

وسائط الإعلام الجديد كأوعية جديدة لإنتاج الوعي السياسي في الجزائر.

The new media as new tools for the production of political awareness in Algeria

ط.د. لامية صابر، جامعة سطيف 2، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2017/10/08)، تاريخ القبول: (2017/12/24)

Abstract:

The new media reflect a research phenomenon worthy of monitoring , analysis and understanding. It allows space to express a wide range of issues and events related to various public affairs. Public discussion tools and the development of trends on issues of public concern or public consideration of a marginalized issue This descriptive study is an attempt to highlight the role of these new media in shaping political awareness through the vast amount of information published ,the known and unknown sources ,and the conflicting trends that are circulating through these media. Where are you trying to answer the main question: to what extent The new media are working to crystallize and build political awareness among young people towards national and international issues

Keywords: New media , Political awareness , Social networks and blogs.

ملخص :

تعتبر وسائط الإعلام الجديدة عن ظاهرة بحثية جدية بالرصد والتحليل والفهم، فأصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بالشؤون العامة ليتأكد عبر متابعة أوارها أن عددا منها لا يتجاوز نطاق كونه تعبيراً ذاتياً عن رؤى ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وأدوات نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية أو توجيه النظر العام نحو قضية مهمة.

وتعتبر هذه الدراسة الوصفية محاولة لتسليط الضوء على دور هذه الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي وذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات المنشورة، المصادر المعروفة والغير معروفة لها، والاتجاهات المتضاربة التي تتداول على عبر هذه الوسائط أين تحاول الإجابة عن التساؤل الرئيسي: إلى أي مدى تعمل الوسائط الجديدة في بلورة وبناء وعي سياسي في أوساط الشباب نحو القضايا الوطنية والدولية.

الكلمات المفتاحية: وسائط الإعلام الجديد- الوعي السياسي- مواقع التواصل والمدونات.

مقدمة:

تعتبر وسائط الإعلام الجديدة عن ظاهرة بحثية جديدة بالرصد والتحليل والفهم، إذ أصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بمختلف الشؤون العامة ليتأكد عبر متابعة أدوارها أن عددا منها لا يتجاوز نطاق كونه تعبيراً ذاتياً عن رؤى ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وأدوات نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية أو توجيه النظر العام نحو قضية مهمة تتعمد السلطات والأنظمة الحاكمة تهميشها.

وفي هذه الدراسة ومحاولة لتفسير هذه الظاهرة انطلاقاً من فرضيات أن تقنيات الاتصال الحديثة تعمل على صناعة المحتوى السياسي حول مختلف القضايا وتحقق به تأثيرات فورية أو طويلة المدى. وإثباتاً ما إذا كانت هذه الوسائط الجديدة لها تأثيرات على تشكيل الوعي السياسي، وتحقيقاً لذلك تم الاعتماد على العناصر التالية:

أولاً: إشكالية الدراسة: تعد وسائل الإعلام الجديدة من مدونات، شبكات اجتماعية والمشاركة الإعلامية والمواقع وأدوات الاتصال على شبكة الإنترنت عموماً مصدراً أساسياً من مصادر الكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما ازداد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة واتساع دائرة التعبير عن الرأي.

وحول أهمية الإعلام الجديد يقول محمد ناصر أحمد عن العرب والإعلام الجديد: "أصبح مصطلح (الإعلام الجديد) واحداً من أهم المصطلحات التي تثار في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت ما يفوق 56 مليار دولار. لمؤسس شبكة facebook لمبرمج حواسيب Mark Elliot Zuckerberg، كما أنه وبأدواته المميزة أستطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم وينقل المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا ولا يوجد مثال أقوى على ذلك من الاستخدام السياسي لـ (twitter) من قبل نشطاء سياسيين سواء من مصر أو إيران، فمع اتساع حجم المشاركة والمساهمة في المواقع الإلكترونية التي وفرت لهذه المجتمعات بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية مما أدى إلى اتساع مساحة الحوار بين فئات المجتمع بعيداً عن قيود السلطة ومؤسسات الهيمنة والسيطرة في الدولة إلى ساحات الفضاء المعلوماتي في المجتمعات الافتراضية حيث تتبادل الآراء بحرية مع ضمان تدفق المعلومات بعيداً عن أجهزة الضبط والسيطرة والهيمنة وتوجيه الرأي، دون التزام الصمت نتيجة القيود السياسية أو الأمنية التي تحول دون إبداء وانتشار الرأي الحر والإعلان عنه، ظهرت أشكال جديدة من الممارسات السياسية الافتراضية منها: إعادة بث معلومات سياسية جديدة أو تنفيذها لما هو قديم- تشكيل معرفة سياسية عبر الويب-بناء اتجاهات سياسية-تكوين رأي عام وتشكيل للوعي السياسي.

يقول Chris Parker الإعلام الرقمي في كتابه " TV, globalization and cultural identities" لقد تمكنت التكنولوجيا الرقمية من العمل على نطاق عالمي لتحقيق بعض أحلام الإنسانية، وأرست قواعد ثقافة إلكترونية عالمية وتجلي الربط بين تكنولوجيا المعلومات امتدت عبر الزمان والمكان، والاتصالات في ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أدت إلى تشكيل اتجاهات الرأي العام وبناء القنوات الذاتية والمواقف والآراء تجاه مختلف القضايا والأحداث في مختلف المجالات" (السويدي، 2014، ص9).

وتعتبر المنطقة العربية ومنها الجزائر كبيئة مميزة دخلت حيز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومختلف تطبيقات الويب الجديد من مدونات ogbls وموقع الفيديو youtoub، النشر الجماعي التشاركي collaborative publishing، وحتى إنتاج الرسالة الإعلامية من خلال podcasting وتبعاً لذلك فقد ظهر صنف جديد من منتجي الرسالة الإعلامية أطلق عليهم اسم youtubers وهي أنماط جديدة انكسرت معها كل القيود والظروف التي إنتجت فيها الرسالة الإعلامية في الجزائر لأن هذا المنتجات الاتصالية المنشورة لا تلزمها قوانين الإعلام الجزائرية (قانون الإعلام 2012 وقانون جانفي 2014) أخذت منحى وشعبية منقطعة النظير لدى جمهورها يمكن قياسها بمقاييس التفاعلية المعروفة (views- Comments- share) خاصة مع بلورتها لجملة قضايا سياسية واجتماعية تمس قطاعات حساسة من المنظومة ككل .

وتعتبر هذه الدراسة محاولة لتسليط الضوء على دور هذه الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي (political awareness) وذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات المنشورة، المصادر المعروفة والغير معروفة لها، والاتجاهات المتضاربة التي تتداول على عبر هذه الوسائط، ودرجة التفاعلية العالية التي تتيحها المواقع الاجتماعية أين تفتح مجال واسعاً من النقاشات والتحليلات بين المستخدمين والنشطاء، ومن خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي الآتي: ماهي أهم خصائص وسائط الإعلام الجديدة والتي تجعل منها قنوات فعالة لتنمية الوعي السياسي لدى مستخدميها في الجزائر؟

وتحاول هذه الورقة البحثية الإجابة عن جملة من التساؤلات الفرعية هي:

- ماهي أهم خصائص وسائط الإعلام الجديد كوسائط ناجعة لتقديم المعلومات السياسية؟
- ماهي أهم أنواع تطبيقات الإعلام الجديد التي منحت بيئة افتراضية خصبة للنشاط السياسي للمستخدمين.

○ إلى أي مدى سمحت هذه الوسائط في عمليات المشاركة السياسية والإعلامية وفي عمليات المراجعة السياسية لنشاطات الأطراف السياسية الحاكمة أو الفاعلة في الجزائر؟

ثانياً: أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

○ تسليط الضوء على ماهية الإعلام الجديدة والتي اتخذت لبسا كبيرا في العديد من الدراسات
○ التعرف على خصائص أوعية الإعلام الجديد كأدوات فعالة لتقديم المعرفة السياسية وتكوين
الاتجاهات السياسية للمستخدمين.

○ الكشف عن خصائص البيئة الافتراضية وخطورتها في بناء وعي سياسي ورأي عام مغالط.

ثالثا: مفاهيم الدراسة:

1 - الإعلام الجديد new media: هو بمثابة النظام الدائري في الفرقة الموسيقية حيث يشارك الكل في العزف، فالإعلام الجديد عبارة عن نمط علائقي غير مألوف يتحول فيه المرسل إلى مستقبل والعكس (رمضان، 2011، ص55).

ويعرف بأنه الخدمات والنماذج الإعلامي الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي أليا أو شبه ألي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة للمادة الإعلامية (شقرة، 2014، ص53) ويتميز الإعلام الجديد بميزات أساسية تنصدها الانتشار الفائض للمعلومات، سهولة الحصول عليها، السرعة في الحصول عليها والحجم الهائل للمعلومات. (سعادة، 2011، ص125)

ويطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، والتي تشمل شبكات الاتصال الرقمية والحاسوبية المختلفة، كما يتداخل هذا المصطلح مع مسميات أخرى منها: عصر تكنولوجيات المعلومات، الاتصال الرقمي، العالم الافتراضي والاتصال الالكتروني ومجتمع المعرفة وكلها تعبيرات عن ظاهرة إنسانية تقنية اتصالية واحدة فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القيمة القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام. (الشامي، 2011، ص98)

2 - الوعي السياسي political awareness: هو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها (الجمال، 1996، ص203) فالوعي السياسي نتاج لعلاقة متبادلة بين الوعي والواقع، والوعي يسبق عملية التغيير ويرافقها ولأن الوعي السياسي يفتقد معناه خارج نطاق الممارسة العملية فإنه يدفع باتجاه الإصلاح السياسي، فالوعي هو شحنة عاطفية وجدانية قوية تتمكن في كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد، وكلما كان الوعي أكثر نضوجا وثباتا كان ذلك أكثر قابلية لدعم وتوجيه السلوك في الاتجاه المرغوب فيه، ومن هذا التعريف نلقت إلى دور الوعي في توجيه السلوك في الاتجاه السوي، ويمكن تعريف الوعي بأنه:

"الإدراك والتنبه والفهم للنفس والعالم الخارجي وللانتماء الاجتماعي وينتج عن التأمل الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي بكل أوجهه". (ظاهر، 2006، ص ص 43-72)

3 - شبكات التواصل الاجتماعي social networks (كأشهر الوسائط استخداماً): الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة أو تقارب في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كراهية لشيء معين أو علاقات دينية أو عقدية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي. (الطيب، 2012) ومن أشهر الشبكات عالمياً مايلي: facebook -myspace-youtub-hi5-linked in-twitter-brightkite- xbox360-delicious (الفندلجي، 2013، ص336)

4 - المدونات: blogs : هي صفحات يتم إنشائها على الإنترنت تحتوي على سجل من المعلومات التدوينات posts متسلسلة زمنياً تشمل في نصوص وصور وبرامج ومواد صوتية متاحة لجمهور معين أو سلسلة هرمية مرتبة من النصوص والصور والعناصر الإعلامية والبيانات زمنياً والتي يمكن قراءها على صفحات الويب، ومن مواطن قوة المدونات هو عدم وجود رقابة عليها وعدم وجود وسيط بين المدونين والجمهور وعدم خضوع المدونات للتحكم مما يطرح تحفظات سياسية وأخلاقية حول مضمونها. (مصطفى، 2008، ص08)

رابعاً: الخصائص الاتصالية والتفاعلية لوسائط الإعلام الجديد

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتعليقات ورسائل، وصور...الخ). وبالتالي يغطي مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي المستخدم في هذه الدراسة جانب الخدمات والتطبيقات، ولا يغطي جانب الأدوات المستخدمة كالأجهزة المختلفة من الحواسيب المكتبية والنقالة واللوحية والهواتف الذكية وتقنيات الاتصالات، مع ملاحظة أن التقدم التقني المتسارع في الأدوات وإمكاناتها يعتبر من أهم العوامل الحاكمة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي وظهور الابتكارات المتتالية في مثل هذه الوسائل وتحدد في عديد الدراسات الإعلامية الغربية أو العربية وسائط الإعلام الجديدة بالتطبيقات والوسائط الآتية الذكر: (raport, 2017, p. www.impactbnd.com)

النوع	أمثلة	التوصيف
وسائل التواصل الاجتماعي Social networks	Facebook، LinkedIn،	خدمات تتيح للمستخدم التواصل مع آخرين يشاركونه اهتمامات وخلفيات مشابهة. وهي عادة ما تتكون من

نبذة عن المستخدم (Profile) وأساليب مختلفة للتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وإمكانية تكوين جماعات (Groups).	+Google	
خدمات تتيح للمستخدم إدارة روابط مواقع وموارد مختلفة على الإنترنت وحفظها وتنظيمها، وعادة ما تتيح للمستخدم "وضع علامة" عليها لتيسير البحث ومشاركة الآخرين فيها	Delicious، Stumble Upon	مواقع المفضلات Bookmarking Sites
خدمات تتيح للمستخدمين أن يضعوا مواد إخبارية متنوعة أو روابط لمقالات خارجية، وتسمح لبقية المستخدمين بالتصويت عليها، وتمثل ملية التصويت لب التواصل الاجتماعي، حيث يتم تسليط الضوء على المواد التي تحصل على أعلى الأصوات. وبالتالي، يقرر المجتمع المواد التي يمكن للمزيد من الأفراد رؤيتها.	Digg، Reddit	الأخبار الاجتماعية Social News
خدمات تتيح للمستخدمين رفع وسائط إعلامية مختلفة، كالصور والأفلام أو مشاركة الغير فيما يرفعونه. وتتيح معظم هذه الخدمات إمكانات أخرى مثل وضع نبذة عن المشارك، وإمكانية التعليق من الآخرين، وإمكانية التصويت على المحتوى.	YouTube، Flicker Pinterest	المشاركة الإعلامية Media Sharing
خدمات تركز على "تحديثات - Updates" قصيرة تتاح لأي شخص مشترك للحصول على التحديث.	Twitter	التدوين متناهي الصغر Microblogging
تتيح للمشاركين وضع آرائهم و/أو فتح باب التعليق على موضوعات معينة.	Worldpress	المدونات والمنديات Blog Comments and Forums
توجد أنواع متعددة للبريد الإلكتروني، وأصبح الوسيلة الرئيسية للتواصل بين البشر والشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة وهو يوفر إمكانية إرسال رسائل وصور وملفات رسمية وفيديو... الخ.	Hotmail، Yahoo، Gmail	البريد الإلكتروني E-mail
يمكن إنتاجها وإرسالها عبر الهواتف النقالة والاتصال أيضا باعتماد الشبكات الهاتفية الداخلية.	Podcasting Watsapp	النشر عبر مجموعات الهاتف الجوال كالبودكاست والبرودكاست والواتس أب أو المجموعات البريدية.

موسوعة رقمية، متعددة اللغات، حرة المحتوى. يستطيع أي شخص التحرير فيها بدون تسجيل، ويستطيع أي شخص الاستفادة من المحتوى	wikipedia	Wikis
أطلقت الكثير من محطات التلفزة خدمة «شاهد.نت» مكرسة لفكرة الفيديو عند الطلب (on video demand) وبذلك يصبح التلفزيون متاحاً في كل زمان ومكان عند الطلب وعلى مختلف المنصات الثابتة والمتحركة.	Channel sites and radio stations	المواقع الإخبارية الصحف الإلكترونية مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني عبر الإنترنت.

رابعاً: الأدوار الأساسية لتطبيقات الإعلام الجديد. تتمثل في:

- سهولة التعارف والتواصل بين البشر، فقد حققت وسائل التواصل الاجتماعي فقرة مجتمعية في التعارف والاتصال. كما أنها تعمل على إبراز الفردية وانعدام الوصاية في الاختيار، التعبير والنشر دون أي وصاية في طرح أفكاره، ويتلقى التعليقات عليها ويناقش فيها.
- أضحت وسائل التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات والمستضعفين، فبعض الأقليات استطاعت أن تستفيد من الفراغ الافتراضي، وأنشأت صفحات إلكترونية بأعداد كبيرة في كل وسائل التواصل الاجتماعي لشرح مطالبها وما تتعرض له من اضطهاد، الأمر الذي دفع بكثير من المنظمات الدولية إلى الاهتمام بهذه الأقليات والدفاع عنها، وكذلك حال الفئات التي شعرت بالظلم الاجتماعي.
- نشر الوعي فبعض الوسائط توفر معلومات عن القضايا مثل الأحداث السياسية، بل إنها تتيح الفرصة لتلقي أسئلة والإجابة عنها، وتعمل وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الحالة مثل طريق ذات اتجاهين، تضم من ينشر المعلومة ومن يستفيد منها، مع تبادل الأدوار.
- صقل المعرفة من خلال التواصل مع ثقافات جديدة وأخر غير معروفة، وكذلك، فإن النقاش الذي يدور في فلك وسائل الاتصال يصقل المعرفة.
- التجارة الإلكترونية، حيث تقوم شركات كثيرة بعرض منتجاتها على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن للأفراد دورهم في الترويج لبعض السلع أيضاً.
- الإدمان الإلكتروني مع تدني الإحساس بالوقت والمكان، والحضور الدائم للمستخدم، مرئياً ومسموعاً ومكتوباً، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي إمكانية بث أي محتوى دون قيود أخلاقية أو مجتمعية أو قانونية.
- كسر احتكار الدولة لوسائل الإعلام، فقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي بما وفرته من قنوات اتصال وإعلام متعددة وذات إمكانات بث متطورة، وما توافر لها من حرية إعلامية للبت المرئي أو المسموع أو النشر للأفكار دون تدخل الدولة وأجهزتها المعنية، كسر القيود التي تفرضها الدول على وسائل الإعلام بهدف بث المحتوى الذي ترغب في أن يتلقاه الرأي العام.

- لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي "منبر من لا منبر له"، فكل من لا يملك القدرة على الظهور في وسائل الإعلام المختلفة، يستطيع بث ما يريد ليستقبله عدد كبير من متابعي وسائل التواصل الاجتماعي، كما أضحى المستخدم مراسلاً إعلامياً، سواء في النقل المباشر للصورة من مكان الحدث أو في التعبير عن مواقفه تجاه الأحداث الجارية. (وليد، 2011، ص ص 91-92)

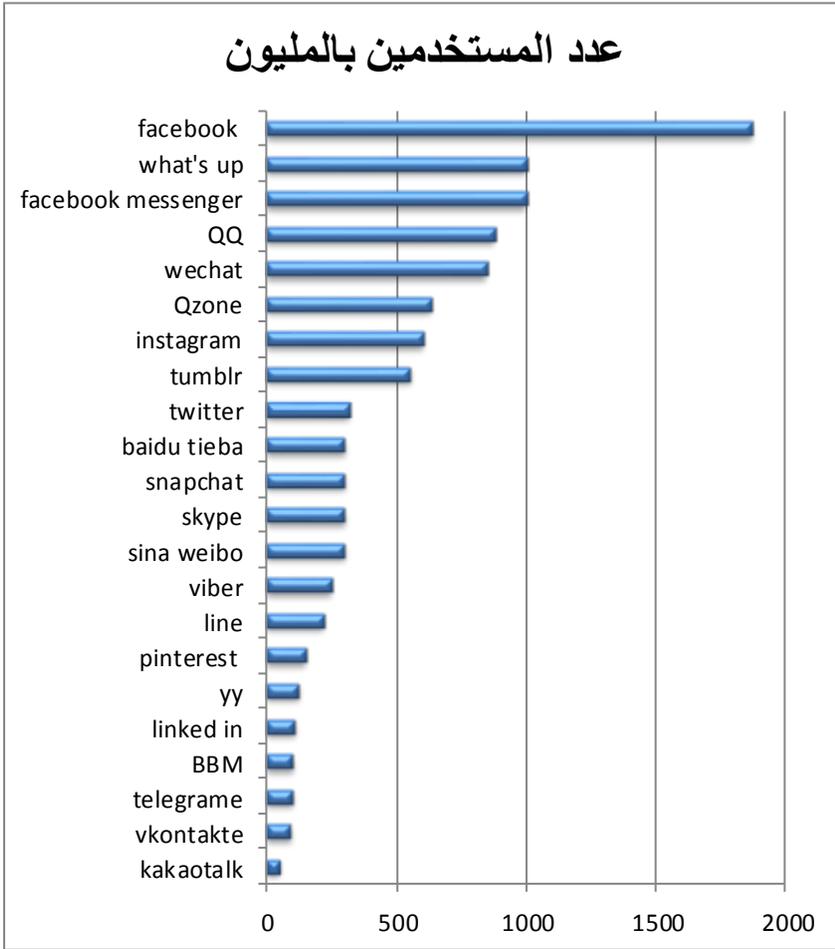
خامساً: المؤشرات الإحصائية لأهم وسائل التواصل الاجتماعي:

وأصبحت في هذه المرحلة الانتقالية من مراحل الاتصال الانساني الشبكات الاجتماعية أكثر ارتساحاً وثباتاً، ولكن تختلف كثيراً عن طريق مستوى الاستخدام في مختلف البلدان والديموغرافيات. لذا فإن فهم هذه الاختلافات في شعبية الشبكات الاجتماعية المختلفة أمر مهم حقا عند استهداف جمهور محدد. عند المقارنة بين الشبكات الاجتماعية استخداماً فمن الأفضل لمراجعتها من قبل استخدام الحساب النشط، وليس فقط عدد حسابات المستخدمين فيعض الشبكات الاجتماعية تنمو بسرعة أكبر من غيرها بينما البعض الآن في تراجع وتأخذ الاعتبارات التالية في قياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنها:

- نوع التشبيك: مثلاً facebook شبكة اجتماعيه عامه خاصة بالدرشة والتعارف والبحث عن اصدقاء بينما موقع linkedin هي شبكة اجتماعيه للأعمال والمهن.. مثلاً عند التسجيل بها تنشأ profile يكون على شكل سيرة ذاتية خاصة تحتوي على دراستك تخصصك مهنتك ..إلخ.
- اعتبار الانتماء الهوياتي والجغرافي Identity and geographical affiliation أي عادة يتواصل الفرد مع أشخاص يعرفهم عادة أو على الأقل ينتمي إليهم وذلك لتسهيل عملية النقاش والمحاورة فيما يهتم جميعاً أ يعينهم.
- اعتبارات اللغة The language يعتمد المستخدم للتوجه للشبكة التي تدعم لغته المحلية او الوطنية عادة.
- اعتبارات الشهرة فالمستخدم يعمد إلى استخدام الشبكة الأكثر استخداماً من غيره، تأثير اتصالاته الشخصية مع الناس، المروج لها عبر وسائل الإعلان.
- اعتبارات العمومية فالفيسبوك كأكبر شبكة تستحوذ على ملايين البشر تتخذ صفة التنوع والعمومية فهي متاحة للنشر والصور والفيديو... إلخ عكس instagram مثلاً الذي يدعم الصور في النشر.
- اعتبارات التفاعلية Interactivité عادة تستقطب الشبكة المستخدم لحرية التعبير فيها ولامحدودية النشر والتعليق فالفيسبوك يتيحها عكس تويتر الذي يحدد حروف التعليق ب 144 حرف كأقصى حد.

- اعتبارات إيديولوجية Ideology فمثلا تحجب الصين في إقليمها الجغرافي الفيسبوك وتويتر منذ 2009 لتتشأ لنفسها محرك بحث Baidu وتتشأ لنفسها في نفس الوقت مواقع تواصل اجتماعية أشهرها على الاطلاق weibo كبديل twitter وموقع com.51 كبديل facebook. (egan, 2017, p. www.impactbnd.com)

والشكل المبين أسفله يوضح عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم لغاية أبريل 2017. (www.smartinsights.com, 2017).



سادسا: الوعي السياسي بين التكوين والإيديولوجيات:

تختلف التعاريف التي عرفت هذا المفهوم على حسب الاختلاف الإيديولوجي والبيئي للمجتمعات البشرية، حيث يعطي كل مجتمع تعريفاً خاصاً للوعي السياسي حسب نوعية ذلك المجتمع، فمثلاً

تركز الاشتراكية على العامل الاقتصادي ودور الطبقات في الإشارة إلى ماهية الوعي السياسي وتعريفه، فقد عرف (لينين) السياسة بأنها أكثر التعبير تركيزاً على الاقتصاد، وهنا يشير ماركس وفقاً للعلاقات الاقتصادية من حيث تأثيرها في السياسة حيث يقول: "لقد أخفقت الفكرة دوماً بقدر ما كانت مختلفة عن المصلحة وحمل الاختيار لصحة وواقعية الأفكار السياسية هو الصراع الطبقي والفعل الذي يخاض وفقها (ك.أولدوف، 1978، ص73).

وهنا يتبين بأن الاشتراكية قد ركزت على الطبقة كونها هي التي تشكل الوعي السياسي داخل المجتمعات الإنسانية، فالطبقة وحسب مصلحتها تنظر إلى الأمور وتحللها من زاوية مصلحة الأفراد التي تشكل تلك الطبقة الموجهة لإفرادها إلا أن هذه النظرة قد تغيرت في الوقت الراهن حتى بالنسبة لبعض الاتجاهات الاشتراكية، وأما الفكرة الإسلامية فقد أشارت إلى مسألة الوعي في إطار السياسة الشرعية وقد ارتبطت كلمة (الوعي) في الفكر الإسلامي بالجمع والحفظ على النحو الذي نجاه في القرآن الكريم بقوله تعالى "وجمع فأوعى" (المعارج، آية9)

وقد كونت وعياً سياسياً لدى المسلمين منذ قيام الدولة الإسلامية في المدينة المنورة وذلك لارتباط الجانب الديني والدنيوي ببعض، وبدأ العمل على نشر الدعوة الإسلامية ونشر المفاهيم السياسية التي جاءت بها الإسلام، إلا أن النظرية قد لا تجد التطبيق على أرض الواقع فعلى الرغم من ادعاء بعض الأنظمة السلطوية على أنها تحمل أفكاراً ديمقراطية والحقيقة أنها مجرد افتراءات ولا تدخل إلا ضمن الشعارات البراقة، والوعي السياسي في منطقة الشرق الأوسط غالباً ما تكون موجهاً من قبل من الأنظمة الحاكمة ولصالح النخبة الحاكمة.

وهكذا نجد أن للايدولوجيا أثرها في تعريف الوعي السياسي وان القول بان دور الأيدولوجية قد انتهى فيه نوع من الغموض والالتباس. حيث مازالت الإيدولوجية ترسم الكثير من الأحداث السياسية في الداخل والخارج (نيفين، 2000، ص 150)

والوعي السياسي معرض للتغيير والتبديل وفقاً للواقع السياسي الديناميكي كونه يجري في حركة دائمة ومستديمة ففي كل فترة زمنية نجد أفكاراً ومشاريع تطرح على شعوب العالم وتؤثر في وعيهم السياسي وهذا ما نجده في الفترة الراهنة حيث مفاهيم (الحرية - الحقوق الإنسان - الديمقراطية الإصلاح السياسي في الشرق الأوسط) وكل ذلك عبر مشاريع تطرحها الدول العظمى ومنه المشروع الأمريكي للشرق الأوسط الكبير وتداعياته على المنطقة سلبياً وإيجابياً.

- أنواع الوعي السياسي: هذا ويميز الباحثون بين نوعين من الوعي وعي التخلف وتخلف

الوعي، فوعي التخلف يصد عينة فكرية اجتماعية اقتصادية متخلفة . أما الوعي المتخلف فهو الوعي الذي يوجد في كل العينات المتقدمة والمتخلفة على السواء فقد نجد في السويد واليابان وعياً متخلفاً يظهر على شكل الجمعيات العنصرية وعصابات السطو وتصريف المخدرات . أما وعي التخلف فهو

وعى قائم بذاته يحمل علامات المجتمع الذي أفرزه ثم يطبع هذا المجتمع بطابعه لأنه وعى بنيوي يتخلل كل البنى في المجتمع. (الدين، د.ت، ص151).

- مؤشرات الوعي السياسي: تحدد بعض الدراسات مؤشرات الوعي السياسي فيما يلي: إدراك الفرد لحقوقه وواجباته في المجال السياسي ووعي الفرد بمتطلبات المشاركة في المجال السياسي. كما رؤية الفرد الواضحة لما يحيط به في المجال السياسي من أجهزة وقيادات وقنوات الاتصال لكل منها. اهتمام الفرد بالسياسة وإدراكه للأوضاع السياسية العامة والدستور والقوانين. تقاس مؤشرات الوعي أيضا بالعضوية العادية في التنظيم السياسي والمشاركة في الاجتماعات السياسية العامة. والمشاركة السياسية توضح في الانتخابات مع تقييم الفرد لنفسه.

- عوامل تكوين الوعي السياسي: يوجد العديد من العوامل التي تؤثر في الوعي السياسي وتجعله إما وعى سياسي مشارك أو وعى سياسي تابع منها:

- المستوى التعليمي فكثير من الدراسات أثبتت أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للفرد ارتفع وعيه السياسي حيث أن الفرد الأكثر تعليما يكون أكثر إماما بالمعلومات والمعارف السياسية المكونة للوعي السياسي.

- نوع الثقافة السياسية التي ينشأ عليها الفرد أو طبيعة الذات السياسية لديه: فحسب تصنيف verba فإن هناك للثقافة السياسية تؤثر في نوعية الوعي السياسي وهي النمط المشارك والنمط التابع والنمط المحدد.

- الحركات الوطنية تزيد من وعى الفرد وتؤثر فيه، كما أن الثورة توجد مجموعة من القيم والتصورات والمدرجات الجديدة التي تؤثر في الوعي لدى أفراد مجتمعهما.

- الأوضاع الاجتماعية: تؤثر على نوعية الوعي السياسي وذلك لأن الوعي نتاج مباشر للواقع الاجتماعي فوضع الفرد الاجتماعي الذي يتيح له الاهتمام بالقضايا السياسية التي تشغل مجتمعه تؤثر في الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع فطبيعة الظروف الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية التي يعيشها الفرد إما أن تسهم في تنميته وجعله مشاركا أو تجعله وعيا مهمشا أو تابعا.

- وجود زعيم سياسي أو قيادي للجماعة (الشديدة، 2013، ص ص 32-33).

سابعا: الإعلام الجديد وإشكالية تكوين المعرفة والاتجاهات السياسية: بالإضافة إلى أهمية دور الوعي السياسي والتنشئة السياسية في بيئة الفرد للمواطنة الصالحة والمشاركة التتموية والحفاظ على

التكامل الاجتماعي ويشير Todd Gitlin إلى مزايا وسائل الإعلام ومضارها بالنسبة لحركات الاحتجاج الاجتماعية التي تتادي بالتغيير السياسي الجذري، وإن وسائل الإعلام باعتبارها طرق لاكتساب الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها ومصدرها ففي داخل الأنظمة الشمولية تكونت كل وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم أو السلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في المجتمعات الديمقراطية حيث تفرض وسائل الإعلام آرائها وإرادتها على الحكومات وسياساتها. (الفردى، 2008).

- **التدوين الإلكتروني.....حرية التعبير وسهولة التدوين:** تعبر حالة حضور المدونات في الفضاء الإلكتروني عن ظاهرة بحثية جديرة بالرصد والتحليل والفهم، إذ أصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا المتعلقة بالشؤون العامة ليتأكد عبر متابعة أدوارها أن عددا منها لا يتجاوز نطاق كونه تعبيراً ذاتياً عن رؤى ومواقف شخصية يتم من خلالها عرض وأدوات نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية ذلك أن ما يمنح المدونات أهميتها هو تيسيرها لكل الوظائف الإعلامية المتعارف فضلاً عن تطوير سبل تأديتها وزيادة التفاعلية وتواجد صفة الفورية في عملها وتعدد مراكز الاتصال والمشاركة في مناقشة "الشأن العام". (فياض، 2012، صفحة 113)

- **سهولة التدوين سمح بانتشار حرية التعبير:** إن سهولة إتاحة برمجيات التدوين، ومن ثم إنشاء المدونات والبحث فيها قد أحدثت ما يمكن تسميته ب (ثقافة المدونات) ثقافة جديدة جمعت الآلاف من مؤلفي المدونات وقرائها معاً. تسمح هذه البرمجيات بإنشاء المدونات دون الحاجة إلى الإلمام الكبير بلغة تهيئة (Webster (blog- Blogging Software) النصوص المترابطة، أو العمل مع نماذج عنكبوتية معقدة، إن هذه البرمجيات سهلة الاستخدام ومصممة لتحديث الصفحات بصورة مستمرة .

- **الشبكات الاجتماعية أدوات للتعبئة السياسية وتكوين الرأي العام** "قراءة في بحوث عربية": أجمعت عديد الدراسات في العالم والعالم العربي على أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تتخذ أدواراً مهمة في توجيه السلطة والرأي العام نظراً لما تقدمه كبداية لحشد المعارضة أو تكوين وعي سياسي تجاه قضية تمس المواطن ومن جملة هذه الدراسات وخاصة التي تحدثت بشأن تكوينها للوعي السياسي ما يلي:

- دراسة إيمان السيد جمعة رمضان: دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، (رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه) جامعة القاهرة، 2016. وتؤكد الدراسة أن الشبكات أصبحت المصدر الأول في استيقاء المعلومات السياسية والمصدر الأول لعملية تكوين الاتجاهات السياسية في مصر أثناء ثورة يناير 2011.

- دراسة جيهان حسن أمين حسين: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير، جامعة القاهرة. 2014. وأكدت الدراسة ما مفاده أن الفيسبوك أهم وسيلة ساعدت على حشد الشباب المصري لإسقاط النظام خاصة وأنه أنشئت صفحات خاصة على الفيسبوك لحشد الشباب للاعتصام في ساحة التحرير .

- دراسة شيماء عبد النبي أبو عامر: دور الإنترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب جامعة طنطا، 2012 اكدت الدراسة أنه يعود نجاح الثورة المصرية لأسباب عديدة كانت أدوات الإعلام الجديد من أهم مقومات نجاحها حيث مارست الدولة أشكال ممارسة قمعية للشباب المحتشد في حين هناك حشود تزيد أعدادها بشكل يومي لميدان التحرير يعود ذلك إلى الحصد عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات .

- دراسة رأفت عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق 2013 أكد أن لها تأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي *Political Behaviors and Political Thought* لدى الشباب مما جعل منها محرضا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية في العراق والوطن العربي.

Youtube السلطة السياسية الخامسة: هو ظاهرة تقنية ثقافية عالمية اتصالية مخصصة لمشاهدة الفيديوهات تؤكد بعض الإحصاءات التي يصرح عليها موقع اليوتوب أن عدد المشاهدات شهريا تفوق 1.5 مليار مشاهدة عام 2017 ولكن هناك تحفظات في شأن الرقم خاصة أن اليوتوب يبقى شركة تجارية تستحوذ حاليا على 3 أرباع الاشهار في العالم (shinal, 2017, p. www.cnbc.com)

يسيطر اليوتوب على هذه الجماهير في العالم للمزايا التي تجعل منه الأكثر استخداما من كل المواقع على الإطلاق ويتميز بأنه جعل إمكانية توثيق الأحداث بنقاصيلها ممكنة، ويتيح إمكانية المشاهدة لمرات عديدة، إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة، وإعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتوب، وسهولة الاستخدام المجانية وتوفير إمكانية ترجمة ما هو منشور . (جبور، 2014، صفحة 116)

ثامنا: وسائل الإنترنت وتكوين الوعي السياسي حالة الجزائر - قراءة في بحوث الإعلام الجديد وتشكيل الوعي السياسي في الجزائر -

توصلت عديد البحوث الجزائرية في هذا الصدد إلى جملة علاقات ارتباطية بين المتغيرين فإذا كانت التغييرات التي تحدثها الوسائط الجديدة على مستوى العالم جذرية وواضحة تبقى الجزائر منطقة جغرافية لا تتفصل عن الباقي برغم خصوصية كل منطقة، فقد توصلت الباحثة نادية بن ورقلة في بحثها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب إلى ما مفاده أن الشبكات أطاحت بقيادة الرأي العام في الجزائر ودول المغرب العربي ليصبحوا القادة مجرد شباب- أظنر إلى الرابط www.youtube.com/watch?v=UvE73ks7LG8، (2017) محرومين من عديد الحقوق المدنية والاجتماعية منها ارتفاع نسبة البطالة، تضخم الأموال ومحاسبة الدولة عن عائدات ثروات البلاد، وتبقى تيارات التحرك التي ضربت الوطن العربي تبقى عاملا أساسيا لذلك كما أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تكوين الوعي ولكن لم تكن سببا في قيام ثورات الربيع العربي وإنما هي بخاصية التفاعلية جعلت من الثورات ممكنة. (ورقلة، 2016، ص ص 200-2017)

كما توصلت دراسة قدور ثاني (الحميد، 2017، الصفحات 321-346) أن هذه القنوات كسرت حاجز الخوف من الرقابة والخلل في الواقع الافتراضي مما أدى على تعاطي الشباب في قضايا متعلقة بالدولة من فساد سياسي أو اقتصادي أو حتى في شؤون الحكم وهو ما يطلق عليه اسم المجال العام الافتراضي بحسب نظرية الفضاء العام ليورغن هابرماس. كما توصلت دراسة غزالي محمد وصابر لامية (صابر، 2017، الصفحات 147-177) إلى أن مصادر الموضوعات السياسية عبر youtube facebook هي مصادر تتنوع بين مصادر رسمية مصادر غير واضحة وأفراد ومنظمات..... الخ لذا تبقى أشكال الوعي التي تتكون عبر هذه الفضاءات الافتراضية هي اتجاهات ممكنة متكونة عن طريق الدعاية السياسية لا أكثر، كما أن الدراسة الميدانية في هذا البحث تؤكد نسبة 82.17% من المبحوثين أن الوعي السياسي الذي يتكون هو وعي سياسي خامد يتفاعل مع الظروف الداخلية لتحول ممكن إلى وعي سياسي متحرك .

خاتمة: توصلنا من خلال الدراسة إلى جملة من التفسيرات والتي يعنى بها محاولة فهم حقيقة الوسائط الإعلامية الجديدة التي دخلت بيننا ونعيش من خلالها في شتى مجالات حياتنا فبالإضافة إلى ما أكدته العديد من الدراسات عن تأثيرات الشبكات الاجتماعية على علاقتنا الاجتماعية، سلوكياتنا اليومية، واقعنا السياسي، ظروفنا الاقتصادية..... الخ فقد أضحت من جانب آخر فاعلا من فواعل بناء الوعي الفردي خصوصا حيث أضحت ولا تزال تبعاتها ترتفع درجة بدرجة عن تأثيراتها الأكيدة والمحتملة، حيث تعتبر العديد من الدراسات الإعلامية الحالية أن الإشكالية المطروحة في

تأثيرات وسائط الإعلام الجديد على الوعي السياسي هو تنوع المصدر، غموضه وعدم القدرة على التوصل إليه. لتبقى منطلقاتنا ومرجعياتنا الثقافية والعلمية المرجع والحكم الأساسي في حقيقة المحتوى الذي نتلقاه أو ننشره.

قائمة المراجع

- القرآن الكريم
- أحمد جمال ظاهر. (سبتمبر، 2006). اتجاهات التنشئة السياسية والاجتماعية في المجتمع الأردني. مجلة العلوم الاجتماعية، الصفحات 43-72.
- أحمد حسين اللقاني الجمل. (1996). معجم المصطلحات التربوية. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- أسامة بن صادق الطيب. (2012). المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي. السعودية: مركز الدراسات الاستراتيجية.
- الصادق عباس مصطفى. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات. عمان، الأردن.
- جمال سند السويدي. (2014). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (الإصدار الطبعة الرابعة). الإمارات: من الموقع www.fromtribetofacebook.com.
- خليل علي شقرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط1). عمان، الأردن: دار أسامة.
- سعد علي الدين الهلال نيفين. (2000). النظم العربية قضايا الاستمرار. القاهرة، مصر: مركز دراسات الوحدة العربية.
- سعود صالح. (2011). المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي. الإعلام وقضايا المجتمع.
- سناء محمد جبور. (2014). الإعلام الاجتماعي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صبحي محي الدين. (د.ت). وعي التخلف. مجلة العربي.
- عامر ابراهيم القندلجي. (2013). الإعلام والمعلومات والإنترنت. عمان: دار اليازوري. ص336
- عبد الرحمان محمد سعيد الشامي. (2011). آفاق الاتصال والتواصل في بيئة الإعلام الجديد. مجلة الاتصال والتنمية، العدد 98.
- غزالي محمد، لامية صابر. (2017). دراسات في الإعلام الجديد (ط1). عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي.

- فريد تالح فياض. (2012). الانترنت ووصحافة المدونات الإلكترونية. (كلية الإعلام جامعة بغداد، المحرر) مجلة الباحث الإعلامي.
- قدور عبد الله ثاني، بايشي عبد الحميد. (11 مارس، 2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي. مجلة رفوف، ص ص 321-346.
- ك. أولدوف. (1978). الوعي الطبقي Class consciousness. (ترجمة كيلو ميشيل، المترجمون) بيروت، لبنان: دار خلدون.
- كلاديس سعادة. (2011). وعي المعلومات في المجال المعلوماتي. مجلة الاتصال والتنمية، العدد 125.
- محمد الشديدة. (2013). الوعي السياسي لطلاب التعليم الجامعي باليمن. 32-33. جامعة القاهرة، كلية الدراسات التربوية، مصر.
- محمود خالد وليد. (2011). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. لبنان: مكتبة النيل والفرات.
- نادية بن ورقلة. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. دراسات وأبحاث.
- يوسف بن رمضان. (2011). الاتصال الجديد والديناميات. مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية.
- https://www.youtube.com/watch?v=UvE73kS7LG8. (2017). تم الاسترداد من
//www.youtube.com/watch?v=UvE73kS7LG8
- karisa egan. (10 february, 2017). The Difference Between Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, YouTube, & Pinterest. تم الاسترداد من
https://www.impactbnd.com/blog/the-difference-between-facebook-twitter-linkedin-google-youtube-pinterest: https://www.impactbnd.com/blog/the-difference-between-facebook-twitter-linkedin-google-youtube-pinterest
- raport. (novembre, 2017). تم الاسترداد من (http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media): The 6 Types of Social Media (http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media) ، (accessed February 5 ، (2013).
- www.smartinsights.com. (2017, november 22). Récupéré sur (من الموقع الإلكتروني) :
https://www.smartinsights.com/social-media
- john shinal. (22 june, 2017). YouTube claims 1.5 billion monthly users as it races to boost video-ad business. من 24 november, 2017 تاريخ الاسترداد ،
cnbc: https://www.cnbc.com/2017/06/22/youtube-claims-1-point-5-billion-monthly-users.html