

الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية

- دراسة ميدانية على عينة من السياسيين الجزائريين -

Political communication in Digital Social Networks

-Afield Study on a Sample of Algerian Politicians-

أمينة عطاء الله¹، داود جفافلة²¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر (الجزائر)² جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)

تاريخ الاستلام : 2019/05/14 ؛ تاريخ المراجعة : 2020/02/15 ؛ تاريخ القبول : 2020/03/31

ملخص:

نحاول من خلال هذه الدراسة الميدانية تبيان طبيعة الاستخدامات السياسية للشبكات الاجتماعية الرقمية والعلاقة التي تربط بين الفواعل السياسية وإبراز دور الوسائل الإعلامية الجديدة في عملية الاتصال السياسي لدى السياسيين خاصة بعد الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في الفترة الأخيرة والتنظيم الشعبي الكبير الذي أرجعه البعض للحملات المكثفة عبر الوسائط الإلكترونية الجديدة، حيث لا يمكن تصور العملية السياسية في الوقت الراهن من دون وجود وسائل إعلامية واتصالية 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 فرضية أن السياسة تقلصت إلى اتصال حيث أصبح هدف العملية السياسية هو كسب ود وتأييد وسائل الإعلام والاتصال بما فيها الوسائط الجديدة، مستخدمان في ذلك المنهج الوصفي التحليلي بأدواته الملاحظة والاستبيان، ومن نتائج الدراسة الميدانية لواقع العلاقة بين عناصر الاتصال السياسي أن الممارسة السياسية الراهنة قد خضعت إلى تعديلات ملموسة بفعل قوة الشبكات الاجتماعية الرقمية.

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي ؛ اتصال سياسي؛ رأي عام ؛ استخدامات سياسية.

Abstract:

In this field study, we try to show the nature of the political uses of digital social networks, the relationship between political actors and the role of the new media in the process of political communication among politicians, especially after the popular movement witnessed in Algeria recently and the great popular organization which some attributed to intensive media campaigns. Where the political process can not be imagined at the present time without the presence of new media and communication media, including digital social networks, the latter often forced politicians to modify. Communicate with the public and take into account the reactions and hopes of public opinion. The researchers started from the hypothesis that the policy has shrunk to contact where the goal of the political process is to gain support and support the media and communication, including the new media using the descriptive analytical method with its tools and observation and questionnaire, and the results of the field study of the reality of the relationship between the elements of political communication that the current political practice Have been subject to significant adjustments by the power of digital social networks.

Keywords: Social networks; Political communication; Public opinion; Political uses .

I - تمهيد :

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 الإستمولوجي والتدقيق المعرفي إلا أواسط القرن الماضي، لاسيما في ظل بروز الأحزاب السياسية والنقابات العمالية والتنظيمات المدنية بمختلف أشكالها وتلويحاتها. 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 و الاتصال الموجه إلى السياسيين من غير المشغولين بالسياسة، كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم بالإضافة إلى الاتصال الذي يتناول الساسة وأنشطتهم، بما تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات، والأشكال الأخرى من تناول وسائل الإعلام للسياسة،¹ و يبدو 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 المكتوبة التقليدية، أو وسائل 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 البعد الاتصالي والتوصلي الذي يثوي خلفه الساسة غير ذي جدوى كبرى إذا لم يتم الاتكاء في ذلك على منابر إعلامية واتصالية تفسح له في المجال للشيوخ والرواج بين الجماهير، فالقناعة الثابتة إذن أن لا سياسة بدون اتصال، ولا اتصال سياسياً بدون توفر رسالة سياسية تتركب الأدوات الإعلامية والاتصالية ناصيتها لتطول الجمهور المتلقي.

وإذا تحدثنا عن الاتصال الجماهيري فإننا بالضرورة نتحدث عن الاتصال عبر وسائل الإعلام الجديدة الذي يتم عبر قنوات وسائل الإعلام الجديدة وشبكة الإنترنت بكل وسائلها، 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. ويعتبر هذا النوع من الاتصال مهماً للغاية، لأنه أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجديدة في إدارة الحملات الانتخابية، والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف، 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: ماهي أبعاد تحول الشبكات الاجتماعية الرقمية من وسائل تقنية اجتماعية إلى وسائل إعلامية مرتبطة بالحدث السياسي؟

وقد انطلقنا من فرضية رئيسية وهي: ان قوة الشبكات الاجتماعية الرقمية تكمن في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى.

الدراسات السابقة:

يمكن تتبع أدبيات الدراسات المتعلقة بموضوع هذه الدراسة في البحوث التي حاولت تقويم العلاقة بين المتغيرات الثلاثة الرئيسية 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.

وسنعرض هنا 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 الدراسة من هذه الدراسات.

دراسات عربية

دراسة جمال العيفة: "الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي"²

حيث انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي التالي الذي يمثل جوهر الإشكالية: مامدى تأثير الاتصال الشخصي في دفع الناخبين للاقبال على الاقتراع المتعلق بميثاق السلم والمصالحة الوطنية في الجزائر؟ 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. ومن خلال استعراض دراسة جمال العيفة ، 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 الموجهي 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 هذه الدراسة من جانب استخدام المنهج وأدوات، بالإضافة إلى نتائج الدراسة التي اعتبرناها كأرضية لمشكلتنا لمحاولة صياغة فرضيات دراستنا.

دراسة سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود:³ "الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي" حيث تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودي ومصادره، 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 دراستنا هذه نظرا لما توفره وسائل الإعلام الجديدة من ميزة تفاعلية كبيرة تسمح بمناقشة و مشاركة القضايا بين العناصر السياسية مقارنة بنتائج الدراسة السابقة التي أثبتت ضعف وسائل الإعلام التقليدية في جعل الجمهور يشارك القضايا مع عناصر العملية السياسية.

دراسات أجنبية

دراسة بيرلسون، لازارسفيلد و غودت من الدراسات التي ركزت على الاتصال وتأثيره على القرار الانتخابي دراسة بيرلسون، لازارسفيلد و غودت (Lazarsfeld, Belson, Gaudet) التي أجريت في (إيري) كاونتي بولاية أوهايو (بجامعة كولومبيا حول انتخابات الرئاسة الأمريكية سنة 1940 وبعد عرض النتيجة العامة لدراسة بيرلسون ولزار سفيلد وغودت التي تقر بضعف تأثير وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالعلاقات الاجتماعية تم الانطلاق من خلالها في دراستنا هذه التي تشغل حول مدى استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في الاتصال السياسي باعتبار أن وسائل الاعلام التقليدية تفقد 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.

دراسة سميث 2011 حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الأمريكية وبينت النتائج ان 22% من المواطنين الأمريكيين استخدم المواقع الاجتماعية في الحملة الانتخابية السياسية لعام 2011. وقد توافقت هذه الدراسة مع دراستنا من جانب استخدام المنهج الوصفي بالإضافة الى عينة الدراسة والاداة المستخدمة هذا من جانب الشكل ، أما من

جانب المضمون فان هذه الدراسة أكدت ضرورة استخدام الفاعلين السياسيين للشبكات الاجتماعية خاصة في الحملات الانتخابية السياسية.

1.I- الشبكات الاجتماعية الرقمية : أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عام تقني ومجتمع افتراضي سيطر على اهتمامات تواصلهم الاجتماعي والتي توفرت عن طريق شبكات اجتماعية على الأنترنت، ومن خلال هذا العنصر نبرز مفهوم هذه الشبكات.

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

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 ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تصنف 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 على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور إلخ.⁴

2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي : تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة خصائص من أبرزها:

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 الأنترنت والأقمار الصناعية.⁵

المرونة: حيث يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، واتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب لها.⁶

العالمية أو الكونية: وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك؛ وهذه السمة من السعة في تناقل المعلومات بين البشر تضيف الكثير من المميزات على التواصل العلمي والتقني وفي تناقل الخبرات بينهم وبالتالي يكون التواصل عالمياً.⁷

التفاعلية: ونطلق 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 و يرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصدر ومتلقي.⁸

3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي: لشبكات التواصل الاجتماعي عدة أنواع أشهرها:

- **موقع فايس بوك Face Book:** انطلقت تطبيقات الفيس بوك بسرعة كبيرة على شبكة الأنترنت لتصير أحدث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الأخيرة، وفكرة هذا التطبيق تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الأنترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من ايجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.⁹

كما يعد من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه أكبر الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفاييس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي، سهل العاملين في الفاييس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API-أكواد برمجية مساعدة- تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول للملفات الشخصية وبناء تطبيقات يستفاد منها.¹⁰

ومن هنا يمكن القول بأن الفاييس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعد على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وامكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل امكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ثمان سنوات من عمره أكثر من (905) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم.¹¹

- **موقع تويتر tweeter** : 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 سبق في كثير من الأحداث الجارية محلياً وعالمياً.

وكلمة تويتر "twitter" تعني بالإنجليزية تغريد وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كـ (Logo لوجو) للموقع وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية "Micro Blogging" أو التدوين المصغر من خلال شبكة اجتماعية من أصدقاؤك 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 وامتداده بمعلومات سريعة وحصرية قبل أن تنتشر بالصحف ووكالات الأنباء الرسمية.¹²

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.

- **موقع اليوتيوب YouTube**: يقوم الموقع على فكرة مبدئية هي "بث لنفسك أو ذيع لنفسك" ويضع هذا الشعار دائماً إذ تحمّل عليه يومياً 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.¹³

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 23.9% من إجمالي مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.¹⁴

2.I - الاتصال السياسي: تأصيل المفهوم

يتبين لنا عند اطلاعنا على مختلف المراجع في الاتصال السياسي أن مفهوم الاتصال السياسي يمتلك سمعة سيئة من حيث التعريف الدقيق والموحد، وهذا راجع ببساطة إلى أن كل من مفردتي الاتصال السياسي تتفتح في حد ذاتها على العديد من التعريفات المختلفة.

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،¹⁵ وهكذا تم دحض نظرية الحقنة تحت الجلد التي طبعت بحوث الاتصال في الثلاثينيات والأربعينيات مع كل من هارولد لاسويل Harold Lasswell و بول لازارد سفيلد Paul Lazarsfeld ، وفي نفس السياق يعرف دوبول زولا Depaul Zola الاتصال السياسي كنوع من نشاط بعض المؤسسات المكلفة بتوزيع الإعلام والاتجاهات المتعلقة بالشؤون الحكومية.¹⁶ 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، فالالاتصال 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 المستقبلي لتحقيق أهداف محددة يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية.¹⁷

وبخصوص تعريف الاتصال السياسي على أنه نشاط اتصالي فقد تعددت التعريفات والآراء بشأنه ف "جون ميدو" jaune 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".¹⁸ 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 Denton الذي حصر التعريف في " المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع،"¹⁹ ولم يتطرق إطلاقاً إلى الأشكال أو الأنواع الاتصالية الأخرى رغم أنها تكتسي أهمية كبيرة في فهم واستيعاب العملية السياسية بشكل عام .

كما يعرفه ماكنيير makniur بأنه اتصال هادف حول السياسة،²⁰ ويشير إلى أن هذا التعريف يتضمن:

- 1- كل أشكال الاتصال التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة.
- 2- الاتصال الموجه الى غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.
- 3- 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 ماكنيير makniur أنه عند تعريفه للاتصال السياسي لم يأخذ في الاعتبار فقط الرسائل المكتوبة أو المنطوقة ولكن أيضاً 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 (political image or identity).²¹

ويعرفه شودسو Shoudso على أنه عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع.²² ويقصد من هذا التعريف أن عملية الاتصال السياسي تخضع لعمليات التسويق والترويج لمختلف أساليب استخدام السلطة في الحياة السياسية لكسب تأييد الجمهور أو المواطنين.

يثبت لنا تعدد التعاريف المتعلقة بالاتصال السياسي غموض وتشعب هذا المفهوم وعليه وجب علينا من أجل التقدم في سير الدراسة ان نقدم تعريفاً نتبناه في تعاملنا مع المفهوم، ويمكننا تبني التعريف على ضبط المفهوم بشكل دقيق، وبناء على ما سبق وبالاعتماد على تعريف ماكوير Maknuir بأنه اتصال هادف حول السياسية كما ذكرنا أعلاه، بمعنى المتعلق بالمقصدية السياسية ويمكننا أن نعرف الاتصال السياسي بأنه كل اتصال مقاصدي يكون مضمونه سياسي. هذا التعريف يتضمن العديد الأوجه والزوايا فهو يشير الى الأشكال الاتصالية التي يؤديها رجال السياسة وجميع الفاعلين السياسيين من أجل تحقيق هدف سياسي محدد (التجمعات الشعبية ...) كما يشير أيضا الى 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 اسماع اصواتهم حتى قبل عملية الاقتراع وقد يتم هذا في أماكن التجمعات الشعبية(المكاتب...) أو عبر المواقع الافتراضية (مواقع التواصل الاجتماعي ...) للجابة على سياسات يقوم بها فريق معين موجود في السلطة أو في الأجهزة الحكومية والإدارية،²³ 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 تندرج ضمن هذا التعريف كما أنه لا يجب أن نغفل عن الاتصال السياسي الشخصي، فكل من النقاشات والأحاديث السياسية التي تتم بينم 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.

II - الطريقة والأدوات :

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة.²⁴ وهذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية و التطبيقية 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: "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة".²⁵ وهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيم على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".²⁶ وبعد التعريفين السابقين يتبين لنا أن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة يتبعها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة في بحثه.

أولاً: 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".²⁷

ثانياً: 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 و الاستبيان. 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"،²⁸ كما يعرف أيضا بأنه "مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول الظاهرة أو موقف معين".²⁹

وتستهدف هذه الأداة استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق وآراء و أفكار 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 يجتمعون في منطقة جغرافية واحدة أو مناطق متعددة دون تكلفة مالية.³⁰ 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.

ثالثا: 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.³¹ يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.³² إذ يمثل جميع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر إذا تمثل موضوع البحث في دراسة حجم الأسرة وعلاقتها مثلا 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.³³

في هذه الدراسة "الوسائل الإعلامية الجديدة ودورها 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 الجمهور السياسي الذي قد يعتبر فاعل سياسي باعتباره عنصر أساسي في العملية الاتصالية السياسية) المجتمع الكلي بالنسبة للدراسة الميدانية، في حين يتحدد المستهدف في عينة السياسيين الجزائريين الممكن إجراء الدراسة عليها.

رابعا: عينة الدراسة

العينة 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 الأصلي³⁴ 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.

حيث تم اختيار العينة القصدية 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 القصدي لكي تفي 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 وقد استهدفنا 70 سياسي من ولاية خنشلة ونسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لامكانية إجراء الدراسة عليهم.

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

خامسا: المعالجة الإحصائية

استخدم الباحثان التكرارات والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة، واستخدام المتوسطات الحسابية في المعالجة الإحصائية لاستخراج نتائج أسئلة الدراسة بالاعتماد على برنامج SPSS.

II - النتائج ومناقشتها :

سنحاول في هذا العنصر التطرق الى شرح النتائج المتوصل اليها من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على أفراد العينة، بالإضافة الى تفصي ما اذا كان هناك فعلا اتصال سياسي في الوسائل الاعلامية الجديدة، واستخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف السياسي الجزائري، وكذا دور هذه الشبكات في تفعيل التواصل السياسي من وجهة نظر المبحوثين.

المحور الأول: البيانات الشخصية

- أن جنس أغلب المبحوثين هم ذكور بنسبة 74.29% في حين أن نسبة 25.71% تمثل الاناث رغم محاولتنا للحصول على نسب متساوية في جنس المبحوثين وقد يرتبط ذلك بطبيعة المهنة والمنصب السياسي من جهة وطبعة الموضوع في حد ذاته من جهة اخرى فالذكور الأكثر حصولا على المناصب السياسية لارتباطهم المباشر بالموضوع السياسي كما أنهم الأكثر تقبلا لمصاعب المهنة، ولأن الالتزامات الاجتماعية والأسرية في اعتقادنا لا تعطيهما نفس الدرجة ولا نفس هامش الحرية مثل الذكور.

- ان أغلب المبحوثين ينتمون للفئة العمرية 36 الى 45 سنة بنسبة 47.14% تليها الفئة العمرية 46 فما فوق بنسبة 38.57% وأخيرا نسبة 14.38% تمثل الفئة العمرية 25 الى 35 سنة، وهو أمر طبيعي باعتبار أن المنصب السياسي يشغله أصحاب السن المتقدم وهؤلاء الأفراد هم الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم قدرة معرفية واستيعابية كبيرة بحكم اقدميتهم وخبرتهم.

- أن اغلب المبحوثين يعتبرون منتخبين محليين بنسبة 60% تليها نسبة 38.57% لعضو في حزب وأخيرا نسبة 1.42% لنائب في البرلمان، ويمكن تفسير ذلك بصعوبة إمكانية الحصول على اعداد متساوية للمبحوثين خاصة اذا تعلق الأمر بنواب البرلمان اللذين يقل عددهم اذا تم تقسيمهم على الولايات كما يرجع ذلك للعامل الجغرافي الذي حال دون الوصول الى ذلك، كما أن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين ينتمون الى منتخب محلي يعود الى أن هؤلاء الأفراد يتواجدون على مجلسين المجلس الشعبي الولائي والمجلس الشعبي البلدي المتوفران في كل ولاية عكس البرلمان الذي لديه مقر واحد وهو عاصمة البلاد.

المحور الثاني: السياسي الجزائري واستخداماته للشبكات الاجتماعية الرقمية

- يستخدم أغلب المبحوثين الشبكات الاجتماعية الرقمية دائما بنسبة 81.42%، ويقضون من ساعتين الى اربع ساعات في استخدامها بنسبة 65.71%.

لعل هذا الاستخدام يرتبط أساسا بفكرة أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تتلخص في إمكانية تداول المعلومات السياسية واخر الاخبار والتطورات بشكل سهل دون الحاجة الى الوسائل الاعلامية التقليدية المكلفة، بالإضافة الى الميزات الاخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها وبالاستطاعة القول أن الشبكات الاجتماعية تقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لمستخدميها السياسيين تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل والتواصل مع الاصدقاء سواء كانوا سياسيين أو لا، وفي خاصية يتيحها بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الاصدقاء المستخدمين.. هذه الخدمات الأساسية وغيرها تجعل الكثيرين لاسيما السياسيين يقبلون على الشبكات الاجتماعية لساعات.

ولعل التحليل العلمي الذي قدمه كل من ماثيوز فريزر وسوميترا دوتا أكثر علمية حيث أكدوا على أن دوافع الإقبال الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي هي حوافز تقسم مستخدميها إلى فئتين واسعتين هما الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية، المهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل (LINKDIN)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية، وفي بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيودا على حرية التعبير السياسي أصبحت مواقع مثل الفيس بوك مجتمعات مدنية افتراضية يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات اجتماعية أفقية.. باختصار يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال³⁵.

-أغلب المبحوثين يفصحون عن هويتهم في الفيسبوك ونسبة 87.14% وذلك قصد شفافية الممارسة السياسية السليمة.

حيث تجمع الشبكات الاجتماعية الرقمية بين العلاقات المهنية والعلاقات الاجتماعية، والفرضية الأساسية التي تتوكل مع تكوين علاقات مهنية هي مشاركة الاهتمامات، فقد نجح الفيسبوك في الجزائر في الجمع بين اصحاب الاهتمامات المشتركة مثل سياسيين، أساتذة مهندسين، أطباء، طلبة... وإمكانية تفعيل هذه العلاقات واردة، ويمكن بلورتها في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الامكانية لفرص يتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح الفرصة للتواصل ليس فقط في اطار السياقات المحلية ولكن ايضا على الصعيد الدولي³⁶.

المحور الثالث: الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي.

- يعتمد السياسي الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في نقل واستقاء المعلومات السياسية لدرجة متوسطة بنسبة **45.71%** تليها درجة ضعيفة بنسبة **33.85%** وأخيرا درجة كبيرة بنسبة **21.42%**، ويمكن تفسير ذلك أن السياسي الجزائري لديه مصادر اخرى يستقي منها المعلومات السياسية التي تهتمه كالجوء للزملاء والشخصيات السياسية التي قد تزوده بمعلومات لا تتوفر في الشبكات الاجتماعية على الانترنت بالإضافة الى امكانية لجوئه الى المصادر الاعلامية التقليدية.

- يشارك أغلب المبحوثين بأرائهم السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشر المواضيع السياسية، التعليق على المنشورات والفيديوهات بنسبة **94.28%**. وترى نسبة **74.28%** أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تعريف الجمهور بالشخصيات السياسية، أما عن مدى فاعلية هذه الشبكات فان نسبة **78.57%** من المبحوثين يعتقدون ان الاتصال السياسي فعال من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه في تقدم مستمر.

النتائج العامة للدراسة

وبعد القراءة والتحليل والتفسير لنتائج الجداول وفروض الدراسة وربطها بالدراسات السابقة، يمكن إيجاز أهم نتائج

الدراسة في النقاط التالية:

1- يستخدم السياسي الجزائري الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل يومي تقريبا ، وذلك للانتشار الواسع والكثيف لهذه الوسائط لدى مختلف فئات المجتمع بالإضافة الى سهولة استخدامها في أي وقت وحين. ويرتفع معدل استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية لدى الفئات العمرية الصغيرة 25-35، وان أفضل أوقات الاستخدام هي الفترة الليلية، 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 ودرجة 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. واثراء 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، خصوصا اذا 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 متوسطة تشير الى أن لمطالب الجمهور عبر هذه الوسائط وقع على قرارات السلطة السياسية ومن خلالها يتم النظر في مطالبهم التي قد تخفيها باقي الوسائل الاعلامية الأخرى.

6- وعلى الرغم من أن أغلبية السياسيين يستخدمون يوميا الشبكات الاجتماعية الرقمية، الا أن هذه الأخيرة لا يتم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة، ولا تعتبر وسيلة ذات أولوية من حيث عملية الحصول على المعلومات، وانما 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 الاعلام 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، اضافة الى ضعف نسبة النفاذ الرقمي لدى القاعدة الشعبية، وهو ما يثبت عدم صحة هذه الفرضية، مما يعني أن الشبكات الاجتماعية الرقمية ووسائل الاعلام الجديدة ليست مستغلة بالحجم الكافي من قبل السياسيين وصناع القرار السياسي لتحقيق وتفعيل الاتصال السياسي على أكمل وجه.

ومن هنا يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي فتحت المجال أمام الممارسة السياسية والاتصال السياسي، وعند الحديث عن السياسة لا يغيب الحديث عن الاتصال السياسي اذا ارتبط بحقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة، واذا كان الاستقرار على خاصية محددة الأبعاد والملاحم الجزائرية أمر قد يبدو صعبا في أفق الملمح الثقافي للممارسة السياسية الافتراضية فقد يبدو أكثر قبولا على المستوى السياسي.

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 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 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 لشبكات التواصل الاجتماعي 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 هذا ما أثبتته المسيرات الشعبية الجزائرية بداية من 22 فيفري 2019، 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 خلفه 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 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 حليفاً لمختلف القضايا خاصة السياسية منها ما دام هناك فضاء عمومي يسمح بممارسة و ربط حلقة الاتصال السياسي.

إن قوة شبكات التواصل الاجتماعي تكمن في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، وبالتالي تثبت صحة الفرضية الرئيسية للدراسة لأنه وعلى الرغم من المدح الكلاسيكي الذي خص به الإعلام الجزائري فان كل فرد مطلع بإمكانه رؤية كم من الفاعلين السياسيين الذين يلتمون 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 تنقل 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 وشبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن في أفضل أحوالها لفتح نقاش عام حول كل القضايا الراهنة التي تهم الجزائر باعتبارها المنبر الوحيد للنقد العام والحر والحلول الوسط.

IV- الخلاصة :

أظهرت التوجهات العالمية والعربية في مجال استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، رغم حداثة هذا الاستخدام، على أنها تكنولوجيا ساهمت إلى حد ما في ديناميكية جديدة للنشاط السياسي، إذ صارت الحواسيب وشبكة الانترنت والهواتف النقالة... الخ وبشكل سريع احد مستويات والمجالات الجديدة للممارسة السياسية، وهذا ما يمثل البعد الأساسي في تحول شبكات التواصل الاجتماعي من وسائل تقنية اجتماعية الى وسائل اعلامية مرتبطة بالحدث السياسي وهو ما يجيب على السؤال المحوري للدراسة. ومن دون شك فان ذلك سيتعزز تدريجا خلال السنوات القادمة مع انتشارات تلك التكنولوجيا في المجتمعات وازدياد تقبل الأفراد لاعتمادها في مختلف أنشطتهم اليومية. ورغم أهمية هذه التوجهات العميقة التي تخترق كافة المجتمعات.

ومع الإقرار بدورها في الرفع من قدرات الفاعلين السياسيين والممارسة السياسية، فلا ينبغي المبالغة الكبيرة في تلك الأدوار، أو الاعتقاد على الأقل في الوقت الحالي بأنها ستعوض الاتصال السياسي التقليدي، المجال الحيوي للكائنات السياسية والتي تستخدم التكنولوجيا الجديدة لخدمة أجدتها وتطبيق برامجها. ولهذا فان نفس الأسئلة القديمة تكرر في حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، أسئلة الحرية، إطارها القانوني، التوازن بين حقوق وحرريات الأفراد والنظام العام... الخ. إن بحوث تفصيلية لاستخدام هذه التكنولوجيا في التنظيمات السياسية، وفي كافة مجالات تدخلها (الانتخابات، الصحافة، التنظيم والإدارة الداخلية، التواصل بين الأعضاء ومع العالم الخارجي... الخ.) يمكن أن يوصل إلى فهم أعمق للاستخدامات التي تؤدي إلى فعالية أكبر وإلى المعوقات التي تحول دون الاستفادة من إمكانياتها، فالجاذبية التي تمارسها تلك التكنولوجيا على البحث الاجتماعي والسياسي تتبع بشكل متصاعد من المجالات التي تدرج فيها : الإنتاج، التعليم، التدبير.. الخ وهو الأمر الذي يطرح على الدول العربية إعداد خطط البحث وتكوين فرق متعددة التخصصات بهدف دراسة أثارها في المجالات السالفة وتوظيف خلاصات تلك الدراسة في مجال السياسة والاقتصاد والمجتمع.

- ملاحق :

في هذا العنصر ندرج بعض البيانات والمعطيات المتحصل عليها من خلال توزيع الاستثمارات واسترجاعها ممثلة في التكرارات والنسب المئوية واختبار كاي² والدلالة الاحصائية في الجداول التالية:

الجدول (1): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
29.47	52	ذكر
5.712	18	أنثى
100	70	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (2): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
14.28	10	من 25-35
47.15	33	من 36-45
38.57	27	من 46 سنة فما فوق
100	70	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (3): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المنصب السياسي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
60	42	عضو في حزب
.5738	27	منتخب محلي
1.42	1	نائب برلماني
%100	70	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (4): يبين درجة اعتماد السياسي الجزائري على الشبكات الاجتماعية الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
33.85	32	ضعيفة
45.71	23	متوسطة
21.42	15	كبيرة
100%	70	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (5): مدى انعكاس التوجه السياسي لأصحاب الصفحات الاجتماعية الرقمية على مستوى المنشورات السياسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
5.71	04	معارض
37.14	26	محايد
57.15	40	موافق
100%	70	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (6): سبب استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية دون غيرها من وسائل الاعلام الاخرى

الدلالة	كا ² الجدولية	كا ² المحسوبة	النسبة المئوية	الفئة
			27.14	مراعات اهتمامات الجمهور
دال احصائيا	9.49	21.33	44.29	وسيلة فعالة للتواصل
			28.57	المعالجة الموضوعية
			100	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاءالله

الجدول (7): تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في الاتصال السياسي

الفئة	النسبة المئوية	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولية	الدلالة
تشكيل الآراء	44.28			
دعم الآراء السائدة	37.14	72.24	5.99	دال احصائيا
تفعيل التواصل		18.58		
المجموع		100		

المصدر: اعداد الباحثة أمينة عطاء الله

- الإحالات والمراجع :

- (1) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص. 179.
- (2) جمال العيفة (2007)، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر (29 سبتمبر 2005)، الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ص. 11.
- (3) سعود بن سعد بن محمد بن عبد العزيز ال سعود (2006)، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي، المملكة العربية السعودية، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، ص. 15.
- (4) محمد فلاق (2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظور تحليلي، (18)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ص 18.
- (5) حارث عبود ومزهر العاني(2015)، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص. 70.
- (6) علي خليل شقرة(2014)، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص. 57.
- (7) حسن رضا النجار(2009)، تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور، البحرين، أبحاث المؤتمر الدولي (الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد)، منشورات جامعة البحرين، ص. ص 506، 507.
- (8) سوسن سكي وسبتي فايزة(2016)، تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي، -المدونات الإلكترونية التعليمية نموذجاً-، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (24)، مركز جيل البحث العلمي، ص. 165.
- (9) ماهر عودة الشمالية وآخرون(2015)، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ص. 204.
- (10) صالح العلي(2015)، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس، مفاهيم وقيم)، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص. 36.
- (11) جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري(2015)، الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)، عمان، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ص. ص 38، 39.
- (12) لنى التكروري(2010)، دليل الوسائط الاعلامية المتعددة واستخداماتها في اعداد القصة الصحافية، بيروت، مركز تطوير الاعلام، ص: 14.
- (13) المرجع نفسه، ص. ص 15، 16.
- (14) لنى التكروري، مرجع سابق، ص. ص 16، 17.
- (15) الطاهر بن خرف الله (2003)، في بعض مقاربات الاتصال السياسي، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، ص. 62.
- (16) المرجع نفسه، ص 62.
- (17) محمد حمدان المصالحة(2002)، الاتصال السياسي - مقترح نظري تطبيقي -، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص. 13.
- (18) محمد بن سعود البشر(1997)، مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان، ص. 15.
- (19) المرجع نفسه، ص. 16.

²⁰) Brian Mc Nair (1999), *An introduction to political communication*, second edition, Published by Routledge, New York, P4 .

²¹) Ibid ;p4.

- ²² محمد بن سعود البشر (1998)، اسهامات وسائل الاعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التتموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي، مجلة الحرس الوطني، (198)، الرياض، ص. 16.
- ²³) Jean-Marie COTTERET (2002), Gouverner c est paraitre ,3eme éd , Paris ,Puf ,P80 .
- ²⁴ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ص. 13.
- ²⁵ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص. 282.
- ²⁶ عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، الكويت، وكالة المطبوعات، ص. 152.
- ²⁷ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، عمان، دار وائل للنشر والطباعة، ص. 47.
- ²⁸ عقيل حسين عقيل، فلسفة ومناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة مدبولي، ص. 148.
- ²⁹ محمد عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص. 63.
- ³⁰ أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، الشارقة، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع، ص. 303.
- ³¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 130.
- ³² المرجع نفسه، ص. 130.
- ³³ عاطف عدلي العبد وزكي احمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ص. 157.
- ³⁴ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، الجزائر، دار الشهاب، ص. 118.
- ³⁵ ماثيو فريزر وسوميترا دوتا (2008)، ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية على الانترنت، قوة الروابط الضعيفة، الاقتصادية، (5530). متوفر على الرابط <http://www.aleqt.com/2008/12/01/article-169885.html>
- ³⁶ سامي سفيان (2014)، شبكة التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية، (6) الجزائر، جامعة الأغواط، ص. 229.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

أمينة عطاء الله، داود جفافة، (2020)، الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية (دراسة ميدانية على عينة من السياسيين الجزائريين) ، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد 12(01)/2020، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص 467-482.