

## الرأي العام السيبراني في الجزائر: بين الميديولوجيا والايديولوجيا قراءة في مضمون صفحات فيسبوكية اثناء فترة الحراك الشعبي

Cyber public opinion in Alegria: between idéologie and médiologie  
Reading in the content of Facebook pages during the period of the popular move

حمادي هجيرة<sup>1</sup>

جامعة سطيف<sup>2</sup>

hammadihadjira@gmail.com

تاريخ الوصول 2021/10/11 القبول 2021/11/27 النشر على الخط 2022/06/05

Received 11/10/2021 Accepted 27/11/2021 Published online 05/06/2022

### ملخص:

تعالج هذه الورقة إشكالية التجاذب بين الميديولوجيا والايديولوجيا في موقع الفيسبوك كآليات لتشكيل الرأي العام السيبراني و صناعة وعي الجمهور الجزائري اثناء فترة الحراك الشعبي المستمر منذ 22 فيفري 2019 ، والذي إحتضنته أفضية متعددة ( افتراضي واقعي) واستخدم فيه المشاركون أدوات تعبير مختلفة كرفع الشعارات واللافتات في الشوارع وترديد مختلف الأهازيج والشعارات ، وصولا إلى استعمال الوسيط الميديولوجي الفيسبوك ، الذي تتجاذبه إميريقيا وجهتي نظر مختلفتين حول مدى قدرته على التأثير في الرأي العام ، خاصة عند اقترانه باليات إيديولوجية منظمة كالذباب الالكتروني .

خلصت الورقة البحثية إلى ان التوظيف المتزايد لميديولوجيا الجيل الرابع الفيسبوك اثناء الحراك الشعبي أعطى للأفكار الواردة فيه قوة مادية ، بفعل سهولة تبادل الآراء وإدارة الحوار داخلها ، وتوفر الفرص المتساوية للنقاش للمستخدمين ، لكنه تحول أحيانا إلى أداة أيديولوجية، نتيجة انتشار آليات خطابية وأشكال تواصلية رمزية ولغوية، أفضت إلى التطرف والتعصب في المواقف وردود الأفعال بدل الحجاج والتواصل .

**الكلمات المفتاحية:** الرأي العام السيبراني ؛ ميديولوجيا الجيل الرابع الفيسبوك؛ الايديولوجيا الميديولوجيا.

### Abstract :

This paper deals with concentration and ideologies at Facebook social networking sites as a two ways to form a cyberspace and the Algerian public opinion in the period of 22 February 2019, which has been adopted by various leadership (realistic), participants used different expression tools as illumination and banners In the streets and renovation of various utensils and logos, down to the use of Facebook electronic mediator. The growing employment of the fourth generation Hytils Facebook during the popular movement gave to the ideas contained in which a material force was given by an ease of exchanging views and management of dialogue within them and providing the equal opportunities for discussion to users, but sometimes turned into ideological tools, as a result of the prevalence of speeches, symbolic and linguistic forms, led to extremism And intolerance in positions and reflections instead of pilgrims and communication

**Keywords :** cyber public opinion; The ideology of the fourth generation Facebook ; ideology médiologie

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: حمادي هجيرة البريد الالكتروني: hammadihadjira@gmail com

## مقدمة

نال موضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام ( الواقعي - الافتراضي ) حيزا هاما في الدراسات والأبحاث الأكاديمية منذ ظهورها في تسعينيات القرن الماضي ، وتطور بشكل لافت بعد أحداث الربيع العربي عام 2011 ، تجلت هذه الدراسات في تيارين بحثيين ، أحدهما ينطلق من التسليم بشكل مطلق بقدرتها على تشكيل الرأي العام من منظور ميديولوجي ، بإعطائها بعدا حتميا في التحولات الجارية في الواقع ، عبر قدرتها على رسم توجهات مستخدميها تيمنا بمقولة - ماريشال مكلوهان- الرسالة إلى الوسيلة ، متجاهلا الرسالة والقيم أي الإيديولوجيا التي تحملها وسياقاتها الاجتماعية والثقافية والتاريخية التي يتواجد فيها المرسل والمستقبل والفاعلين في تلك التحولات .

في حين هناك تيار آخر متوجس من هذا العامل التكنولوجي ، اتجه الى إبراز البعد الأيديولوجي لهذا الوسيط الميديولوجي المتحلي في الأطر المرجعية لديناميكية اشتغالها ، مبرزا عملية ادجنتها وشخصتها عبر إنشاء سياقات ( عوالم افتراضية ) تجعل المستخدمين يكتفون الى الاهتمامات السائدة وليس المحتوى بذاته فقط ، باعتبارها تجسد مثلا عن تزاوج الوسيلة والغاية واندماجهما ، حيث تعكس رؤية معينة وتصور للعلاقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ونمط الحياة<sup>1</sup>

في هذا الإطار شكل الحراك الشعبي الجزائري تمظها فعليا لما يسمى عملية تعبئة و تحشيد الرأي العام الالكتروني ، والذي برزت تجلياته في ذلك التسارع والتسريع في تداول المعلومات والأحداث والصور والفيديوهات والشعارات في مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث سمح الوسيط الميديولوجي الافتراضي بإظهار حس حضاري و وعي سياسي غير مسبوق لدى كل شرائح المجتمع ، في التعبير عن حقهم في الحرية والرغبة في التغيير الديمقراطي ورفض الفساد، اين أثارت كل هذه القضايا انتباه المجتمع الدولي .

لكن المكسب الأساسي الذي حققه الحراك الشعبي في استعادته الشارع بوصفه فضاء للنقاش وتداول المعلومة يتهدده الاستقطاب الجماهيري الحاد، نتيجة التجاذب الأيديولوجي المنتشر في الفضاء الافتراضي، خاصة في شقه الهوياتي *identitaires*، الذي يهدد بشق وتشتيت الرأي العام عن مناقشة المسائل التي خرج الحراك لأجلها، معمقا من إشكالية وجود الرأي العام من عدمه ، القابع في معضلة تكميم الآراء على حساب محتواها ، مثلما يطرح بذلك بيار بورديو : الرأي العام غير موجود بل يصنع .<sup>2</sup>

وعليه يصبح من المشروعية لعلمية طرح التساؤل التالي ؟ كيف ساهم التوظيف الإعلامي لصفحات الفيسبوك في بعده الميديولوجي والإيديولوجي في تشكيل الرأي العام السيرياني أثناء الحراك الشعبي ؟

<sup>1</sup>Ari-VeikkoAnttiroiko ، Networks in Manuel Castells' theory of the network societyUniversity of Tampere , 15. July 2015

<sup>2</sup> Pierre Bourdieu l'opinion publique n'existe pas ، Extrait du site d'Acrimed | Action Critique Médiat ,\_Janvier 2012, p 1, 16 et 17 ، [\\_http://www.acrimed.org/article3938.html](http://www.acrimed.org/article3938.html)

وبغرض مشكلة العلاقة بين هادين البعدين - الميديولوجي والايديولوجيا - وكيفية اشتغالهما في الفضاء الافتراضي في المجتمع الجزائري قسمت المداخلة للمحاور التالية :

1. الراي العام السيرياني : آليات الاشتغال والتشكل
2. تجليات المشهد السياسي للحراك في الفضاء الافتراضي
3. البعد الامبريقي للتجاذب- الايديولوجي والميديولوجي - في صفحات فايسبوكيه حول الحراك الشعبي

## 1. الراي العام السيرياني : آليات التشكل والاشتغال

يعد الراي العام السيرياني E- public opinion من المفاهيم السائلة ما يجعل من الصعب تحديده وضبطه وتمثيله ، ومرد ذلك حداثة المفهوم من جهة ، وتعقد وشمولية مفهوم الراي العام نفسه من جهة أخرى ، حيث ارتبط ظهوره بالوسائط الاتصالية الجديدة وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي، رغم ذلك اجتهد الباحثون في محاولة ضبط المفهوم مركزين على امتداده الجغرافي الذي قد يتعدى حدود الدولة ، وسياقاته التي تخص كل قضية ذات اهتمام عام ، وصولا إلى ربط فعاليته بقدرته على التأثير في الأحداث على ارض الواقع.

بصفة عامة الراي العام السيرياني هو : ذلك الراي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير ، داخل القطر الواحد او خارجه، في هذا الفضاء الواسع على الشبكة العنكبوتية 'الانترنت' ، للتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول اليها من خلال هذه الشبكة<sup>1</sup>

يحضى الراي العام الافتراضي بمكانة هامة في الأنظمة الديمقراطية فهو بارومتر مدى رضا المواطن عن الحكومات ، ومؤشر على مدى احترامها لشعوبها ، خصوصا بعد تزايد تأثيره في الأحداث اليومية ، بفضل التطبيقات التكنولوجية التفاعلية التي مكنت المواطن من المشاركة في للنقاش العام الحر لمختلف القضايا التي تهمه ، وإبدائه رأيه في قضايا الشأن العام ، بعيدا عن أشكال رقابة السلطات التقليدية القانونية منها والتكنولوجية مدعوما بسهولة الاستخدام والولوج. ففعالية الراي العام السيرياني تكمن في التأثير على الأحداث في الواقع .

إن كان فضاء التبادلات الرمزية مكن المستخدمين من تجاوز ترابية المشاركة والحضور في الفضاء العمومي التي كانت حكرًا على السلطة والنخب ، فانه بالمقابل أثار مخاوف متزايدة لدى السلطات العمومية من تداعيات هذا الواقع المستحدث وأثره في إنتاج القوة وإعادة توزيعها، ضمن ثنائية " سلطة التكنولوجيا وتكنولوجيا السلطة" المنتجة بدورها للقوة والنفوذ والسلطة والديمقراطية التشاركية البديلة للقوى المدنية<sup>2</sup>

لا يوجد إجماع على مقارنة نظرية واحدة لدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام واليات تشكله، فاعلب المقاربات التي تناولتها أدرجتها في النظريات التالية : نظرية التسويق الاجتماعي التي اهتمت بكيفية ترويج الأفكار في مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتنقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها ، ونظرية الاستخدامات و الاشباع التي

<sup>1</sup> عامر فتحي حسين ، الراي العام الالكتروني ، دار النشر للحامعات، القاهرة مصر 2012 ، ص 164، 165

<sup>2</sup> الجموسي جوهري ، الافتراضي والثورة مكانة الانترنت في ولادة مجتمع مدني عربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات الدوحة بيروت 2016 ص 10

اهتمت بالوقوف على تلك الاشباع التي تحقق لمستخدمي هذه المواقع وعلاقتها بتشكيل الراي العام الالكتروني، فضلا عن نظرية الفضاء العمومي لهايرماس، التي ترى بأن هاته المواقع استطاعت توفير مساحة حرة لتبادل الآراء و التأثير على القرارات ذات الشأن العام وفرض أجندة معينة، رغم تحفظ بعض الباحثين على المبالغة في دورها في التغيير السياسي على ارض الواقع .

ان قيام وسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها في المجتمع الديمقراطي بدور المخبر من المنظور الميديولوجي هي التي يتحقق في ظلها وظيفة الإخبار والإبلاغ في المجتمع، لكن هذا الدور لا ينفي عنها وظيفة التوسط بين مؤسسات الدولة والمواطن دون ضغوط أو إكراه، باعتبارها مؤسسات أداتية تنشر الوعي والانسجام الاجتماعي من اجل تشكيل لحمة النسيج الاجتماعي وفق منطق المشاركة والإقناع.

إن هذا التبادل العقلاني لوجهات النظر حول مسائل تخص الشأن العام ، عبر فضاءات الإعلام هو الذي يتيح فرز رأي عام و ينتج قبول ورضا من طرف كل أطراف المجتمع ، فوفق هايرماس فان الراي العام هو وسيلة المواطنين في الضغط على الدولة ، وإنقاذ الإرادة الشعبية من العنف والتسلط وألوان الاستبداد بالرأي<sup>1</sup> وهنا يأتي الفعل التواصلي كآلية للنقاش في الفضاءات الافتراضية هدفها تحقيق التفاهم والتوافق دون إكراه ، وليس البحث عن الوسائل التي تمكنه في التأثير في الغير .

يقتضي أداء الوسائط الاتصال الحديثة لوظيفتها الميديولوجية النظر إليها كآليات أساسية لممارسة حرية الراي والتعبير وتجسيد تنوع الأفكار والتعددية الفكرية والسياسية والتنوع الثقافي ، باعتبارها وسائل لإشراك المواطنين في الشأن العام . لكن ما يلاحظ في سياق واقع المجتمع الجزائري فأن هذه الوسائط تحولت إلى فضاء لصراعات ايديولوجية وهوياتية ودينية ، مثلما تبينه الأحداث الكثيرة المتعاقبة في المجتمع الجزائري - الحرائق في منطقة القبائل ، والتهمة الموجهة لكل من رشاد وآمالك ، وتوجيه الراي العام حول التوتر الحاصل في الحدود الليبية و تدهور العلاقة مع المغرب اثر التطبيع الذي تم بين هذه الأخيرة و إسرائيل ، من منظور ميديولوجي تمكنت الوسائط من نقل الراي العام وتوجيهه ، من الاهتمام بالمشكلات الداخلية إلى إلهاء الراي العام بقضايا جيو - استراتيجية تتعدى قدرة المواطن علي تحليلها وإدراكها .

## 2- الأيديولوجيا في شبكات التواصل الاجتماعي و اشتغال الراي العام الالكتروني : أية علاقة ؟

تعد الايديولوجيا كمفهوم معقد شديد الارتباط بالمرجعيات التي تعمل بها جماعات معينة في صلب الوظيفة الميديولوجية للوسائط المستحدثة بالأخص مواقع التواصل الاجتماعي ،"باعتبارها نظام من الأفكار المتداخلة التي تؤمن بها جماعة معينة او مجتمع ما وتعكس مصالحها الاجتماعية والأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية والنظامية وتبررها في نفس الوقت ، والتي تتسع لتشمل النظم العقائدية ومفهوم التقانة برمتها<sup>2</sup>

للإيديولوجيا أثرها في تعريف الوعي السياسي ، فالقول بان الأيديولوجيا قد انتهت في إطار خطاب المابعديات المرافق لما بعد الحداثة التي انطلقت في الأوساط الغربية في نهاية التسعينيات فيه نوع من الغموض والالتباس ، حيث مازالت الأيديولوجيا ترسم الكثير من الأحداث السياسية في الداخل والخارج على غرار ايديولوجيا الحركات الإسلامية التي اجتاحت بلدان ما عرف بالربيع العربي ووصل العديد منها الى الحكم في تونس ومصر .

<sup>1</sup> عبد الله زين الحيدري، الفضاء العمومي الجديد السلطة الخامسة ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 12 الرياض السعودية ، 2014 ، ص 12،

<sup>2</sup> بابر مصطفى معتصم ، إيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الراي العام مركز التنوير المعرفي الخرطوم 2014 ط 1 ص 24

بمعنى أن ثمة أيديولوجيات، في الكثير من المجالات تكون بمثابة قناع لتحقيق المصالح، ووسائل للاتصال الحديث ليست استثناء، باعتبارها آلية لصناعة الواقع وبناء صورة له، وفق خلفيات مفروضة ومخطط لها سلفاً من قبل من يديرونها، وهو واقع يبدو في ظاهره أكثر واقعية من الحقيقة نفسها على رأي جان بودريار<sup>1</sup>، نتيجة سلطة خطابه المعتمد على الصور المبهرة والمثيرات الصوتية الجذابة، والنتيجة المباشرة لذلك تكون على شكل تأثر وإعجاب بهذه الميديا الجديدة التي حولت الإنسان - في أي مجتمع كان - إلى متابع شغوف يتماهي مع الصدقية المصطنعة لهذا الواقع ويتخذ مرجعاً في الحكم على مختلف القضايا المحيطة به<sup>2</sup> لذا فإن اعتماد كثير من المداولات الشائعة بين الجماهير على اجتزاء المعلومات من سياقاتها وتزييف الحقائق وتظليل الجمهور أو حتى استلاب الوعي الجمعي عبر الأخبار الملفقة ما هو إلا تجلي لحالة ما بعد الحقيقة، التي انخرطت فيها حتى النخب، و باتت فيها التكنولوجيا تتجاهل المعلومة الصحيحة وتغليب الراي، وهي الصورة التي رصدها الباحث عبد الوهاب المسيري، كمحصلة للحدث ما بعد اللغوية، التي تعتبر اللغة وسيلة لإنتاج الحقيقة عوض معرفتها، تفرضها عوالم متحررة من المعيارية والرقابة وواقع تحكمه الأحادية، فالنشر الإلكتروني فرض واقعا تحكمه التعددية المفضية إلى التشتت والفوضى والتشظي.

إلى حد تحول الشفافية التي تفضي إلى إتاحة المزيد من المعلومات نفسها إلى آلية أيديولوجية للنظام النيولبرالي، تقاسم باقي الأيديولوجيات في صفاتها الأساسية كالشمولية والخداع، ما يجعلها تشكل خطورة إذا تم تعميمها فقد تفضي إلى الإرهاب<sup>3</sup> في المقابل نجد في سياق واقع المجتمعات المتخلفة فأما تروج إما لأيديولوجيات شعبية تضخم الشعوب لتغليتها وسلخها عن واقعها المزري، بافتعال قضايا داخلية وخارجية لإلهاء الشعوب على قضاياها المصيرية كالحريات والديمقراطية والمسألة الاجتماعية، وإما أيضا بالتخويف وهو الخطاب الشائع راهنا وتحملة صورا كثيرا وعبارات صارت متداولة - كالتخوين ونعت الكثيرين بعملاء والعروبيين وغيرها، كل هذه الصور تعكس إلى أي درجة يمكن للوسائل الاجتماعية في ظل غياب مجتمع مثقف ان تشكل خطرا على وحدة المجتمع تجانسه وتماسكه.

ان كانت تجارة البيانات في الشبكة واقتصاد الرغبة البشرية التي تشكل رأسمال كبرى الدول والشركات العالمية إضافة إلى حب الظهور وتحقيق الشهرة من أهم أهداف المتلاعبين بالمعلومات عبر الفضاء الافتراضي، فان للدافع الإيديولوجي نصيبه على مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك، عبر الترويج لفكرة معينة على أنها صحيحة وتغليط كل الأفكار الأخرى، والدفاع عنها بشتى الطرق بما في ذلك الأكاذيب، من أجل تظليل الراي العام وإبعاده عن قضاياها الرئيسية، بحيث ينسب إلى مواقع التواصل الاجتماعي بما تتسم به من خصائص التفاعلية والتشاركية وتسريع وتسارع الزمن التواصلي القدرة على اقناع الجماهير بأيديولوجيات مختلفة يحملها القائمون عليها، عبر إثارة اهتمام الجمهور وتوجيهه نحو قضايا ومشكلات معينة، وبالتالي صناعة رأي الجماهير ووعيه، وبناء واقع متخيل *imaginé* وفق آليات إقناعه معينة بعضها اقرب إلى التظليل الذي يخالف الاقتناع، متخذاً عدة أشكال منها الدعاية والإشهار. فالمقصد التواصلي الموظف في الوسائل الافتراضية

<sup>1</sup> انظر جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت 2008 ص 147

<sup>2</sup> احمد اسماعيلي، إيديولوجيا الإعلام الجيد والوعي الزائف مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع مجلة الدراسات الاعلامية المركز العربي الديمقراطي العدد 8، ألمانيا، أوت 2019 ص 75

<sup>3</sup> هان بيونغ تشول، مجتمع الشفافية ترجمة بدرالدين مصطفى، المغرب، المركز الثاني للكتاب، 2019 ص 11

ليس بمعزل عن استدعاء مشاعر وقيم الجمهور للتفاعل مع مضمون الرسالة خاصة اذا ما غذيت بجمالية اللفظ *esthétique* ووضوح اللغة الوضوح *clarté* ودقة الاسلوب *style*<sup>1</sup>. فلا تواصل بدون استراتيجيات تتغذى من خطاب حجاجي قائم على تقنيات الإقناع على رأي فيليب بروتون .

على غرار ما عاشه الجزائريون إثناء الحراك الشعبي ، حيث بات الجمهور تحت وطأة أجنحة أطراف متعددة داخلية وخارجية ذات مصالح متباينة ، عملت على ترويح المعلومات المظلمة والأخبار المزيفة والأيدولوجيات المتعصبة لعرقلة النقاش وإزاحته إلى التعصب بدل الحجاج عبر الحسابات الوهمية ، والبعض منه بات يصدق كل ما يداول من معلومات دون تمحيص ولا تثبت من مصدرها خاصة من ذوو المستويات العلمية المتدنية ، ووصل الحد الى شرعنة الكذب عبر تداول معلومات خاطئة على انها صحيحة وهي الظواهر التي سنعمل على اظهارها في ما تبقى من المقال .

وبالتالي فان ان التحدي اليوم، في ظل البيئة الرقمية والعمولة هو في إخراج الإعلام والتواصل من سيطرة التقنية التي تكبح التفكير في التواصل بمقدار ما تمحي كفاءة المعدات<sup>2</sup> ، حيث يقع تحت طائلة ما يسميه فيليب بروتون الايديولوجيا التقنية ، التي قوامها إسناد مهمة حل قضايا المجتمع الى التقنية مع انها ليست من اختصاصها<sup>3</sup> ، وبالأخص في مواقع التواصل الاجتماعي .

### 3-توصيف المشهد السياسي للحراك الشعبي وتحليلاته في الفضاء الافتراضي ؟

بعد عزوف الشباب الجزائري عن مناقشة الشأن العام السياسي بالأخص طيلة 20 سنة من حكم الرئيس بوتفليقة نتيجة تفاقم أوضاعه الاجتماعية والاقتصادية من جهة، وغلق فضاءات الحوار والنقاش الكلاسيكية داخل الأحزاب ، وفيما بينها ومع السلطة داخل الفضاء العام ، وخلق مجتمع مدني شكلاي ووسائل إعلام فاقدة للاحترافية وتعيش استتباع *suivisme* مفضوح للسلطة ، مكرسة التبعية والرأي الواحد عبر تبرير الفساد في الكثير من الأحيان ، وطمس وتغييب الرأي المعارض ، الى درجة تمييع الحقائق على ارض الواقع ، لكن اعلان الرئيس بوتفليقة الترشح للعهدة لخامسة فجر الشارع بخروج ملايين الجزائريين من كل شرائح المجتمع في مظاهرات سلمية يوم 22فيفري فجابت كل ولايات البلاد مطالبين بالتغيير والديمقراطية ضاربا مثلا للسلمية والتحضر .

وقد طور المتظاهرون او الحراكيون أساليب للتعبير عن مطالبهم المشروعة كالشعارات والأغاني والأهازيج، التي انطلقت من الملاعب إلى الحلقات النقاشية في الشارع ومنصات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك ، أمام تجاهلها من قبل وسائل الإعلام التقليدية السمعية والبصرية والمكتوبة العمومية منها والخاصة التي فضلت الالتزام بالخطوط الحمراء التي حددتها السلطة .

لا يشكل فضاء مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر استثناء من حيث كثافة عدد المستخدمين ، اذ بنهاية 2019 حسب موقع فيسبوك فقد بلغ عدد الجزائريين المتصلين بالانترنت ما يقارب 24 مليون، اي بنسبة 58 في المائة من عدد السكان ، يملك أكثر من 54 في المائة منهم حسابات على هذه المنصات ، منها 22 مليون حساب في موقع الفيسبوك وحده ، كما بلغ

<sup>1</sup> Breton Philippe ; convaincre sans manipuler ; la découverte ,parie 2000

<sup>2</sup> دومنيك وولتون ، الإعلام ليس توأصلا ، دار الفرائي ، بيروت لبنان ، 2012 ص13

عدد مستخدمو مواقع التواصل عبر الهاتف 21 مليون جزائري ، و كان لإحداث الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019 المطالبة برحيل الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة تأثير في زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، وعليه من الأجدد أكاديميا طرح السؤال التالي هل خدمت الميديولوجيا الحراك الشعبي في الجزائر وكيف كان ذلك ؟

سمحت منصات التواصل الاجتماعي بالأخص موقع الفيسبوك كوسيط ميديولوجي لشباب الحراك في الجزائر بنقل مطالبهم بالحرية والديمقراطية ، واستعملت كادوت في الرد على خطابات قائد الأركان والمؤسسة العسكرية ، عبر استغلال تقنيات الصوت والصورة في فيديوهات لنشطاء الحراك ، وتنظيم المظاهرات ، وفي صنع صور رمزية تعبر عن وعي الشباب وحسهم السياسي بواقعهم ، عكس ما كان رائجا من قبل بعض الأوساط الأكاديمية التي ترى في هذا المجتمع مجتمعا لا سياسيا منهكا منسحبا من الشأن العام .

في المقابل لم يخلو هذا الوسيط الميديولوجي الافتراضي من السلبيات حيث وجهت أصابع الاتهام الى شبكات الذباب الالكتروني في إحداث الاستقطاب الإيديولوجي الهوياتي بالأخص ، الذي احتل حيزا مهما في التفاعل مع أحداث الحراك ، التي انطوت في شكل حسابات وهمية ، هدفت الى توجيه او تغيير الراي العام نحو ما تريده السلطة ، خاصة في أعقاب تولي المؤسسة العسكرية زمام الأمور ، عبر نشر الإشاعات والأخبار المغلوطة والأخبار الكاذبة على نطاق واسع ، بخلق هوة بين مؤيدي الجيش والمتوجسين من قراراته، ممن راو ان المشروع الأساسي للدولة المدنية لا يمكن ان يكون إلا بتحسيد الجيش وإخضاعهم للدستور المدني . وان تباينت الآراء حول من يقف وراء هذه الحسابات الوهمية فان المتعارف عليه ان هذه الفئة تظهر عادة خلال الازمات او المراحل التي تشهد استقطابا في وجهات نظر سياسية وايدولوجية معينة

## 2. البعد الامبريقي لتجاذب البعدين الايديولوجي والميديولوجي في صفحات فايسبوكيه أثناء الحراك

### الشعبي

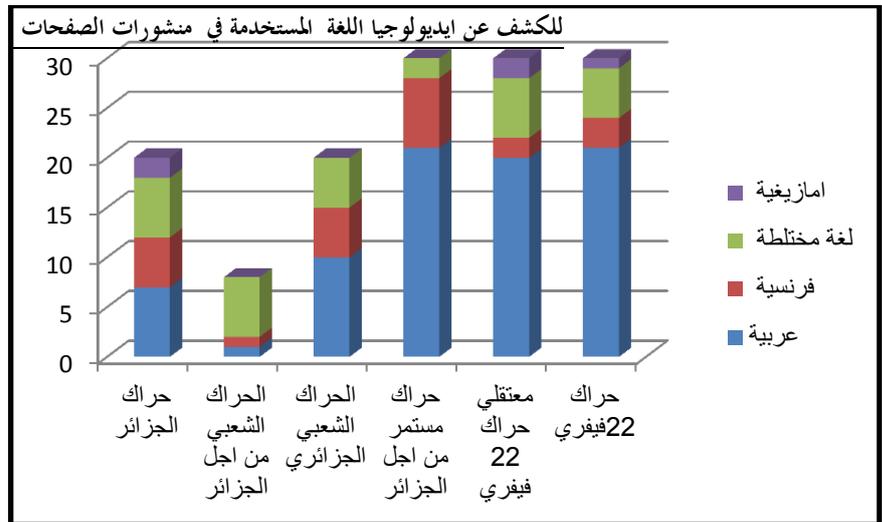
#### عينة الدراسة ومنهجها :

للإجابة على إشكالية الدراسة استخدمنا منهج التحليل الكمي من جهة، الذي يعتمد على المشاركة والرصد المنظم لمجتمع البحث ، إذ تم رصد 6 حسابات في الفيسبوك لمجموعات تغطي كل ما يتعلق بالحراك الشعبي ، والتي تم اختيارها حسب عينة قصدية تقوم علي ثلاثة مقومات : النشاط التفاعلي الدائم للحساب ، عدد متابعين يتجاوز الآلاف ، واهتمام الصفحة بكل ما يتعلق بالحراك الشعبي ، وقد تم توزيع الملاحظات على الجداول التالية ، ثم قمنا بتحليل كفي للمختلف الآليات الخطائية والأشكال التواصلية الرمزية واللغوية المستعملة في الصفحات

احترنا منها 30 منشور لكل صفحة خلال شهر ماي 2021 تاريخ توقف المظاهرات بعد صدور تعليمة في 11 ماي 2021 من وزارة الداخلية تفرض التصريح المسبق بالمسيرات .

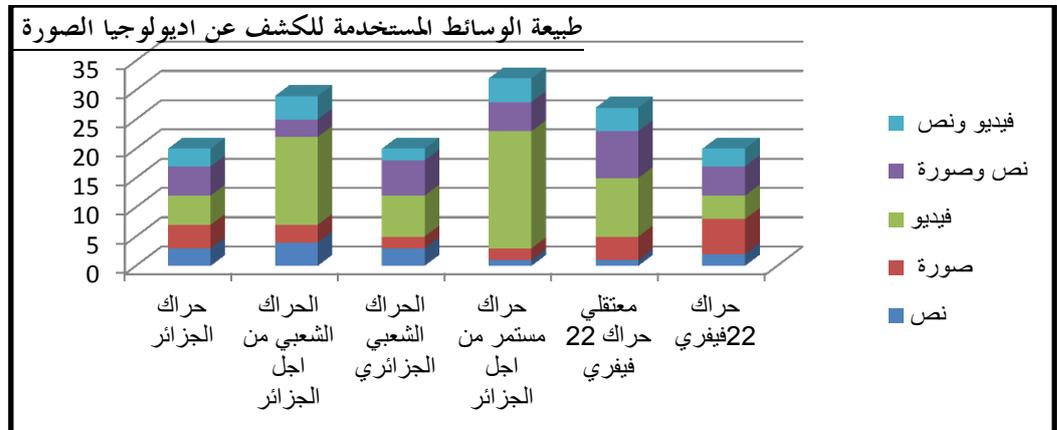
## نتائج تحليل البيانات :

الشكل رقم 1 : للكشف عن ايدولوجيا اللغة المستخدمة في منشورات الصفحات



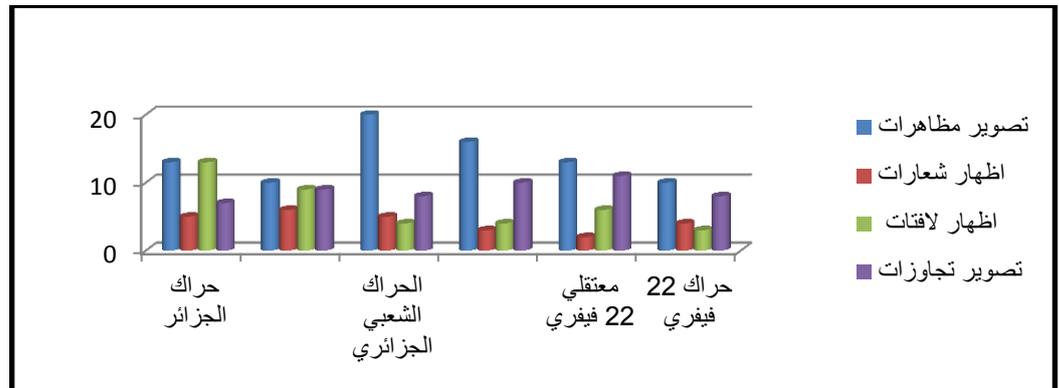
نستشف من تحليل الصفحات الفيسبوكية عينة الدراسة تركيز الفيسبوكيين على استعمال اللغة العربية بمستوياتها الفصحى والعامية مع خليط بينهما ، مع تقارب في استعمال اللغة الفرنسية. وتعزى هذه النتائج الى كون المجتمع الجزائري متعدد اللغات واللهجات .

الشكل رقم 2: طبيعة الوسائط المستخدمة للكشف عن ايدولوجيا الصورة :



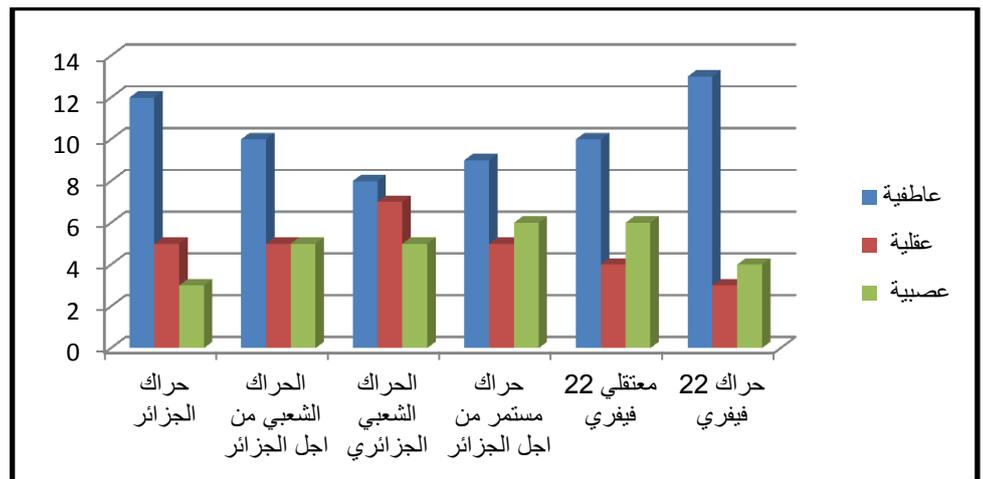
تشير معطيات الجدول إلى تقارب الصفحات في استخدام صور وفيديوهات لتقل للمعلومات والأحداث ، ما يعكس رغبة القائمين على هذه الصفحات في الاستفادة من التقنيات الحديثة ( الصورة - الصوت - المؤثرات ) لإحداث التغيير المطلوب والتعبير عن الراي ، بالنظر لقدرتها على المتابعة الفردية والسريعة للمعلومات ، مع غلبة محتوى الفيديو كونه أبلغ طريقة لنقل ما يحدث لأنه يعطي لعملية النشر طابع المصداقية كما يوفر إمكانية "التحقق" من المحتوى ، خاصة إذا علمنا ان عدد مستخدمي مواقع التواصل عبر الهاتف النقال في الجزائر بلغ 21 مليون جزائري. ، وجاءت الصور والنصوص المكتوبة في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام ، أما باقي أشكال التعبير كالميزم والبودكاستر فإنها لم تلق بعد الرواج الكبير في أوساط الفاعلين في الصفحات على الرغم من اهتمامهم بالبعد الرمزي لخطابهم الاحتجاجي على أرض الواقع.

الشكل رقم3: الآليات المستعملة في المنشورات :



استعمل الحراكيون كل أشكال التعبير، الرسائل كشعارات، ونصوص مقتضبة أو مقالات او ردود أفعال وتعليقات علي ما ينشر، ناهيك على لجوء من هم متمكنون من الوسائل التقنية لتكوين بعض الفيديوهات التهكمية النقدية للسلطة والشخصيات العامة

الشكل رقم4: أهداف المنشورات في الصفحات:

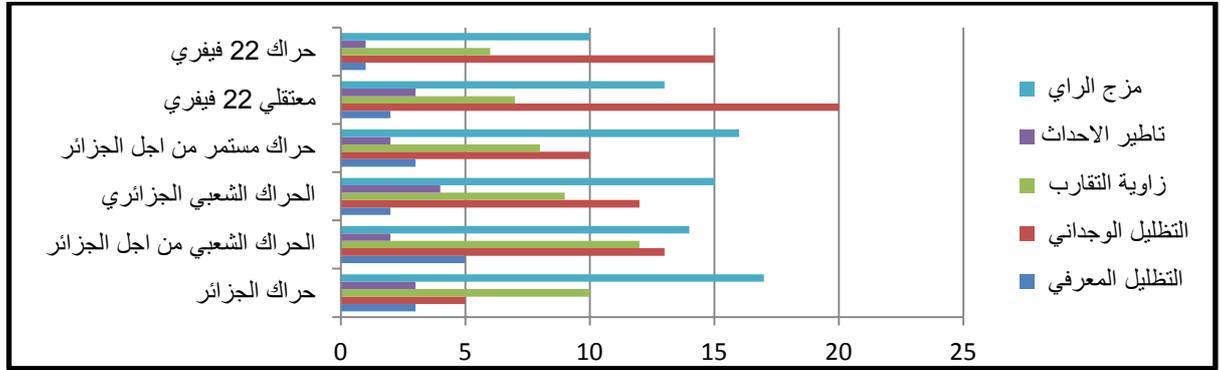


يعكس الشكل أعلاه غموض الوضع العام في فترة الدراسة وتمكن السلطة عبر وسائل الإعلام والذباب الالكتروني من خلق فسيفساء للمواقف، حيث من خلال تحليل محتوى صفحات الكترونية نستشف من جهة ابتعاد غالبيتها عن العقلانية بالنظر لحساسية السياق والظرف الصعب الذي يمر به المجتمع، والحاجة إلى حد أدنى من التوافق لآجل تغيير النظام كمطلب أساسي لكل الحراك، مهما تعددت مرجعياته الايديولوجية والفكرية،

ومن جهة أخرى نسجل أيضا بروز الصور والأشكال العنصرية والهوياتية المتناحرة على هذه المنصات، وهي تخدم السلطة لإجهاض الحراك وتكريس الوضع القائم، وقد تمكنت عبر الذباب الالكتروني والاستتباع من قبل بعض المدونين الدخول في متاهات وتهم متبادلة حملتها تارة صور التعالي الهوياتي: القبائل ارقاز - او تهم كالزواف، ورضعوا أئداء فرنسا "العبارات الشعبوية المقرفة التي هيمنت علي مواقع التواصل الاجتماعي .

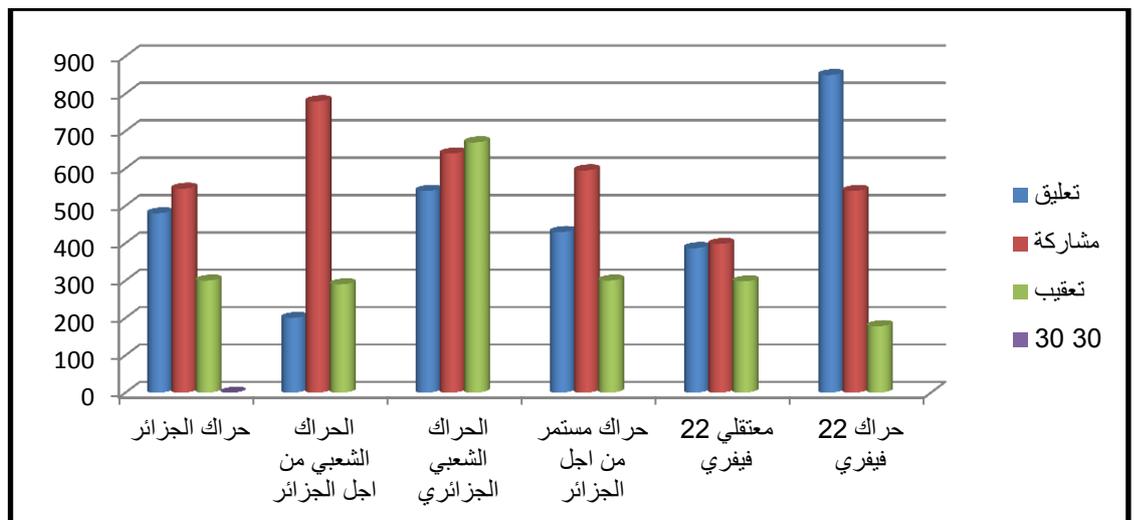
في حين ما يمكن تسميته بالصور العقلانية للتواجد في منصات التواصل الاجتماعي تحاول التخفيف من حدة التجاذبات الأيديولوجية ، بغرض عدم جعل الحراك ينحرف عن مساره الحقيقي المتمثل في تغيير النظام السياسي ، إلا أنها لم تؤدي الغرض نظرا للحضور المحتشم للنخب العارفة وفقدانها لآليات الحوار القائم علي الحجاج والإقناع.

شكل رقم5: يمثل الاستمالات الاقناعية الموظفة في الصفحات المختارة خلال الحراك الشعبي :



نلاحظ انزياح الخطاب السائد في الصفحات الفيسبوكية محل الدراسة إلى التجييش والتعبئة والإقصاء وابتعادها عن مسار النقاش العقلاني والديمقراطي، وخضوع الخطاب المتداول لوحدة الفكر والتصور" التي تقصي أي فكر مخالف مما يحول المناقشة إلى حوار ذاتي. وهذا ما يقودنا للقول بان الميديا الاجتماعية وبالأنخص مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة حاولت قيادة النقاش في المجتمع دون أن تملك ما يؤهلها لذلك، نظرا لكونها أداة اتصال وليست إعلام، فأنجر مستخدموها إلى التعبير عن المكبوت والقدح والشاية واتهام معارضيتهم في الرأي بالتخوين، وهكذا ساهمت بدور لا يستهان به في تمييع النقاش السياسي وأفرغته من محتواه، وهذا ما حدا ببعض الباحثين على غرار الباحث الأميركي مارك لينش إلى الاعتقاد بأن هذه المواقع ساهمت في إفساد الانتقال الديمقراطي في دول ما يسمى بالربيع العربي .

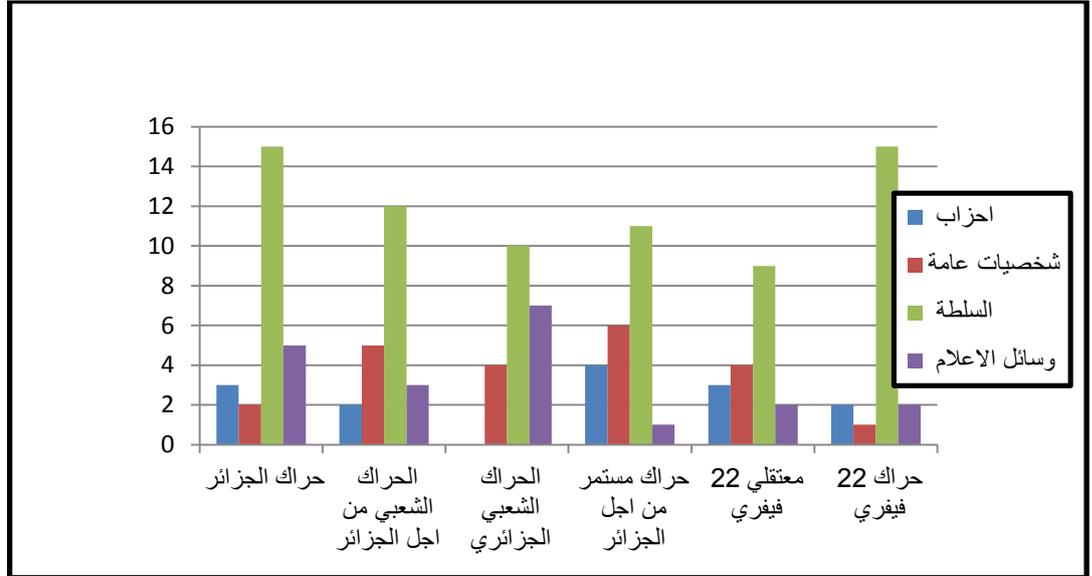
شكل رقم6: يوضح مدى التفاعلية في الصفحات الفيسبوكية



تكاد التفاعلية في الصفحات المدروسة تنحصر في الإشارة إلى الأخبار والمقالات، التي نالت الإعجاب أو كانت أكثر مقروئية، وتلك التي وزعت على الأصدقاء واشتركوا في قراءتها، والمشاركة في استطلاع الرأي أو الاستفتاء حول موقف معين، وتوحي هذه

الأشكال من التفاعلية أنها تعرض صورة عن الرأي العام الالكتروني السائد في المجتمع فترة الدراسة ، بينما لا تعمل سوى على اصطناع رأي عام قد يكون غير موجود في الواقع على رأي بيار بوديو Pierre Bourdieu و باتريك شومبان<sup>1</sup> champagne Patrick . فأمام محدودية النقاش والجدل العقلاني حول القضايا والمواقف أو غيابهما في هذه الصفحات بدرجات متفاوتة يصعب الحديث عن مساهمتها في تشكيل الرأي العام .

جدول رقم 7 : الشخصيات الفاعلة في الصفحات :



نلاحظ غلبة المحتويات التي تنتقد أداء السلطة الممثلة في الحكومة والوزراء والمسؤولين في الإدارات العمومية، حيث تم التركيز على شجب إيداع النشطاء للسجن، ومنع المظاهرات بالقوة وتصريحات عن تعذيب سجناء أثناء الاعتقال، يليه منشورات تنتقد أداء وسائل الإعلام العمومية والقنوات الخاصة، ثم أداء الأحزاب، وأخيرا انتقاد بعض الشخصيات العامة وما يحسب على النخبة الأكاديمية والسياسية أو ما يسمى بالمحللين السياسيين الذين يتدخلون في وسائل الإعلام خاصة القنوات التلفزيونية الخاصة .

### نتائج الدراسة :

ان كانت الوظيفة الميديولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي فاعل أساسي في حشد وتعبئة الرأي العام حول مطالب الحراك الشعبي، فان انتقال وسائل الإعلام التقليدية العمومية والخاصة الى الفضاء الافتراضي عبر صفحاتها ومدوناتها الالكترونية من جهة، وتوظيف المميزات التفاعلية والتقنية في تحشيد وتعبئة الجماهير والرأي العام من جهة أخرى، يضاف لها جيش من الذباب الالكتروني ذو الهويات المجهولة FAKE ACCONT والحسابات الزائفة، قد أدكى أيديولوجيات هوياتية وعقائدية ساهمت في استقطاب جماهيري ما يزال مستمرا إلى يومنا هذا يغذي تشتيت النقاش حول المطالب الحقيقية للحراك .

<sup>1</sup> Patrick champagne ، faire l'opinion publique le nouveau jeu politique paris Minuit coll le sens commun 1990

وتجدر الإشارة إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي تعكس الصورة السياسية والثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع ، إذ نجد حضور التطرف والتعصب مهيمن في غالبية التدخلات في القنوات التلفزيونية الخاصة والجرائد اليومية .

ان انتشار ظاهرة التخوين - كل من لا يقاسمني الفكرة او يحمل راي مغاير معي فهو خائن - كل من لا يفكر مثلي فهو عدو - مؤشر دال على غياب مجتمع ميسر بمقدوره تدشين حوار بعيد علي الايديولوجيات الشعبوية ، او الدينية ، او الهوياتية المتعالية ، التي لا تؤسس للتسامح وفكرة تغيير النظام ، والخروج من حالة التفسخ والبؤس السياسي الذي يعيشه المجتمع إلى تجسيد فكرة المواطنة حق كل فرد في التعبير عن رايه ، كأساس لفكرة العيش معا التي هي المفصلية لبناء الدولة - الأمة وتقي المجتمع من حالات التشرذم والانشقاق التي يتخبط فيها .

### قائمة المراجع:

1. محمد رزين ، بوعمامة العربي ، واقع الاتصال السياسي في الجزائر: مقارنة تحليلية للحظة الحراك الشعبي المجلة الجزائرية للأمن الإنساني ، جانفي 2021
2. محمد بن سعود البشر، ايدولوجيا الاعلام ، دار غيناء للنشر، السعودية ، 2008
3. كارل بوهر، بؤس الايديولوجيا ، ترجمة عبد الحميد صبره ، دار الساقى ، مصر، 1993
4. محمد الامين احمد ، مواقع التواصل لاجتماعي والحراك الشعبي الاعتماد المتبادل ، المركز العربي الديمقراطي ، 2020
5. حسن مظفر الرز، فضاء التواصل الاجتماعي العربي جماعاته المتخيلة وخطابه المعرفي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، قطر ، 2016
6. روجيس دوبري ، محاضرات في علم الإعلام العام الميديولوجيا ، ط 1 ، بيروت لبنان 1996
7. احمد اسماعيلي ، ايدولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف، مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز العربي الديمقراطي ، ألمانيا ، اوت 2019
8. بضياف سوهيلة ، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الراي العام في الجزائر، أطروحة دكتوراه كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باتنة ، 2017
9. معتصم بابكر مصطفى ، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الراي العام ، مركز التنوير المعرفي ، قطر 2014
10. ايمانويل كاسلتز ، سلطة الاتصال ترجمة محمد حرفوش ، المركز العربي للترجمة ، القاهرة مصر ، 2014
11. عبد الله زين الحيدري ، الفضاء العمومي الجديد السلطة الخامسة ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 12 ، الرياض السعودية ، 2014
12. بابكر مصطفى معتصم ، ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الراي العام مركز التنوير المعرفي ط 1 ، الخرطوم السودان ، 2014
13. هان بيونغ تشول ، مجتمع الشفافية ترجمة بدر الدين مصطفى ، المركز الثاني للكتاب، المغرب ، 2019
14. دومنيك وولتون ، الإعلام ليس تواسلا ، دار الفارابي ، بيروت لبنان ، 2012
15. عامر فتحي حسين ، الراي العام الالكتروني ، دار النشر للجامعات، القاهرة مصر 2012
16. الجموسي جوهر ، الافتراضي والثورة مكانة الانترنت في ولادة مجتمع مدني عربي ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة بيروت 2016

17. Ari-Veikko Anttiroiko ، Networks in Manuel Castells' theory of the network society University of Tampere , 15. July 2015

18. Zaller john ; a theory of media politics ، how the interests of politicians , journalists and citizens shape the news ; Chicago ; university of Chicago press ، 1999
19. Patrick champagne ، faire l'opinion publique le nouveau jeu politique paris Minuit coll le sens commun 1990
20. Pierre Bourdieu ، l'opinion publique n'existe pas ، Extrait du site d'Acrimed | Action Critique Médias ، Janvier 2012, p 1, 16 et 17 ، <http://www.acrimed.org/article3938.htm>
21. Breton Philipe ; convaincre sans manipuler ; la découverte ،parie 2000