المعرفي السياسي بمختلف المستجدات والمجريات على المستوى المحلي والخارجي. حيث يعتمد السياسي الجزائري على الشبكات الاجتماعية الرقمية في الحصول على المعلومات السياسية بنسبة متوسطة قدرت بـ 58%، خصوصا إذا ما تعلق الأمر بالشؤون الداخلية للبلاد.

4- للشبكات الاجتماعية دور مهم في تشكيل المواقف السياسية بنسبة متوسطة، خصوصا بعد ما اهتم أغلب الناشطين عبر صفحات هذه الوسائط بالتعريف بمختلف القضايا والشخصيات

والمواقف السياسية لعامة الناس وبالتالي ترك المجال للرأي العام في اختيار المواقف التي يراها تخدم الصالح العام.

5- بينت النتائج أن السلطة السياسية تستقبل مطالب الجمهور المنتشرة عبر الوسائط الالكترونية الجديدة والتي لقت اهتماما كبيرا داخل المجتمع الجزائري والتفاف الرأي العام حولها، لأنها حق مفروض من حقوقهم المنصوص عليها في القانون العام للدولة، وذلك بنسبة 42.48% وهي نسبة متوسطة تشير إلى أن لمطالب الجمهور عبر هذه الوسائط وقع على قرارات السلطة السياسية ومن خلالها يتم النظر في مطالبهم التي قد تخفيها باقي الوسائل الإعلامية الأخرى

6- وعلى الرغم من أن أغلبية السياسيين يستخدمون يوميا الشبكات الاجتماعية الرقمية، إلا أن هذه الأخيرة لا يتم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة، ولا تعتبر وسيلة ذات أولوية من حيث عملية الحصول على المعلومات، وإنما درجة اعتمادهم عليها تبقى متوسطة -حسب ما أكدته نتائج الدراسة- رغم انتشارها الواسع في جميع المجالات السياسية وبين جميع فئات المجتمع، بحيث تعتبر العلاقات الشخصية للسياسيين و وسائل الإعلام الأخرى والاعتماد على مناصبهم السياسية المصادر الأكثر تفضيلا واعتمادا لدى السياسيين الجزائريين.

7- أن استخدام السياسيين وصناع القرار السياسي للشبكات الاجتماعية الرقمية لا يزال ضعيف، وهذا نتيجة الوعي غير الكافي بأهمية هذه التكنولوجيا والدور السياسي المحوري والفعال الذي يمكن أن تلعبه، إضافة إلى ضعف نسبة النفاذ الرقمي لدى القاعدة الشعبية، وهو ما يثبت عدم صحة هذه الفرضية، مما يعني أن الشبكات الاجتماعية الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة ليست مستغلة بالحجم الكافي من قبل السياسيين وصناع القرار السياسي لتحقيق وتفعيل الاتصال السياسي على أكمل وجه.



# الخاتمة



## الخاتمة

إذا كانت دراسات التلقي أو الجمهور لم تلقى الاهتمام الكافي من طرف الدوائر الرسمية والأكاديمية، رغم التحسن في العقود الأخيرة على مستوى الكم على الأقل، فإن الاهتمام بعلاقة عناصر الاتصال السياسي من خلال وسائل الإعلام الجديدة بتتمية الفرد والمجتمع ليصبح من باب أولى لسببين رئيسيين:

✓ أن المسائل السياسية وقضايا الشأن العام هي المحرك وأساس الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على حد تعبير (الفراي) الذي اعتبر السياسة بمثابة الرأس في الجسد، وبات الفرد أكثر وعي لهذه القيمة ولم تعد مسائل نخبوية، في ظل تعدد أنواع وسائل الإعلام الجماهيري.

✓ الوضع الجيوسياسي الذي تعيشه المنطقة العربية والدولية، المائل أمانا الذي يتميز بالحراك المدني، والذي كشف عن الدور الرئيسي لوسائل الإعلام بكل أنواعها، وشاهد العالم كيف صنع حدث إنساني في دول عربية على غرار الجزائر التي تعيش في يومنا هذا نشاطا وحراكا شعبيا أقل ما يقال عنه أنه أقلب موازين النظام السياسي المتجذر منذ سنين من خلال خيط رفيع أظهرته الوسائط التكنولوجية بمظهره الحقيقي.

وبالمقابل فإن الدراسات الإعلامية والاجتماعية لا ترقى إلى مستوى التأثير الملموس عند المؤسسات الرسمية لعدم وجود علاقة بين مؤسسات البحث العلمي وباقي المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وتبقى على المستوى الأكاديمي فقط، كما أنها لا تتناول إلا إشكالية بسيطة تعالج زاوية من الموضوع الواحد، ناهيك عن الصعوبات الإجرائية والمادية، ولهذا قد تكون الدراسات عن طريق فريق بحث حول موضوع واحد من الأساليب الناجح لتحقيق نتائج أهم وأكثر فائدة من الناحية العلمية بالدرجة الأولى، ثم من إمكانية الاستفادة منه اجتماعيا، يخرج البحث من الدوائر الأكاديمية إلى المجتمع الأرحب.



# قائمة المصادر والمراجع





المصادر:

القرآن الكريم برواية ورش

أولاً : المراجع باللغة العربية

1- المعاجم والقواميس

1- ابن منظور، لسان العرب، ج6، دار إحياء التراث العربي، بيروت .

2- معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، بيروت، 2001.

2- الكتب

3- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،

الجزائر، 2003، ص282.

4- أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع،

الشارقة.

5- إسماعيل على سعد، علم الاجتماع السياسي بين السياسة والاجتماع، مصر، 1999.

6- أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ترجمة وتقديم: فايز الصباغ، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات

الوحدة العربية، بيروت ط4.

7- انصار عبد الرزاق، صفا الساموك، الإعلام الجديد، تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، جامعة

بغداد، العراق، 2011.

8- محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،

الاسكندرية، 2007.

9- محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، د س ن.

10- بلقيس احمد منصور، الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي، مكتبة مدبولي، القاهرة، د س ن.

11- ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دار مجدلاوي للنشر

والتوزيع، عمان، 2013.

12- جبار علاوي، الاتصال السياسي، المنهل، د م ن، د س ن.

13- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم،

رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

## قائمة المصادر والمراجع

- 14- جون هارتلي وآخرون، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، **الصناعات الإبداعية، عالم المعرفة، الكويت، 2007.**
- 15- جمال مختار، **حقيقة الفيس بوك: عدو أم صديق**، شركة متروبول للطباعة، القاهرة، 2009.
- 16- حارث عبود، **مزهري العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 17- حسن البدرابي، **الأحزاب السياسية والحريات العامة**، دار المطبوعات الجامعية، القاهرة، 2000.
- 18- حسن عماد مكاوي، **ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 19- حياة قزادري، **الصحافة والسياسة، TAKSIDJ.COM للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.**
- 20- داود جفافة، **عبيدة صبطي، دور الإعلام الجديد في دعم منظمات المجتمع المدني في المنطقة العربية، المجتمع المدني، منشورات مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، بسكرة، 2014.**
- 21- دنيس مأكويل، **ترجمة، عثمان العربي، الإعلام وتأثيراته-دراسات في بناء النظرية الإعلامية، 1993.**
- 22- دوريس جرابر وآخرون، **سياسة الأخبار وأخبار السياسة، ترجمة زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004.**
- 23- رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الشهاب، الجزائر، 2002.**
- 24- رضا أمين، **الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.**
- 25- راسم محمد الجمال: **الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1991.**
- 26- سعد آل سعود، **الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010.**
- 27- سلوى عثمان الصديق، **هنا حافظ بدري، أبعاد العملية الاتصالية - رؤية نظرية- وعملية واقعية، المكتب الجامعي الحديث، دم ن، 1999.**
- 28- سليمان محمد الطماوي، **النظم السياسية والقانون الدستوري، دار الفكر العربي، دم ن، 1988.**
- 29- سمير محمد حسين، **الإعلام والاتصال بالجمهوريات الراي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.**

## قائمة المصادر والمراجع

- 30- صادق عباس، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 31- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي أسس، مفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 32- صفوت محمد العالم، الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005.
- 33- الطاهر بن خرف الله، في بعض مقاربات الاتصال السياسي، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 34- عاطف العبد، زكي عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994،
- 35- عاطف عدلي العبد وزكي احمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر، د م ن، د س ن.
- 36- عامر عرفة، الأخبار والبرامج الاخبارية في الراديو والتلفزيون، رؤية إسلامية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003.
- 37- عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2008.
- 38- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 39- عبد الأمير فيصل، الصحافة في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، 2006.
- 40- عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977.
- 41- عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال، مكتبة نانسي، د م ن، 2006.
- 42- عبد الله الطويرقي، الإعلام وثقافة المجتمع الجماهيري، المؤلف، الرياض، 1994.
- 43- عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي، النشأة والتطور والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية، 2001.
- 44- عبد المجيد شكري، الاتصال الجماهيري الواقع.. المستقبل، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د س ن.

## قائمة المصادر والمراجع

- 45- عبد الهادي الجوهري، أصول علماء الاجتماع السياسي، ط2، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 46- عقيل حسين عقيل، فلسفة ومناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، 1999.
- 47- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، نبلاء ناشرون وموزعون - دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014.
- 48- علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 49- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010.
- 50- لطيفة ابراهيم خضر، الديمقراطية بين الحقيقة والوهم، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 51- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 52- محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي، ميدانه وقضاياها، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 53- محمد بن سعود البشر، قدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
- 54- محمد حمدان المصالحه، الاتصال السياسي - مقترح نظري تطبيقي-، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 55- محمد سيد محمد، المسؤولية والإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1983.
- 56- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 57- محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009.
- 58- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
- 59- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، 1997.
- 60- محمد على العويني، العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، مصر.
- 61- محمود حسن إسماعيل، التنشئة السياسية، دراسات في دور أخبار التلفزيون، دار نشر للجامعات، القاهرة، 1997.

## قائمة المصادر والمراجع

- 62- محمود علي محمود، أصول الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1986.
- 63- محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية(المدى)، 2011.
- 64- منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، دار المسيرة، الأردن، 2014.
- 65- مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت، 2005.
- 66- ناصر محمد العديلي، السلوك الإنساني والتنظيم في الإدارة، معهد الإدارة العامة، السعودية، د سن.
- 67- النجف الأشرف، مدخل إلى علم السياسة، ط2، دار المعمورة للطباعة والنشر، 2011.
- 68- نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2015.
- 69- ياسين السيد، أزمة العولمة وانهايار الرأسمالية "انهيار المجال العام وصعود المجال المعلوماتي"، دار النهضة، مصر.
- 70- اسماعيل علي، حسن محمد حسن، النظريات والمذاهب والنظم السياسية، دراسات في العلوم السياسية، د م ن، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- 3- المقالات والمنشورات**
- 71- برهان غليون، حول الخيار الديمقراطي "الديمقراطية العربية وجذور الأزمة وأفاق النمو"، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.
- 72- جلال عبدالله معوض، أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي، المستقبل العربي، السنة السادسة، العدد55، سبتمبر1983.
- 73- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، 2003.
- 74- سوسن سكي، سبتي فايزة، "تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي، -المدونات الإلكترونية التعليمية نموذجاً-"، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي، العدد24، 2016.
- 75- الصادق رابح، إعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد08، السنة 2010.

## قائمة المصادر والمراجع

- 76- عادل عبد الصادق، الديمقراطية الرقمية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، 2009.
- 77- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، قضايا استراتيجية، 2011.
- 78- عدلي رضا، أخلاقيات الإعلام في عصر العولمة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد 4، ديسمبر 2009.
- 79- عبد الرحمان عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، الجزائر، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، 1995.
- 80- محمد بن سعود البشر، اسهامات وسائل الاعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي، مجلة الحرس الوطني، العدد 198، الرياض، 1998.
- 81- محمد فلاق، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظورتحليلي"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18 جوان، 2017.
- 82- محمد البخاري، مقدمة في الاعلان والعلاقات العامة الدولية، مقرر جامعي لطلاب مرحلة الماجستير، طشقند، جامعة ميرزة ألوغ بيك القومية الأوزبكية، 2009.
- 83- نسمة أحمد البطريق، سوسيولوجية الاتصال الشخصي والدور الخاص في دول العالم النامي، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام و التعليم والتدريس، مجلة النيل، العدد 39 أكتوبر 1989.
- 84- وليد فتح الله، "دور أساليب الاتصال الإلكتروني عبر الأنترنت في دعم الأنشطة الأكاديمية": دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة الجامعة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 32، ديسمبر/2008.

### 4- الرسائل والأطروحات

- 85- أمين عبد العزيز ذبلان أبودرة، اثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي، رسالة للحصول على درجة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2008.
- 86- بسيوني إبراهيم حمادة، العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام و الجماهير في إثارة و تحديد أولويات القضايا العامة في مصر، دراسة ميدانية و تحليل مضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 198.

- 87- جمال العيفة، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر (29 سبتمبر 2005)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007.
- 88- حامد عبد الماجد السيد، دور السلطة السياسية في تشكيل الرأي العام: دراسة للحالة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد دور العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 1996.
- 89- خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، باتنة، 2018.
- 90- يحيى ابراهيم المدهون، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة في أصول التربية من كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، 2012.
- 91- حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- 92- سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية 2006.
- 93- سعاد عيساني، أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفيسبوك، دراسة تحليلية للمنشورات الالكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2014.
- 94- سهيلة بضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر، دراسة في الاستخدامات والاشباع، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، 2009.
- 95- محمد بوضياف: مستقبل النظام السياسي الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2008.

- 96- فؤادة عبد المنعم البكري، دور الاتصال المباشر في تنمية الوعي الاجتماعي: دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي للجماعات الثقافية و العلمية في مصر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة.
- 97- ليلي بن برغوث، الإعلام المرئي والمشاركة السياسية، تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير إعلام واتصال، جامعة باتنة، 2011.
- 98- محمد صفوت العالم، وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية في النظم السياسية المختلفة، دراسة حالة للانتخابات النيابية في مصر، 1984، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1987.
- 99- محمد بوضياف، مستقبل النظام السياسي الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2008.
- 100- وليد وادي النيل مسعود حجازي، علاقة الاتصال الشخصي بين المراهقين بالمعرفة من الصحف، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام و ثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس. 2000.
- 5- الندوات والملتقيات والمؤتمرات**
- 101- أندرس يونغر، دليل ديجي أكتيف، فاعلية تويتر، محاضرة أقيمت في نوفمبر 2008، مؤتمر الويب الاجتماعي، جامعة سيغان، ألمانيا.
- 102- حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009.
- 103- حمزه أحمد أمين، أهمية التخطيط الاتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات، بحث مقدم في المؤتمر «نحو استراتيجية فعالة للتوعية بأخطار المخدرات وأضرارها، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبدالعزيز، 2011.
- 104- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي، 2011.



## قائمة المصادر والمراجع

- 105- عزة مصطفى الكحكي، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 افريل 2009.
- 106- مها عبد المجيد صلاح، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، ورقة عمل مقدمة للملتقى العربي الأول للصحافة الالكترونية مستقبل وسائل الاعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتتمية الادارية، القاهرة، 27-29 نوفمبر 2010.
- 107- نصر الدين لعياضي، "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو افاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 افريل 2009.
- 6- المقالات عبر المواقع الإلكترونية
- أطلع عليه يوم [www.dsg.ae](http://www.dsg.ae) متوفر على الرابط 108- Arab Social Media Report, Vol.1, No.2 2018/08/13.
- متوفر على الرابط 109- Fenton William، Israel Uses Facebook, Twitter to Blacklist Protesters ، أطلع عليه يوم [www.Pcmag.co](http://www.Pcmag.co) 2018/8/12، التالي.
- 110- <http://acpss.ahram.org.eg/Ahram/2006/11/22/COMM0.HTM>
- 111- Rice, Alexis (2003). Campaigningonline.org 2018/8/15 أطلع عليه يوم
- 112- [www.Mashable.com](http://www.Mashable.com).2018/8/12 أطلع عليه يوم
- 113- بشرى جميل الراوي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، <http://www.alma3raka.net>. اطلع عليه في نوفمبر 2018.
- 114- بن سعيد، مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية، متوفر على الرابط التالي [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)، اطلع عليه يوم 2018/11/18م
- 115- خالد فريد، دور التكنولوجيا الوسائطية في شخصنة السلطة السياسية، منشور في الاتحاد الاشتراكي، 2010/12/08 موقع الكتروني أطلع عليه يوم 2018/11/14، [maghress.com/alittihad/119659](http://maghress.com/alittihad/119659) .
- 116- عبد الله بن موسى الطاير، التنظيمات الارهابية والشباب، صحيفة عاجل الالكترونية [ajel/sa](http://ajel/sa) <https://> أطلع عليه في ديسمبر 2017.
- 117- عزت ابراهيم، فن الاتصال السياسي، [www.ahram.org](http://www.ahram.org). أطلع عليه في نوفمبر 2018.
- 118- كيف استخدم أوباما التنسيق الاجتماعي للفوز؟»، الإقتصادية الإلكترونية، العدد 5775، 3 أغسطس 2009 أطلع عليه يوم 2018/8/12.

- 119- محمد بنهال، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات وللاتجاهات العالمية والعربية، مركز الدراسات والأبحاث في العلوم الاجتماعية، -http://www.cerss- ma.org أطلع عليه في نوفمبر 2017.
- 120- محمد سنوسي، النظام السياسي الجزائري.. مابين حكم الأزمة وضعف المؤسسات.. قراءة لواقع الأزمة الدستورية في الجزائر، موقع الكتروني <https://www.raialyoum.com/index.php> أطلع عليه يوم 2019/05/16.
- 121- المدونات من الاحتجاج الشخصي إلى توجيه الرأي العام، تعليقات مصرية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، العدد 68، 22 نوفمبر 2006، اطلع عليه في ديسمبر 2017.
- 122- نور الدين قريال، الاتصال السياسي والديمقراطية، <http://mhespress/com>، أطلع عليه في نوفمبر 2017.
- 123- يحيى اليحياوي، في تجاذبات العلاقة بين الاعلام والاتصال والسياسة، مركز الجزيرة للدراسات، متوفر على الرابط التالي: [studies.aljazeera.net](http://studies.aljazeera.net) اطلع عليه في نوفمبر 2018.
- 124- مها فالح ساق الله، ماهية الاعلام الجديد، تقرير ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة، قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الاسلامية غزة، متوفر على الرابط التالي: [mahasaqallah.blogspot.com](http://mahasaqallah.blogspot.com) أطلع عليه في جانفي 2017.
- 125- هشام محمد علي، جماعات الضغط، العلاقة المتبادلة مابين الأحزاب السياسية والانتخابات ومنظمات المجتمع المدني، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=93407> اطلع عليه في نوفمبر 2017،
- 126- مقال حول النظم السياسية المعاصرة والنظم السياسية المقارنة، موقع عربي بومدين - العلوم السياسية والعلاقات الدولية، [arbiboumediene.blogspot.com](http://arbiboumediene.blogspot.com)
- 127- النظام السياسي الجزائري - الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والاستراتيجية، <http://www.politics-dz.com>
- 128- *Definition for New Media, High-Tech Dictionary*, <http://www.computeruser.com/resources/dictionary.html>/Accessed/2017.
- 129- Anderson,Paul,"**What is Web 2.0 ? Ideas, Technologies and Implications for education**"a report by JISC Technology and Standards watch, feb, 2007.
- 130- CohenNoam ,the **ToughestQ,sAns ered in the BridfestTweets**, the New York times, Jam 3.2009. [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), 2018.

131- [http://www.gw.utwente.nl/vandijk/research/e\\_government/e\\_government\\_plaatje/models\\_of\\_democracy1.pdf](http://www.gw.utwente.nl/vandijk/research/e_government/e_government_plaatje/models_of_democracy1.pdf)

132- *New Media, Condensed Net Glossary*, <http://www.saila.com/usage/glossary> /Accessed/2017.

133- *New Media, Condensed Net Glossary*, <http://www.saila.com/usage/glossary/> Accessed/2017

134- Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison : Social Network Sites; Definition, History and scholariship, Journal of computer Mediated Communication, vol (13), (1), 2010 online <http://icmc.indiana.edu/vol13issue/boyd.ellison.html>

135- sciencesjuridiques.ahlamontada.net

### ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

136- André Vitalis, *Informatique, pouvoir et libertés .économica, collec :* “politique comparée”, Paris 1981.

137- Bernard Chantebout, **Droit constitutionnel et science politique**, 12<sup>ème</sup> éd. Armond Colin, Paris 1995.

138- Bhuiyan, Serajul, *Social Media and its Effectiveness in the politieal Reform Movement in Egypt*,2011.

139- Mohammed Sarbouti, **Les facteurs, les conditions et les limites de la mobilisation politique au Maroc**,Thèse pour le Doctorat de 3<sup>ème</sup> cycle en sociologie, Université de Bordeaux II 1985.

140- CotteretJean-Marie, *Gouverner c est paraitre* , Paris ,Puf ,2002.

141- Flew Terry ,*New Media ,An Introduction*, Oxford University Press, UK .

142- Gabriel Tard,**L’opinion et la foule** éd. PUF, Collec. “**Recherches politiques**”, Paris 1989.

143- Goodman, Sarah, *Social Media: «the Use of Facebook and Twitter to Impact Palitical Unrest in the Middle East through the pawer of Collaboration*, «a Senior project presented to the faculty of Jaurnalism Department at CalifarniaPlytechnic stat university.2011.

144- Kirkpatrick David, *The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World*, New York, 2010.

145- Larry .L.Barker, **Communication 3 rd Edition**, New Jersey: Prentice-Hall INC, 1984.

146- Lee B.Becker, Maxwell E Mc combs and Jack M.Mcleodn, *The development of political cognitions in Steven Chaffee (Ed) political communication: Issues and stratigies for research* ,London sage publication 1976.

- 147- Mc Nair Brian, *An introduction to political communication*, New York, 1999.
- 148- Omar Aktouf, **Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations** ; une introduction à la démarche classique et une critique (les presses de l'université du Québec; 1987)
- 149- Patrick le Hingé, **Le discours Giscardien**, in «discours et idéologie» (sous dir, J. Chevalier). PUF et CURAPP, Paris 1980.
- 150- Peter Hartley, **Interpersonal Communication**, London and, New York: Routledge, 1933.
- 151- Philippe Parini, *Les institutions politiques* éd. Armond Colin, Paris 1984 .
- 152- Roger Gerard Schwartzberg, *l'Etat spectacle: essai sur et contre le Star système en politique* éd ,Flamarion, Paris ,1977.
- 153- Roland Caprol, *Médias et démocratie : la dérive* éd. Fondations nationale des sciences politiques, Paris, 1997.
- 154- Alan Siaroff: *Comparing Political Regime, a Thematic I,troduction to Comparative Politics*, Broadview press, 2005.
- 155- Sharma Manoj: *Comparative Political and Political Analyisi*, New Delhi, Anmol Pub, 2007



# فهرس الأشكال



## فهرس الأشكال

### فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
27	نموذج يوضح التداخل بين عناصر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	01
31	نموذج كاتز للاستخدامات الإشباعية	02
99	العناصر المشتركة في عملية الاتصال السياسي	03
133	العناصر الأساسية للاتصال السياسي	04
173	العلاقة بين الفضاء الإلكتروني وحركة المواطن	05



# فهرس الجداول



## فهرس الجداول

### فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
40	قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور صحيفة الاستبيان وكذلك لجميع محاور صحيفة الاستبيان	01
41	معامل الثبات (التجزئة النصفية) لكل محور، وكذلك لجميع محاور صحيفة الاستبيان	02
196	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	03
197	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	04
197	يبيّن توزيع المبحوثين حسب متغير المنصب السياسي	05
198	استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف المبحوثين	06
200	كيفية استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغيرات الجنس والسن والمنصب السياسي	07
204	فترات استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية	08
205	الفترات المفضلة لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغيرات الجنس، السن والمنصب السياسي	09
207	الوقت المخصص لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف المبحوثين	10
209	الوقت المخصص لاستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغير الجنس والسن	11
211	نوع الشبكات الاجتماعية الرقمية المستخدمة من طرف المبحوثين	12
212	نوع الشبكات الاجتماعية الرقمية الأكثر استخداما حسب متغيرات الجنس والسن	13
214	مدة استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية	14
215	نوع أصدقاء المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية	15
216	نشر المواضيع على شبكات التواصل الاجتماعي	16
217	نوع المواضيع المنشورة عبر صفحات الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف المبحوثين	17
218	الأشخاص الذين يشاركونهم المبحوثين منشوراتهم على صفحاتهم في الشبكات الاجتماعية الرقمية	18
219	كيفية التعبير عن آراء الأصدقاء على مواضيع منشورات المبحوثين	19



## فهرس الجداول

220	مدى إلغاء الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية بوجود الشبكات الاجتماعية الرقمية.	20
221	سبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى	21
223	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى	22
224	الدافع من استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الرقمية	23
227	المواضيع السياسية على الشبكات الاجتماعية الرقمية	24
228	مدى انعكاس التوجه السياسي لأصحاب الصفحات الاجتماعية الرقمية على مستوى المنشورات السياسية	25
229	مدى توفير المعلومات السياسية في الشبكات الاجتماعية الرقمية	26
230	مصادر توفير المعلومات السياسية للمبحوثين	27
232	الإشباع المعرفية التي تحققها الشبكات الاجتماعية الرقمية	28
234	الإشباع النفسية التي تحققها لك الشبكات الاجتماعية الرقمية	29
236	الإشباع الاجتماعية التي تحققها الشبكات الرقمية	30
238	درجة الاعتماد على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية	31
239	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اعتماد المبحوثين على الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقل واستقاء المعلومات السياسية	32
240	درجة الثقة في مضمون المعلومات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية حول القضايا الراهنة	33
241	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة الثقة بمضمون الشبكات الاجتماعية الرقمية	34
242	مدى دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل المواقف السياسية	35
244	المواقف السياسية المتشكلة جراء استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية	36
246	انعكاس الخلفية الحقيقية للحياة السياسية السائدة في مواضيع الشبكات الاجتماعية الرقمية.	37
248	مدى خضوع المنشورات الالكترونية للشخصيات السياسية للرقابة من طرف الجهات الحكومية	38
249	الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية يزيد في تفعيل التواصل بين السلطة والجمهور	39

## فهرس الجداول

250	مدى تعويض الاتصال السياسي التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية للاتصال السياسي المواجهي	40
252	ملامح تعويض الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية الاتصال السياسي التقليدي	41
254	أساليب الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي	42
256	تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية نحو استخدامات وسائل الإعلام الأخرى	43
258	مدى تأثير مطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية على قرارات السلطة السياسية	44
259	مظاهر تأثير مطالب الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية على قرارات السلطة السياسية	45
261	دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في الاتصال السياسي	46
263	ملامح وعلامات نجاح الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي	47
266	المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية	48
267	المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية حسب متغيرات الجنس السن والمنصب السياسي	49



# فهرس المحتويات



## فهرس المحتويات

### فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
-	الواجهة
-	البسمة
-	شكر وعران
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
09	1- الإشكالية
13	2 - تساؤلات الدراسة
13	3- فرضيات الدراسة
14	4- أسباب دراسة الموضوع
15	5- أهداف الدراسة
16	6- أهمية الدراسة
17	7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
24	8- النظريات المؤطرة للدراسة
33	9- نوع الدراسة.
24	10- منهج الدراسة
35	11- أدوات الدراسة
37	12- اختبار صدق استمارة الاستبيان
39	13- حساب ثبات أداة الدراسة
41	14- طرق تفرغ وتحليل البيانات
42	15- مجتمع البحث
43	16- عينة الدراسة
46	17- الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: الاتصال السياسي وعلاقته بتكنولوجيا الاتصال الحديثة</b>	
59	تمهيد
60	أولا/ وسائل الاعلام الجديدة نموذج إعلامي جديد
61	1- خصائص الوسائل الإعلامية الجديدة
64	1-1 مركزية الإعداد (المصدر)

## فهرس المحتويات

65	1-2 المحتوى (الرسالة)
65	1-3 التوزيع (الوسيلة)
66	1-4 التلقي
66	1-5 الاستجابة
67	2- الشبكات الاجتماعية الرقمية انطلاقة نحو التغيير
68	3- مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية
69	4- خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية
70	5- أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية
75	6- مداخل نظرية لفهم خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية
81	7- الشبكات الاجتماعية الرقمية في الدول العربية
84	8- المدونات الالكترونية وعلاقتها بالنشاط السياسي
91	9- الشبكات الاجتماعية الرقمية محرك الثورات العربية
95	ثانيا/ الإتصال السياسي
95	1- ظهور و تطور الإتصال السياسي
99	2- العناصر الأساسية المشتركة في عملية الاتصال
99	2-1 الدوائر السياسية
100	2-2 الأحزاب السياسية
103	2-3 منظمات المجتمع المدني
103	2-4 جماعات الضغط
104	2-5 التنظيمات الإرهابية
106	2-6 الجمهور
107	2-7 وسائل الإعلام والاتصال
109	3- العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي
109	3-1 خصائص النظام السياسي
111	3-2 طبيعة النظام الإعلامي
112	3-3 العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية
114	4- مستويات الاتصال السياسي
115	4-1 مستويات الإتصال السياسي حسب عدد المشاركين
118	4-2 مستويات الإتصال السياسي من حيث إتجاه الرسالة
119	4-3 مستويات الإتصال السياسي حسب رسمية القنوات

## فهرس المحتويات

120	5-الاتصال السياسي في العالم العربي
122	ثالثا/ الاستخدام السياسي لوسائل الإعلام الجديدة
122	1-علاقة الاتصال بالسياسة
126	2- وسائل الإعلام الجديدة وتفعيل النشاط السياسي
129	3- تأثير وسائل الإعلام الجديدة على النظام السياسي
140	الخلاصة
<b>الفصل الثالث : الدور السياسي لوسائل الإعلام الجديدة</b>	
142	<b>تمهيد</b>
143	أولا/ الوظائف السياسية لوسائل الإعلام الجديدة
143	1- الوظيفة الإخبارية
145	2- التنشئة السياسية
148	3- مؤسسات وقنوات التنشئة السياسية
148	3-1 الأسرة
149	3-2 جماعات الرفاق
150	3-3 المؤسسات التعليمية
150	3-4 المؤسسات الدينية
151	3-5 الأحزاب السياسية
152	3-6 وسائل الإعلام
152	4- أهداف عملية التنشئة السياسية
152	4-1 تنمية المعرفة السياسية
152	4-2 المشاركة والاندماج في الحياة السياسية
154	4-3 التسويق السياسي
158	<b>ثانيا/مكانة وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي</b>
158	1- رهانات العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والاتصال السياسي
163	2- الفضاء الالكتروني و بروز نمط الرأي العام الالكتروني
165	3- الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على أنماط الديمقراطية والمواطنة
167	3-1 ديمقراطية الزبون
168	3-2 الديمقراطية الصاعدة
168	3-3 الديمقراطية غير الحزبية
169	3-4 ديمقراطية الوصول المباشر

## فهرس المحتويات

169	3-5 الديمقراطية التداولية
170	3-6 الديمقراطية الاستباقية
173	4- التحول السياسي كأحد مظاهر التحول الديمقراطي
177	5- التكنولوجيا الواسطية وتأثيرها في الفواعل السياسية
181	6- الوسائط الاتصالية كقناة لتسويق القرار العام
186	خلاصة
<b>الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة</b>	
188	تمهيد
189	أولا/ الأنظمة السياسية وعلاقتها بوسائل الاتصال الجماهيرية
194	ثانيا/ النظام السياسي الجزائري
195	ثالثا/ نتائج الدراسة الميدانية
195	1-البيانات الشخصية
198	2- عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية
220	3- دوافع استخدام السياسيين للشبكات الاجتماعية الرقمية والإشباع المحققة من ذلك
238	4- دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي
256	5- الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية وتفعيل الاتصال السياسي
270	التحقق من فرضيات الدراسة
275	النتائج العامة للدراسة
278	الخاتمة
280	قائمة المراجع
293	فهرس الأشكال
295	فهرس الجداول
299	فهرس المحتويات
304	الملاحق
-	الملخص



# الملاحق





الملحق رقم 01

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

استمارة استبيان في إطار دراسة بعنوان:

## وسائل الإعلام الجديدة واستخداماتها في الاتصال السياسي

دراسة مسحية على عينة من السياسيين الجزائريين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اعلام واتصال

بعد التحية والتقدير

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني فالرجاء منكم الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية، بوتأكدوا أن جميع المعلومات المدلى بها من طرفكم لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي وستحظى بالسرية التامة.

نرجوا تعاونكم ولكم جزيل الشكر

ملاحظة:

\*ضع علامة (x) داخل مربع الإجابة المختارة

إشراف الأستاذ الدكتور:

داود جفاقله

إعداد الطالبة:

أمينة عطاء الله

السنة الجامعية

2020/2019

البيانات الشخصية

1-الجنس:

□ - ذكر □ - أنثى □

2-السن :

□ - [ من 25 - 35 ]

□ - [ من 36 - 45 ]

□ - [ من 46 فما فوق ]

3-المنصب السياسي:

□ - عضو في حزب

□ - منتخب محلي

□ - نائب برلماني

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام السياسي الجزائري للشبكات الاجتماعية الرقمية

1 - كيف تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

يمكن اختيار أكثر من اجابة

□ - يوميا □ - أحيانا □ - نادرا □

2 - ما هي الفترات المفضلة لديك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

يمكن اختيار أكثر من اجابة

□ - صباحا □ - مساء □ - ليلا □

3 - كم تخصص من وقت لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

□ - [ من نصف ساعة إلى ساعة ]

□ - [ من ساعة إلى ساعة و نصف ]

□ - [ من ساعة و نصف فما فوق ]

4 - ما نوع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟

□ - فيسبوك

□ - تويتر

□

- يوتيوب

أخرى أذكرها:.....

5- منذ متى وأنت تستخدمها؟

-سنتين

-ثلاث سنوات

-أكثر من أربع سنوات

6- ما نوع أصدقاؤك على شبكات التواصل الاجتماعي؟

-أصدقاء غير سياسيين

-زملاء سياسيون

-أقارب

أخرى أذكرها.....

7- هل تقوم بالنشر على صفحتك الخاصة:

نعم

لا

8- ما نوع المواضيع المنشورة؟

-اجتماعية

-سياسية

-ثقافية

-عامة

9- مع من تشارك المواضيع التي تنشرها؟ :

-مع الأقارب والأصدقاء

-مع زملائك السياسيين

-مع الجمهور

-لا تشارك أحد

10- كيف يتم التعبير عن آراء أصدقاؤك على مواضيع منشوراتك؟

-يكتفون بوضع رموز تعبيرية

-التعليق على المنشور

## الملاحق

-مناقشتك في الموضوع

-مشاركة الموضوع على صفحاتهم الخاصة

-أخرى اذكرها:

### المحور الثاني: دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية والاشباعات المحققة

11- هل ألغت الشبكات الاجتماعية الرقمية الاعتماد على الوسائل الاعلامية التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية؟

- نعم

- لا

12- إلى ما يعود سبب تفضيلك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- مصداقية المعلومات

-مراعاة اهتمامات الجمهور

-معالجة المواضيع بشكل موضوعي وجدي

-وسيلة فعالة للتواصل مع السياسيين والمواطنين

- المشاركة والتفاعل مع الموضوعات السياسية

- أخرى أذكرها

13- ما الدافع من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟ يمكن اختيار أكثر من اجابة

- الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا السياسية

- مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة

-متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي و الدولي

- الترويج والتسويق السياسي

-جذب انتباه الجمهور

- كسب التأييد السياسي

- التواصل ومناقشة القضايا مع السياسيين

## الملاحق

- التعريف بالقضايا السياسية للمتابعين

- ترقب آراء شخصيات سياسية تهتمك

- مسايرة العصر

- أخرى أذكرها

.....

14- ما هي المواضيع السياسية الأكثر تفضيلاً لديك في شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- المواضيع والقضايا السياسية الجزائرية

- المواضيع والقضايا السياسية الإقليمية والعربية

- المواضيع والقضايا السياسية العالمية

- أخرى أذكرها

.....

15- تعكس المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي الفكر السياسي المنتهج

لأصحابها وتحاول فرضه على المستخدم حسب تتبعك :

- محايد

- معارض

- موافق

16- توفر شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها جميع المعلومات السياسية التي

تهتمك :

- لا

- نوعاً ما

- نعم

17- في حالة الإجابة بـ (نعم) أو (نوعاً ما) إلى ما تلجأ ؟

- علاقات مع شخصيات سياسية أخرى

- وسائل إعلام تقليدية

- استغلال منصبك السياسي

- أخرى أذكرها

.....

18- ما هي الإشاعات المعرفية التي تحققها لك شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- زيادة المعلومات السياسية

## الملاحق

- زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي العام

- ازالة الغموض المعرفي السياسي

- التعرف على القضايا والأحداث السياسية الجارية

-أخرى أذكرها

.....

19- ما هي الاشباعات النفسية التي تحققها لك شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- تخفيف التوتر الناتج عن ضغوط الحياة

- التخلص من الطاقة السلبية

-الهروب من الحياة اليومية

-الشعور بالمتعة والسعادة

-الرغبة في الراحة والاسترخاء

-أخرى أذكرها

.....

20- ماهي الاشباعات الاجتماعية التي تحققها لك شبكات التواصل الاجتماعي :

- الاندماج الاجتماعي مع المحيط الخارجي

-كسب المكانة المرموقة في المجتمع

- كسب التأييد والمساندة

- التميز عن الاخرين

المحور الثالث: دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تفعيل الاتصال السياسي لدى

السياسيين الجزائريين؟

21 - ما درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي في نقل واستقاء المعلومات السياسية؟

ضعيفة

متوسطة

كبيرة

22 - ما درجة ثقتك بمضمون المعلومات السياسية التي تتلقاهامن شبكات التواصل الاجتماعي حول القضايا الراهنة ؟

ضعيفة

متوسطة

كبيرة

## الملاحق

23- هل لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تشكيل مواقفك السياسية ؟

نعم  لا

24- في حالة الإجابة بـ ( نعم ) ما نوع هذه المواقف ؟

- تغيير موقف تجاه قضايا وشخصيات سياسة معينة
- اكتشاف مصادر اخبار سياسية جديدة
- الحصول على أكثر من رأي حول نفس القضية
- دعم القضايا التي تهتم مستخدمي مختلف الشبكات الاجتماعية
- التنديد للقضايا التي تتعارض مع اهتمامات المستخدمين
- أخرى أذكرها

25 - المواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تعكس الخلفية الحقيقية للحياة السياسية السائدة؟

موافق  معارض  محايد

26- تخضع المنشورات السياسية للشخصيات السياسية للرقابة من طرف السلطات المعنية؟

نعم  لا

27- الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يزيد في تفعيل التواصل بين السلطة والشعب

موافق  معارض  محايد

28- عوض الاتصال السياسي التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي الاتصال السياسي المواجهي

نعم  لا  نوعا ما

29- ما هي ملامح تعويض الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية الاتصال السياسي التقليدي؟

- يزيد من امكانية المشاركة
- يفتح المجال للفئة الصامتة للتعبير عن آرائها
- يوفر اكبر عدد من المتابعين

أخرى اذكرها:

30- ماهي الاساليب التي تستخدمها شبكات التواصل الاجتماعي لتفعيل الاتصال السياسي

- نشر الصور والفيديوهات التي تعبر عن بعض المواقف السياسية
- نشر مقالات النشطاء السياسيين الالكترونيين
- التعبير عن المواقف بالمنشورات القصيرة المكتوبة
- عرض مختلف القضايا لتي تمت مناقشتها في البرلمان
- تمكين الجمهور من التواصل مع السياسيين

أخرى اذكرها:

المحور الرابع/ الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في تعزيز دور المواطن في القرارات السياسية

31- ما تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية على وسال الاعلام الاخرى؟

- بديلا عن التلفاز كمصدر للأخبار
- بديلا عن المواقع الالكترونية
- بديلا عن الصحف
- بديلا عن الاذاعات
- لا تعتبر بديلا

32- في رأيك هل لمطالب الشعب عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقع على قرارات السلطة السياسية؟

- نعم  - لا

33- في حالة الإجابة ب (نعم) كيف ذلك ؟

- السلطة تستقبل هذه المطالب وتستجيب لها لأنها حق
- السلطة مجبرة على تقبل هذه المطالب لأنها نشرت عبر شبكات التواصل الاجتماعي
- السلطة تستخدم هذه الوسائل للحصول على مطالب الشعب
- أخرى أذكرها



## الملاحق

34- ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي ؟

- التوعية السياسية والثقافية

- تشكيل رأي حول قضايا سياسة

- دعم الآراء السائدة

- تفعيل الاتصال والتواصل بين السياسيين والمواطنين

- تسهيل التواصل مع السياسيين

- التعريف بالقضايا والشخصيات السياسية

- دور سلبي

-أخرى أذكرها

35- ماهي علامات نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال السياسي ؟

-زيادة عدد المهتمين بالقضايا السياسية

-اهتمام المؤسسات والشخصيات السياسية بشبكات التواصل الاجتماعي

- تأثير النشطاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في قرارات السلطة الحاكمة

-زيادة وعي مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالموضوعات السياسية

- التعرف على الشخصيات السياسية

- امكانية مناقشة القضايا السياسية بشكل فعال

أخرى اذكرها:

36- في رأيك ما هي المواضيع السياسية التي تلقى اهتماما كبيرا في مواقع التواصل

الاجتماعي؟

- المعارضة للنظام السياسي

- المؤيدة للنظام السياسي

- المحايدة

شكرا على تعاونكم

الملحق رقم 02

الصفحة الرسمية لحزب  
جبهة التحرير الوطني  
@PFLN.Officielle

Accueil  
Publications  
Photos  
Vidéos  
Avis  
À propos  
Communauté

Créer une Page

J'aime déjà ▾  
Déjà abonné(e) ▾  
Partager ...

Envoyer un message

Écrivez une publication...

2,9 2,9 sur 5 - Selon l'avis de 66 personnes

Communauté Voir tout

Invitez vos amis à aimer cette Page

11 507 personnes aiment ça

11 840 personnes suivent ce lieu

Publications

الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني

الملحق رقم 03

الصفحة الرسمية

التجمع الوطني الديمقراطي  
RND  
RASSEMBLEMENT NATIONAL DÉMOCRATIQUE

الكتلة البرلمانية

الكتلة البرلمانية للتجمع  
الوطني الديمقراطي  
@RND.PARLEMENT2017

Accueil

Avis

À propos

Vidéos

Photos

Publications

Communauté

Créer une Page

J'aime déjà ▼

Déjà abonné(e) ▼

Partager

...

Envoyer un message

4,3 4,3 sur 5 - Selon l'avis de 39 personnes

Recommandé par 11 personnes

الله اكبر - اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَىٰ آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلَّمَ  
26 février

يا حبيب الله المساعدة في نشر نطق واسع  
بجيش محمد الأمين صالح من ولاية غرداية وذا نشو 02 حي ...  
Afficher la suite  
12 février

À PROPOS الكتلة البرلمانية للتجمع الوطني الديمقراطي

https://www.facebook.com/RND.PARLEMENT2017/

الملحق رقم 04

The image shows the Facebook profile of the National Democratic Rally (RND) in Algeria. The profile picture is a circular logo with the party's emblem and the text "التجمع الوطني الديمقراطي" and "RND". The cover photo is a large graphic of the party's emblem, a green tree with a red star and crescent, set against a background of the Algerian flag. The text on the cover photo reads "التجمع الوطني الديمقراطي" and "RASSEMBLEMENT NATIONAL DÉMOCRATIQUE". Below the cover photo, there are buttons for "J'aime déjà", "Déjà abonné(e)", "Partager", and "Envoyer un message". The left sidebar contains navigation tabs: "Accueil", "À propos", "Photos", "Vidéos", "Publications", and "Communauté". Below the "Photos" tab, there is a photo of the party's emblem with the text "R.N.D" and "أمل - عمل - تضامن".

التجمع الوطني الديمقراطي  
RND  
@rd.algerie

التجمع الوطني الديمقراطي  
RASSEMBLEMENT NATIONAL DÉMOCRATIQUE  
٠٧٠:٧ ٠٢/٠:٧ +:٧٨:٧

Accueil  
À propos  
Photos  
Vidéos  
Publications  
Communauté

J'aime déjà  
Déjà abonné(e)  
Partager  
Envoyer un message

Photos  
R.N.D  
RASSEMBLEMENT NATIONAL DÉMOCRATIQUE  
R.N.D  
أمل - عمل - تضامن

التجمع الوطني الديمقراطي  
٠٧٠:٧ ٠٢/٠:٧ +:٧٨



# ملخص الدراسة



## الملخص:

- تتناول هذه الدراسة موضوع "وسائل الاعلام الجديدة واستخداماتها في الاتصال السياسي" غرض الإجابة عن الإشكالية تستقصي أساسا الاستخدام، اي كيف تستخدم هذه الوسائل -ونخص بالذكر هنا الشبكات الاجتماعية الرقمية- في الأغراض السياسية واثراء الوعي السياسي لدى السياسيين والجمهور حيث فككت الاشكالية لمجموع تساؤلات حول عادات وأنماط الاستخدام، الدوافع والاشباع، ومدى الاعتماد على هذه الوسائل في الاتصال والتواصل السياسيين ومن ثم علاقة المتغيرات السيسولوجية للمبحوثين بنوع وحجم الاستخدام للشبكات الاجتماعية الرقمية.

وقد افترضنا الاعتماد والاستخدام اليومي كفرضية رئيسية وندعمها بأخرى تقضي ان السياسيين يستخدمون الشبكات الاجتماعية الرقمية للتسويق والترويج لسياساتهم وكسب تأييد الشعب لهم، في حين نفترض في اخرى أن الشبكات الاجتماعية الرقمية اليوم تعزز من دور المواطن في صنع القرارات السياسية. وتتلخص اسباب اختيار الموضوع في الاهمية التي تتم عنها مفردات العنوان: وسائل الاعلام الجديدة ك مجال مستحدث، الاتصال السياسي باعتباره يحتوي اقوى المعلومات واثقلها خاصة في الساحة الاعلامية، السياسيين الجزائريين باعتبارهم الأقرب الى المحتوى السياسي، والاهم من ذلك الاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية الرقمية التي باتت الملاذ الوحيد للتعريف بالأفكار والايديولوجيات السياسية لدى أغلبية السياسيين.

تباعا فان الاتجاه ذاته كان قد اقر طبيعة الادوات المستخدمة في الدراسة، بغض النظر عن منهج المسح الوصفي الذي تستدعيه طبيعة الموضوع وتقتضيه الاجابة عن الاشكالية من هذا النمط، باستخدام أداتي الاستبيان والملاحظة بدون مشاركة، واختيار العينة العرضية لتناسبها مع طبيعة الموضوع محاولة في ذلك توضيح طبيعة الاستخدام السياسي لوسائل الاعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية الرقمية ومدى المساهمة في اثراء الوعي السياسي العام بالتشكيل او التغيير أو التعديل او التدعيم، وعليه تم اعتماد نظريتين في هذه الدراسة لتوضيح هذا الاستخدام.

هذا وقد اسفرت الدراسة عن جملة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

توصلت الدراسة الى أن السياسي الجزائري يستخدم الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل يومي تقريبا وذلك للانتشار الواسع والكثيف لهذه الوسائل لدى مختلف فئات المجتمع بالإضافة الى سهولة استخدامها في أي وقت وحين، ويبلغ معدل الوقت المخصص لاستخدام السياسيين الشبكات الاجتماعية الرقمية من

ساعة الى ساعتين كأقصى حد. وإن ابرز محدد أو متغير يؤثر في عادات وأنماط استخدام السياسي للشبكات الاجتماعية الرقمية هو الجنس والسن وبدرجة اقل المنصب السياسي.

تعود دوافع الإقبال على الشبكات الاجتماعية الرقمية لدوافع معرفية بالدرجة الأولى، تليها النفسية ثم الاجتماعية. حيث تعتبر المواضيع والقضايا السياسية الوطنية من أكثر المواضيع تفضيلا في الشبكات الاجتماعية الرقمية، نظرا لنشاط الوضع السياسي الجزائري في الآونة الأخيرة بدرجة لافتة للانتباه على الصعيد العربي والعالمي.

بينت النتائج أن السلطة السياسية تستقبل مطالب الجمهور المنتشرة عبر الوسائط الالكترونية الجديدة والتي لقت اهتماما كبيرا داخل المجتمع الجزائري والتفاف الرأي العام حولها، لأنها حق مفروض من حقوقهم المنصوص عليها في القانون العام للدولة.

وعلى الرغم من أن أغلبية السياسيين يستخدمون يوميا الشبكات الاجتماعية الرقمية، إلا أن هذه الأخيرة لا يتم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة، ولا تعتبر وسيلة ذات أولوية من حيث عملية الحصول على المعلومات، وإنما درجة اعتمادهم عليها تبقى متوسطة -حسب ما أكدته نتائج الدراسة- رغم انتشارها الواسع في جميع المجالات السياسية وبين جميع فئات المجتمع، بحيث تعتبر العلاقات الشخصية للسياسيين ووسائل الاعلام الأخرى والاعتماد على مناصبهم السياسية المصادر الأكثر تفضيلا واعتمادا لدى السياسيين الجزائريين.

## **Abstract:**

This study deals with the topic "New media and its uses in political communication". The purpose of answering the problem mainly explores the use, that is, how these methods are used - especially mentioning digital social networks - for political purposes and enriching political awareness among politicians and the public, as the problem has been broken up for a total of questions about Habits and patterns of use, motives and gratification, and the extent of dependence on these means for political communication and communication, and then the relationship of the sociological variables of the respondents to the type and size of use of digital social networks.

We assumed adoption and daily use as a main hypothesis and we support it with another that states that politicians use digital social networks to market and promote their policies and win people's support for them, while in others we assume that digital social networks today enhance the citizen's role in making political decisions.

The reasons for choosing the topic are summarized in the importance that the title vocabulary expresses: new media as a new field, political communication as it contains the strongest and most powerful information, especially in the media field, Algerian politicians as the closest to political content, and most importantly, the extensive use of digital social networks that have become the only resort to introduce political ideas and ideologies to the majority of politicians.

Consequently, the same trend had approved the nature of the tools used in the study, regardless of the descriptive survey method required by the nature of the topic and required to answer the problematic of this type, using the questionnaire and observation tools without participation, and choosing the cross-section to suit it with the nature of the topic in an attempt to clarify the nature The political use of new media and digital social networks and the extent to which they contribute to enriching public political awareness. Formation, change, modification, or consolidation, and therefore two theories have been adopted in this study to explain this use.



This study resulted in a number of results, the most important of which we mention below:

The study concluded that the Algerian politician uses digital social networks on an almost daily basis, due to the widespread and intensive spread of these media among different groups of society in addition to their ease of use at any time and time. The average time allocated to politicians using digital social networks is from one to two hours as a maximum. The most prominent determinant or variable affecting the habits and patterns of a politician's use of digital social networks is gender, age and, to a lesser extent, the political position.

Motivation for digital social networks is primarily cognitive, followed by psychological and social ones. Where national political issues and issues are considered one of the most preferred topics in digital social networks, given the activity of the Algerian political situation in recent times with a degree of attention at the Arab and international levels.

The results indicated that the political authority receives the demands of the public spread through the new electronic media, which have received great attention within the Algerian society and the public opinion wrapped around it, because it is an imposed right from their rights stipulated in the general law of the state.

Although the majority of politicians daily use digital social networks, the latter are not highly relied upon, nor are they considered a priority method in terms of the process of obtaining information, but the degree of their dependence on them remains medium - according to the results of the study - despite its spread. It is broad in all political fields and among all groups of society, so that the personal relationships of politicians and other media and the dependence on their political positions are the most preferred and dependent sources for Algerian politicians.