

"التسويق السياسي في الجزائر"

(أثر الانترنت في التفاعل السياسي بين الشباب الجزائري و القضايا السياسية)

أ/ أحلام صارة مقدم

-جامعة وهران2-الجزائر.

ahlemsara.as@gmail.com

د.مصطفى الزاوي.

-جامعة وهران 2-الجزائر

drzaoui1@hotmail.fr

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التفاعل السياسي الموجود بين الانترنت والشباب في المشاركة السياسية في الجزائر، من خلال التطرق إلى دخول التسويق عالم السياسة وبروز المواطنة و الديمقراطية الرقمية في الساحة السياسية، الأمر الذي أدى إلى وجود حراك شعبي يفرض توافق العرض السياسي المتمثل في الدولة مع الطلب الاجتماعي المتمثل في المجتمع ، لتحقيق الديمقراطية و بلوغ مختلف أوجه التنمية السياسية التي جعلت من الانترنت السياسي أسرع تقنية للتواصل بين الدولة والمجتمع.

الكلمات المفتاحية: التسويق السياسي، الديمقراطية، المواطنة الرقمية، الانترنت السياسي، الدولة.

Political Marketing in Algeria

The impact of the Internet on the political interaction between Algerian youth and political issues

Abstract: This study aims to see to what extent the political interaction between the internet and youth can influence political participation in Algeria through the introduction of marketing in the political world and the emergence of citizenship and digital democracy in the political arena.

What has created a popular movement imposing a certain compatibility between the political offer represented by the state and the social demand which is the society, in order to arrive at a true democracy and to reach the different aspects of the political development, which make of the political Internet the fastest means of communication between the state and society.

Keywords: Political Marketing, Democracy, Digital Citizenship, Political Internet, State.

المقدمة:

غيرت التطورات التي لحقت بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال معالم المشهد السياسي في الوطن العربي، فشكل الانترنت السياسي مصدر الهام لكل مختص في عمليات التسويق السياسي، نظرا لما يتمتع به من مميزات خاصة و متفردة جعلته محط الأنظار كوننا أصبحنا ضمن عصر التسويق لكل شيء خصوصا بعد الحراك العربي الذي شهدته موجات الربيع العربي 2011. حيث شكلت شبكة الانترنت أشهر وسيلة إعلام و اتصال سياسي في وقتنا الحالي، ومع تزايد فعاليتها و قوة تأثيرها على الحياة الاجتماعية و السياسية، ألغت حدود الزمان والمكان و قربت المسافات بين البشر، كما أحدثت تغييرات سياسية استثنائية على الخارطة السياسية العربية، مما جعلها تصبح بمرور الوقت أداة سياسية تدخل في نطاق العمل السياسي الاجتماعي، خصوصا عند الشباب كونهم الأكثر استعمالا لها، مما جعلنا نتناول من خلال دراستنا، التسويق السياسي عبر الانترنت و مدى تأثيره على الشباب، من خلال دراسة التفاعل السياسي الموجود بين الشباب و الانترنت مع التركيز على أدوات الرأي و التعبير الموجودة عبر الانترنت المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها السياسي على الشباب و النظام السياسي في الجزائر كتقنية من تقنيات التسويق السياسي .

- مشكلة البحث:

نعيش اليوم ضمن عالم اتسم ببحثه الشديد عن مختلف أوجه التنمية و التغيير السياسي و سعيه المستمر لبلوغ الديمقراطية، خصوصا إذا تعلق الأمر بالجانب السياسي بصفة عامة و السياسة في مجتمعاتنا العربية بصفة خاصة، لما عرفته هذه المجتمعات أو ما تعرفه من تطورات و تحولات مست السنوات الأخيرة صبب معظمها حول المطالبة بإصلاحات و ديمقراطية أكثر، مع دعوة للتغيير المستمر. فطرحت تساؤلات شتى في شؤون السياسة المعاصرة حول ماهية العالم و المجتمع الذي نرغب في أن نعيش فيه و على وجه الخصوص في أي صورة من الديمقراطية نريد لهذا المجتمع أن يكون ديمقراطيا، حيث أصبحت الديمقراطية بالمعنى الصحيح للكلمة، مطلباً جماهيريا متسع الأوجه، مما جعل البيئة الاتصالية الجديدة تلعب دورا محوريا في قلب الأحداث سلبا أو إيجابا كل على حسب، في الساحة السياسية، الأمر الذي ساهم في تغيير العلاقة ما بين المواطن و السلطة في العالم العربي، فظهر مصطلح جديد عرف أو سمي بالتسويق السياسي الذي يعتبر نتاج للتزاوج بين التسويق والسياسة فكُنشاط و منهج يعكس اختراق التسويق لمجال السياسة، فالإعلان السياسي و الحملات السياسية عبر الانترنت، و مشاركة الاستشاريين و مديري الحملات السياسية و عمليات الاتصال السياسي كلها من نماذج هذا التسويق. بحيث أصبح لزاما على أي دولة تبني هذه الإستراتيجية كوسيط بينها و بين المجتمع بجميع أفراده خصوصا الشباب نظرا لوجودهم

الكمي و النوعي ، و لما يتمتعون به من مميزات و قدرات و مهارات لا تتوفر عند غيرهم كالديناميكية و الفعالية و الانسجام و التوافق بين مطالبهم و مطالب المجتمع فكما يقال " الشباب نصف الحاضر و كل المستقبل".

فالتسويق السياسي لا يعني بيع و شراء السياسة بل هو ببساطة كيفية إيصال الخطاب أو الأفكار و المبادئ إلى عامة المواطنين عن طريق وسائل الاتصال السياسي الحديثة، التي خلقت نوعا جديدا من الحرية تدخل في نطاق الرقميات كالمواطن الرقمي ، الديمقراطية الرقمية ، المواطنة الرقمية ... الخ. ففي فترة وجيزة أصبح المواطنون أكثر اتصالا باللعبة السياسية و بشكل أخص الشباب ، المدى ارتباطهم و تعلقهم بالانترنت التي أصبحت تلعب دورا سياسيا مهما ، مما جعل مفردات مثل المدونات و اليوتيوب و الفايسبوك و التويتر .. الخ ، ألقاظا شائعة في مجال العمل السياسي في دول العالم ، و تعمقت جاذبية هذه الوسائل الحديثة و اتسع التفاعل بينها و بين المواطنين في الساحة السياسية ، فلم يعد المواطن مقيدا بالإصغاء إلى ما لا يريد الإصغاء إليه أو مشاهدته مالا يجب مشاهدته (محمد لعقاب، 2011، ص52). فاليئة الاتصالية الجديدة وفرت الوسائل اللازمة و الضرورية للتواصل الاجتماعي و التغيير السياسي، فالسياسة تحتاج إلى اتصال و الاتصال يحتاج إلى وسائل (سيولة المعلومات، الأخبار، الحوار، النقاش) أي فضاء عام يلتقي فيه العرض مع الطلب ضمن السوق السياسي المقترح ، بالاعتماد على عدة استراتيجيات اتصالية تبحث باستمرار عن تقنية الإقناع والتأثير و النفوذ لجذب الجمهور .

و من هنا يمكن طرح التساؤل الآتي: في ظل بحث الشعوب المستمر عن الحرية كيف يمكن للتفاعل السياسي عبر الانترنت تجسيد الديمقراطية في الممارسة السياسية المتبعة في الجزائر ؟

الفرضيات : - مدى استخدام الجزائر لتقنيات التسويق السياسي من اتصال سياسي والانترنت من شأنه أن يؤثر إيجابا أو سلبا في حث الشباب على المشاركة في الحياة السياسية .

- لم يعد في وسع أي حكام أو قادة أو سياسيين ممارسة السياسة دون الأخذ بعين الاعتبار القدرات الجديدة للتعبير و التعبئة التي اكتسبها المواطنون عبر الانترنت .

- أهداف الدراسة و أهميتها : أصبحت التكنولوجيات الحديثة عاملا من عوامل التنمية وعنصراً متزايد الأهمية في السياسة ، فلعبت دورا محوريا في قلب الأحداث بين المواطن والدولة لما تتميز به من السرعة في نقل الخبر والمعلومة لتصل إلى جميع الناس بدون تمييز ولا استثناء من خلال عمليات الاتصال السياسي والانترنت التي اخترقت كل الحدود والحواجز ، مما جعل المواطن ضمن سوق سياسي اختلفت مضامينه ، فانتشرت ظاهرة عزوف الشباب عن السياسة وانجذابه لما أصبح يعرف بالديمقراطية الرقمية أي برزت المشاركة الغير تقليدية المرتبطة

بالحركات والجماعات الغير رسمية و شبكة الانترنت خصوصا في ظل الثورات العربية الحالية بدءا من مطلع سنة 2011، مما جعل هذه الظاهرة محل تساؤل ونقاش مازال مطروحا ليوم هذا.

- أسباب اختيار الموضوع : تقل الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بشكل مباشر فالتسويق في الممارسة السياسية موضوع جديد و مهم في الوقت ذاته خصوصا في ظل الحراك السياسي الذي يشهده الوطن العربي حاليا بعد مرحلة سياسية طويلة من الجمود والركود ،هذا الحراك الذي تبناه الشباب جعلنا نقف أمام تزاوج ظاهرتين مهمتين الأولى سياسية والثانية إعلامية ، السياسية هي تلك الاحتجاجات التي تعبر عن احتقان شعبي وغضب جماهيري و تتمثل في المشاركة السياسية الغير تقليدية، و الإعلامية هي التي تتعلق بتدخل شبكة الانترنت في السياسة.

- منهجية البحث : " تتميز الروح العلمية بستة استعدادات ذهنية وهي :الملاحظة ،المساءلة ،الاستدلال،المنهج،الفتح الذهني و الموضوعية، ،إذا كانت الملاحظة تسمح بالتحقق من الافتراضات ،المساءلة تساهم في تحديد موضوع البحث، وإذا كان الاستدلال الأساس في صياغة مشكلة البحث ،فان المنهج يتضمن الإجراءات التي تهدف إلى تنظيم البحث ،فروح المنهجية تنظم و ترتب انجاز العمل بأكبر دقة ممكنة (موريس أنجرس،2006،ص42) ،سنحاول إدراج هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي للتعرف على الظاهرة بطريقة تفصيلية ودقيقة ، لتكون وصفية تحليلية في بنية النسق ، تقوم على اختبار معارف و تقييمات فئة هامة ومؤثرة في المجتمع و سياسة الدولة بالمعالم و المكونات الخاصة بالنظام السياسي، وهي فئة الشباب (كأنهم يمثلون قوة لا يستهان بها في مختلف مجالات التنمية) وفعالية دور هذه الفئة في النظام السياسي الجزائري .

- الدراسات السابقة : إن الدراسات التي تناولت موضوع التسويق السياسي وعلاقته بالشباب مع تأثير ثورة المعلومات و الاتصالات على التحول الديمقراطي و الإصلاح السياسي في العالم العربي قليلة رغم سرعة انتشار الظاهرة سنتذكر منها: دراسة "سيرج ألوي" حول التسويق والتواصل السياسي " أجريت سنة 1994 وهو كتاب يحاول أن يواكب التطور السريع للتسويق والتواصل السياسي تنظيرا و ممارسة، فبعد أن تحدث عن الأسس التاريخية و عناصر الثقافة والنظرية السياسية، تحدث في الفصل الثاني من الكتاب عن التواصل السياسي، واستعرض في الفصل الثالث أسس التسويق السياسي .

كما تناولت دراسة الباحث "حسني عوض" بجامعة القدس المفتوحة ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب " (تجربة مجلس شبابي عمار أنموذجا)، أجريت في أواخر سنة 2012، بحيث ركزت على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت عند الشباب. كما اهتمت دراسة للباحث "عميسى

عبد الباقي موسى حول موضوع "انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية (دراسة حالة للتحوّل الديمقراطي في مصر)" برصد العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي عبر شبكة الانترنت بدرجة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي ، دراسة للباحث "محمد تركي بني سلامة " حول " الحراك الشبابي الأردني في ظل الربيع العربي " (دراسة ميدانية نوعية) تم تنفيذ هذه الدراسة من قبل مركز البديل للدراسات والأبحاث ، بدعم من مؤسسة المستقبل، عمان، الأردن، سنة 2013، جاءت هذه الدراسة كاستنباط للحرك الجماهيري في انطلاقاته العربية.

كما أجريت دراسة أخرى للباحثة "منى محمود علي" تحت عنوان "من ثورة الاتصال إلى ثورة التغيير (رؤية تكنو اجتماعية لأحداث مصر 2011) في أواخر سنة 2012 بجامعة المستنصرية بالقاهرة، حيث استخلصت هذه الدراسة انه أصبحت بيننا و بين العالم فجوة جديدة تضاف على لائحة الفجوات ألا و هي الفجوة الرقمية التي تبنتها فئة الشباب الذي يرغب في التحرر من تسلط الأنظمة .و لطالما اعتبرت وسائل الإعلام من الآليات الرائدة في التأثير على علاقة الشباب بالعمل الاجتماعي و السياسي ، فلقد أكدت دراسة ل " Kate kenski 2006" و آخرون أجريت على عينة من الشباب الأمريكي أن استخدام وسائل الإعلام يرتبط بالمستويات العالية من الوعي السياسي .

1/الحراك السياسي للشباب عبر شبكة الانترنت كتقنية للتسويق السياسي: لطالما اتسم الشباب العربي بنوع من العزوف عن السياسة، مما ولد مقاربات أخرى كالاغتراب و تآكل الشرعية و فقدان الثقة... الخ، و تبعاً لذلك "حدد "Finfiter" أبعاد رئيسية لظاهرة الاغتراب السياسي " Political Aliénation" تتمثل في: 1. انعدام القدرة على التأثير في المجتمع و على الحكومة أي أن القرارات السياسية تتخذ بدون إعطاء أهمية لرأي المواطن ، 2. انعدام المعنى أي انعدام القدرة على فهم الطريقة التي تسيير بها النظام السياسي والاجتماعي، 3. انعدام المعايير أي انتشار اللامعيارية أي عدم وجود معايير أخلاقية تحكم العملية السياسية، 4. العزلة السياسية بمعنى رفض قواعد السلوك الراهنة، و الشعور إن قواعد اللعبة السياسية غير عادلة " (إيمان محمد حسني عبد الله، 2012، ص128). و رغم ذلك يلعب العامل السياسي دورا بارزا و فعالا في حدوث التغيير الاجتماعي، فهو يبين أن العالم يجب أن يتغير و يتطور و يتفاعل لأنه بصورته الحالية غير ملائم لأفراد المجتمع (العايب شبيلة، 2012، ص69) .

1.1- الشباب و المواطنة الرقمية : "غالبا ما يوصف الجيل الذي ولد في الثمانينات و بداية التسعينات من القرن العشرين ب "جيل الانترنت " حيث يميل إلى التفاعل مستثمرا الآليات التي يتيحها له الفضاء الالكتروني من

التكنولوجيات و المهارات التقنية، إضافة إلى زيادة اهتمام الانترنت بتدعيم الممارسة الديمقراطية و تأثيرها في المعرفة السياسية(الصادق رابح، 2012،ص89) من خلال تسهيل الحصول على المعلومات السياسية وتحرير المعلومات من كل القيود الأمر الذي جعلها محل أنظار و تتبع الكثير من الشباب .و يمكننا تعريف المواطنة الرقمية على أنها "مجموعة القواعد و الضوابط والمعايير والأعراف والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا، التي يحتاجها المواطنين من أجل المساهمة في رقي الوطن " (Greffet,2014,P133 Fabienne) .فخلقت نظام ممارسة الديمقراطية تكنولوجيا ،وأصبحت تستخدم كوسيلة فعالة لتنشيط جوهر الديمقراطية المتمثل في الشفافية في الإجراءات و المشاركة في عملية صنع القرار من خلال اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في العمل السياسي ، كأدوات و طرق عمل جديدة في ممارسة الديمقراطية.

2.1- الشباب والديمقراطية الرقمية : الحرية السياسية و التفاعل الاجتماعي في الشأن السياسي من قبل الشباب عبر الانترنت خلق لنا "الديمقراطية الرقمية التي تجسد"أولا محاولة لتغيير الطرق التقليدية في العمل السياسي،و ثانيا تجمع الأنماط الجديدة الخاصة بالممارسة في العمل السياسي ، فتكشف عن عملية تزاوج ما بين الديمقراطية كمفهوم سياسي و التكنولوجيا كآلية و وسيلة لتعزيزها من خلال توفير أسسها النظرية المتمثلة في حرية الرأي و التعبير ، في مجال عام و مفتوح من الأفكار و المعلومات السياسية (عادل عبد الصادق محمد،2009). فاتسعت دائرة المشاركة و ممارسة السياسة الكترونيا لدى الشباب كونه أصبح غير مضطر لإخفاء رأيه و التقييد بما يملا عليه ، وخلق نوعا آخر من المشاركة الغير تقليدية التي تتمثل في استخدام الانترنت كتقنية حديثة في الممارسة السياسة تماشيا مع متطلبات العصر وما يفرضه بلوغ التنمية في مختلف المجالات . فلقد أتاحت وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في تطورات شبكة الانترنت "خلق مجال سياسي افتراضي، تمكن من خلال له المواطنون من تبادل المعلومات بشكل فوري، و متعدد الوسائط و بكميات غير محدودة، و لا خاضعة لرقابة مسبقة ، الأمر الذي أفرز ما اصطلح عليه بالديمقراطية الرقمية، و ما نتج عنها من أفكار تنظيمية مستحدثة، كالأحزاب والبرلمانات الرقمية، والحكومات الالكترونية، و أنشطة سياسية جديدة، كالتصويت الالكتروني و الاستفتاءات الرقمية، و تبادل الآراء حول الأداء الحكومي في قوائم المناقشة وغرف الدردشة(إيمان محمد حسني عبد الله، 2012، ص49)، حيث تعددت الآراء والمواقف واختلفت مما جعلنا ضمن فضاء يحمل عدة تطلعات من شأنها توفير بيئة سياسية ملائمة لجميع أفراد و تكتلات المجتمع .

2 /فعالية الانترنت السياسي و تأثيره على النظام السياسي في الجزائر: أصبحت شبكة الانترنت وما يرافقها من تبلور، لعبة الشباب السياسية المتميزة في التأثير والتأثر ،كونها مثلت أداة للتفاعل الاجتماعي والسياسي في

القضايا الوطنية و الدولية ، "إذ أصبح الشباب يمثل قوة رفض وتحدي ومصدر رؤى جديدة للمستقبل ، من اجل التغيير حتى يتسنى له خلق واقع جديد (محمد سيد فهمي ، 2009، ص123)" يتناسب معه ومع تطلعاته نحو الحاضر والمستقبل. والجزائر كغيرها من البلدان شهدت وقع هذه الطفرة التكنولوجية في الممارسة والعمل السياسي، حيث ولدت الانترنت فضاءا متسع الأوجه يضم واقعا الراهن خصوصا ضمن موجات الربيع العربي التي شهدها مطلع سنة 2011 ومازالت لم تكمل تتبعاتها إلى يومنا الحالي.

1.2- الشباب والتغيير السياسي في المجتمع الجزائري :

تغيرت الخارطة السياسية العربية بعد مطلع سنة 2011 تبعا لأحداث الربيع العربي وما عقبها من تغيرات على مستوى أوجه وأنماط النظم السياسية العربية ، بحيث شكلت الثورة التونسية والمصرية نقطة تحول في دخول الشبكات الاجتماعية الخاصة بالانترنت الحياة السياسية في وطننا العربي ، خصوصا كونها تقنية تميز بها الشباب وتفاعل معها بحيث يؤثر فيها و يتأثر بها في الوقت ذاته، مما جعل الجزائر كغيرها من الدول تشهد وقع هذه الثورة التكنولوجية التي خلقت سهولة ممارسة السياسة بطرق مستحدثة. فالمتبوع لأحداث الجزائر يلاحظ وجود تدهورت طرأت على الوضع الاجتماعي والاقتصادي للمواطن الجزائري قرب فترة الثورات العربية ، مما جعل الجزائر تشهد بدورها نوعا من الأحداث التي قادها الشباب الجزائري، خلال شتاء 2011، فخرج الشباب إلى الشوارع محتجين ومعبرين عن غضبهم بسبب ارتفاع الأسعار الذي انتشر آنذاك، ولعبت كذلك الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت دورا كبيرا في التعبئة السياسية ، مما ألزم الدولة بالقيام بإصلاحات وتعديلات سريعة في سياسة الدولة ، إضافة إلى إرجاع الأسعار لطبيعتها لتهدئة الوضع وتجنب الوضع المشحون ، والتجاوزات التي قد تحدث. ورغم ذلك عرفت الجزائر عدة تظاهرات و احتجاجات طفيفة نادى بالتغيير السياسي و الإصلاح، متوجهة إلى عالم التشبيك الاجتماعي الذي فتح المجال للمناقشات و الحوارات السياسية ، فمساهمة الانترنت في العمل السياسي دعمت الشباب في توصيل أفكاره والتعبير عن توجهاته و اتجاهاته دون قيود أو عزل ، خصوصا مع انتشار ظاهرة عزوف الشباب عن السياسة التي جعلتها الانترنت تأخذ مسارا آخر يتمثل في المشاركة السياسية الغير تقليدية التي تدخل ضمن مجتمع المعلومات والإعلام البديل حيث جعلتنا ننظر للعالم بطريقة أخرى. فالاجتمعات الافتراضية لا تقوم على الجبر أو الالتزام بل تقوم في مجملها على الاختيار، فتعد الوسائل الحديثة للاتصال عنصرا أساسيا لعملية التغيير في المجتمع الجزائري في الفترة الحالية ، وتؤدي الثقافة اللامادية التي تنتجها هذه الوسائل ، كالأيديولوجيات السياسية و الاجتماعية إلى تغيير واسع في حياة المجتمع" (ساسي سفيان، 2016).

فالتغيير السياسي في كل مجتمع يحتاج إلى استجابة عدة عوامل أهمها : 1-الرأي العام أو مطالب الأفراد من النظام السياسي -2-تغير في نفوذ وقوة بعض الحركات و الأحزاب و جماعات المصالح، بما يعني تحول الأهداف الحزبية أو الخاصة من إطار الحزب إلى إطار الدولة -3-تداول السلطات في الحالات الديمقراطية ، أو إعادة توزيع الأدوار السياسية بالانقلابات والاحتجاجات، و بدء تشكل حياة سياسية جديدة وفق منطق قيادة جديد- 4-ضغوط ومطالب خارجية من قبل دول أو منظمات، وتكون هذه الضغوط بعد أشكال سياسية واقتصادية وعسكرية (المعهد المصري للدراسات السياسية والإستراتيجية،2016،ص5).

2.2-الانترنت والمشاركة السياسية في الجزائر:

"لعبت شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك ،تويتر، يوتوب) دورا كبيرا في صنع صحوة حرية التعبير التي دخلت في الجسم السياسي وخلقت ساحة مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة بالإصلاح السياسي إضافة إلى تعبئة وصياغة الرأي العام ومحاسبة الحكومات بطريقة غير متوقعة ،مما جعل الحكومات تكافح لمواجهةها مرة بشن حملات واسعة النطاق على المدونين والصحفيين والمجتمع المدني وأخرى بالإصلاحات (Ghannam.J,2011,P4)" تلك الأخيرة التي طال تداولها في الجزائر عبر مختلف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والتي أصبحت جزءا أساسيا من النظام السياسي في الدولة ' فشكلت هذه الشبكات منبرا للتواصل الاجتماعي و السياسي عند الشباب العربي لما تتميز به من مميزات خاصة لا تتوفر عند غيرها كما شكل استخدام الانترنت في العمل السياسي نوعا من المشاركة السياسية الغير تقليدية التي وجد فيها الشباب نوعا من الحرية في التعبير عن آراءه دون خوف و قيود ، اتجاه السياسة القائمة في البلاد و الموجودة في العالم ، "فلقد ساعدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية ،متجاوزة الحدود و العزلة الحضارية التي كانت تعيشها مختلف الجماعات البشرية،فعلى الرغم من التطور الحاصل في وسائل الإعلام ،إلا أن تأثيرها لم يرق إلى درجة التأثير الذي أحدثته شبكة الانترنت ،من خلال ملايين المواقع التي تتناول كل مجالات الحياة من سياسة واقتصاد وسياحة وتعارف،هذه الأخيرة كانت على رأس الوسائل الرقمية الأكثر شعبية في وسط الشباب و المعروفة بشبكات التواصل الاجتماعي ،منها تويتر و فايس بوك،و يبرز تأثير شبكات التواصل الاجتماعي من خلال حجم المنخرطين فيها،فهي تضم مئات الملايين من الشباب العربي "(مرسي مشري،2012،ص146)، حيث يرى المدافعون عن فعالية الانترنت في السياسة "أن التوسع في القدرة على الاتصال يمكن أن يقود إلى ثقافة سياسية رحبة و أفعال أكثر انتظاما للمشاركة

السياسية، كون المواطنين سيكونون أكثر نشاطاً في التعبير عن آرائهم من خلال الانترنت، التي تتيح لهم فرصاً جديدة لتوصيل رغباتهم و مصالحهم لموظفي الحكومة الرسميين والمنتخبين (محمد نصر مهنا، 2007، ص43).

إن عضوية الشباب الجزائري في الجماعات المشكلة عبر الشبكات الاجتماعية، فتحت المجال للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، فالشأن السياسي أصبح متغير أساسي في عالم الانترنت، إذ ساهم دخول الانترنت السياسة في تأرجح الممارسات السياسية بين عاملين الأول و العالم الواقعي و الثاني هو العالم الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية التي يتجلى منظورها بشكل واسع في الساحة السياسية" (مرجع سابق، 2016) كالتنشئة السياسية للشباب و تعبئة الرأي العام إضافة إلى بروز الهوية الرقمية التي عبرت عن المواطنة حيث شغلت مواقع التواصل الاجتماعي أفكار الشباب ووظفت له فضاء حر للتعبير مع احترام مختلف وجهات النظر سواء كانت موالية معارضة أو حيادية.

نتائج الدراسة : بدخول الممارسة التسويقية إلى المعترك السياسي، أصبح هناك نشاط تسويقي سياسي، الذي هو في حقيقة الأمر عبارة عن نشاط سياسي، استراتيجي، و سلوكي، أي نشاط سياسي كونه يهتم بالطريقة التي تمكن المنظمات السياسية كالأحزاب مثلاً من العمل في أوساط الشعب لكسب ودهم، تعاطفهم، وتأبيدهم، و نشاط استراتيجي لاعتماده في جوهره على الفكر و التخطيط الاستراتيجي الذي يمكن و يساعد التسويق السياسي على تحقيق الأهداف التي تسعى المنظمات السياسية أو المرشحين للانتخابات من تحقيقها، إضافة إلى كون التسويق السياسي نشاط سلوكي كونه يهتم كثيراً و بشكل خاص بالسعي لمعرفة حاجات ميولات و تطلعات كل شرائح المجتمع (صحراوي بن شيحة، 2011، ص9) كل هذا ييسر عملية المشاركة السياسية للشباب في الجزائر، فالاتصال السياسي الجيد يسهل التوافق بين متطلبات الشعب و قرارات الدولة ضمن القضايا السياسية الكبرى، فرغم عدم ارتفاع مستوى الانترنت السياسي في الجزائر مقارنة ببقية الدول، إلا أنه خلق جواً من التداول و النقاش شد الرأي العام مرة أخرى للسياسة و جذب الشباب نحو العمل السياسي فأكسبهم وعياً و ثقافة سياسية تمكن من بناء مجتمع ديمقراطي يتطلع للاستقلالية و يتمتع بقوة سياسية اجتماعية فعالة في الدولة. حيث حرر هذا الحراك السياسي الإلكتروني "طاقات حيوية اختلط فيها السياسي ذا المطالب الديمقراطية بالاجتماعي ذو العدالة الاجتماعية، والاقتصادي ذو التوزيع العادل للخيرات و محاربة الفساد بالثقافي ذا النزوع النهضوي الذي لم تتضح معالمه (عبد الإله بلقزيز، 2013، ص58). لذا فمشاركة الشباب في السياسة تعتبر من متطلبات التنمية السياسية هذا المفهوم الذي حظي بانتشار واسع في تراث العلوم السياسية وبخاصة فيما يتعلق بدراسة العلاقة بين السياسة

و المجتمع ، و عمليات البناء المجتمعي و رسم السياسات التنموية، فحاء التسويق السياسي عبر الانترنت لتسريع عملية التواصل الاجتماعي السياسي بين الجدولة وشعبها ضمن قواعد اللعبة السياسية.

الخاتمة : تبين لنا من خلال دراستنا صحة الفرضيات في فعالية الانترنت السياسي في حياة الشباب داخل المجتمعات العربية ككل بما فيهم الجزائر، كونه خلق نوعا من المشاركة السياسية المستحدثة التي تعد من أولويات بلوغ التنمية على كافة المستويات، فالتسويق السياسي و إن كان في نظر البعض مجرد دعاية سياسية إلا انه باستطاعته مساعدة الدولة في ربط الاتصال السياسي بشعبها كونه يشكل سوق سياسي يضم العرض السياسي للدولة و الطلب الاجتماعي لشعبها و إذا توافق العرض مع الطلب تحققت الديمقراطية و ضمنت الدولة شرعيتها.

قائمة المراجع:

1. الصادق رايح (2012)، الهوية الرقمية للشباب بين: التمثلات الاجتماعية و التمثل الذاتي، مجلة إضافات ، العدد 19، صيف. 2012.
2. العايب شبيلة (2012)، الديناميكية الاجتماعية و النمو السياسي، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، كلية العلوم السياسية و الإعلام، الجزائر، العدد 8،
3. المعهد المصري للدراسات السياسية و الإستراتيجية (2016)، قراءات نظرية: التغيير السياسي - المفهوم و الأبعاد، مصر، 10-04-2016.
4. إيمان محمد حسني عبد الله (2012)، الشباب و الحركات الاجتماعية و السياسية، مكتبة إنسانيات، القاهرة، مصر.
5. صحراوي بن شيحة و آخرون (2011)، التسويق السياسي ، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، ط1، عمان.
6. عادل عبد الصادق محمد (2009)، الديمقراطية الرقمية نمط جديد للممارسة السياسية، مركز الدراسات السياسية و الإستراتيجية بالأهرام، مصر، أبريل 2009.
7. عبد الاله بلقزيز (2013) ، الديمقراطية المنقوصة (في إمكانات الخروج من التسلطية و عوائقه)، منتدى المعارف، بيروت، لبنان.
8. ساسي سفيان (2016)، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري، المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات و العلوم الاجتماعية، الجزائر، 10-04-2016.
9. محمد لعقاب (2011)، المواطن الرقمي (كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية)، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، الجزائر.
10. محمد سيد فهمي (2009)، العولمة و الشباب من منظور اجتماعي ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط1، الإسكندرية، مصر.
11. موريس أنجريس (2006)، البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية)، ت. بوزيد صحراوي، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر.
12. المعهد المصري للدراسات السياسية و الإستراتيجية (2016)، قراءات نظرية: التغيير السياسي - المفهوم و الأبعاد، مصر، 10-04-2016.
13. محمد نصر مهنا (2007)، الإعلام السياسي بين التنظير و التطبيق، دار الفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط1، الإسكندرية، مصر.
14. مرسي مشري (2012)، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية (نظرة في الوظائف)، مجلة المستقبل العربي، بيروت، لبنان، العدد 395، يناير 2012.

15. Fabienne Greffet (2014) , La citoyenneté numérique : Perspectives de recherche,
In : Réseaux, (125-159), 2014/2 n° 184-185.

16. Ghannam , J (2011). “Social Media in the Arab World : Leading up to the Uprisings
of 2011”, Washington, the Center for International Media Assistance.