

الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة Political Communication in the New Medi

ط د/ أمينة عطاء الله¹، أ د/ داود جفافلة²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر

Mail : aminaattalah31@gmail.com

² جامعة محمد خيضر بسكرة،

Mail : d.djefaflla@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/11/07

تاريخ الاستلام: 2019/09/12

المؤلف المرسل: أمينة عطاء الله

aminaattalah31@gmail.com

الملخص:

نحاول من خلال هذه الدراسة الكشف عن طبيعة العلاقة التي تربط بين عناصر الاتصال السياسي وإبراز مكانة وسائل الإعلام الجديدة كحلقة قوية في العلاقة، حيث لا يمكن تصور المكانة التي يحتلها الفضاء السياسي في الوقت الراهن من دون وجود وسائل إعلام واتصال بما فيها الشبكات الاجتماعية الرقمية، هذه الأخيرة كثيرا ما أجبرت رجال السياسة على تعديل علاقاتهم مع الجمهور والأخذ بعين الاعتبار ردود أفعال الرأي العام وآماله.

وقد انطلق الباحثان من مبدأ العلاقة المركبة والبراغماتية التي تربط عناصر الاتصال السياسي ومن فرضية أن السياسة تقلصت إلى اتصال حيث أصبح هدف العملية السياسية هو كسب ود وتأييد وسائل الإعلام بما فيها الوسائل الجديدة. ومن نتائج الدراسة الوصفية لواقع العلاقة بين عناصر الاتصال السياسي أن الممارسة السياسية الراهنة قد خضعت إلى تعديلات ملموسة بفعل قوة وسائل الاعلام الجديدة. الكلمات مفتاحية: وسائل الإعلام الجديدة؛ الاتصال السياسي؛ الرأي العام؛ الممارسة السياسية.

Abstract:

In this study, we try to uncover the nature of the relationship between the elements of political communication and to highlight the status of the new media as a strong link in the relationship. It is impossible to imagine the place occupied by the political space at present without the existence of media and communication, These institutions often forced politicians to modify their relations with the public and to take into account the reactions and hopes of public opinion.

The researchers started from the principle of the complex and pragmatic relationship that links the elements of political communication with the hypothesis that politics has been reduced to communication, where the goal of the political process has been to win and support the media, including new means, and often to neutralize them. One of the results of the descriptive study on the reality of the relationship between the elements of political communication is that the current political practice has been subject to significant changes due to the power of the new media.

Keywords: New media ; Political communication ; Public opinion, Political practice.

مقدمة:

ليس من القائم 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.

وتعتبر وسائل الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، 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 مهم في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي و السياسي والثقافي وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الأفراد بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الفرد، فأصبح من الضروري اليوم توجيه الاهتمام إلى الوسائط الالكترونية والوسائل الحديثة التي فرضت نفسها بشكل أو بآخر كبديل لوسائل الاتصال الجماهيري في رصد ونقل المعلومات بالشكل الفوري والمتسارع . وبناء على هذا الطرح يبرز السؤال المركزي التالي:

ماهي أبعاد تحول وسائل الإعلام الجديدة من وسائل تقنية اجتماعية إلى وسائل إعلام مرتبطة بالحدث السياسي؟

فرضية الدراسة

تنطلق الدراسة من فرضية رئيسية وهي:

تكمن قوة وسائل الإعلام الجديدة في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، وإعطاء مكانة للحدث السياسي داخل المجتمع دون التعرض للقيود السلطوية السياسية، خاصة في فترة التحولات والأحداث السياسية. أهمية الدراسة

ترتبط أسباب طرح هذا الموضوع للدراسة والمساءلة العلمية بالتطورات الهائلة التي تعرفها المجتمعات المعاصرة في كل مناحي الحياة السياسية والاجتماعية والإعلامية وبروز مؤشرات جديدة تميز الديمقراطيات الحديثة في نظرتها لمكانة المواطن والرأي العام الذي يحمله ومكانة الإعلام بشتى أطيافه ووسائله وقنواته في توصيل هذا الرأي بكل شفافية وديمقراطية إلى صاحب القرار السياسي، فالرأي العام يستمد قوته ووجوده على ارض الواقع من خلال اهتمام القيادة والتنظيمات السياسية و تمثيل وسائل الإعلام له، فالصورة التي تقدمها المنابر الإعلامية المختلفة عن العوامل المحيطة بسمات وحركات الرأي العام نحو مختلف القضايا التي تعرفها فصول الحياة اليومية الخاصة به يمكن أن تتعارض مع الصورة النمطية التي تبحث عن تحقيقها القيادة السياسية.

ولذلك يكون اهتمام وسائل الإعلام بتقوية جبهة التمثيل الرسمي (رجال السياسة) وجبهة التمثيل غير الرسمي (الرأي العام) خاضعا لأجندات عناصر الاتصال السياسي وخاصة مضمون الخطاب السياسي والإيديولوجي والأهداف الإستراتيجية لكل طرف من أطراف العملية، حيث تتشكل هذه الحلقة القوية من خلال الاهتمام بإبراز الآراء بكل حرية والبحث عن الحلول والبدائل وهذا ما يمثل مركز الثقل والضغط الذي تواجهه وسائل الإعلام الجديدة بشكل دوري. ومن هنا يهدف هذا البحث إلى الكشف عن الآليات والوسائل التي تسمح بتنشيط وتكثيف العملية الاتصالية مع الرهانات التي تعرفها العملية السياسية في الفضاء العمومي الذي يطغى عليه الطابع الجدلي والمنافسة الشديدة على من يقود ويتحكم في فواعل المجتمع ومنها الرأي العام ووسائل

الاتصال السياسي في وسائل الإعلام الجديدة

الإعلام الجديدة، هذه الأخيرة يمكن أن تكون قوة فعلية في الفضاء المجتمعي والسياسي إذا توافرت لها البيئة السياسية والقانونية والاتصالية المناسبة.

1. وسائل الاتصال الحديثة نموذج اعلامي جديد

يعرف قاموس التكنولوجيا الحديثة وسائل الإعلام الجديدة بأنها اندماج الكمبيوتر وشبكاتة والوسائط المتعددة مع الإعلام التقليدي، (High-Tech 2017 Dictionary) 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 الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، التلفزيون الرقمي والانترنت، 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. Condensed Net Glossary, (2017)

وسائل الإعلام الجديدة مصطلح انتشر حديثا في الدراسات الإعلامية للدلالة على اندماج وسائل الإعلام التقليدية التلفاز، الراديو، والصحف، مع تقنيات الحاسوب والبرمجيات الإلكترونية، والانترنت تمكن من الحصول على المادة الإعلامية في أي وقت ومن أي مكان، باستخدام الوسيلة المناسبة والتي قد تكون جهاز حاسوب ، أو هاتفًا(Terry, p13).

وتعرف أيضا 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 فتى مراهق مخصصة لأخبار الفن هو مثال جيد يمكن أن يساق للتعريف بوسائل الإعلام الجديدة(Condensed Net Glossary, 2017)

ويمكن اعتبارها على حد قول الباحث الصادق رابع نتاجا للتزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والرؤى الاجتماعية، بصبغته الديمقراطية، وانفتاحه، وتكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة، ويتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط التقليدية، وإلا أنه يتجاوزها إلى صيغ أكثر تجديدا، وجماعية، فهو يشمل جمع المعلومات، والتحقق منها، وغربلتها، معتمدا في ذلك على صيغ جماعية الفعل، ومنها المدونات، والموسوعات، والشبكات الاجتماعية، والمنتديات. (الصادق، 2010، ص 226)

وسائل الإعلام الجديدة ليست بثًا أحاديًا وتلقياً إجباريًا 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 أدوارًا جديدة كليًا لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديته حيث تتميز وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصيص، والجماهيرية، وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن مثل الإعلام حسب الطلب (رابع، 2008، ص 52، 51)

2.مدخل مفاهيمي للاتصال السياسي

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 (Behavioriste) 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، (بن خرف الله، 2003، ص 62) وهكذا تم دحض نظرية الحقنة تحت الجلد التي طبعت بحوث الاتصال في الثلاثينيات والأربعينيات مع كل من هارولد لاسويل (Harold Laswell) و بول لازارد سفيلد (Paul Lasardsfeld)، وفي نفس السياق يعرف دوبول زولا (Depaul Zola) الاتصال السياسي كنوع من نشاط بعض المؤسسات المكلفة بتوزيع الإعلام والاتجاهات المتعلقة بالشؤون الحكومية (بن

خرف، 2003، ص 62). 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 ما بين المؤسسات الحكومية والسلوك السياسي لدى المواطنين، فالاتصال السياسي هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائلون 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 (حمدان، 2002، ص 13).

وبخصوص تعريف الاتصال السياسي على أنه نشاط اتصالي فقد تعددت التعريفات والآراء بشأنه ف "جون ميدو" (Jean Mideau) 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" (البشر، 1997، ص 15).

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 وأشكال الاتصالية الأخرى التي قد تدخل ضمن الرموز والرسائل مهما كان شكلها في عملية الاتصال السياسي عكس ما قدمه دانتون (Denton) الذي حصر التعريف في "المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع"، (البشر، 1997، ص 16) ولم يتطرق إطلاقاً إلى الأشكال أو الأنواع الاتصالية الأخرى رغم أنها تكتسي أهمية كبيرة في فهم واستيعاب العملية السياسية بشكل عام .

كما يعرفه ماكناير (Mc Nair) بأنه اتصال هادف حول السياسة (Mcnaire, 1999) (p4) ، ويشير إلى أن هذا التعريف يتضمن:

- 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 (Mc Nair) 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 (Mcnaïr,1999: p4).

ويعرفه شودسو (Shoudso) على أنه عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع (البشر، 1998، ص16)، ويقصد من هذا التعريف أن عملية الاتصال السياسي تخضع لعمليات التسويق والترويج لمختلف أساليب استخدام السلطة في الحياة السياسية لكسب تأييد الجمهور أو المواطنين.

1.2.الرأي العام

هناك تباين واسع بين المفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأي العام بسبب الاختلاف في وجهة النظر الاجتماعية والسياسية للجماهير، وفي مدى الإيمان الحقيقي للجماهير في هذه الموضوعات ولذا يمكن تعريف الرأي العام من خلال ما عرفه المفكرون (طوان، 2008، ص77):

تعريف أكي (V.Okey) ويعرف الرأي العام بأنه الآراء التي يعتنقها بعض الأشخاص، وتجد الحكومة أن من الحكمة إتباعها.

ويعرفه " كلوريدج كنج (kloridge King) بأنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار هام بعد مناقشات علنية وافية (طوان، 2008، ص78).

يقول الأستاذ "البح" أستاذ الرأي العام الأمريكي: أن الرأي العام ينتج عن تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة. (التهامي، العبد، 2000، ص18)

عرفه الدكتور "إسماعيل سعد" أستاذ علم الاجتماع السياسي بجامعة الإسكندرية بأنه: حصيلة الأفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم، والتي قد تؤثر نسبياً على النطاق المحلي أو الدولي (عسيلة، ص13).

ونقصد بالرأي العام في دراستنا هو الرأي السائد عند الأفراد على أمر معين تجاه موضوع أو قضية تكون موضع جدل ونقاش في فترة زمنية معينة من خلال حصولهم على المعلومات السياسية التي تهمهم من وسائل الاعلام الجديدة التي يستخدمونها من خلال عرضها ومناقشتها وهو يعتبر القوة الحقيقية في المجتمع من خلال الحكم الذي يصدره الجمهور على عمل أو قضية أو نشاط في المجال الداخلي المحلي أو العالمي.

3. أهمية ومكانة وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي

بات الإعلام يحتل مكانة مرموقة نتيجة لما يمتلكه من قدرة على التأثير والإقناع وتشكيل الأفكار وصياغة الرأي العام، حيث أصبح الإعلام عنصراً من عناصر التنمية وعاملاً متزايد الأهمية في التطوير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ونستطيع القول أن التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا ساهم في ظهور وسائل إعلام حديثة تتميز بعنصر السرعة في نقل الخبر والمعلومة، مما جعله يخترق الحدود والحواجز بين الدول، ويصل إلى جميع الناس من خلال استخدام وسائل جديدة مثل الانترنت وبرامجها مما عزز دور الوسائط الرقمية في المجالات كافة خاصة المجال السياسي.

تطور الاتصال السياسي مع تطور وسائل الإعلام المختلفة إذ أصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية، إذ يقوم بنقل وتحليل النشاطات السياسية وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات ، وتلقي

ردود أفعال الناس نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما عزز العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلا عن اعتماد الناس عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به، فهو يعتبر احد فروع الاتصال الذي يتميز بقدرته على التأثير والتغيير والاقناع ومهمته بتغطية ومعالجة الموضوعات السياسية وهو يسعى ايضا لتحقيق أهداف سياسية كما يعتبر من الأدوات الفعالة التي يعتمد عليها أي نظام سياسي لتحقيق استراتيجياته المختلفة (مصباح، 2008 ص179).

هناك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام الجديدة والعملية السياسية، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها إحدى هذه الوسائل كحلقة الوصل بين الجمهور والنظام الحاكم صانع القرارات، وهذه الوسائل هي التي تسهم بدرجة كبيرة في إنجاح أو فشل النظام السياسي من خلال الوظائف والأنشطة السياسية التي تقوم بها، كما تشكل المشاركة السياسية للأفراد من خلال النشاطات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية والتي يساهم بمقتضاها أفراد المجتمع في اختيار حكاهم وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر إطارا مهما في العمل السياسي خاصة في تقليد المناصب السياسية، أو العضوية في الأحزاب أو الترشح في الانتخابات، والتصويت ومناقشة الأمور العامة، والاشتراك في المظاهرات، فمن دون هذه الوسائط لا يمكن لهذه النخب السياسية ان تمارس دورا قويا وفاعلا .

لذلك فإن المشاركة السياسية تعني في أوسع معانها، حق المواطن في أن يؤدي دورا معيناً في عملية صنع القرارات السياسية والاشتراك في مختلف مستويات النظام السياسي، هذا ما يتوافق مع الهدف الأساسي في العملية السياسية وهو التأثير في الرأي العام بالإضافة الى التسويق السياسي، الرقابة على الحكومة، دعم مشروعية النظام السياسي وإدارة الصراعات السياسية (مصباح، ص 179، 180)، فالسياسي يتحدث إلى الناس من خلال وسائل الإعلام لفرض ممارسات السلطة، كما أن الأفراد يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام الجديدة من اجل التعبير عن آرائهم تجاه القضايا الوطنية بشكل فوري ومتسارع، وهذا ما وفرته البيئة الرقمية الجديدة لذلك

فإن تدفق المعلومات السياسية وتبادلها بين الجمهور والسلطة تعتبر هي الغاية المثلى لتحقيق وتفعيل الاتصال السياسي.

4. وسائل الإعلام الجديدة وانطلاقة الاتصال السياسي الحديث

ساهم ازدياد استخدام وسائل الإعلام الجديدة في تغيير جوهر العملية السياسية بصفة عامة والتعبئة الاجتماعية على الخصوص، وصار فاعلو الحقل السياسي أكثر ميلا لاستخدامها في إطار المهام التي يضطلعون بها وداخل الأجندة المتحكمة 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 (بنهلال، 2017)، مثل الرسائل الإلكترونية، المواقع، البودكاستينغ (Podcasting) من أجل مختلف أشكال النضال وذلك بضمان تواصل سريع بين مجموعات المواطنين، توزيع الرسائل إلى جمهور واسع، جمع الأموال على شبكة الانترنت، 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 الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والعالم خلال السنوات السابقة. 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. (بنهلال، مرجع سابق)

ففي دراسة لأسباب النشاط السياسي لدى مواطني 20 دولة من أوروبا الشمالية والجنوبية والشرقية خلص أوسكار لوينجو (Oscar Luengo) إلى أن الانترنت هي أكثر القنوات تأثيرا على مستوى النشاط السياسي للأفراد. وبالاستناد على متوسط المعاملات كمرجع للمقارنة 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 فدولتين فقط هي التي تظهر بان التعرض لها لا يتصل إحصائيا بالنشاط أو النضال (Activism)، (بنهلال، مرجع سابق) بمعنى أن 18 دولة أوروبية تؤثر على وجود دلالة إحصائية لتأثير الانترنت على النشاط السياسي.

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 المتسرع 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.

5. الشبكات الاجتماعية الرقمية وتفعيل الاتصال السياسي في المجتمع الجزائري

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 (مهننا، 2007، ص52).

إن الملاحظ 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 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 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.

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 رصدته 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 تنخر أجهزة ومؤسسات الدولة وكذلك انهيار أسعار البترول في البورصات العالمية بداية من صيف 2015 وما يخلفه من أزمات متتالية وخانقة للاقتصاد الوطني والتي توتر بشكل مباشر على المستوى المعيشي للمواطن الجزائري خاصة بعد قرار تجميد التوظيف نتيجة لما يسمى بسياسة ترشيد النفقات (التقشف)، 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 مؤخراً 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 التعتيم الاعلامي 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 تتقلص 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.

نتائج الدراسة

إن الحديث عن وسائل الإعلام الجديدة كحلقة قوية في الاتصال السياسي يدفعنا لرصد التغيرات التي طرأت على العملية السياسية بفضل تعزيز استخدام هذه القنوات، وفي هذا الإطار توصلنا إلى النتائج التالية:

- إن وسائل الإعلام الجديدة تحتل مكانة مركزية في الاتصال السياسي، حيث ينبغي تجاوز المعنى الضيق الذي يركز على الخطابات والنقاشات الشكلية، فالمطلوب منها من هذا المنظور أن تبقى على مسافة من المنطق التمثيلي للرأي العام ورجال السياسة، وفي مقابل ذلك تهتم أكثر بمنطق الحدث من حضوره في أجندة وسائل الإعلام الجديدة.
- قوة وسائل الإعلام الجديدة تكمن في إعطاء مكانة للحدث خاصة في فترة التحولات و الأحداث السياسية حيث توكل لها مهمة التعريف بالشخصيات

السياسية وتداول المعلومات السياسية والتعريف بالبرامج السياسية والفاعلين السياسيين، وفي هذه الفترات الخاصة تنتقل وسائل الإعلام الجديدة من كونها وسائل تهتم بالخبر إلى وسائل مرتبطة بالحدث.

• إن الاتصال السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة في الجزائر لا يلغي عمق الهوية السياسية بين الجمهور والفاعلين السياسيين، وذلك نظرا للتعقيم والتضليل داخل الحلقة السياسية.

• إن تحول أدوار القوائم بالاتصال بين الجمهور السياسي والفاعلين السياسيين من بين ما أفرزه استخدام وسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي.

الخاتمة:

من النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة تعد منبرا حقيقيا للنقد العام والحلول الوسط، وقد ساهمت بشكل كبير في نشر وتداول المعلومات السياسية وبالتالي تحقيق الاتصال السياسي على المستوى العالمي عامة وعلى المستوى الوطني خاصة، وذلك على الرغم من وجود الاستغلال السياسي والإيديولوجي والاقتصادي لهذه الوسائل، وعدم توفر شروط التوافق السياسي في الممارسة العملية، فالدور الأساسي الذي ينبغي أن تلعبه هذه الوسائل هو خلق التوازن بين الرأي العام ورجال السياسة من خلال فتح النقاش حول ما يمكن أن يقدمه رجال السياسة لتحقيق تطلعات الرأي العام في الوقت الذي تزايد فيه المطالب بضرورة الانتقال إلى ديمقراطية حقيقية، ومع تزايد التحديات الاقتصادية والاجتماعية.

وعلى القائمين على وسائل الإعلام الجديدة أن يعكسوا الواقع وان يتحروا الموضوعية في تغطية الحدث السياسي، ويعملوا على تنظيم وجهات النظر خلال المجادلات السياسية، وعلى الرغم من كل ما هو مطلوب من وسائل الإعلام الجديدة فإنها في مقابل ذلك قد تخفق في تنشيط الاتصال السياسي داخل الفضاء العمومي.

❖ قائمة المراجع:

1- الصادق رايح (2010)، اعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات،

المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد 08.

- 2- صبحي عسيلة: الرأي العام، العدد، 226.
- 3- الطاهر بن خرف الله (2003)، في بعض مقاربات الاتصال السياسي، الجزائر: الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة للنشر والتوزيع.
- 4- عامر مصباح (2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5- عباس مصطفى صادق (2008)، الإعلام الجديد، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 6- فارس طوان (2008)، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 7- محمد بن سعود البشر (1998)، اسهامات وسائل الاعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي، الرياض: مجلة الحرس الوطني، العدد 198.
- 8- محمد بن سعود البشر (1997)، مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض: مكتبة العبيكان.
- 9- محمد بنهلال: الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات وللاتجاهات العالمية والعربية، مركز الدراسات والأبحاث في العلوم الاجتماعية، Accessed/2017/
<http://www.cerss-ma.org/cerss/2014-01-24-00-38-16/articles/311-2015-01-12-15-24-07>
- 10- محمد حمدان المصالحه (2002)، الاتصال السياسي - مقتررب نظري تطبيقي- ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

11- محمد نصر مهننا(2007)، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق،

الاسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.

12- مختار التهامي وعاطف عدلي العبد(2000)، الرأي العام، القاهرة.

13- **Definition for New Media**(2017), High-Tech Dictionary,
<http://www.computeruser.com/resources/dictionary.html/Accessed/2017>.

14- **New Media**, Condensed Net Glossary
<http://www.saila.com/usage/glossary/Accessed/2017>.

15- Flew Terry , **New Media ,An Introduction**, Oxford University Press, Oxford.

16- **New Media**, Condensed Net Glossary,<http://www.saila.com/usage/glossary/Accessed/2017>.

17- Mc Nair Brian(1999), **An introduction to political communication**, New York .