د. بوبكر الصديق بن شويخ

مواضيع مختارة في تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

(محاضرات ومقالات)

سنة النشر: 1444هـ/ 2022م

EDITION EL MOTANABY
دار المنتبي للطباعة والنشر

مواضيع مختارة في تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

د. بوبكر الصديق بن شويخ

نبذة مقتضبة عن المؤلف:

الدكتور بوبكر الصديــق بن شويخ

أستــاذ التعليم العالي والبحث العلمي من مواليد 11/09/1973 بملـوزة بلدية ونوغة ولاية المسيلة – الجزائر.

حائز على شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة من جامعة ابراهيم سلطان شيبوط - الجزائر3 سنة 2020.

له مجموعة من الأعمال والمشاركات العلمية منها :

1. المنشورات:

- صاحب مقال علمي بعنوان: الفضاء الافتراضي والحراك الشعبي في الجزائر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 8، العدد 1، سبتمبر (2021)، ص.ص 21-10 .
- صاحب مقال علمي بعنوان: الخطاب السياسي داخل الفضاء الافتراضي في الجزائر، مجلة الإبراهيمي للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 8، جوان (2021)، ص.ص 204-181 .
- صاحب مقال علمي بعنوان: الفضاء العمومي البورجوازي بين: منظور « هابرماس » ومعايير « أرندات » ورؤية « فريزر»، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد1، العدد 4، ديسمبر (2020)، ص.ص 280-269 .
- صاحب مقال علمي بعنوان: جدلية الفضاء العمومي والإعلام الجماهيري في القـرن الحـادي والعشريـن، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 7، العدد 2، جوان (2020)، ص.ص 111-92 .
- صاحب مقال علمي بعنـوان: الفضـاء العمـومـي الافتراضـي (ساحة للتعبير وتعزيز الحريات)، مجلـة العلـوم الاجتماعية، المجلد 4، العدد 7، جويلية (2018)، ص.ص 390-373 .

2. المداخلات:

- صاحب مداخلة بعنوان: بحـوث علوم الإعلام والاتصـال في الجزائـر بين: المتطلبات والمعوقـات في الملتقى دولي حول معايير الجودة في بحوث علوم الإعلام والاتصال المنظم يومي 16 و17 فيفري 2021 بجامعة الوادي.
- صاحب مداخلة بعنوان: الإعلام الرياضي والأزمـات الرياضية (بين تفعيل الأزمـة واحتوائهـا من منظـور الجمهور الرياضي الجزائري) في ملتقى دولي تحت عنوان: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي المنعقد بتاريخ: 13،14 و15 نوفمبر 2018 بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- صاحب مداخلة بعنوان: وسائل الإعلام و عمليات الانتقال الديمقراطي في ملتقى وطني تحـت عنوان: وسائـل الإعلام والتحول الديمقراطي في الجزائر المنعقد بتاريخ: 21 نوفمبر2019 بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- صاحب مداخلة بعنوان: تكامل المناهج الكمية والكيفية في بحـوث العلوم الانسانيـة والاجتماعيـة في ملتقـى وطني تحت عنوان: جدلية الكم والكيف في البحث العلمي في ميدان العلوم الانسانية والاجتماعية المنعقد بتاريخ 13 مارس 2018 بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- صاحب مداخلة بعنوان: حماية الحق في الخصوصية عبر الأنترنت حسب التشريـع الجزائـري في نـدوة وطنية تحت عنـوان: الحـق في الاتصـال في العصـر الرقمـي المنعقـدة بتاريخ: 10 ديسمبر 2020 بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- مشارك في فعليات دورة تكوينية بعنوان: هندسة وصياغة المقـال العلمـي المنعقـدة بتاريـخ: 21 نوفمبر 2016 بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

مقر دار النشر: حي تعاونية الشيخ المقراني، طريق إشبيليا / مقابل جامعة محمد بوضياف-المسيلة
التواصل مع دار النشر: elmotanaby.dz@gmail.com
الهاتف: 0773305282 / 0668144975
فاكس: 035353103
الحقوق: جميع الحقوق محفوظة ©
سنة النشر: 1444هـ/ 2022م

ISBN: 978-9931-865-63-6

9 789931 865636

EDITION EL MOTANABY
دار المنتبي للطباعة والنشر

د- بوبكر الصديق بن شويخ

مواضيع مختارة في تخصص

الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

(محاضرات ومقالات)

بسم الله الرحمن الرحيم

- **العنوان:** مواضيع مختارة في تخصص الاتصال الجماهيري

  والوسائط الجديدة (محاضرات ومقالات)

- **تأليف:** د. بوبكر الصديق بن شويخ
- **تنسيق داخلي للكتاب:** دار المتنبي للطباعة والنشر
- **مقاس الكتاب:** 25/17

- **الناشر:** دار المتنبي للطباعة والنشر

ISBN :978 - 9931 - 865 - 63 - 6

- **الايداع القانوني:** 1444هـ/ 2022م

- **الحقوق:** جميع الحقوق محفوظة ©

- **مقر الدار:** حي تعاونية الشيخ المقراني/ طريق إشبيليا

مقابل جامعة محمد بوضياف/ المسيلة

- **للتواصل مع الدار:**
- **الإيميل:** elmotanaby.dz@gmail.com
- **الموقع الإلكتروني:** http://motanaby.onlinewebshop.net

هاتف: 07.73.30.52. -- 06.68.14.49.75

فاكس: 0.35.35.31.03

د- بوبكر الصديق بن شويخ

مواضيع مختارة في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

(محاضرات ومقالات)

2022

شكر

أحمد الله الذي بنعمه تتم الصالحات حمدا كثيرا يليق بجلاله وعظمة قدرته، وأشكره على نعمه التي لا تعد ولا تحصى، وعلى توفيقه لي في اتمام هذا العمل العلمي.

كما أتقدم أيضا بآيات الشكر والامتنان إلى أساتذتي الافاضل الذين تعلمت على أيديهم ونهلت من معينهم، وعلى راسهم البروفسور علي قسايسية، والبروفسور فتحية معتوق، الذين يعود الفضل لهم بعد الله سبحانه وتعالى في نيلي شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

سائلا المولى عز وجل أن يجزل لهم العطاء، وأن يجعل كل ما قدموه لي في ميزان حسناتهم.

اهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

الوالدان الكريمان اللذان آزراني بدعواتهما..

الزوجة الصالحة التي وقفت بجانبي..

ولديّ رامي وماريا مصدر الهامي..

اخوتي وأخواتي الذين دعموني..

أهلي وأقاربي الذين شجعوني..

كل أصدقائي وزملائي الذين حفزوني.

تقديم

منذ مطلع القرن العشرين، ومع ظهور أولى الاختراعات والابتكارات في مجال الإعلام والاتصال، جذب ذلك انتباه العديد من الباحثين والعلماء في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية، فغاصوا في مغاور هذا العلم المستجد، ووضعوا أسسه ومعالمه وتخصصاته التي تفرعت عنه، وأنتجوا كماً هائلاً من الدراسات والأبحاث التي أُنجزت خلال القرن الماضي ومطلع القرن الحالي، والتي حاولوا من خلالها دراسة وسائل الإعلام والاتصال، وكل ما ارتبط بها من ظواهر اتصالية وإعلامية،من أجل اكتشاف انعكاساتها على الأشخاص والمجتمعات، والتعرف على أهم التأثيرات التي أفرزها التطور التقني والتكنولوجي المتتالي والمتلاحق لهذه الوسائل.

ولأجل ذلك يأتي هذا الكتاب كمساهمة فكرية منا، ومحاولة من طرفنا لتقديم اضافة علمية، الغاية منها إثراء الانتاج المعرفي العربي في ميدان العلوم الانسانية والاجتماعية أولا، وثانيا هو التعريف بأحد تخصصات علوم الإعلام والاتصال، وهو **تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة** - الذي يعد تخصصا جديدا مقارنة مع غيره من التخصصات التي تُدرس في الجامعة الجزائرية - والذي يهتم بدراسة أنماط وعادات المشاهدة لدى متلقي المحتوى الإعلامي، إلى جانب معرفة أشكال استخدام الوسائط الإعلامية الجديدة، من خلال تحديد نوعية التشارك والتفاعل مع مضامين الرسائل التي يتم نشرها في مختلف الفضاءات الإلكترونية، والتي لها دلالات ومعاني حول الانتماءات والسياقات السوسيوثقافية لدى جمهور هذه الوسائل.

وبمعنى آخر فإن دراسة تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة هذا، يقود الباحث إلى البحث عن الآثار المحتملة لوسائل الاتصال الجماهيري،

وتكنولوجيات الاتصال الجديدة على الجمهور والمنتج الإعلامي معا، من خلال دراسة النظام الإعلامي، الرسائل الإعلامية، وكذا السياق الذي يتم في ظله إنتاج هذه الرسائل، مع ابراز أهم الاختلافات الموجودة بين مستخدمي مختلف الوسائل الاتصالية، من حيث طرق الاستخدام، والمقارنة بينها. أي أن هذا التخصص يهتم وبشكل عام بدراسة علاقة وسائل الإعلام والاتصال بجمهورها. وعليه نضع بين أيدي دارسي تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، مجموعة من المواضيع المنتقاة والمختارة، والمتمثلة في عدد من الدروس والمحاضرات، وبعض المقالات العلمية المحكمة، بالإضافة إلى أجزاء من أطروحتنا، وهذا من أجل الإلمام قدر الإمكان بهذا التخصص.

حيث أفردنا الموضوع الأول من الكتاب لمجموعة من الدروس والمحاضرات، والتي عددها خمسة (05) دروس وهذا من أجل - وكما ذكرنا سابقا- تقديم لمحة عامة حول تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، وتمكين القارئ من التعرف على بعض المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بهذا التخصص الجديد. بينما تناولنا في الموضوع الثاني الحديث عن أنواع مناهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، باعتبارها الطرق العلمية، المتفق والمتعارف عليها علميا وأكاديميا في إنجاز البحوث والدراسات العلمية، خاصة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية. وقد ركزنا بشكل أساسي على البحوث المختلطة، باعتبارها توجه جديد في البحث العلمي، يدعوا أصحابها إلى ضرورة الجمع بين المناهج الكيفية (النوعية) والكمية في الدراسة الواحدة.

في حين خصصنا باقي الكتاب لمجموعة من المقالات المحكمة، والدراسات التي أنجزناها مؤخرا، وهذا بهدف وضعها في متناول الطلاب والباحثين، كنماذج يمكن لهم أن يسترشدوا بها في أبحاثهم ودراساتهم. حيث اعتمدنا على طريقة **التحليل النقدي**

في هذه الدراسات، والتي تتعلق موضوعات بحثها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري - التلفزيون تحديدا - ووسائل التواصل الاجتماعي - خاصة فيسبوك ويوتيوب - وعلاقتهما بالواقع السياسي الجزائري من جهة، ومن جهة أخري علاقة هذه الوسائل بالاحتجاجات التي حدثت خلال السنوات القليلة الماضية، والتي نظمت في الساحات العامة وفي شبكات التواصل الاجتماعي. حيث حاولنا تقديم قراءة نقدية للواقع السياسي والإعلامي في الجزائر، بهدف معرفة أهم افرازات التداول الحر للمعلومات، الانعكاسات المترتبة عن استخدام الوسائط الجديدة على المواطن والمجتمع الجزائري في آن واحد.

ومن جهة ثالثة، فإن غايتنا الرئيسية أيضا من هذا الكتاب، هي تقديم جرعة (نقدية)، لمساعدة الطلاب والباحثين المبتدئين من **تطوير مهارة التحليل وتنمية ملكة النقد** لديهم. ذلك أننا نؤمن إيمانا قاطعا، أن هذه القدرات والمهارات ضرورية في البحث العلمي، ويجب أن تتوفر في كل باحث، خاصة الباحث العربي في ميدان العلوم الانسانية والاجتماعية. لاسيما وأن بعض المناهج - خاصة المناهج الكيفية - والتي تقوم على أسلوب **التأويل والتفسير**، تساعد الباحث على فهم العوامل التي أدت لتشكل الظاهرة محل الدراسة، وكذا استخلاص الدلائل والحقائق التي تساعده على صياغة استنتاجات، كما أنها توفر مفهومًا نظريًا يمكن أن يكون بمثابة دليل لمزيد من البحث. وعليه فإن الهدف الرئيسي والمهم بالنسبة للمؤلف، هو أن يكون هذا الكتاب بمثابة دليل يأخذ بيد الطلاب والباحثين، خلال مسار تكوينهم وبحثهم، ويساعدهم على تعلم أبجديات البحث، وتطوير مهارات التحليل والنقد، في مجال البحث العلمي في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل عام، وفي تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بشكل خاص*.

* المؤلف: د. بن شويخ بوبكر الصديق، dr.benchouikh@gmail.com

الموضوع الأول: مدخل إلى تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة *

سلسلة دروس ومحاضرات

تمهيد:

كما سبق الذكر في مقدمة الكتاب، فإن تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة هو تخصص ناشئ، يدرس أنشطة تبادل المعلومات من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، ووسائل الإعلام والاتصال الجديدة. فهو جوهر دراسات الاتصال، ودراسات جمهور وسائل الإعلام والاتصال بنوعيها (القديمة والجديدة)، ويشار إليه أحيانًا باسم دراسة خصائص، ومحتوى، وشكل الاتصال وتأثيره ودوره الاجتماعي، إلى جانب دراسة مميزات الجمهور والمستخدمين، والعلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى. انطلاقا من دراسة تحليل المحتوى (المضمون)، تحليل قناة الاتصال، تحليل الجمهور والمستخدمين، تحليل التأثير وآلية التفاعل، أي تحليل ونقد كل المواضيع المرتبطة ارتباطًا وثيقًا بموضوعات الاتصال بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري أو وسائل الاتصال الجديدة، ولها علاقة بميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ولفهم هذا التخصص أكثر فأكثر، نضع في بداية هذا الكتاب سلسلة من الدروس والمحاضرات، التي سنحاول من خلالها تقديم بعض الشروحات، وتوضيح بعض المفاهيم، المرتبطة بدراسة تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، من أجل تنوير القارء، وإنارة الدرب أمام الطلاب الجامعيين، والباحثين الأكاديميين.

* سلسلة محاضرات في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، من إعداد د. بوبكر الصديق بن شويخ، تحت إشراف البروفسور علي قسايسية، أستاذ التعليم العالي السابق بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3.

الدرس الأول: أشكال الاتصال

1. الاتصال الذاتي:

يمكن أن نصف الاتصال الذاتي بانه ذلك الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته، واذا كان جهاد النفس هو أصعب انواع الجهاد فذلك لأن هذا الجهاد يتطلب محاورة اتصالية بين الفرد وذاته، بين الفرد وما يخزنه من معلومات ومعارف، أو قيم انسانية وأخلاقية ودينية واجتماعية، أو أعراف سماوية ودنياوية تجعله في حوار داخلي دائم مع ذاته، وقد تدفعه هذه الوسيلة الاتصالية الى اعادة تقييم بعض المواقف والآراء التي قد يتخذ على ضوئها موقفا جديدا مغايرة، ويعتبر هذا النوع من أنواع الاتصال من أصعبها لأنه يقوم بين الإنسان وذاته في مجتمع تتصارع فيه الرغبات والمصالح والأهداف والغايات بشكل عنيف لا يعرف المهادنة، ولأنه أيضا قضية روحية خالصة يحاول من خلالها الفرد الوصول إلى سلامته الداخلية من خلال ازالة الشوائب عن كينونته وما يعلق بها من شوائب، فيحاول تجاوزها ليصل الى أعلى مستوى من الرقي البشري.

2. الاتصال الشخصي:

يمكن تعريف هذا النوع من الاتصال بأنه ذلك الاتصال الذي يتم بين الفرد والأشخاص الآخرين، وهذا النوع من الاتصال يسمح بتدفق المنبهات وتفاعلها بين الجانبين، وينتج من هذا النوع من الاتصال تفاعل مباشر كما يحدث في الحوارات الشخصية المباشرة، أو بين الممثلين على المسرح وجمهور المسرحية، أو في حوارات المؤتمرات والاجتماعات وغيرها. غير أنه من المؤكد أن تنمية مهارات الاتصال الشخصي وتفاعلها المتواصل لابد أن يؤدي في المحصلة النهائية الى نتائج ايجابية لطرفي المعادلة الاتصالية.

3. الاتصال الجماهيري:

ترتبط أنواع الاتصال جميعا تقريبا بطبيعة الحياة اليومية للإنسان، في محاولته لفهم العالم الداخلي والخارجي، عن طريق تبادل المعارف والافكار وطرح مختلف الآراء ووجهات النظر، عبر عملية الاتصال والتواصل، وهذا من أجل إثبات وجوده وتأكيد فعاليته البشرية. لذا فإن الاتصال الجماهيري هو الذي ينقل عملية الاتصال الى مستوى أشمل وأعم وأكثر تأثيراً وهو الذي ينقلنا أيضا الى الجانب المهني من العملية الاتصالية. إذ يعتبر الاتصال الجماهيري من أكثر انواع الاتصال تشابكاً وتعقيدا لأنه في حقيقة الأمر يحتوي على أنواع عدة من الاتصالات والتي يصهرها في نوع واحد، ليتجاوز بذلك الفرد قنواته الحسية، إلى مدى أبعد يتمثل في الأعداد الغفيرة من الجماهير الواسعة، والمنتشرة في كامل بقاع الأرض. حيث يكون طرفها الأول والرئيسي القائم بالاتصال (أي القائم بالبث أو المرسل) والذي قد يكون فرداً، أو مجموعة أفراد، أو مؤسسات أهلية، أو حكومية أو شركات تجارية أو خدماتية، أو أي كيان آخر له مصلحة في ارسال رسالة اتصالية، يتم ارسالها عبر أحد أنواع الوسائل الاتصالية مثل: الإذاعة/ التلفزيون/ الصحف/ الدوريات/ النشرات/ الملصقات الجدارية/ البوسترات/ الفولدرات/ لافتات الأقمشة/ اللافتات الحديثة/ اللافتات الخشبية والحديدية، عالتي يتم وضعها على الطرقات الداخلية والخارجية وغيرها من وسائل الاتصال المتعددة. ويأخذ هذا النوع من الاتصال في اعتباراته طبيعة الجمهور الذي يستهدفه، من خلال دراسة توجهاته السيكولوجية بشكل عام ليحقق الهدف المنشود من الاتصال واضعا في حساباته أن الجمهور بشكل عام غير متجانس التركيب لأنه ينحدر من طبقات اجتماعية مختلفة، وأن معظم هذا الجمهور لا يعرف بعضه البعض الآخر، وقد تفصل بين البعض والبعض الآخر مسافات ينبغي وضعها في الاعتبار لضمان وصول الرسالة الاتصالية الى أبعد مدى ممكن.

الدرس الثاني: أشكال التجمعات البشرية:

1. الجماعة *(Groupe)*: هي مجموعة من الأفراد المعروفين بذواتهم وصفاتهم، وتجمعهم اهتمامات ومصالح مشتركة، يجتمعون من أجل تحقيق أهداف معينة. وقد تكون هذه الجماعة جماعة اجتماعية، سياسية، دينية...الخ. وصفتهم أن أعضاؤها منتظمون، مرتبون ومصنفون، في أشكال هرمية تتكون من رئيس ونائب أو عدة نواب، ومن أعضاء، ومنخرطين... وإلخ. وعادة ما يعرفون بعظهم البعض، وعادة ما يكونون منسجمين في الحياة المهنية مثل أعضاء الحزب. تحكمهم قوانين ولوائح تدفعهم للقيام بمهام وواجبات معينة، والخروج عن هذه القوانين أو عدم الامتثال لها، تعرض صاحبها إلى عقوبات صارمة كالإقصاء والاستبعاد. ويشتركون مع الجماهير في تعرضهم لوسائل الإعلام الجماهيرية.

2. الحشد *(Crowd, la foule)*: وقد أطلق العرب على التشكيل الاجتماعي له مصطلح "الزمرة" أو "الجمهرة"، وهو يتميز بكونه أوسع من الجماعة، ومحدوديته في الزمان والمكان، ونادرا ما يعاد تكوينه بنفس الشكل، وقد يكون أعضاؤه محدودي الهوية. أي أنه عبارة عن مجموعة من الأفراد المعروفين والغير معروفين، لكنهم يتقاسمون نفس الاهتمامات، ولا يحكم عامل العادة والتكرار تجمعهم، ولا يتسمون بتنظيم معين ولا بروابط معنوية تربطهم. لكن يغلب على أفراده الانفعال العاطفي، لذا فقد يحمل تجمع الحشد الطابع السلمي، وقد يأخذ منحى عنيف. كما أن أعضاء الحشد يدركون بأن تجمعهم مؤقت وظرفي وهو نتاج موقف عارض ينتهي بانتهاء الحدث أو السبب الذي اجتمعوا لأجله، او بتحقيق الحشد لأهدافه.

3. الجمهور العام *(Public)*: وقد عرفه "ديوي": على أنه "تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها". وقد ارتبط ظهور الجمهور العام بظهور حروف الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، التي مهدت لانتشار

الطباعة وظهور الصحف النخبوية، التي كان لها جمهورها الخاص والمتمثل في مجموعة المثقفين الأرسطوقراطيين الذين كانوا ينتمون إلى طبقة اجتماعية راقية. لذا فإن الجمهور العام هو عبارة عن مجموعة الأفراد الذين يتميزون بالقدرة على الكتابة والقراءة، ولا ينتمون إلى جماعة معينة، لكن تجمعهم قضية/ قضايا معينة، لذا يسعون لحشد تأييد الناس حول هذه القضية، للوصول إلى التغيير المنشود. ويعد الجمهور العام عنصر أساسي للمشاركة في الحياة السياسية والديمقراطية خاصة، كونه يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة ولها وسيلة إعلامية تعمل من خلالها.

4. الجماهير *Mass*: ويعني مصطلح ***Mass*** كتلة، أي كتلة من البشر الذين تجمعوا وكونوا مجتمعا جديدا أطلق عليه اسم المجتمع الجماهيري، فقد تشكل مفهوم الجماهيرية بعد ظهور المجتمعات الحديثة منذ نهايات القرن الثامن عشر، والتي كانت وليدة الثورة الصناعية التي أوجدت مجتمع جديد متكون من خليط ومزيج من الثقافات المختلفة والمتباينة فيما بينها. لا تحكم أفراده روابط اجتماعية قوية، ويتسم بالذوق المتدني والرديء، كما أن لديه ثقافة هابطة تعرف باسم الثقافة الجماهيرية. ولأن عددهم في ازدياد فقد باتو يمثلون الأغلبية الغالبة في المجتمعات الصناعية. مما أدي بأرباب المال وملاك الصناعة، إلى التفكير في تصنيع منتوجات استهلاكية موجهة لأفراد هذه المجتمعات. وهي عبارة عن منتوجات ذات اسعار رخيصة تتناسب مع مستوي دخلهم، إلا أنها ذات مواصفات ونوعية رديئة. هذا على الصعيد المادي، أما على الصعيد الفكري والثقافي، فقد تم انشاء ما يعرف بالصحافة الشعبية، والتي كانت تنشر مواضيع الاثارة وذات الاهتمام المشترك بين مختلف الأفراد عبر مختلف الثقافات كأخبار الفضائح وأخبار الجرائم، وسمي هذا النوع من الصحافة بصحافة "***Tableod***" وهي ما أصبح يطلق عليها الصحافة الجماهيرية، ومنه جاء مفهوم وسائل الإعلام الجماهيرية.

5. سيمات جماهيروسائل الإعلام: ومن أهم سيماته:

- وتتميز الجماهير بحجمها الواسع ***Large Size*** –على الرغم من أنه يمكننا تحديد هذه الجماهير حسب انتشار الوسيلة وطبيعة الرسالة الإعلامية – إلا أن الجماهير هي الأكثر انتشارا من غيرها من الأشكال الأخرى من التجمعات البشرية.
- تتميز الجماهير بعدم التجانس***Heterogeneity*** وهذا ما يجعلهم مختلفين في احتياجاتهم وادركتاهم ومصالحهم واهتماماتهم وأيضا في سلوكياتهم الاتصالية.
- التبعثر والتشتت ***Dispersion*** إذ تتواجد الجماهير في أوضاع وأما كن متعددة، أي لا يجمعهم حيز جغرافي واحد. ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيا وسائل الاتصال الجديدة، اكتسب الجمهور بعدا كونيا ***(Global)*** جعله غير محدد في المكان، حيث ألحقت به صفة التواجد الكلي في كل مكان وكل زمان في نفس الوقت وهو ما اصطلح عليه بمفهوم واسع الانتشار (***Ubiquitous***) .
- وتتميز الجماهير بعدم التنظيم ***Lack of Organization*** حيث أن تباعد عناصره وعدم معرفتهم لبعضهم البعض فقدهم القدرة على التوحد أو التضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية كأفراد الجمهور.
- وتتميز الجماهير أيضا بأنهم لا يعرفون بعضهم البعض ***Anonymity*** فعناصره غير معروفين بذواتهم ومجهولون بصفاتهم لدى بعضهم البعض، كما أن القائم بالاتصال لا يعرف الجماهير، والجماهير لا تعرفه بدورها أيضا.
- وتميز الجماهير بعدم الاستقرار ***Instability*** عند تعرضها لوسائل الإعلام الجماهيرية، أي أنها لا تلتزم بمتابعتها لمضامين موحدة ولا لوسيلة واحدة.

ومنه فإن مصطلح جماهير هو أقرب أشكال التجمعات إلى مفهوم جمهور وسائل الإعلام الناتج عن الانتشار المتنامي لوسائل الإعلام. ومن هنا يبدو واضحا أن فكرة الجمهور تتوسع باستمرار وتزداد تعقدا بتعقد الحياة المعاصرة مع تعاظم مكانة وسائل الإعلام والاتصال في حياة الأفراد والمجتمعات.

الدرس الثالث: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة:

1. نشأة الأنترنت: نشأت الإنترنت في الستينيات في وحدات الجيش الأميركي، وكانت البداية عبارة عن شبكة تسمى "أربانت ***(ARPANET)*** "، ***Advanced Research Projects Agency Network*** وكانت شبكة بدائية لنقل البيانات بين أجهزة الحاسوب في ذلك الوقت، ما لبثت أن تطورت في السبعينيات إلى شبكة " ***National Science Foundation (NSFNET)*** التي ساهمت بشكل كبير في تطور عالم الاتصالات. ومع تطور الشبكات في بداية الثمانينيات، وإطلاق شركة مايكروسوفت بعد ذلك لنظامها الشهير "ويندوز"، دخلت الإنترنت عالما جديدا متطورا، وظهرت إرهاصاته في فيلم أميركي شهير يدعى "الشبكة"، وذلك قبل الوصول إلى عصر صفحات الإنترنت التي تطورت من "ويب 1" ثم "ويب 2".

2. تعريف شبكة الانترنت: شبكة الانترنت هي عبارة عن حاسوبين أو أكثر متصلين مع بعضهما البعض بواسطة أو بدون أسلاك ويقومون بتبادل المعلومات، البيانات والبرامج...الخ فيما بينهم. كما تسمح للمستخدمين بالتواصل مع بعضهم بشكل فوري ودائم. وتسمى أيضا بشبكة الشبكات لأنها تربط أيضا بين مختلف أنواع الشبكات منها: الشبكات المحلية، والشبكات الاقليمية، والشبكات الدولية. ولكي يتم عملية الربيط بين مختلف الحواسيب والشبكات يجب توفر ما يلي:

- يشترط في أجهزة الحاسوب أن يكون مزود بوحدة مساعدة على الاتصال وهو ما يعرف بالموديم ***MODEM*** والذي يعمل على تحويل الإشارة الرقمية إلى إشارات مكتوبة ومسموعة ومرئية على شاشة الحاسوب.
- وجود أسلاك الربط بين أجهزة الحاسوب والمتمثلة في كابلات التلفون أو الألياف البصرية، أو توفر خدمة ***WIFI***.
- أن تتوفر أنظمة وبرامج لتشغيل الشبكة وهي مجموعة البرامج التي تحكم عمل شبكة الانترنت وتنظم تبادل المعلومات.

3. أنواع شبكات الانترنت: ويوجد نوعين من الشبكيات:

3.1. **الشبكات المحلية (*local area networks (LAN)*)**: وفيها يتم ربط أجهزة الحاسوب بطريقة مباشرة باستخدام نوع من الكابلات وتستعمل عادة هذه الشبكات في ربط حواسيب موجودة في غرفة واحدة أو في عدة مباني قريبة من بعضها البعض.

3.2. **الشبكات الموسعة (*wide area networks (WAN)*)**: وتنتج عادة من ربط عدة شبكات محلية مع بعضها البعض من خلال خط الهاتف أو بواسطة القمر الصناعي.

4. أهم البروتوكولات:

- ويعد بروتوكول ***Transmission Control Protocol*** ويعرف اختصارًا بـ***TCP*** وبروتوكول ***Internet protocol*** ويعرف اختصارًا بـ***IP*** واللذان غالبًا ما يتم الإشارة إليهما مجتمعان في اسم واحد وهو ***TCP/IP***، ولهذان البروتوكولان دور هام يتمثل في المعايير الخاصة بكيفية إرسال البيانات عبر الإنترنت. فبفضل هذه المعايير سنتمكن من الاتصال المباشر بالأجهزة الأخرى التي نرغب في الوصول للمعلومات المخزنة فيها. ضف إلى ذلك ضرورة وجود لغة مشتركة بين تلك الأجهزة لنتمكن من تحقيق الاتصال.

- كما أن بروتوكول الإنترنت ***Internet Protocol*** يعرف أيضا ببروتوكول العناوين ***IP Adresses***، إذ أن كل جهاز بغض النظر عن نوعه أو وظيفته طالما كان متصلًا بالإنترنت يمتلك عنوان إنترنت أو ***IP*** خاص به عبارة عن عدد من الأرقام كأرقام الهاتف تكون في شكل أربع مجموعات من الأرقام مثل: 012.345.67.89 تنشؤها شركة التزويد بخدمة الإنترنت ***Internet Service Provider***، وهذا من أجل تمكن الأجهزة التعرف عن بعضها، وأن تجد بعضها البعض خلال تلك الشبكة العملاقة من الأجهزة.

5. الخوادم أو السيرفرات: ومنها:

- السيرفر ***Server*** : السيرفر أو الخادم هو عبارة عن جهاز حاسوب ضخم وضع لتخزين المعلومات والبيانات يجود أغلبهم في بالولايات المتحدة الامريكية، وفي اليابان يغطي أسيا، وفي أوروبا، لتغطية معظم أوروبا بالإضافة إلى دول شمال افريقيا.
- بروكسي ***Proxy***: وهو أيضا عبارة عن خادم له نفس خصائص الخادم السابق، إلا أنه أقل منه ويكون موجه إلى منطقة معينة يربط بين الخادم الكبير والبروفايد مثل: "جواب" لاتصالات الجزائر الذي يرتبط بدوره بخادم أصغر يقوم بمهمة ربط المستخدمين بشبكة الانترنت. وهو ما يعبر عنه في الشكل التالي:

Server ➔Proxy ➔ Provider ➔ Server ➔ User

6. الاختصارات والرموز على محركات البحث:

a) ***w w w*** وهى اختصار لجملة ***World Wide Web***وتعني الشبكة العنكبوتية العالمية. وتعرف بأنها مجموعة من أجهزة الحاسب على الشبكة يحوي كل منها على صفحات إعلانية إلكترونية (مواقع)، وكلها مصممة تصميما خاصا باستخدام لغات برمجة خاصة.

b) ***http*** بروتوكول نقل النصوص التشعبي وهذه هي اللغة المتعارف عليها لنقل النصوص على شبكة الإنترنت العنكبوتية، والتي من خلالها تسمح لمستخدمي الشبكة بالوصول إلى الصفحات الموجودة بالمواقع المختلفة في الشبكة.

c) اسم الميدان وهو عبارة عن اختصار لكلمات ويأتي في الآخر وكل منها لها معنى ودلالة ومنها:

- ***com***: وتعني ***Commercial*** او ***company*** ومعناها موقع شركة أو موقع تجاري وهو الرمز الأشهر على شبكة الانترنت.
- ***net***: وتعني ***Network*** ومعناها شبكة.
- ***org***: وتعني ***Organization*** ومعناها منظمة غير ربحية.

- ***edu***: وتعني ***education*** ومعناها تعليم وتستخدم للمواقع التعليمية مثل الجامعات والمدارس.
- ***gov***: وتعني ***Government*** ومعناها حكومة وتستخدم للمواقع الحكومية الرسمية.
- في الفترة الاخيرة تعددت الرموز ومنها مثلا رمز ***me*** للمواقع الشخصية وغيرها من الرموز.
- اختصارات اسماء الدول والبلدان مثل:
  - ***dz***: اختصار لاسم الجزائر
  - ***us***: اختصار لاسم الولايات المتحدة الأمريكية
  - ***ku***: اختصار لاسم المملكة المتحدة
  - ***fr***: اختصار لاسم فرنسا
  - ***sa***: اختصار لاسم المملكة العربية السعودية.
  - ***tu***: اختصار لاسم تونس

7. مواطنو الانترنت *Net Citizen*: وهو مصطلح أصبح يطلق على مستخدمي الشبكة العنكبوتية من الغير مرتبطين بمنطقة جغرافية معينة، وهم أفراد المجتمعات الافتراضية. وهم وليدوا تكنولوجيات الإعلام والاتصال. ولـ ***Net Citizen*** كل مقومات العالم المادي. إلا أنها لا تتوفر على خاصية اللمس، وقد وجدت وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لهذه المجموعات الافتراضية من أجل القيام بالعملية الاتصالية التي نتجت بفعل تشبيك العالم، الذي نتج عنه أنواع اتصالية مختلفة كالاتصال الشخصي عبر البريد الالكتروني، أو الاتصال الجمعي الذي يتم عبر الاتصال المتلفز عن بعد أو ما يسمي ***Teleconference***.

8. أنواع التكنولوجيا:

8.1. التكنولوجيا الخلاقة *Creative technology*: وهي التكنولوجيا التي تؤدي إلى تطوير وتحسين المبتكرات في مختلف المجالات، فالسيارات عبر مراحل تطورها عرفت اضافات وتحسينات متعددة حتى صارت تحمل المزايا والمواصفات التي تحملها الأن، فبعد أن كانت لا تحتوي الا على راديو لالتقاط موجات الأثير للاستماع للمحطات الاذاعية منذ سنوات الأربعينيات، فقد تم تطويره بعدها وأصبح الراديو في السيارات مرفوق بجهاز آخر للاستماع لأشرطة *K7*. ثم أصبح الراديو مزود بجهاز قارئ للأقراص في سنوات ما بعد الألفية الثانية. ثم أصبح في وقتنا الحالي مزود بشاشة لمسية وقارئ الفلاش وغيرها. فقد تطور جهاز الراديو في السيارات إلا أنه لم يندثر ولم يختفي الراديو من الوجود. ومن هذه التكنولوجيا نجد:

8.1.1. تكنولوجيا البيولوجيا *Biology technology*: وهي التي تؤدي إلى تحسين وتطوير المواد البيولوجية الحيوانية كتحسين النسل وزيادة الأنواع الحيوانية، والنباتية من خلال التعديلات الجينية على بعض المنتوجات الزراعية بهدف تحسين نوعها أو زيادة إنتاجها.

8.1.2. تكنولوجيا المواد الذكية *Material technology*: وهي التكنولوجيا المطورة للهندسية مثل: الدعامات المقاومة للزلازل.

8.1.3. تكنولوجيا النانو *Nanotechnology*: وهي تقنية الجزيئات متناهية الصغر، وتهتم تقنية النانو بابتكار تقنيات ووسائل جديدة تقاس أبعادها بالنانو مثل الشرائح الإلكترونية وهو جزء من الألف من الميكرومتر، أي جزء من المليون من الميليمتر.

8.2. التكنولوجيا الهدامة *Destructive technology*: وليس في معناها التدمير والتهديم وإنما هي التكنولوجيا التي تقضي على دور غيرها من خلال أخذ مكانها، بحيث يصبح من الضروري الاستغناء عن سابقتها والأقدم منها، فالتلفزيون ذو

اللونين الأبيض والأسود فيما مضى كان هو الجهاز المتطور والمبتكر أثناء فترة الخمسينات. لكن مع ظهور تقنية الألوان لم يعد اليوم أحد يستخدم جهاز تلفزيون ذو اللونين الأبيض والأسود. كذلك على مستوى الكتابة، فمنذ ظهور الحاسوب وجهاز الطباعة اليوم أصبح الكتابة على الألة الراقنة من الماضي، كما أن استخدام الأقراص المرنة، في التخزين أصبح أيضا من الماضي بعد أن حل محله القرص المضغوط، ثم بعد ذلك وحد التخزين فلاش.

الدرس الرابع: وسائل الإعلام الجديدة ومستخدموها:

لقد أصبح مصطلح وسائل الإعلام الجديدة واسع الاستخدام في الجزء الأخير من القرن العشرين، والذي معناه دمج المحتوي الإعلامي مثل: الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التكنولوجية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهم هذا التطور التكنولوجي في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، إذ أحدثت ***New media*** تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. لذا فالمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية (***Digital***) ذات السمات التفاعلية ***(Interactive)*** بواسطة الشبكة العنكبوتية ***(Internet)***. ولقد عرفت هذه التكنولوجيات تسميات عديدة، بحيث وصفت في أول ظهور لها بأنها:

التكنولوجيا الجديدة للمعلومات والاتصال ***(N ICT)***

New information and communication technology ثم حذفت كلمة الجديدة من التسمية لتصبح تكنولوجيا المعلومات والاتصال(***ICT***)

Information and communication technology. لكن ومع بداية استخدام الانترنت في التسعينات من العشرين ظهرت بعض الأدبيات استخدم مؤلفوها التسمية المختصرة (***IT***) ***Information technology*** .

1. المؤسسة الإعلامية:

1.1. مفهوم المؤسسة الإعلامية: هي مجموعة الوسائل البشرية والمادية والتقنية التي تهتم بجمع المعلومات والأخبار والبيانات حول موضوع، حدث، شخص. .. إلخ. ثم تقوم بمعالجة هذه المعلومات قبل أن ترسلها وتبثها لتصل إلى مستقبليها، ويساعدها في ذلك مجموعة من الدعائم مثل: أجهزة الارسال، الأقمار الصناعية، وأجهزة الاستقبال.

1.2. الفرق بين الوسيلة والدعامة: الوسيلة هي المؤسسة الإعلامية (مؤسسة تلفزيون، مؤسسة إذاعية أو مؤسسة صحفية أو غير ذلك). بينما الدعامة هي واسطة مثل جهاز التلفزيون، جهاز الراديو، الصحيفة أو المجلة... إلخ. دورها ينحصر في نقل وإرسال المعلومات. فالوسيلة وجدت من أجل تحقيق العملية الاتصالية في إطار السياق الثقافي، الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، بينما الدعامة فهي عبارة عن أداة لنقل الرسالة الإعلامية بغض النظر عن السياق الذي وجدت فيه أو من أجله، وهو ما يعبر عنه في الشكل التالي:

السياق C ← {الأثر E ← المستقبل R ← الوسيلة M ← الرسالة M ← المرسل S}

2. مستخدمي وسائل الاتصال الجديدة:

ونعني بالاستخدام، هو استخدام الأفراد للمنتجات التكنولوجية من أجل اشباع حاجياتهم، سواء تعليمية، أو تثقيفية، أو ترفيهية، أو غيرها. الأمر الذي يتطلب من مستخدمي وسائل الاتصال الجديدة القدرة على التحكم فيها، مما يعني أيضا قدرتهم على امتلاكها. لأن التحكم مفهوم مرتبط بالهيمنة والتي تدل على معرفة خصائص ومميزات هذه المنتجات التكنولوجية، بالإضافة إلى معرفة كيفية استخدامها. وهو عكس مفهوم الاستعمال الذي يشير إلى الاستهلاك الفوري للمنتجات الإعلامية.

2.1. تقسيم مستخدمي وسائل الإعلام والاتصال الجديدة: ويأتي هذا التقسيم وفق المعيار التقني والتاريخي والوظيفي لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة، الذتي وضعها **البروفسور علي قسايسية**.

a*. وسائل الإعلام الالكترونية *E-Media: وهي الوسائل التي يتدخل الالكترون في عملية تخزين، توزيع ونشر المعلومات والمحتويات عبر شبكة الانترنت، سواء في شكل نص مكتوب أو مسموع أو مرئي.

b*. وسائل الإعلام على الخط *Online Media: وتتمثل في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التي خلقت لنفسها مواقع الكترونية من أجل التواصل مع جمهورها، أو من أجل استقطاب جمهور جديد من مستخدمي الانترنت. حيت تتم عملية التفاعلين بين مستخدمي الانترنت وهذه الوسائل عن طريق المشاركة المباشرة، أي وقت ارسال الرسائل يكون المستخدم متصل بشبكة الانترنت وهو ما يعرف بمصطلح ***e-audiance online***، أو المشاركة الغير مباشرة أي وقت ارسال الرسائل يكون فيها المستخدم غير متصل وهو ما يعرف بـ ***e-audiance offline***.

c*. *Citizen Media: وهي التكنولوجيا التي تتيح للمواطن أن يصبح صحفي أو مذيع، أو وجه إعلامي، يستطيع أن يستخدم أي لغة يريد ويستعمل أي شكل من أشكال التعبير كالكتابة أو الاشارة أو الرسم. .. إلخ. عبر مواقع انترنت خاصة، وعبر المدونات، أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

***d*. المواقع الالكترونية**: وهي المواقع التي تخصص صفحات لنشر معلومات عامة كالطقس، ومعلومات عن البورصة أو معلومات وأخبار عن أحداث آنية. في شكل خدمات مجانية لزوار الموقع.

e*. شبكات التواصل الاجتماعي**: ومنها موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ***Facebook، وموقع تويتر ***Twitter***، ومواقع الشبكات المهنية مثل: موقع ***In link***.

f*. مواقع الخدمات السريعة *Wiki's: وهي مواقع معلومات متخصصة ومنها:

- ***Wikipédia***: وهي موسوعة حرة للمعلومات عن أي شيء وعن كل شيء، وكُتابها من عموم الناس من كل الأجناس والمؤهلات واللغات.
- ***Insclopédia***: وهي موسوعة متخصصة في الكتابة عن المشاهير من الشخصيات والبلدان والمعالم. وكتابها أشخاص مثقفون وذوي اختصاص.
- ***Wikileaks***: وقد ظهرت حديثا، وهي مواقع لتسريب ونشر المعلومات السرية المدنية عن الأشخاص والمنظمات والهيئات. أو المعلومات العسكرية والاستخباراتية.

2.2. الفرق بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة:

- وسائل الإعلام والاتصال القديمة هي وسائل إعلامية، أما وسائل الإعلام والاتصال الجديدة فهي وسائل اتصالية.
- وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تفاعلية لأنها تمكن مستخدميها من المشاركة والتغيير والتعديل في محتوى الرسائل الإعلامية.
- الوسائط الجديدة هي وسائل افتراضية.
- الرسالة في وسائل الإعلام والاتصال تجمع بين (ما هو مكتوب، مسموع، ومرئي)

الدرس الخامس: جمهور وسائل الإعلام الجديدة:

1. سيمات جمهور وسائل الإعلام الجديدة: وهي السمات التي تساعدنا على التمييز بين أفراد جمهور وسائل الإعلام الجديدة، ولا نقصد بذلك التمايز في السمات الظاهرية لهم في: (سعة الحجم، التشتت، عدم التجانس، المجهولية، عدم الانتظام الاجتماعي، التباعد في المكان) وإنما التمايز في السمات الداخلية للبنية الاجتماعية لهذا الجمهور مثل:

1.1. التمايز الاجتماعي: ويتلخص التمايز الاجتماعي لأفراد جمهور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في الفروقات الجوهرية في الاهتمامات والمصالح، إلى جانب الاختلاف في مستويات الادراك ودرجات الاستجابة للرسائل الإعلامية، وبالتالي فإن سلوك جمهور وسائل الإعلام الجديدة تتحكم فيه العوامل التي تتدخل في تشكيل السلوك الاجتماعي العام للمجتمعات الاجتماعية. وقد تأكد هذا التمايز من خلال الدراسات الامبريقية التي أجريت على جمهور وسائل الإعلام والذي نلخصه فيما يلي:

1.1.1. <u>الاختلاف في المصالح والاهتمامات</u>: ويكمن الاختلاف بين مستخدمي وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، في عدم التجانس وعدم التطابق في المصالح والاتهامات، وهذا ما يفسر تنوع الرسائل الإعلامية في الوسيلة الإعلامية الواحدة، حتى وإن كانت موجهة لجماعة واحدة، وهذا راجع للدوافع والحوافز التي تدفع الجمهور إلى اختيار وتفضيل رسائل ووسائل إعلامية بعينها دون غيرها. وهذا راجع لسعي الأفراد لإشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم.

1.1.2. <u>الاختلاف في مستويات الفهم والادراك</u>: ويظهر هذا الاختلاف على مستوى الادراك العقلي والحسي للفرد، بسبب التباين في المستويات التعليمية والتربوية والثقافية للأفراد. وهذا ما يحدد مواقفهم اتجاه مختلف الرسائل الإعلامية، وكذا كيفية فهمها وطريقة تفسيرها. مما يحدد أيضا درجة الاستجابة وحجم التأثير لدى أفراد الفئة الواحدة من الجمهور الواحد.

1.2. التمايز الديمغرافي: مع اتساع حجم الجمهور الذي أفرزه التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال، والانفجار المعرفي الذي صاحب هذا التطور، وكذا النمو المتزايد لحاجات الفرد الإعلامية والاستهلاكية، الناجمة عن تنوع مصالحه واختلاف اهتماماته الفكرية والبيولوجية. فقد بات من الضروري في الدراسات الحديثة الاعتماد على البيانات الإحصائية من أجل تحديد حجم الجمهور، ومعرفة طبيعته من خلال تجزئته الى فئات، وحدات ومتغيرات، قابلة للقياس وتخضع للتكميم ومنها:

1.2.1. الجنس: ويتم تقسيم المفردات البحثية إلى ذكر وأنثى اعتمادا على الفرق البيولوجي والفيزيولوجي للجنسين، على اختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الاجتماعية والمعرفية. وهذا من أجل معرفة الفروقات الأساسية بين النوعين عند استخدامهما لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة. والنابعة من درجات الاهتمام والحاجة.

1.2.2. السن: ويستخدم علماء السكان الفئات الخماسية مثل: (01 - 05)، (06 - 10)، (11 - 15)... إلخ. أو العشرية مثل: (21 - 30)، (31 - 40)، (41 - 50)...إلخ. وهذا من أجل دراسة التركيبة العمرية للأفراد. من خلال دراسة كل فئة حسب مراحل نموها. وهذا بهدف معرفة الفئات العمرية الأكثر استخداما لوسائل الإعلام والاتصال والتي لها أكثر اهتمامات واحتياجات.

1.2.3. المستوى التعليمي: وتمكن دراسة هذه السمة من تحديد الدرجات العلمية والمعرفية للأفراد، والتي تبرز بدورها مختلف المهارات والقدرات المكتسبة بفضل التعلم في النظام الرسمي للبلاد، عبر مستوياته التعليمة وأطواره المختلفة، من أجل الحصول على تفسيرات لمختلف السلوك والاتجاهات للأفراد المتلقين للرسائل الإعلامية، أو لناشري المحتوى الرقمي. وعليه يتم تقسيم المؤهل العلمي إلى مستويات حسب المراحل الدراسية كما هو مضح أدناه:

- ❖ المرحلة الابتدائية.
- ❖ المرحلة المتوسطة.
- ❖ المرحلة الثانوية.
- ❖ المرحلة الجامعية.

وتعد هذه المراحل الأربعة البارزة في مختلف الدراسات، إلا أنه يمكن اضافة مراحل إضافية أخرى في حالة ما إذا تطلبت الدراسة ذلك، مثل: معرفة إن كان المبحوث أمي ولا يعرف القراءة والكتابة. أو إذا ما كانت الدراسة تتطلب معرفة المستوي العلمي الحقيقي للفر وبدقة، مثل: مرحلة الدراسة الجامعية في الليسانس، الماستر، أو الدكتوراه.

1.2.4.مستوى الدخل: وهي الحالة الاقتصادية للفرد والتي تكسبه القدرة الشرائية لاقتناء الوسيلة الإعلامية، أو الوسائط الجديدة، ومختلف السلع، والمنتجات المرتبطة بها. ويتم تمييزهم من خلال المراكز الاجتماعية التي يتبوؤونها، وكذا أمكان إقامتهم، بالإضافة إلى الممتلكات المكتسبة... إلخ. ويتم تصنيف هذه الفئة بوضع عدد من المستويات التي تعبر عن الحالة المادية والمالية للأفراد مثل:

- ❖ ضعيف الدخل.
- ❖ متوسط الدخل.
- ❖ عال الدخل.

إلا أنه يمكن إضافة فئات أخرى حسب متطلبات البحث مثل فئة عديمي الدخل. حيث تعد هذه السمات (الاجتماعية، والديمغرافية، والتعليمة، والاقتصادية) الأبرز في الدراسات الإعلامية الجديدة، إلا أنه يمكن دراسة سمات أخرى إضافية تمليها متطلبات البحث وطبيعة الدراسة، مثل إضافة سمة اللغة، خاصة في الدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة اللغة التي تكتب بها وسائل الإعلام المكتوبة كالصحف، والتي يختارها أو يفضلها جمهورها مثل (اللغة العربية، اللغة

الفرنسية، اللغة الإنجليزية)...إلخ. أو إضافة سمات أخرى كالديانة في حالة دراسة بيئة متنوعة الأديان والطوائف.

2. العوامل المعيقة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة: مع ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، طرحت معها العديد من الاشكالات البحثية القديمة الجديدة، حول سمات وخصائص جمهور هذه الوسائل. وعن الفرق بينه وبين جمهور وسائل الإعلام القديمة. إلا أن الحديث عن هذه السمات يقودنا إلى طرح بعض الاستثناءات التي من شأنها أن تستبعد جزءا هاما من الجماهير التي كانت محسوبة على أنها جماهير وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، وهذا بسب وجود بعض العوامل التي من أبرزها:

1. <u>الأمية التقليدية</u>: وهم الأشخاص الذين لا يمتلكون القدرة على القراءة ولا الكتابة، وعدم امتلاكهم أي مؤهل علمي بسبب عدم دخولهم المدارس أو مراكز القراء والتعليم.

2. <u>الأمية الالكترونية</u>: وهم الأشخاص الذين لا يمتلكون أي معارف أو مهارات أو قدرات على استعمال لوح المفاتيح، التي من شأنها أن تمكن صاحبها من استخدام التقنيات الجديدة، ومختلف المنتوجات التكنولوجية لوسائل الإعلام والاتصال، وكذا مختلف البرامج والتطبيقات المرتبطة بها.

3. <u>المعادين للتكنولوجيا</u>: وهم ما اصطلح على تسميتهم بالتكنوفوبيا، وهم الراديكاليون الذين يرفضون التعاطي مع المنتجات الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال، رغم امتلاكهم القدرات على القراءة والكتابة، وحتى القدرات المادية والمالية لامتلاك هذه الوسائل. وتنتشر هذه الفوبيا أكثر عند الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن سن الأربعين سنة.

خلاصة:

في الأخير يمكن القول أنه من خلال ما سبق ذكره وشرحه من مفاهيم ومصطلحات، فإننا أصبحنا قادرين على فهم تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، من خلال تمييز العلاقة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، التي تطورت ونمت بفعل التحولات التكنلوجية لهذه الوسائل، والتي نقلت الاتصال الإنساني من الأشكال الشفوية إلى التواصل الافتراضي، حيث أصبح لها القدرة على إعادة صياغة وانتاج المحتوى الإعلامي بواسطة التنسيق الرقمي والالكتروني.

وعليه سنحاول تسليط الضوء على الأدوار التواصلية لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري ووسائط الاتصال الجديدة، واستكشاف أشكال الممارسات والاستخدامات لهذه الوسائل خلال باقي المواضيع المقترحة من هذا الكتاب، كما ذكرنا ذلك في مقدمة الكتاب.

الموضوع الثاني: مناهج البحث المختلطة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية

مقدمة:

لقد حاول بعض العلماء في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية جلب الانتباه إلى إمكانية المزج بين نوعين منفصلين من المناهج، والتي تستخدم في تخصصات علم النفس العلمي. حيث حاول بعض علماء النفس مع نهاية القرن الماضي، تحديد المبادئ عامة التي تفسر السلوك البشري، بالقيام بعملية توصيف وتفسير وتوثيق الفروق الفردية، ولا سيما فيما يتعلق بالأبعاد المختلفة للقدرة الفكرية والشخصية للإنسان. أين تولدت لديهم أساليب تجمع بين المناهج الكمية والكيفية سميت بالمناهج المختلطة، والتي هي عبارة عن محاولة لوضع تقارب منهجي بين الأساليب النوعية والكمية، انطلاقا من فكرة التكامل بين الأنواع المختلفة من المناهج. أين فتحت نقاشات واسعة النطاق حول هذا الأنواع من التصاميم في العديد من الملتقيات، والمجالس العلمية.

ومنه لا يجد الباحث من بد من خلال هذه الورقة أن يقدم للطلبة الباحثين والخرجين المقبلين على اعداد مذكرات ورسائل التخرج، نبذة وفكرة – مقتضبة- عن مختلف مناهج البحث، ولفت انتباههم بشكل خاص إلى مناهج البحث المختلطة التي من الممكن أن يساهم استخدامها في إعداد بحوث نوعية وذات قيمة علمية أكبر. من خلال محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيس والتساؤلات الفرعية الإشكالية المطروحة محل البحث.

إشكالية البحث:

لقد كان هناك نقاش واسع النطاق في السنوات الأخيرة في العديد من الميادين العلمية، لا سيما العلوم الانسانية والاجتماعية، بشأن مزايا الجمع بين المناهج الكمية والنوعية في البحوث. وقد تباينت المواقف التي اتخذها الباحثون، فمن هؤلاء من رأى أن المناهج الكمية منفصلة عن المناهج الكيفية تماما، أي أنه لا يمكن للباحث أن يخلط بين المناهج الكمية والنوعية في إطار دراسة واحدة. في حين أن العديد من الباحثين الآخرين دعوا إلى استخدام المناهج الكمية إلى جانب المناهج الكيفية في المشاريع البحثية، وشددوا على أن ذلك من متطلبات البحث من أجل إعداد دراسات وبحوث أكثر قيمة ومصداقية. ومن هؤلاء الباحث البريطانيان (ألان بريمان، وجوليا برينان) اللذان رأيا أن الجمع بين المناهج النوعية والكمية أفضل من استخدام كل منها على حدا.

وفي إطار استكشاف قضايا البحوث النوعية والكمية، ومختلف الأشكال النوعية والكمية، يبدوا أن هناك حاجة إلى النظر في مختلف الأسئلة الأنطولوجية والمعرفية. التي تستند عليها البحوث الكمية التي تميل إلى استخدام على نطاق واسع الاستبيانات، للقيام بالتحليل الاحصائي لعوامل الارتباط، الانحدار، والتباين، وغيرها، كأسلوب بحثي. لذا فقد أصبح بالإمكان اعتبار العديد من أدوات البحث على أنها تقنيات يمكن استخدامها في كلا النوعين من المناهج، لارتباطها بالنماذج التفسيرية والنقدية للبحوث النوعية، وبالطرق الكمية أين يتم جمع البيانات والمعطيات ثم تصنيفها وترميزها في شكل رقمي. ومنه فإن الدراسات القائمة على المزج بين المناهج تسمح بتقديم إجابات مفتوحة، والتي من الممكن أن تؤدي إلى دراسة معمقة للحالات الفردية، والجماعية على حد سواء.

لذا فإنه رغم التطور التاريخي لكلا النوعين من المناهج، فقد كانت المناهج الكمية على الدوام هي التي تهيمن على أشكال البحث في مجال البحث الاجتماعي، والذي يرجح أسبابه إلى التغافل والإهمال المتعمد أو الغير مقصود بسبب قلة الدراسات، والكتابات لا سيما العربية حول هذا الموضوع، مما سبب غموض وإرباك لدى بعض الباحثين المبتدئين في العلوم الانسانية والاجتماعية، وبالتالي سنحاول التعريف بعض المفاهيم المرتبطة بالمناهج المختلطة. من خلال محاولة الإجابة على تساؤل اشكالية البحث التالي:

- **ما المقصود بالمناهج المختلطة في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية؟ وماهي مبررات ودواعي الجمع بين مختلف المناهج في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية؟**

وكما أسلفنا الذكر، ومن أجل الوصول إلى إجابة لتساؤل الإشكالية الرئيسي نحاول في البداية الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي مناهج البحث في بحوث علوم الإعلام والاتصال؟
- ما هي مناهج البحث الكمية في بحوث علوم الإعلام والاتصال؟
- ما هي مناهج البحث الكيفية في بحوث علوم الإعلام والاتصال؟
- كيف يتم استخدام المناهج المختلطة في إطار دراسة واحدة؟

1. مناهج البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية:

يعود مفهوم النهج في البحوث الأكاديمية إلى مجموعة الخطط والإجراءات البحثية، التي تستند فيها على الافتراضات، وجمع البيانات، التي يتم تحليلها وتفسيرها. والتي تتضمن العديد من القرارات، من أجل تنظيمها، ترتيبها، وعرضها. ويعود القرار في احتيار المنهج الأنسب الذي ينبغي استخدامه لدراسة موضوع البحث، وإجراءات التحقيق أو ما يطلق عليه مسمى (تصميم البحوث) والتي هي عبارة عن خطة تبين الكيفية التي سيتم بها جمع البيانات والمعلومات[1]. إلى الباحث فالأمر منوط بتحقيق الأهداف البحثية.

ولقد قُدمت تعريفات عديدة لمفهوم المناهج في البحث العلمي ومن أهمها، أن المناهج هي: " هي الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها"[2]. حيث يستند اختيار نهج البحث أو الدراسة على طبيعة مشكلة البحث أو المسألة التي يجري تناولها، والتجارب الشخصية للباحث، بالإضافة إلى طبيعة وخصوصيات مجتمع الدراسة. لذا فإنه من المتفق عليه أن المناهج أو طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف المواضيع، ولهذا توجد عدة أنواع من المناهج العلمية هي[3]:

---

[1] جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: صياغة مقترح بحثي 2، سلسلة دعم التعلم والتعليم في الجامعة، 1443 هـ، ص17.

[2] عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، ط 2، دمشق، 2004، ص 1.

[3] عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل العلمية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 2، الجزائر، ص 19.

- مناهج البحث الكمية
- مناهج البحث الكيفية (النوعية)

بالإضافة إلى نوع ثالث مستحدث وهو (المناهج المختلطة)، وهي تلك المناهج التي تشير في مفهومها إلى عملية المزج والجمع بين المناهج الكمية والكيفية في دراسة واحدة، بحيث تصبح غير منفصلة كما كانت تبدو. أين يبدأ الباحث في المرحلة الأولى بمحاولة استكشاف آراء المشاركين. ثم القيام بجمع البيانات والمعلومات اللازمة التي يتم تحليلها في مرحلة لاحقة، باستخدام الأدوات المناسبة، بعد تحديد المتغيرات التي يحتاج الباحث لدراستها. من خلال الاعتماد على أحد أنواع هذه المناهج أو على كليهما بهدف التحقق من دقة (صحة) البيانات، إذ يتعين على الباحث أن يبقى منفتحا لكل الاحتمالات، وأن يعيد صياغة نتائجه بطريقة تعكس الواقع بدقة[1]، والتي على ضوئها تجمع النتائج وتقدم التفسيرات. حيث يؤدى تقارب الأساليب المختلطة المتوازنة إلى شكل من أشكال الأساليب المختلطة النابعة من حاجة الباحث إلى وضع تصاميم منهجية تتناسب ومعطيات دراسته، تتقارب أو تدمج فيها المناهج الكمية والبيانات النوعية، من أجل تقديم تحليل شامل لمشكلة البحث.

إلا أنه لا ينبغي بأي حال من الأحوال النظر إلى المناهج البحثية على أنها فئات جامدة، تتكون من أعداء صماء، وإنما هي في الواقع تمثل أهدافا مختلفة، فالبحث العلمي هو تحقيق منهجي للعثور على إجابات للمشكلة. وقد اتبعت البحوث في مجالات العلوم الانسانية والاجتماعية، عموما الأسلوب العلمي الموضوعي التقليدي. ولكن منذ الستينيات من القرن الماضي، ظهرة توجهات قوية نحو نهج أكثر نوعية، وموضوعية. مما جعل أبحاث العلوم الاجتماعية مقسمة بين طريقتين متنافستين إلى حد ما هما: التقاليد التجريبية العلمية، والطريقة الفينومينولوجية الطبيعية.

[1] عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2013، ص 111.

إن المناهج العلمية، تستخدم طرق البحث العلمية في محاولة لوضع قوانين، مبادئ، وافتراضات عامة حول الواقع الاجتماعي الموضوعي والخارجي للفرد. وبالتالي إعطاء أهمية للتجربة الذاتية للأفراد، من خلال التركيز على تحليل الظواهر الإنسانية. حيث يعتبر الواقع الاجتماعي بمثابة خلق الوعي الفردي، أو بناء معنى من خلال تقييم الأحداث، التي ينظر إليها على أنها من عوامل البناء الذاتي أو الشخصي. ويسمى هذا التركيز على الحالة الفردية بدلا من صنع القانون.

فالجانب المنهجي في البحث العلمي، إذا هو الإطار الذي يربط بين المعرفة والعلم بصفة عامة، وهو توجيه لمسارات فكرية، فلا يخلو بحث من منهج، لذلك ينبغي أن تتسم البحوث بالصرامة المنهجية حتى تنعت بالعلمية[1]، ذلك أن استخدام الأساليب البحثية بدقة ومنهجية عند جمع البيانات والتي يمكن التعبير عنها كميا كأرقام، أو نوعيا عن طريق الكلمات أو الصور أو غيرها من الأشياء، هي التي من شأنها أن ترتقي بالدراسة وتجعلها ذات جودة وقيمة علمية. حيث أن المعلومات التي يتم جمعها تتدخل بشكل مباشر في عملية اختيار المناهج المناسبة، إما باختيار أحد أنواعها، أو أن الحاجة تقتضي الجمع بين كلا النوعين. فالجمع بين المناهج الكمية والكيفية يعطي للتفكير بعد إيجابي، متحديا المفهوم التقليدي للحقيقة المطلقة للمعرفة، من خلال تحديد الآثار أو النتائج المترتبة عن الظواهر الإنسانية.

وهكذا تعكس الحاجة إلى تحديد وتقييم الأسباب التي تؤثر على النتائج، مثل المتغيرات التي تشملها الفرضيات والأسئلة البحثية. لأن المعرفة تتطور من خلال المراقبة الدقيقة، وقياس صارم للواقع الموضوعي الموجود في العالم الذي نعيشه. ولأن دراسة سلوك الأفراد بقدر ما هو بالغ الأهمية، فهو بالمقابل بالغ التعقيد.

[1] هامل شيخ: أبجديات وتقنيات البحث العلمي في العلوم الإنسانية، شوهد يوم 2018/02/12 على 23:45، *http://jilrc.com*.

ومنه فإن البحث العلمي هو عملية تقديم الأدلة، والاعتبارات العقلانية، لتشكيل المعرفة. لأن البحث يسعى إلى الحصول على البيانات ذات الصلة، والصحيحة، التي يمكن أن تفسر الحالة المثيرة للقلق، أو التي تصف العلاقات السببية بين المتغيرات ذات الاهتمام. من خلال عملية تأكيد أو دحض الفرضيات والنظريات العلمية، وهو الأمر الذي يتطلب من الباحث القيام بعمليات الاختبار أو التحقق منها، بواسطة جمع المعطيات اللازمة وإجراء مختلف المراجعات الممكنة للحصول على نتائج دقيقة، من منطلق أنه إذا صلح استخدام المناهج صلحت النتائج[1].

2. المناهج الكمية:

المناهج الكمية هي عملية شرح الظواهر بواسطة الإجراءات البحثية الإمبريقية، من خلال جمع البيانات العددية التي يتم تحليلها باستخدام أساليب تستند على قواعد رياضية، فالبيانات التي يتم إنتاجها دائما رقمية، حيث كثيرا ما كان ينظر إلى البحث الكمي باعتبار أنه يتميز بكونه علما ثابتا ينهض على أسس صلبة[2]، إذ يتم تحليل البينات فيه باستخدام الطرق الحسابية والإحصائية، حيث ورد في تعريف دائرة المعارف البريطانية بأن المناهج الكيفية هي: "تلك التي يعتمد استخدامها على المؤشرات العددية والإحصائية لدراسة الظواهر الاجتماعية وتحليلها بصورة يسهل فهمها والتعرف على العوامل المتداخلة بها"[3]. لذا فإنه من الواضح أن بعض الظواهر تفسح المجال للتحليل الكمي لأنها متاحة بالفعل كأرقام.

---

[1] عبد الرحمن العيسوي: مناهج البحث العلي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، سلسلة دراسات في التراث الإسلامي والعربي، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1996-1997، ص 13.

[2] شارلين هس – بيبر، باتريشيا ليفي: البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ترجمة هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، ط 1، القاهرة، 2011، ص 40.

[3] طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط 1، الإسكندرية، 2015، ص 23.

ومن الأمثلة على ذلك التغيرات في النتائج في مختلف مراحل التعليم، أو زيادة عدد الطلبة المتفوقين في الدراسة مثلا.

فلطالما سادت في العلوم الإنسانية والاجتماعية وجهة نظر حول الكيفية التي يجب إجراء البحث بها، والتي تشير عموما إلى أنه ينبغي علينا اجراء البحث في العلوم الاجتماعية من خلال طرق مشابهة لتلك الطرق والمناهج المستخدمة في العلوم التجريبية (الفيزياء، الكيمياء، والبيولوجيا)[1]. من منطلق أنه يمكن تحليل الظواهر الغير العددية في الطبيعة، إذ يمكن فحصها باستخدام الأساليب الكمية، القيام بالتحليل الإحصائي لآراء مجموعة من الناس حول قضية معينة، أو للتعرف على عنصر ما من حياتهم، وهذا باستخدام بعض أدوات البحث والمقاييس مثل مقياس (ليكيرت)، الذي بواسطته يتم ترجمة بيانات الرأي مباشرة إلى بيانات رقمية .

وتشمل المصادر الأكثر شيوعا للبيانات الكمية على سبيل المثال لا الحصر، المسوحات سواء التي تجرى بشكل مباشر، أو تلك التي تجرى عبر الإنترنت، والتي تؤدي إلى التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد (مسح) المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية[2]. إلى جانب المسوحات هناك الملاحظات التي قد تنطوي إما على حساب عدد المرات التي تحدث فيها ظاهرة معينة، مثل عدد المرات التي تستخدم فيها كلمة معينة. هذا فضلا عن البيانات الثانوية مثل حسابات الشركات وغيرها.

---

[1] على عبد الرازق جلبي: المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012، ص 84.

[2] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، 2010، ص 286.

3. المناهج الكيفية (النوعية):

ويشير مفهوم البحث الكيفي (النوعي) إلى "عدد من الأساليب المنهجية والأسس النظرية المتنوعة، التي توظف أساليب جمع البيانات والتحليل الغير كمي، والتي تستخدم من أجل استكشاف العلاقات الاجتماعية ووصف الواقع، فالبحث النوعي يسعى لتوضيح المعنى وإبراز القيم، وهو مهم بصورة خاصة في العلوم السلوكية، حيث يكون الهدف منه استكشاف الدوافع الأساسية للسلوك الإنساني[1]. ومنه يمكن القول أن البحث الكيفي هو عملية جمع وتحليل وتفسير البيانات بشكل سردي ومنطقي، لأجل فهم ظاهرة اجتماعية محددة[2]. حيث يعد البحث النوعي نهج إنساني أكثر صلة بالأفراد والجماعات. والذي يعتمد بشكل أساسي على فحص أفعالهم، تصرفاتهم، والعلاقات التي تربطهم، فضلا عن الميزات التواصلية والتفاعلية التي تتشكل بينهم. كما يتطلب التفكير التأملي، والدراسة الموضوعية للعالم، بالإضافة إلى إمكانيات التفسير والتنبؤ.

وعلى هذا الأساس يعتقد البنائيون الاجتماعيون أن الأفراد يسعون إلى فهم العالم الذي يعيشون ويعملون فيه، من خلال تطوير معاني ذاتية، متنوعة ومتعددة، نابعة من تجاربهم الخاصة، مما يدفع الباحث إلى البحث عن وجهات النظر بدلا من تضييق المعاني إلى بضع فئات أو أفكار. لأن الهدف من البحث هو الاعتماد قدر الإمكان على آراء المشاركين من المبحوثين قيد الدراسة، فهو مبني على عدة أوصاف مفصلة (أكثر منها إحصاءات) حول ما تم سماعه ورؤيته[3]. أين تكون

---

[1] رشدي القواسمة وآخرون: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، ط 2، عمان، 2014، ص 19.

[2] محمد عبد العال النعيمي، عبد الجبار توفيق البياني، غازي جمال خليفة: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، ط1 مزيدة ومنقحة، عمان، 2015، ص 259.

[3] على عبد الرازق جلبي، مرجع سابق، ص 91.

الأسئلة عامة بحيث يمكن للمشاركين بناء معانى بواسطة المناقشات أو التفاعل مع الأشخاص الآخرين.

فمن خلال المعايير التاريخية والثقافية التي تتداخل في حياة الأفراد، يتم التركيز على السياقات التي يعيش فيها الأفراد ويعملون من أجل تحقيقها، مع الاعتراف بأن خلفياتهم الخاصة، النابعة من تجاربهم الشخصية والثقافية والتاريخية، هي التي تتدخل في تشكل تفسيراتهم للواقع. ومنه يمكن بواسطة المناهج الكيفية فحص الظواهر الإنسانية بطريقة نوعية، وهي الطريقة الفضلى للتحقيق في المملكة المتحدة، بينما تميل الدراسات الأمريكية إلى استخدام الأساليب الكمية، على الرغم من أن هذا التمييز ليس مبررا بأي حال من الأحوال. بل إن التحليل النوعي يؤدي إلى بيانات غنية تعطي صورة متعمقة ومتمعنة، لأن البيانات النوعية أكثر شمولية من الكمية، كما أنها مفيدة بشكل خاص في الدراسات الاستكشافية لاستكشاف كيفية حدوث الأمور وعن مسبباتها. ذلك أن البحث الكيفي ينطلق من الفلسفة الإستبطانية التأملية أو البراديغم الرمزي التأويلي[1].

ولأن البيانات النوعية يمكن أن تستمد من مجموعة واسعة من المصادر، فإن هناك طائفة واسعة من الأساليب لتحليلها، وكثير منها ينطوي على هيكلة وترميز البيانات في مجموعات ومواضيع، وهناك أيضا مجموعة متنوعة من الحزم الحاسوبية لدعم تحليل البيانات النوعية بواسطة الحاسوب، والمصممة خصيصا من أجل تحليل البيانات النوعية القائمة (على اللغة والكلمات)، والتي تشمل مجموعة من البرامج المعروفة أعدت لهذا الغرض، والتي من بينها ومن أشهرها برنامج

[1] فضيل دليو: معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، ديسمبر 2014، ص 84.

THE ETHNOGHRAPH، *TROPES*، *NVIVO*، *SPHINX* و*ATLAS* [1]، وغيرها من البرامج. التي تستخدم على نطاق واسع في تحليل كميات كبيرة من المعلومات، والتي تساعد على الحد من الضغط على الباحث في عملية قراءة وترميز البينات.

إذ يمكن للباحث القيام بتحليل المحتوى (المضمون) الذي يحمل طابعا تأويليا[2]، والذي يحتاج إلى تقنيات مماثلة لتلك التي تستخدم في تحليل الاستبيان في المناهج الكمية، حيث يتألف من نظام لترميز أو ترقيم الفئات، بهدف تحديد النص، أو الموضوعات المختلفة، للتمكن من جميع الأفكار، وكذا الأدلة حول وجهات النظر لدى المبحوثين. وهو ما يجعل البعض يعتقد أن الاعتماد على المناهج الكمية وحدها في مجال تحليل مضامين وسائل الإعلام لا يساعد الباحث كثيرا، ما لم تدعمها تفسيرات كمية، تعلن عن معانيها في السياقات المحددة للمضمون[3].

وإلى جانب تحليل المحتوى (المضمون)، يمكن القيام بتحليل الشبكة الاجتماعية، وهذا الشكل من التحليل يستخدم من أجل تحديد العلاقات، ودراسة الروابط بين الأفراد كوسيلة لفهم ما يحفز السلوك. كما أنه يمكن استخدام المناهج الكيفية في تحليل الخطاب، ليس عن طريق تحليل الكلام فحسب، وإنما يأخذ في الاعتبار أيضا السياق الاجتماعي، الذي جرى فيه الحديث خاصة في البحوث الاثنوغرافية، من خلال فرضية أن ما يقال لا يمكن فهمه إلا من خلال النظر في ما حدث قبله وبعده، بواسطة عمل فحص تفصيلي للبيانات، بما في ذلك الحروف، والكلمات المستخدمة، وبأي ترتيب، وما إذا كان المتكلمون تتداخل خطاباتهم.

---

[1] سعيد لوصيف وآخرون: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري: التموقعات الابستمولوجية والتقطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، ط 1، 2016، ص 73.

[2] عبد الرحمن عزي، مرجع سابق، ص 45.

[3] يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج – كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2007، ص 129.

ويمكن أيضا أن يشمل التحليل الكيفي، تحليل المصادر المكتوبة، مثل الرسائل المكتوبة، ورسائل البريد الإلكتروني، ولغة الكلام لإعطاء مصدر غني من البيانات المحيطة بالكلمات الفعلية المستخدمة. وبالإضافة إلى ذلك فإن المناهج الكيفية لا تقتصر على تحليل الخطاب، وإنما تستخدم أيضا عند تحليل السرد، الذي ينظر فيه إلى الطريقة التي يسرد بها النص أو القصص داخل منظمة أو مجتمع في محاولة لفهم الطرق التي يفكر بها الناس داخل المجموعات. ذلك أن بلورة مقولات وفئات الموضوعات الأساسية هي الطريقة التي يحاول بها الباحثون الكيفيون استخلاص المعنى من البيانات التي تحصلوا عليها[1].

أما تحليل المقابلات على اختلاف أنواعها وأشكالها، التي منها المنظمة أو الشبه منظمة أو الغير منظمة. والتي يمكن بواسطتها السماح للبيانات "بالتحدث عن نفسها"، من خلال ظهور مواضيع أو اسئلة تنبثق عن المناقشات والمحادثات أثناء إدارتها. إلا أن الجدير بالذكر أن تحليل المقابلات تعد من أبرز التقنيات المشتركة التي تتقاطع فيها المناهج الكمية مع المناهج الكيفية في البحوث الانسانية والاجتماعية.

4. المناهج المختلطة:

منذ أواخر القرن التاسع عشر حتى منتصف القرن العشرين، بدأ الاهتمام بالبحث النوعي جنبا إلى جنب مع، تطوير أساليب البحوث المختلطة، من خلال الجمع بين أجزاء من استراتيجيات منهجية، وبالتالي خلق استراتيجيات منهجية مختلطة[2]، حيث ظهرت العديد من الدراسات، التي تجمع بين المناهج النوعية والكمية بطرق مختلفة، باستخدام ودمج أساليب متعددة في الدراسات العلمية في العلوم الانسانية والاجتماعية، حيث أكد عدد من الباحثين – الأجانب – إمكانية وفائدة استخدام المناهج الكمية والنوعية في الدراسة الواحدة، إذ انه يمكن المزج

[1] شارلين هس – بيبر، باتريشيا ليفي: مرجع سابق، ص 44.

[2] *Michael, Q Patton*: *Qualitative evaluation and research methods, Newsbury Park, 1980, p 109.*

بين المدخلين (الكمي والكيفي) معا بشكل تتابعي أو يستخدمان معا وفي نفس الوقت[1].

غير أنه جدير بالذكر أن هناك موقف متشدد اتجاه المناهج المختلفة أين يرى دعاته أن كلا النوعين من المناهج يمكن أن يكون مفيدا، ولكنهما يحملان أسس فلسفية مختلفة وهما مناسبان في المواقف والسياقات المختلفة، وبالتالي لا يمكن للباحث ولا ينبغي له خلط أو الجمع بين المناهج الكمية والنوعية في إطار دراسة واحدة.

إلا أن أصحاب الموقف الأول يرون أن المناهج الكمية والنوعية هي طرق مفيدة ومناسبة للدراسة في العالم الاجتماعي، حيث يرون أنه على الرغم من بعض الاختلافات الرئيسية بين البحث الكمي والنوعي، إلا أن أوجه التشابه بينها متعددة، لذا هم يدعون إلى الاستخدام المتكامل للمناهج المختلفة، فذلك يمكن أن يعزز فهمنا للظاهرة محل التحقيق. إذ أنه في مرحلة ما يتم إعادة النظر في أساليبنا وافتراضاتهم في سياق ثان، أو ما يعرف بسياق التبرير حيث يتم تحليل البيانات وتفسيرها[2].

وقد اقترن فيما مضى مفهوم الطبيعية بالفلسفة في العلم، وإلى غاية منتصف القرن التاسع عشر، دون أي تمييز بين التحقيق الفلسفي والبحث العلمي، حيث يتم الجمع بين الافتراضات، والإجراءات والتقنيات المعرفية، التي منها الملاحظات والتجربة التي توفر المعرفة التي تنطوي على اختيار النظرية، والاستدلال الرياضي.

---

[1] عادل محمد ريان: استخدام المدخلين الكمي والكيفي في البحث دراسة استطلاعية لواقع أدبيات الإدارة العربية، المؤتمر العربي الثالث، البحوث الإدارية والنسر، القاهرة، 2015، ص 9.

[2] *Julia Brannen, Mixing Methods: The Entry of Qualitative and Quantitative Approaches into the Research Process, International journal of social research methodology, vol 8, no 3, (173-184), 2005, p 176.*

على أساس الموضوعية والتجريب والأدلة وحدها. فأفضل الأمثلة على كلا النموذجين هو أن تكون في نماذج مختلطة[1]

وعليه يتحدد نوع المنهج الذي يجب استخدامه في البحث، إلى درجة كبيرة، من خلال التزام الباحث بموقف معرفي ابستمولوجي معين[2]. إلا أنه في بعض الأحيان قد يحتاج الباحث في دراسته إلى الاستعانة بمجموعة من الأساليب المتباينة، عندما تستدعي الحاجة في أول الأمر إلى القيام بإجراء البحث الكمي من أجل تحليل البيانات، ثم يجد الباحث نفسه بحاجة إلى تقديم شرح النتائج التي كان قد توصل إليها بمزيد من التفصيل بواسطة الاسلوب النوعي. أين يسمح البحث الكمي للباحث بالكشف عن العلاقات بين المتغيرات، إلا أنه غالبا ما يكون ضعيفا عندما يتعلق الأمر بتوضيح أسباب تلك العلاقات. مما يستدعي استخدام دراسة نوعية لشرح العوامل والأسباب التي تقوم عليها العلاقات الأوسع.

ولهذا تعد أحد أسباب دعوة بعض الباحثين إلى ضرورة الجمع بين مناهج البحث الكمية والكيفية في دراسة واحدة، هي لسد الضعف، وكذا بعض العيوب التي يعاني كل منها[3]. وعليه فإن المناهج النوعية يمكن أن تساعد على تفسير العلاقات بين المتغيرات. فضلا عن هذا، فقد يؤدي توظيف البحوث الكمية والنوعية على حد سواء إلى توفير وسيلة لسد الفجوة بين المستويات الكلية والجزئية. بمعنى أنه يمكن للباحث الاستفادة من السمات الهيكلية الواسعة النطاق للحياة الاجتماعية، من خلال معالجة الجوانب السلوكية بواسطة البحث النوعي. في حين يمكنه بواسطة المناهج الكمية جمع البيانات النوعية من خلال الأسئلة المفتوحة.

---

[1] *Lois- ellin Datta, Paradigm wars: A basis for peaceful coexistence and beyond, New Directions for Evaluation, vol 1994, no 61, (53-70), 1994, p 64.*

[2] على عبد الرازق جلبي: مرجع سابق، ص 94.

[3] *Ashatu Hussein: The use of Triangulation in Social Sciences Research: Can qualitative and quantitative methods be combined?, Journal of Comparative Social Work, vol 4, no 1, 2009, p 4.*

وعيله استخدام المناهج الكمية والنوعية بالتتابع على مراحل مختلفة من الدراسة، يؤدي إلى ربط مناهج البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية ارتباطا وثيقا. لأنه على الرغم من أننا بحاجة إلى تجنب التجاوزات الميتافيزيقية من النموذج السابق، إلا أننا بحاجة أيضا إلى الاعتراف ومتابعة الآثار المعرفية لنهج أوسع لبحوث العلوم الاجتماعية[1].

إن مفهوم الجمع بين المناهج الكمية والكيفية يقوم على افتراض أنه باستخدام عدة مصادر للبيانات والأساليب، يمكن للباحث تجنب التحييد والتحيز الكامنين في مصادر البيانات عند تحليلها بواسطة نوع واحد من المناهج (الكمية أو الكيفية). كما أنه بفضل إدماج شكلين من البيانات، واستخدام تصاميم متنوعة، والتي تنطوي على افتراضات فلسفية وأطر نظرية، من الممكن أن توفر فهم أكثر اكتمالا لطبيعة الإشكالية البحثية. حيث يحتاج الباحثون في العلوم الانسانية والاجتماعية إلى التفكير من خلال النظرة الفلسفية، ولاعتبارات عملية براغماتية[2] تدفع بالباحث إلى ضرورة التعمق في الدراسة والبحث.

إن استخدام طرق مختلفة للتحقيق في ظاهرة ما، يمكن أن يؤدي إلى نتائج أكثر تأكيدا. وفي هذا السياق، عادة ما ينظر إلى المناهج الكمية والنوعية على أنها طرق مختلفة لدراسة نفس الظاهرة وهي قادرة على الإجابة على نفس الأسئلة البحثية. إذ يمكن التحقق من نتائج كل نوع من المناهج في الدراسة الواحدة، إذا ما قورنت النتائج المستمدة من النوعين.

من جهة ثانية فإن المناهج الكيفية تساعد الباحث الكمي على اجراء والقيام بالدراسات الاستكشافية، إذ يمكنها تزويد الباحث بالمعلومات الأولية حول مجتمع

---

[1] *David L, Morgan: Paradigms Lost and Pragmatism Regained: Methodological Implications of Combining Qualitative and Quantitative Methods, Journal of mixed methods research, vol 1, no 1, (48-76), 2007, p 73.*

[2] على عبد الرازق جلبي: مرجع السابق، ص 95.

البحث وموضوع الدراسة، وبالتالي المساعدة على صياغة الفروض، وبناء مقاييس. وبالمقابل فإن المناهج الكمية تسهل البحث الكيفي، لا سيما عند الحاجة لاستخلاص معطيات رقمية وقيم عددية كما أشرنا إلى ذلك في وقت سابق.

ومنه فإن الجمع بين البحوث الكمية والنوعية يوفر للباحث صورة عامة وشاملة. هذا لأنه من منظور الجمع بين المناهج المختلفة في العلوم الانسانية والاجتماعية يبدو ممكنا إلى حد كبير. رغم أن البعض يحذر من المشاكل الخفية التي يمكن أن تنجم عن الجمع بين استخدام الطرق النوعية والكمية. حيث أثار بعض المشككون بعض التحفظات، التي منها أن البحوث الكمية والنوعية لها اهتمامات مختلفة، وأنه لا يمكن استخدام نفس الأدوات البحثية عند دراسة الظواهر المتشابهة. أما الإشكال الحقيقي فماذا سيصنع الباحث إذا كانت النتائج الكمية والنوعية لا تؤكدان بعضها البعض؟ هذا فضلا عن أن مثل هذه البحوث التي تعتمد على مناهج وأساليب مركبة، تستغرق جهدا كبيرا ووقتا طويلا قد يمتد لعدة سنوات.

ومن ثمة فإن الجمع بين المناهج الكمية والكيفية يوفر إمكانيات محدودة للغاية في الإطار الأوسع للاستخدام المتكامل للمناهج النوعية والكمية. إذ أنه من المفترض أن تساعد الأساليب المتعددة على التحقق من صحة بعضها البعض وليس العكس، إلا أنه لا يمكن الجزم بذلك في كل الأبحاث والدراسات الإنسانية والاجتماعية. مما يعني أن الأساليب المختلفة يجب أن تكون مستقلة للغاية عن بعضها البعض طوال الدراسة. ولذا يجب استبعاد إمكانية مزج المناهج الكمية والنوعية على مستويات مختلفة من التحقيق .

إلا أنه رغم هذه النظرة التشاؤمية ورغم تشكك البعض، يمكن القول أن الكثيرين من الباحثين في ردهم عن هذه الانتقادات، أكدوا أن هناك مجموعة متزايدة من الأدبيات تدعم تكامل هذين النموذجين من البحوث على نطاق واسع، خاصة بعد أن انتهت الدراسات النظرية إلى التأكيد على أن البحوث الكمية لم تعد تكتفي

بما تملكه من معطيات إحصائية[1]، فالعلوم الانسانية والاجتماعية لا تتمتع بالحقائق المطلقة لذا فإنه لا ضير إن كان الأسلوب المركب من المناهج الكمية والكيفية يعاني من بعض القصور، ذلك شأنه شأن كل نوع من أنواع المناهج في العلوم الانسانية والاجتماعية، التي تعاني هي أيضا بدورها عند استخدامها منفردة ببعض القصور.

ومنه فإن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية[2]. كما أن الباحث معرض للإخفاق عبر مختلف مراحل البحث إذا ما اصطدم بعوائق صعبة تعذر عليه تخطيها، بالإضافة إلى أن الباحثين يتمتعون بالحرية المطلقة في تبني تصاميم متعددة الأساليب تتوافق مع طرقهم واستراتيجيات البحثية.

---

[1] نصر الدين لعياضي، الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية. شوهد يوم 2018/02/17 على 20:55.

http://www.anfasse.org

[2] نصر الدين لعياضي: المرجع نفسه.

خاتمة:

في نهاية البحث نكون قد قدمنا لمحة موجزة عن تطور الأفكار حول إمكانية الجمع بين المناهج الكمية والنوعية في البحوث الاجتماعية، بهدف إثراء معارفنا حول استخدام مختلف مناهج البحث في بحوث العلوم الانسانية والاجتماعية، حيث تطرقنا إلى فكرة استخدام طرق متعددة في إطار دراسة واحدة، والتي اقترحت بصفة فعلية في منتصف القرن الماضي من قبل منهجيين مؤثرين أمثال كامبل، ستانلي وغيرهما. وبالاعتماد بشكل رئيسي على سرد العديد من الأسباب التي تستدعيها الممارسة البحثية للجمع بين الأساليب الكمية والنوعية في دراسة واحدة .

ومنه فإننا نرى أنه من المهم القول أنه ليس هناك إجابة صحيحة أو خاطئة للطرق التي يختارها الباحث، لأنه في بعض الأحيان قد يرغب الباحث في استخدام طريقة واحدة، سواء كانت كمية أو نوعية، وأحيانا قد يرغب في المزيج بين هذه المناهج، لأن الباحث أولا وأخيرا وحده فقط من يمكنه أن يقرر أي الأساليب أصلح، وأيها تتناسب ودراسته، إلا أنه من المهم بما كان أن يستخدم الباحث التقنية التي تتفق مع وجهة نظره الفلسفية التي تدعم البحث الخاص حول مختلف الحالات والظواهر الإنسانية والاجتماعية. كما أننا نعتقد أن هاذان النوعان من المناهج ضروريان للغاية، من أجل إنجاز بحث علمي نوعي. لذا فإنه من المنطقي أن يؤدي الجمع بين المناهج الكمية والكيفية في العلوم الانسانية والاجتماعية، إلى إنجاز بحوث علمية متكاملة.

المراجع:

العربية:

1. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، 2010.

2. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، صياغة مقترح بحثي 2، سلسلة دعم التعلم والتعليم في الجامعة، 1443 هـ.

3. رشدي القواسمة وآخرون: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، ط 2، عمان، 2014.

4. سعيد لوصيف وآخرون: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري: التموقعات الابستمولوجية والتقطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، ط 1، 2016.

5. شارلين هس – بيبر، باتريشيا ليفي: البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ترجمة هناء الجوهري، المركز القزمي للترجمة، ط 1، القاهرة، 2011.

6. طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط 1، الإسكندرية، 2015.

7. عادل محمد ريان: استخدام المدخلين الكمي والكيفي في البحث دراسة استطلاعية لواقع أدبيات الإدارة العربية، المؤتمر العربي الثالث، البحوث الإدارية والنسر، القاهرة، 2015.

8. عبد الرحمن العيسوي: مناهج البحث العلي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، سلسلة دراسات في التراث الإسلامي والعربي، دار الراتب الجامعية، بيروت 1996-1997.

9. عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2013.

10. عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، ط 2، دمشق، 2004.

11. على عبد الرازق جلبي: المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012.

12. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل العلمية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط الجزائر، 2.

13. فضيل دليو: معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، ديسمبر 2014.

14. محمد عبد العال النعيمي: عبد الجبار توفيق البياني، غازي جمال خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، ط1 مزيدة ومنقحة، عمان، 2015

15. نصر الدين لعياضي: الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، *http://www.anfasse.org*.

16. هامل شيخ: أبجديات وتقنيات البحث العلمي في العلوم الإنسانية، *http://jilrc.com*.

17. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2007.

الأجنبية:

18. *Ashatu Hussein: The use of Triangulation in Social Sciences Research: Can qualitative and quantitative methods be combined?, Journal of Comparative Social Work, vol 4, no 1, 2009.*

19. *David L Morgan: Paradigms Lost and Pragmatism Regained: Methodological Implications of Combining Qualitative and*

Quantitative Methods, Journal of mixed methods research, vol 1, no 1, (48-76), 2007.

20. *Julia Brannen: Mixing Methods: The Entry of Qualitative and Quantitative Approaches into the Research Process, International journal of social research methodology, vol 8, no 3, (173-184), 2005.*

21. *Lois- ellin Datta: Paradigm wars: A basis for peaceful coexistence and beyond, New Directions for Evaluation, vol 1994, no 61, (53-70), 1994.*

22. *Michael Patton, Q:) Qualitative evaluation and research methods , Newsbury Park, 1980.*

الموضوع الثالث: أشكال الخطاب في وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر

دراسة تحليلية نقدية

مقدمة:

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، من أكثر الوجهات شعبية على الأنترنت، وهذا بسب حاجة الناس إلى التعبير، ومناقشة مختلف المواضيع، التي من الممكن أن يتمخض عنها اتخاذ مواقف وقرارات، لاسيما خلال المناسبات الهامة، كالانتخابات والاقتراعات، التي تعد أبرز مظاهر المشاركة السياسية، والتي تعني في كثير من الأحيان، التقاطع بين الحياة السياسية والحياة الاجتماعية، ذلك أن المواضيع السياسية تتضمن جوانب متعددة من شؤون الحياة العامة، التي منها ظروف العيش، العمل والعلاقات الاجتماعية، التي ترتبط بشكل وثيق بالأفراد، لذا فكلما أصبح الفرد سياسيا، فإنه يحمل جملة من المواقف والخطابات، التي تبرز تنوع في الأفكار والآراء والعلاقات الاجتماعية.

إشكالية البحث:

على ضوء ما حدث في بعض الدول العربية من اضطرابات، والتي اصطلح على تسميتها بـ "ثورات الويب"، التي لعبت فيها مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا، في عمليات الاستقطاب السياسي الواسع للفرد العربي، مما جعلها في نظر البعض المسؤول الأول، عن تهيئة الظروف وتوفير الفرص لاستعراض الأفكار المتباينة وتشكيل معسكرات للمعارضة، في ظل إمكانية التعرض الانتقائي لمحتوى هذه الشبكات. مما أدى إلى حدوث موجة من الاحتجاجات والاضطرابات - التي أدخلت بعض الشعوب العربية، مثل: "سوريا" و"ليبيا" في دوامة من العنف والفوضى، التي خلفت الخراب والدمار في هذه البلدان - والتي قادها الناشطون في مجال حقوق الانسان، والحركات التحررية، والأشخاص العاديون وغيرهم، ممن سئموا من سياسات أنظمتهم، الأمر الذي أدى إلى العصف بالعديد من الحكومات، والإطاحة بالعديد من الأنظمة العربية، وهو ما يبرهن في نهاية المطاف، على قوة "الويب 2.0".

وعلى هذا الأساس، بنى البعض توقعاتهم، بأن تشهد بلدان عربية أخرى مشهدا مماثلا، وتغيرات مشابهة، لتلك التي حدثت في بعض الدول العربية، وهذا بسبب الارتباط الوثيق بين هذه الدول، تاريخيا، جغرافيا، ثقافيا ودينيا. ونظرا للتشابه الكبير فيما بينها وفي كثير من النواحي، الثقافية، الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية. إذ راهنوا على نفاذ هذه المقدرة، لتشمل البلدان المجاورة – والجزائر تحديدا- وأن "الطوفان الشعبي" الذي تخشاه الجزائر، من الممكن أن يمتد إليها، وذلك بسبب السخط وعدم الرضا الشعبي، عن الأوضاع السياسية، الاقتصادية والاجتماعية في البلاد، وهذا في ظل الانتشار المتزايد، والاستخدام المتنامي، لوسائل التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية، بين أوساط المستخدمين في الجزائر، والتي تعد إحدى أيقونات "الربيع العربي". لاسيما وأن الفرد الجزائري، أصبح يتمتع اليوم بميزات تحررية أكثر من ذي قبل، والتي وفرتها له شبكات الاتصال الجديدة، مما

جعل إمكانات التعبير عن الآراء، والدفاع عن الأفكار، بين مستخدمي هذه الوسائط ممكنا، خاصة خلال المناسبات السياسية والمواعيد الانتخابية، وهو ما يفتح المجال أمام تساؤل رئيسي وهام هو:

- ما طبيعة الخطابات المنتجة بين مستخدمي صفحات الشروق نيوز بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017؟

التساؤلات الفرعية:

- ما نوع التعليقات التي ينشرها مستخدمو صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017؟
- هل هناك تفاعل مع مقاطع الفيديو المنشورة بين مستخدمي صفحات الشروق نيوز بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017؟
- هل ترتقي تعليقات مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017 إلى مستوى النقاش العقلاني الذي يستند إلى معايير الجدال والحجاج التي حددها "هابرماس"؟
- هل يؤدي التداول الحر للآراء والمعلومات بين مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017 إلى بلورة اتفاقات أم إلى توليد صدامات وخصومات؟
- هل تهيئ البيئة الافتراضية بين مستخدمي صفحات الشروق نيوز بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017 الأرضية للقيام بعمل سياسي جماعي وتشاركي بين المستخدمين الجزائريين؟

منهج البحث:

ينطوي القرار حول المنهج الذي ينبغي استخدامه لدراسة موضوع ما، قناعة الباحث من جهة، وطبيعة الدراسة الميدانية من جهة أخرى، وبما أننا نعتزم القيام بدراسة كيفية، بالاعتماد على تحليل وتفسير البيانات بشكل سردي ومنطقي[1]، حيث يشير مفهوم البحث الكيفي (النوعي)، إلى عدد من الأساليب المنهجية المتنوعة، التي توظف لجمع البيانات، وتحليلها بشكل غير كمي، من أجل استخدامها لاستكشاف العلاقات الاجتماعية، ووصف الواقع وتفسير النتائج، ذلك أن الباحث يسعى من خلال البحث النوعي، إلى توضيح المعنى، وإبراز القيم، وهو مهم بصورة خاصة في العلوم السلوكية، حيث يكون الهدف منه استكشاف الدوافع الأساسية للسلوك الانساني[2]، إذ يعد البحث النوعي نهجا إنسانيا أكثر صلة بالأفراد والجماعات، والذي يعتمد بشكل أساسي على فحص أفعالهم، تصرفاتهم والعلاقات التي تربطهم، ومعرفة الميزات التواصلية والتفاعلية التي تتشكل بينهم، وهو ما يستدعي التفكير التأملي، بالإضافة إلى إمكانيات التفسير الموضوعي للظواهر محل الدراسة.

وعليه فإن المنهج الأنسب في دراستنا هذه هو منهج **تحليل الخطاب**، الذي يعد تاريخيا من مقولات علم المنطق[3]، حيث أعتبر الخطاب مفهوما مرادفا لتصور، أو موقف لشخص أو جماعة ما، بشأن قضية مطروحة[4]. كما أن الخطابات يمكن أن تأخذ أشكال جدلية، مليئة بالحجج المنطقية، والتي قد تؤدي إلى ترويج أفكار

---

[1] محمد عبد العال النعيمي، عبد الجبار توفيق البياني، غازي جمال خليفة: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، ط1 مزيدة ومنقحة، عمان، 2015، ص259.

[2] رشدي القواسمة وآخرون: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 2012، ص19.

[3] هشام عطية عبد المقصود، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، القاهرة، دار العلم العربي، ط1، يناير 2012، ص16.

[4] نفس المرجع، ص18.

معينة، ودحض آراء منافسيها، في واقع سياسي واجتماعي محدد. ومنه فإن عملية التحليل النقدي للخطاب، تقود الباحث إلى بحث التفاعل بين الأفراد، إذ أن استخداماته المختلفة، تشير إلى عملية اتصالية تفاعلية[1]، لا سيما بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، والتي غالبا ما تتم عبر آليات اللغة، أو غيرها من العلامات والصور، بغرض اتصالي وإقناعي مقصود[2]، ومنه فإن التحليل النقدي للخطاب، الذي أصبح من الأساليب المتبعة في عملية التحليل في العلوم الاجتماعية والإنسانية، يستند إلى جملة من الخطوات الأساسية، التي حددها العالم الإنجليزي "نورمان فاركلوف ***Norman Fairclough***"، في كتابه الموسوم: "الخطاب والسلطة"، الصادر سنة 1989، والتي هي على النحو الآتي:

- **الوصف**: وهو أحد الأساليب البلاغية، والمعروف أيضًا باسم أسلوب التخاطب، ويشمل الجانب الشكلي للكائن محل البحث، ويستخدم الوصف، بهدف رسم صورة ذهنية، من خلال تقديم كل المعلومات، والبيانات المتعلقة بالشيء المراد وصوفه. ومنه فإن الوصف هنا، هو عملية جمع التفاصيل المتعلقة بما تم كتابته ونشره، من حيث اختيار اللغة، وترتيب الكلمات والعبارات، أي أن الوصف في هذه المرحلة يُعنى بخصائص النص الشكلية[3]. وعليه ومن أجل عملية وصف بيانات الدراسة، المتمثلة في تعليقات مستخدمي صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، خلال فترة الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017، نقوم بالوصف العام لكل التعليقات، من حيث اللغة وشكل الكتابة، وتركيبة الجمل، وبنية العبارات.

---

[1] نفس المرجع، ص16.

[2] نفس المرجع، ص17.

[3] نورمان فيركلو: الخطاب بوصفه ممارسة اجتماعية، مجلة الآداب الأجنبية، ترجمة رشا عبد القادر، العدد 105، 2001، ص95.

- **التأويل والتفسير**: التأويل يُعنى بالعلاقة بين النص والتفاعل[1]، داخل السياقات الاجتماعية، من أجل معرفة الأبعاد التواصلية. ففي حين يهتم التأويل بتحليل السيرورات المعرفية للمشاركين[2]، فإن التفسير يهتم بتحليل العلاقة بين الأحداث الاجتماعية العابرة (التفاعلات)، والبنى الاجتماعية الأكثر ثباتاً، التي تُشكل هذه الأحداث[3]. ومنه فإن عمليتي التأويل والتفسير في الدراسات الإنسانية، تهدف إلى الوصول إلى المعاني العميقة والأصيلة، التي يتضمنها الخطاب، من خلال التفسير المنطقي والموضوعي، والتفكير النقدي، البعيد عن أي شكل من أشكال التحيز، النابعة من الأحكام المسبقة للباحث، وهذا بالاعتماد على الفهم الصحيح، والقراءة المتفحصة، من أجل فهم الغايات التواصلية والسياسية للمستخدمين، وكذا من أجل الكشف عن المعاني والرموز، التي تتضمنها خطابات مستخدمي صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" الجزائرية، بموقع "يوتيوب"، أثناء الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية 2017.

أداة جمع البينات:

تعتبر أدوات جمع البينات، الوسيلة التي يستعين بها الباحث، من أجل القيام بدراسة علمية، ذلك أن اختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات، تعد من أهم العوامل المساعدة على نجاح الدراسة، لذا فإنه من أجل انجاز دراستنا هذه اعتمدنا على أداة رئيسية وهي:

الملاحظة المباشرة: حيث تعد الملاحظة أحد الإجراءات البحثية الأساسية، التي تساعد على فهم الواقع والعالم المحيط بنا، وهذا بفضل البيانات النوعية التي توفرها، ذلك أن الملاحظة المباشرة هي عملية الفحص المفصل، والتأمل الواعي،

---

[1] نفس المرجع، ص95.

[2] نفس المرجع، ص89.

[3] نفس المرجع، ص95.

للظاهرة محل الدراسة، التي يقوم بها الباحث، من أجل جمع البينات والمعلومات الميدانية اللازمة، التي تساعده على الحصول على اجابات لأسئلته، والوصول إلى نتائج في نهاية بحثه، حيث تعرف الملاحظة بأنها: "ذلك الانتباه المدقق، الذي يستخدمه الباحث أو الملاحظ في متابعته للظواهر[1]" في بيئتها الطبيعية أو التجريبية، من خلال المشاهدة المنظمة، الدقيقة والمتفحصة، طول فترة الدراسة، أين يمكنه رصد دينامية موقف أو سلوك ما، أو عمليات التواصل وآليات التفاعل، بين الأفراد سواء في العالم المادي الحقيقي، أو عبر منصات التواصل الافتراضية. فالملاحظة المباشرة المعروفة أيضًا باسم الدراسة الرصدية، هي طريقة لجمع المعلومات الشاملة، حول مفردات العينة، داخل بيئتها المعتادة، دونما تدخل من الباحث، لإحداث تغيير في تلك البيئة.

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه: "جميع الأفراد، أو الأشخاص، أو الأشياء، الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أو الظاهرة المدروسة[2]، أي أنه يتكون من عدد من المفردات، التي تمتلك نفس الخصائص والسمات المشتركة، لذا فإن مجتمع دراستنا، يتمثل في تعليقات المستخدمين الجزائريين، على موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب". غير أن عملية دراسة مجتمع بأكمله تعد من الأمور الصعبة إن لم تكن مستحيلة في بعض الأحيان، إذ يصعب الوصول إلى كافة مفردات المشكلة، كما أن ذلك يتطلب وقتا وإمكانات مادية كبيرة، وهو ما يفتقر إليه الباحث. ولأجل ذلك تتم الاستعانة بالعينة، التي تعد العنصر الذي يمتلك الخاصية التمثيلية لمجتمع البحث.

---

[1] رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، عين مليلة، 2007، ص258.

[2] ذوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس، كايد عبد الحق: البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1992، ص109.

عينة البحث:

العينة هي عبارة عن مجموعة الكائنات، أو العناصر المأخوذة من مجموعة أكبر، والتي يشترط فيها أن تحمل نفس خصائص، ونفس صفات مجتمع الدراسة، التي هي في الأصل جزء منه، والذي تجمع منه البيانات الميدانية[1]. وانطلاقا من تحليل الوحدات الصغرى داخل المجتمع والمتمثلة في الأفراد، وما ينجم عنهم من أفعال وما يتكون لديهم من معاني، حيث يتعلم الفرد من خلال التفاعل المعنى الاجتماعي لسلوكه ولسلوك الأخرين، ويتعلم كذلك معاني الموضوعات ومعاني الأفكار ودلالاتها[2]. ولأن الدراسة تهتم بدارسة التعليقات المنشورة، على موقع "يوتيوب" من طرف المستخدمين الجزائريين، وبما أن الغاية من هذه الدراسة هو تحليل التعليقات الصادرة، عن مستخدمي صفحات القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة، "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، فإن العينة الأنسب لموضوع دراستنا: هي: "العينة القصدية الغير احتمالية"، ذلك أن العينة القصدية، أو العمدية، تمكننا من انتقاء مفردات البحث، بما يخدم أهداف الدراسة[3]، وهو ما دفعنا لاختيار مفردات العينة، بطريقة لا مجال فيها للصدفة[4]، لاسيما وأن العينة الغير احتمالية، لها القدرة على اعطائنا معلومات وأدلة كافية، عن مجتمع البحث دون الحاجة لإجراء عمليات التحليل الإحصائي، التي تتطلبها العينات العشوائية[5]. وبناءً على ما توفر لدينا من عينات، قمنا بجمع 45 عينة، والتي تمثل كل التعليقات التي

---

[1] رشيد زرواتي: مرجع سابق، ص334.

[2] حلمي خضر ساري: سلوك الأفراد (التحادث) عبر الأنترنت: دراسة في الأبعاد النفسية والاجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية، مجلة العلوم التربوية، ع 10، يونيو 2006، ص22.

[3] نادية سعيد عيشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017، ص240.

[4] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، الجزائر، 2010،، ص197.

[5] نادية سعيد عيشور: مرجع سابق، ص241.

نشرها مستخدمو صفحات "تلفزيون الشروق نيوز" بموقع يوتيوب، خلال الفترة الممتدة ما بين 2017/04/09 وإلى غاية 2017/05/03، والتي تمثل فترة الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017.

أهمية الدراسة:

لا يكمن موطن الأهمية في هذه الدراسة، في بحث سبل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وإمكانيات تعزيز التواصل المفتوح بين مستخدميها، أو الكشف عن الاختيارات التواصلية، التي من المحتمل أن يتخذها المستخدمون، أثناء النقاش المشترك للمواضيع ذات الشأن المحلي، والبعد الوطني، من خلال فحص الخطابات الناشئة، داخل الفضاءات الافتراضية، التي أضحت "المكان" الجديد للفعل التواصلي، في المجتمع الجزائري فحسب. وإنما نحن نصبوا أيضا، من خلال هذه الدراسة إلى تقديم اضافة علمية، للرصيد العلمي والمعرفي، الوطني والعربي، وهذا عن طريق القيام بدراسة جديدة، حول استخدام ومستخدمي موقع "يوتيوب"، باعتبار أن موقع: يوتيوب" من أهم شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أكثرها استقطابا للفرد الجزائري.

ومن جهة أخرى فإننا نتطلع من خلال دراستنا هذه، إلى محاولة فهم العلاقة، بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتغيرات الاجتماعية والسياسية التي قد تطرأ في الجزائر، وهذا عن طريق تحليل ونقد التعليقات المنشورة، من طرف مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017، وذلك عبر آليات التفسير والتأويل المنطقي، من خلال القيام بدراسة كيفية (نوعية) خالصة، وهذا لقناعتنا بهذا التوجه المنهجي، وتأييدا منا لما يعتقده بعض الأساتذة والباحثين، وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور "نصر الدين لعياضي"، الذي يرى أن البحث الغير كمي أو النوعي، يفتح أفاقا جديدة للبحث العلمي الإعلامي في المنطقة العربية، خاصة تلك التي تهتم

بوسائل الإعلام الجديدة. خاصة وأن البحوث العربية بحاجة إلى إثراء انتاجها العلمي، من خلال الدراسات القائمة على التحليل النوعي، الذي يؤدي إلى توفير بيانات غنية، تساعد الباحث على تقديم تحليل شامل لمشكلة البحث، وتفسيرات مفصلة حول النتائج التي يتوصل إليها، وهو ما من شأنه، أن يعطي في النهاية، صورة أكثر وضوح للواقع.

أهداف الدراسة:

إن التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، أصبح يعد السمة المميزة لهذا العصر، والتي غيرت من مهام المتلقي، وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي، حيث أصبح مرسل ومستقبل في الوقت ذاته، بعد أن كان الاتصال عملية أحادية الاتجاه. إذ جعلت هذه الوسائط من الشخص العادي، مستخدما فاعلا في العملية الاتصالية، لاسيما في خضم التطورات التكنولوجية المتسارعة، التي أصبح فيها مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر، بوسائل الإعلام والاتصال الجديدة، والتي ارتبطت هي الأخرى بمفاهيم أخرى مثل: حرية التعبير، الديمقراطية، والمشاركة السياسية، وحرية النقاش بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي. ومنه فإن دراستنا هذه ترمي إلى عدد من الأهداف البحثية المتمثلة في:

– تسليط الضوء على النشاط التواصلي بين مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017، وهذا من أجل الوقوف على نسبة المشاركة في الحوارات المثارة، التي تهيؤها الظروف السياسية خلال الفترات الانتخابية في الجزائر.

– معرفة حجم التفاعل بين المستخدمين الجزائريين عند مشاهدتهم مقاطع الفيديو على صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، والمتعلقة بالانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017، خاصة وأن الفرد الجزائري، أصبح يتمتع اليوم بحرية الولوج إلى فضاءات أكثر انفتاحا، بفضل تكنولوجيات الاتصال الجديدة.

– محاولة التعرف على أشكال الخطابات المنتجة في الجزائر، داخل الفضاء الاتصالي الرقمي بين مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، في سياق العملية السياسية خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017.

– التعرف على الفاعلين الافتراضيين، من جملة المستخدمين الجزائريين لصفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، في سياق العملية السياسية خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017.

– محاولة التعرف، على أهم افرازات وانعكاسات النشاط الرقمي على صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017، على الساحة السياسية والاجتماعية الوطنية.

– التعرف على الإمكانات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية، لتشكيل أرضية افتراضية للنقاش العام، المؤسس على الحجاج العقلاني بين مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017.

– محاولة فهم الممارسات التواصلية بين مستخدمي صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية في الجزائر سنة 2017، والتي من شأنها أن تؤدي إلى عمل سياسي جماعي وتشاركي بين الجزائريين.

تحديد مفاهيم:

من أجل بلورة تعريف اجرائي، وتحديد مفهوم **"الفضاء العمومي الافتراضي"**، يتعين علينا في البداية توضيح معانى بعض المصطلحات والمفاهيم، مثل مفهوم "الخطاب"، مفهوم "التغيير السياسي والاجتماعي"، مفهوم "الرأي العام"، بالإضافة إلى مفهوم "الفضاء العمومي" الذي صاغه الفيلسوف الالماني "يورغن هابرماس"، وكذا مفهوم "الفضاء الافتراضي" الذي ارتبط بالتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال.

- **الخطاب:** يشير مفهوم الخطاب في المعاجم والأدبيات، إلى استخدام اللغة المنطوقة، أو المكتوبة في سياق اجتماعي تواصلي، والتي تنطوي على إنتاج الرسائل المتبادلة، مما يؤدي إلى تحقيق غاية إعلامية وتواصلية. وقد يتم انتاج الخطاب من طرف المؤسسات الاجتماعية، أو الهيئات والمنظمات الرسمية والغير رسمية، وكذا من قبل الجماعات، والأفراد المتواصلين فيما بينهم، عند تعرضهم لمواقف، أو موضوعات معينة، ومن هذه الخطابات، الخطابات الأدبية، السياسية، الإعلامية والدينية وغيرها من الخطابات. وعليه يعرف "توين فون داك" الخطاب على أنه: "ظاهرة اجتماعية متعددة الأبعاد، وهو في نفس الوقت شيء لغوي، به تتابع للكلمات وجمل ذات معنى، أو حدث / فعل (مثل التأكيد أو التهديد)، وهو أيضا شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي (مثل المحادثة)، وممارسة اجتماعية (مثل المحاضرة)، وتمثيل عقلي (مثل الرأي أو المعرفة)، أو نشاط تفاعلي واتصالي (مثل المناظرة البرلمانية)"[1].

- **الرأي العام:** ويُعتقد أن المفكر الفرنسي "ميشيل دي مونتين" هو أول من استخدم مصطلح الرأي العام في إحدى مقالاته المنشورة سنة 1588، في حين عرف

[1] حفيظة مخنفر: مقاربة سوسيو-لسانية لتحليل خطاب الحياة اليومية- النظرية والمنهج، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15 العدد 26، 2018، ص51.

"جون ستيوارت ميل" الرأي العام بأنه: "ما يريده المجتمع أو الجزء السائد"، كما عرفه "كلوريدج كنج" بأنه: "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام"[1]. ومنه فإن الرأي العام في نظر البعض، يعد منتج للتواصل والتفاعل الاجتماعي، وهو يتكون من مجموعة الآراء، المواقف والمعتقدات المشكلة حول موضوع ما، أو حول قضية معينة، أي هو تجميع لوجهات النظر المختلفة أو المعارضة، لدى مجموعة من الأفراد، أو شريحة معينة من المجتمع. كما أن الرأي العام يمكن أن يتشكل في مجالات متعددة مثل: الثقافة، الأدب والدين. ..إلخ. إلا أن أبرزها وأقواها، هو الرأي العام السياسي، الذي يتطلب شروطا محددة من أجل تشكله مثل:

❖ أن تكون هناك مشكلة موجودة داخل المجتمع (سياسية، اجتماعية أو إقتصادية)، أو غيرها.

❖ أن يكون هناك عدد كبير من الأشخاص الذين يعبرون عن آرائهم حول هذه المشكلة.

❖ أن يكون هناك نوع من التوافق في الرأي لدى هؤلاء الأشخاص.

– **التغيير الاجتماعي والسياسي:** ويدل مفهوم التغيير السياسي، على الرغبة في استعادة التوازن، في الأفكار والقيم، الغير المتكافئة بين الحكومة والمجتمع. إذ غالباً ما تنجم التغيرات السياسية، عن القضايا السياسية، أو حتى الاجتماعية والاقتصادية التي قد تواجهها أي دولة، إلا أنها لا تحدث دوما أو بشكل متكرر. وقد يكون التغيير السياسي، ناتجًا عن قضايا اجتماعية، مثل التوترات بين المجموعات العرقية والاثنية المختلفة، أو بسبب السياسات التي تحرم مجموعات أو أشخاص من حقوقهم المدنية. كما يحدث التغيير السياسي أيضًا، إذا كانت دولة ما، تعاني من

[1] صبحي عسيلة: الرأي العام، مجلة المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، العدد 23، نوفمبر 2006، ص12.

اضطرابات اقتصادية وأزمات مالية، مما يؤدي بأفراد الشعب إلى المطالبة بتغييرات عميقة، على المستوى السياسي والاجتماعي. ومنه يعرف عالم الاجتماع "عبد الله الرشدان" التغيير الاجتماعي والسياسي بأنه: "ذلك التحول الذي يحدث، في النظم والأنساق، والأجهزة الاجتماعية، سواء أكان ذلك في البناء أو الوظيفة، خلال فتر زمنية ما[1].

- **الفضاء العمومي:** وفق التعريف الذي صاغه " يورغن هابرماس" فإن الفضاء العمومي هو "تجمع خيالي، لا يوجد بالضرورة في أي مكان محدد، وهو في شكله المثالي يكون مكونا من أشخاص عاديين، يجتمعون كجمهور لتوضيح احتياجات المجتمع من الدولة"[2]. أي هو فضاء للتوسط يقوم فيه الأشخاص الخواص بالاستخدام العمومي للعقل، من أجل بناء توافق سياسي[3]، حيث يوَلِد الفضاء العمومي الآراء والمواقف، التي تعمل على تحدي سلطة الدولة، فهو مصدر لتشكل الرأي العام القائم على أساس حرية التعبير والديمقراطية التمثيلية. ومنه فإن الفضاء العمومي، هو عبارة عن حيز مادي يجتمع فيه الناس- يمكن أن يكون ساحة عامة، أو نادى، أو مقهى... الخ - من أجل نقد سياسة الدولة، بواسطة النقاش العقلاني، المؤسس على الحجة والمنطق، والذي يعد من مظاهر التجمع والحوار لدى المجتمع البورجوازي الأوربي.

- **الفضاء الافتراضي:** وهو مصطلح واسع يستخدم بطرق متعددة، في سياقات مختلفة، للدلالة على الممارسات التواصلية، باستخدام الرموز والصور، داخل مساحات "وهمية"، من انتاج الخيال البصري، عبر عوالم مرئية، ذات مساحة لا

---

[1] دلال ملحس استيتية: التغير الاجتماعي والثقافي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008، ص19.

[2] نصر الدين لعياضي: فضاء عمومي أم مخيال إعلامي؟ "مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية"، حوليات الأدب والعلوم الاجتماعية، الحولية 31، الكويت،2011، ص35.

[3] *Jürgen Habermas: Trans. Thomas Burger with Frederick Lawrence, The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society, MIT Press, 1991, p176.*

حدود لها، والتي أفرزها التطور التقني لتكنولوجيا وسائل الإعلام الرقمية، إذ أصبحت تحاكي في شكلها، تلك التي تنشأ في الحياة المادية، أين يمكن لمستخدمي هذه الفضاءات القيام بأنشطة مشتركة، مثل التي تحدث في الواقع الحقيقي. وعليه يعرف "إدوارد كاسترونوفا"، الفضاء الافتراضي على أنه: "عالم غير واقعي، وُضع داخل أجهزة كمبيوتر، مصممة خصيصا، لاستيعاب أعداد كبيرة من الناس"[1].

التعريف الإجرائي:

على ضوء هذه التعريفات نصوغ على النحو الآتي التعريف الاجرائي لمفهوم الفضاء العمومي الافتراضي:

الفضاء العمومي الافتراضي: "هو ساحة لا مكانية، يتواصل من خلالها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف تداول المعلومات، وتبادل الأفكار والآراء، وطرح وجهات النظر، حول المواضيع والقضايا ذات الشأن المشترك، من خلال انتاج جملة من الخطابات المختلفة والمتنوعة المبنية على النقاش العقلاني المؤسس على الحجة والمنطق، وهو ما من شأنه أن يؤدي إلى بلورة المواقف وتشكيل رأي عام، بما يدعم عمليات التغيير السياسي والاجتماعي في المجتمعات المعاصرة".

التحليل النقدي لتعليقات مستخدمي صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية بالجزائر2017.

إن المشاركة والتعليق في الفضاءات الإلكترونية، قد يكون له دلالة على الاهتمام بالقضايا ذات الشأن المشترك، وهو ما يتسبب في جذب أعداد كبيرة من المستخدمين، بشكل متواصل نحو هذه الشبكات، إذ تتيح لهم امكانية الانخراط في النقاش حول القضايا الهامة، بفضل الدخول إلى فضاء افتراضي، واتخاذ المبادرة بالتعليق، مما يدعم حرية المشاركة والتعبير. الأمر الذي قد يحفز المستخدمين على

[1] *Mark W. BELL: Toward a definition of virtual worlds, Journal For Virtual Worlds Research, vol 1, no 1, 2008, p2.*

التشارك والمشاركة، في صياغة المحتوى المنشور، لاسيما عندما يتعلق الأمر بالقضايا المصرية، ذات البعد الوطني والشأن العام، مما يولد لدى المستخدمين حالة من الشعور بالانتماء، والهوية الجماعية، التي تدفعهم للانخراط بشكل طوعي، وخالٍ من الإكراه. وهذا من أجل المساهمة في إعادة تشكيل المشهد العام المحلي، خاصة خلال المناسبات الانتخابية، مما يدعم عمليات تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، بفضل ما يتكون من آراء، ويطرح من أفكار، حول الشأن العام الوطني، الذي يمكن التعبير عنه في الأخير، بواسطة ورقة الاقتراع، التي تعد شكل آخر من أشكال التعبير عن الرأي.

ومع ظهور وسائل الإعلام الاجتماعية ذات الطبيعة التواصلية، التي أضحت البديل المكاني لدى مستخدمي شبكة الأنترنت في الجزائر، والتي سمحت بممارسة النشاط الاتصالي والعمل السياسي، على الرغم من المعدل المتدني لتدفق، وضعف انتشار الأنترنت، بسبب إخفاق متعاملي الأنترنت في الجزائر، في ضمان التغطية الكاملة لكامل التراب الوطني الجزائري. إلا أن ذلك لم يحد من الآمال المعلقة على شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت الوجهة المفضلة والملاذ الوحيد لدى الجزائريين، والتي تضمن لهم حق الممارسة، وحق التعبير السياسي. وهو ما يفسر تنوع التعليقات المنشورة على صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع يوتيوب"، خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات البرلمانية بالجزائر سنة 2017، تعليقا وكتابة. حتى وإن طغت عليها الثقافة الشعبية المدججة باللهجة المحلية، والمكتوبة باللغة العربية تارة مثل: **((...غاع الناس تعرف بلي ما سرق ماقلو بلي دا رشو...))**، وباللغة الأجنبية الممزوجة ببعض الأرقام تارة أخري مثل: **((*a sidi wlh 9a tog3od* *bla ras l9achi mriha w hathra w ga3da tasma3. ..ta3ia tafham*))**، والتي تدل في مجملها على مظاهر التنوع الثقافي، لاسيما في بلد متعدد الثقافات كالجزائر، أين يتم استخدام مختلف اللهجات المحلية، جنبا إلى جنب مع مختلف

اللغات الرسمية، واللغات الغير وطنية. وهذا ما جعل بعض التعليقات تتميز بنوع من الدلالة الرمزية مثل: **((تاكلوا لمقروط آه كولوه وحدكم))**، وهي جملة باللهجة المحلية الخاصة بالعاصمة وضواحيها، والتي تشير في مضمونها إلى حالة الامتعاض، وعدم الرضا.

إلا أنه وفي الوقت ذاته، فإن هذه التعليقات تفتقر وبشكل لافت إلى أسلوب الحوار المباشر الذي يتطلب الأخذ والعطاء في الحديث والكلام، وهذا إن دل عن شيء إنما يدل على عدم قدرة بعض المستخدمين على فتح نقاش جدي، من الممكن أن يستقطب أعدادا أخرى من المستخدمين. وقد يرجع سبب ذلك إلى القصور السياسي، لدى هؤلاء الناشرين، أو إلى مستوياتهم التعليمية المتواضعة، وهذا ما يفسر إلى حد ما، تغليب "التعبير الوجداني"، على حساب "التعبير العقلاني"، حيث طفت العاطفة الوطنية بقوة، من خلال وردود كلمة "الجزائر"، في تعليقات عدد من المستخدمين، مثل: **((تفاءلو خيرا الجزائر ستكون بخير ان شاء الله))**، **((...الجزاءر ربي معاك.ان شاء الله))**، **((تحيا الجزائر...))**... إلخ. الأمر الذي جعل الغاية من المشاركة في بعض التعليقات، هو مجرد التبرير بالظهور، على حساب النقاش العام، وهذا أيضا قد يكون عائد إلى الاختلافات الاجتماعية والثقافية والتواصلية، الناجمة عن الاختلافات في التعليم، أو اللغة، أو الطبقة، أو بسب تفاوت القدرات الفردية بين صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع يوتيوب"، خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات البرلمانية بالجزائر سنة 2017. وهو ما قد يبرر شح التفاعلات وندرتها بين هؤلاء المستخدمين، مما يشير في الأخير إلى وجود نوع من النفور الطوعي من النقاش السياسي، داخل المساحات التواصلية والتشاركية، بين المستخدمين الجزائريين.

ومن جهة أخرى، فإن انجراف المستخدم الجزائري نحو ابراز المشاعر، على حساب التحليل المنطقي والنقد البناء، لخطابات السياسيين والمترشحين، أدى إلى

افراغ النقاش بين المستخدمين الجزائريين من محتواه السياسي، ليتحول في الأخير، إلى مجرد انطباعات خاصة، لا ترقى إلى مستوى النقشات والمناظرات المرجوة، والتي كان من المفترض أن تبرز وتتوسع بشكل لافت، خاصة في مثل هكذا مناسبات، ذلك أن النقاش السياسي، يلعب دورا هاما، في نشر المعارف، وزيادة الوعي السياسي بين أفراد المجتمع. إلا أن غياب النقاش بين مستخدمي صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، له مدلولات عديدة، والتي منها أن المستخدم الجزائريين لم يكن لديه اهتمام كبير للانتخابات البرلمانية في الجزائر سنة 2017. واقتصر الأمر فقط على نشر عدد قليل من التعليقات لبعض المستخدمين، الذين حاولوا تقاسم بعض المعاني والرموز، مثل: **((صباح الخير. ههه صحا النوم.... هداوين... شبعتونا مقروط))**. مما نتج عنه الحيلولة دون تبلور نقاش حقيقي، مؤسس على السجال والحجاج، وقائم على الرد والرد المعاكس، رغم ورود بعض الانطباعات والمواقف لبعض المستخدمين، التي حملت تأييدا تارة مثل: **((راك.رابح.يا احمد))**، وتنديدا تارة أخرى مثل: **((جميعهم ها بطين وساقطين))**.

لكن وعلى العموم، يظهر من خلال هذه التعليقات وجود بعض أشكال التجمع التشاركي - حتى وإن شابه الضعف- والذي أدى إلى خلق بعض النقاشات، التي خلقت بدورها نوعا من الديناميكية في تبادل المعلومات والآراء، مثل: **((لكن شوف استاذ عبد المجيد مناصرة الله يبارك كان وزيروما قالوا بلي سرق ولا دت رشوة ولا والو إضافة إلى أنه رجل مناسب وله برنامج بديل ومليح لكن يجب أن يطلع بأغلبية باه يوصل واش رآه حاب يدير لذا عليك بالاقتراع على امثال مناصرة))**، وكذا من ابراز التأييد والمساندة لبعض الأشخاص، مثل: **((يحياااااا مقري والباقي ان شاء الله يخسرووووو))**، أو لبعض الجهات، مثل: **((هاهو تجمع الأفلان بتيارت يثبت ان ولايتنا قلعة من قلاع الصمود وفاء لنوفمبر لبناء دولة**

اجتماعية))، وهو ما يمثل نوع من خطابات المولات والتأييد، التي صنفناها في خانة "خطابات التمجيد".

بالإضافة إلى ذلك فقد كانت هناك خطابات أخرى "كخطابات التنديد" التي رصدت في بعض التعليقات المعارضة، والتي عكست في مجملها عدم الرضا لدى العديد من المستخدمين، وعن عدم تقبلهم للآخرين، سواء بسبب أفكارهم أو انتماءاتهم السياسية، مثل: **((قع خداعين اوكذابين))**. وهو ما جعلنا نعتقد أن صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع يوتيوب"، خلال الحملة الانتخابية للانتخابات البرلمانية بالجزائر سنة 2017، شكلت مناطق تكفل حق التعبير لمستخدميها، حتى ولو كان التفاعل بها بلا معنى أو هدف واضح في بعض الأحيان، وهو ما من شأنه أن يؤدي إلى تقويض الساحات الخطابية الافتراضية. مما يصعب من عملية الاستفادة من هذه الأماكن، بسبب ضمور الكيفية التي يستجيب بها المشاركون، وكذا طريقة تقديم الحجج من حيث المبدأ. إذ لم يتم تسجيل وجود رسائل ذات طابع إبلاغي وإقناعي، عبر آليات اللغة، باعتبارها أحد الأدوات التواصلية في الفضاء الافتراضي، تعمل على خلق روابط بين أولئك الذين يرسلون الرسائل، والذين يستقبلونها، وهو ما من شأنه أن يساهم في بلورة نقاش جاد، في ضل توفر منصات اتصالية، وشبكات افتراضية للتعبير الحر، والتي تضاهي الأماكن العامة، الأمر الذي من المفترض أن يعطي نوعا من المتانة، للحياة السياسية والاجتماعية في الجزائر.

غير أن مستخدمو وسائل الإعلام الجديدة في الجزائر، يبدوا أنهم غير قادرين على توحيد تلك الخلفيات المتباينة، لا سيما في الفضاءات الإلكترونية، التي يبرز فيها بشكل واضح تضارب المصالح المولدة للصراعات، التي لا مفر منها، والتي تؤدي إلى تعزيز الحدود التقليدية التي تفصل بين المجموعات، مما يتولد عنه جماهير متنازعة وعدائية في كثير من الأحيان، والتي تتميز بخطابات التعصب والتشدد،

حيث سجلنا انجراف بعض المستخدمين إلى اتخاذ مواقف عدائية، من خلال انتاج خطابات تعسفية، التي من أشكالها، العنف اللفظي والقمعي، اتجاه المستخدمين الأخرين مثل: **((الإنتخابات التشريعية في الجزائر كلها مهزلة وكل المترشحيين من الأحزاب خونة،مرتزقة،نصابة، كذابة يحبون إلا مصالحهم *XXXXXX XXXX* ــ الإنتخابات التشريعية في الجزائر كلها تعود لفائدة المترشحين وليس لفائدة الشعب الجزائري ــ . تفاءلو *XXX XXX*الشياتة *XXX* كل الأحزاب *XXX* بوتفليقة))**[1]. مما جعل النقاش العام، بين مختلف التيارات والأطياف في الجزائر، مصدرا للصدام وتوليد الخصام، بسبب التزمت والتصلب في الآراء، أو التحيز لموقف سياسي أو حزبي ما، أو التعصب لمذهب ديني أو عرقي معين، وهو ما يتجلى من خلال خطابات الكراهية - السياسية والدينية - مثل: **((أيحيا يمثل اهل السنة وهذا ما يفسر بطلان هذا المذهب الفاسد))**، وهو ما من شأنه أن يؤدي إلى الدخول في صراعات، طائفية وعنصرية، وما ينجر عنها من مخاطر توسعها، واحتمالات انتشارها.

ومنه فإن التحريض العلني على الكراهية، قد أخذ مكان النقاش العقلاني، الذي يسعى إلى تعزيز قيم التسامح في المجتمع، وتعزيز العلاقات بين أفراده، وهو ما يرفع المخاوف حول تزايد انتهاك حقوق الآخرين، كالتشهير أو الإهانة، التي تعد من المظاهر الغير متوافقة مع الديمقراطية وحقوق الانسان، وهو ما يدل على أن هناك تغيير واضح في مسار الجدل، بنحو أصبح يضر بالحريات ويشوه الحقوق، والذي من الممكن أن يؤدي أيضا إلى زيادة "تفتيت" الخطاب، وهذا ما قد يؤدي إلى القصور والعجز الديمقراطي، الذي يتسبب في كثير من الأحيان في عدم تحقيق توافق في الآراء، مما قد يؤدي إلى التنافر والتباعد، في وجهات النظر والاتجاهات، وهو ما قد

[1] تم وضع علامة (X) مكان الكلمات الغير لائقة.

يؤدي في نهاية المطاف إلى خلق عدم اجماع بين المستخدمين للقيام بأي شكل من أشكال التغير الاجتماعي أو السياسي.

نتائج الدراسة:

بناءً على التحليل النقدي السابق، لتعليقات المستخدمين الجزائريين، خلال فترة الحملات الانتخابية، استطعنا الخروج بالعديد من النتائج، كان من أهمها وأبرزها:

- ✓ موقع "يوتيوب" يدعم على صفحاته عمليات النقاش والحوار السياسي، من خلال تمكين المستخدمين من استعراض وجهات النظر المتباينة والمتعارضة.
- ✓ المستخدمون الجزائريون لصفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، لم يتخذوا مواقفا جدالية واضحا، خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر.
- ✓ سمح موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب" للمستخدمين الجزائريين بتقديم لمحة عن هوياتهم الافتراضية خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر.
- ✓ صفحات قناة "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" استُخدمت بدرجة أقل، في الحوار والنقاش من طرف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر.
- ✓ اهتمام المستخدمين الجزائريين بالنقاش السياسي خلال الانتخابات في الجزائر سنة 2017، كان ضعيف وقليل.
- ✓ مستخدمو صفحات قناة "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر، يميلون أكثر إلى التفاعل مع التعليقات التي تعزز وجهات نظرهم.

- ✓ طغيان مشاعر الغضب في تعليقات المستخدمين الجزائريين على صفحات قناة "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر، على حساب النقاش العقلاني، القائم على استخدام الحجة والمنطق.
- ✓ طغيان خطابات التعسف والكراهية، في تعليقات المستخدمين الجزائريين، على صفحات تلفزيون "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب"، خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر.
- ✓ تعليقات المستخدمين الجزائريين خلال الانتخابية التشريعية سنة 2017 بالجزائر، تميزت في كثير من الأحيان بالخروج عن المعايير الأدبية والأخلاقية، من خلال السب، الشتم، واستخدام الكلمات المشينة والغير لائقة.
- ✓ موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب" مكان للتنفيس عن الغضب، والكبت السياسي، لدى المستخدمين الجزائريين خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية التي جرت سنة 2017 بالجزائر.
- ✓ لم تؤد الخطابات المنتجة بين المستخدمين الجزائريين عبر صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017 بالجزائر لأي نوع من التغيير السياسي والاجتماعي في الجزائر.
- ✓ عمليات التداول الحر للآراء، بين المستخدمين الجزائريين، عبر صفحات "الشروق نيوز" بموقع "يوتيوب" خلال الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية سنة 2017، ساهمت في تشكيل خطابات متعددة ومتنوعة، لكنها عجزت على صياغة وانتاج خطابات موحدة، والتي تميز أغلبها بالتعصب والتشدد، بسب الانتقال من قوة الخطاب الى خطاب القوة، مما أدى إلى عدم القدرة على المساهمة في تعزيز الحريات والمثل الديمقراطية، وهو ما يدل على أن هناك أزمة نقاش داخل الفضاءات الافتراضية في الجزائر، والتي عملت على تقويض الحوار المتزن، المؤسس على النقاش المنطقي والحجاج العقلاني.

خاتمة:

من خلال التحليل النقدي لتعليقات المستخدمين، المنشورة على طول عمر الحملة الانتخابية، للانتخابات التشريعية بالجزائر سنة 2017، تبين لنا أنه يوجد تنوع في الخطابات، مما يشير إلى وجود تباين في المواقف والآراء. ذلك أن المستخدمين الجزائريين، باتوا يتمتعون اليوم بدوافع سياسية مختلفة، وتنشئة اجتماعية متباينة، والتي تتدخل بشكل أو بآخر في صياغة الخطابات التي ينتجونها. الأمر الذي يقدم تفسيرا حول الأشكال البديلة للمناقشة، ومدى الاستجابة للمواضيع ذات الاهتمام المشترك، لاسيما أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة التلفزيون، انسحب نسبيا من الممارسات الاجتماعية، حيث كان يلعب دورا كبيرا في سد الفجوة، بين الممارسات السياسية وعلاقاتنا الاجتماعية.

وفي الوقت ذاته فإن شبكة الأنترنت، التي أصبحت من أكثر الوسائل شعبية، وأكثر الوجهات استقطابا للأفراد والجماعات، والتي يسعى من ورائها المستخدمون الجزائريون للتواصل ونسج علاقات افتراضية، قد باتت هي الأخرى من أكثر المصادر ازعاجا لهم. وبشكل خاص لأولئك الذين يصبحون هدفا للعدوانية، التي نمت في العصر الرقمي، بسبب طغيان خطابات التعصب والكراهية، التي من مظاهرها التهجمات التي يقودها المعارضون أو الراديكاليون على المستخدمين الآخرين، وعلى مستويات مختلفة، وحسب درجة الانتشار والتخريب، مما يجعل انتاج لحمة شعبية، من أجل تكريس إرادتها السياسية حول الواقع السياسي، لإحداث تغييرات جذرية في المجال السياسي والاجتماعي، لدى العديد من البلدان كالجزائر معرضا للفشل.

المراجع:

العربية:

1. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، الجزائر، 2010.

2. حفيظة مخنفر: مقاربة سوسيو-لسانية لتحليل خطاب الحياة اليومية- النظرية والمنهج، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15 العدد 26، 2018.

3. حلمي خضر ساري: سلوك الأفراد (التحادث) عبر الأنترنت: دراسة في الأبعاد النفسية والاجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية، مجلة العلوم التربوية، ع 10، يونيو 2006.

4. دلال ملحس استيتية: التغير الاجتماعي والثقافي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008.

5. ذوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس، كايد عبد الحق: البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1992.

6. رشدي القواسمة وآخرون: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 2012.

7. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، عين مليلة، 2007.

8. صبحي عسيلة: الرأي العام، مجلة المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، العدد 23، نوفمبر 2006.

9. محمد عبد العال النعيمي، عبد الجبار توفيق البياني، غازي جمال خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، ط1 مزيدة ومنقحة، عمان، 2015.

10. نادية سعيد عيشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017.

11. نصر الدين لعياضي: فضاء عمومي أم مخيال إعلامي؟ "مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية"، حوليات الأدب والعلوم الاجتماعية، الحولية 31، الكويت،2011.

12. نورمان فيركلو: الخطاب بوصفه ممارسة اجتماعية، مجلة الآداب الأجنبية، ترجمة رشا عبد القادر، العدد 105، 2001.

13. هشام عطية عبد المقصود، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، القاهرة، دار العلم العربي، ط1، يناير 2012.

الأجنبية:

14. *Jürgen Habermas: Trans. Thomas Burger with Frederick Lawrence, The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society, MIT Press, 1991.*

15. *Mark W. BELL: Toward a definition of virtual worlds, Journal For Virtual Worlds Research, vol 1, no 1, 2008.*

الموضوع الرابع: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري

مقدمة:

إن الانتشار الواسع لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خلال القرن الماضي، شكل قوة أكثر وضوحا، مقابل التأثير المتراجع للسياسة، ويتجلى ذلك في الدور الحاسم الذي لعبته ولا تزال تلعبه، وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، في ديناميات ما بعد الحداثة، إذ ساهمت في تغيير التقاليد والقواعد الصارمة، والأيديولوجيات المهيمنة، من خلال تآكل عدة أشكال من الحياة المجتمعية مثل: الحي، المقهى والنادي وغيرها، والتي كانت تعد فضاءات حقيقية للتواصل، والتي كانت تحظى بأهمية بالغة، على صعيد التفاعل الاجتماعي، السياسي والثقافي، وهذا إلى غاية نهاية القرن التاسع عشر. لاسيما وأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري كانت تحتل مكانة، وأهمية كبيرين لدى المجتمعات المعاصرة، لمساهمتها الكبيرة في تطوير أليات النقد والتعبير عن الرأي، من خلال اجبار القوى السياسية على إثارة مواضيع للنقاش عبر القنوات الإعلامية، مما يسمح للأفراد بالتعبير، وابراز ردود الأفعال، بواسطة المشاركة على المباشر، في النقاش المذاع، عبر فضاءات إعلامية مفتوحة.

إلا أنه وفي الوقت ذاته، يري البعض أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هذه، استطاعت تغيير مظاهر الحياة الاجتماعية، وتحطيم الأشكال التقليدية، منذ خمسينات القرن الماضي، أين تمكن التلفزيون - أكثر من غيره من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري - من تغيير أنماط عيش الأشخاص، الذين أصبحت حركاتهم وتصرفاتهم، مضبوطة للتوافق مع مواعيد نشرات الأخبار، وبرامج الحوار والترفيه وغيرها، لاسيما مع زيادة عدد أجهزة الاستقبال العائلي. مما جعل الإمكانات التي

أصبحت تتمتع بها هذه الوسائل، تثير العديد من المخاوف والشكوك، حول قدرتها على تحويل الجماهير إلى مستقبلات سلبية لمضامينها.

أولا: الأدوار السياسية والديمقراطية لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري:

1. التكافؤ التشاركي:

تستمد الحكومات مشروعيتها من خلال السماح بتواجد صحافة حرة، رغم أن هذه الوساطة ليست محايدة دوما، إلا أنها ضرورية في الممارسات السياسية. إذ يعد الهدف الضمني لوسائل الإعلام الليبرالية هو الفرد، الذي كان دوما أساس الوحدة الاجتماعية، والسياسية داخل التقاليد الديمقراطية، حيث يمكن للمرء أن يصبح بعدا للمشاركة العامة في العمليات السياسية، مما يدعم أعضاء المجتمع الواحد، للمشاركة في تشكيل الخطاب، من أجل الوصول إلى تفاهم، من خلال تقديم تنازلات، وصياغة آراء، حول شؤونهم الخاصة والعامة. لتصبح وسائل الإعلام عبارة عن "فضاء سياسي تشاركي"، لبسط الحجج والتفاوض بشأن أداء الدولة تجاه المجتمع، وهو ما يدعم فكرة وجود مثالية في الاتصال العام، عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة عندما يكون غير مقيد بواسطة الرقابة، والذي ينشأ بالموازاة مع مثالية الجمهور، الذي تكمن قوته، في القدرة على تحقيق الإجماع الحاسم، بواسطة التواصل، الذي يعتبر ضروريا في المشاركة، في العمليات السياسية والديمقراطية.

ومنه فإن ما يتم سنه من سياسات، من أجل المصلحة العامة، يستوجب السماح للأفراد العاديين، بالمشاركة في العملية السياسية، من خلال عضوية الأحزاب السياسية والنقابات، إلى جانب الحق في التصويت والمعارضة وما إلى ذلك، في ظل مختلف التشريعات والقوانين، التي بموجبها يحصل المواطنون على حقوق، تكفل لهم إمكانية المشاركة المتساوية، من أجل بلورة الإرادة العامة، التي تمكنهم من تقرير ارادتهم السياسية. حيث أنه بفضل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري،

يمكن تبادل الآراء والأفكار، بشأن موضوع ما، على أساس المساواة، حتى وإن كان من غير الممكن إعطاء الجميع حق متساو في التعبير عن آرائهم وذواتهم.

لقد أضحت المشاركة السياسية، خلال الفترات الانتخابية حدثا خاصا، والذي على ضوئه تبرز مختلف النماذج والممارسات السياسية، فغالبا ما يحكم تغطية البث، السعي للحفاظ على فرص متكافئة في الحياة السياسية. لأنه عندما يمارس عدد كاف حريتهم في التعبير، ينشأ الإعلام الحر/ الصحافة الحرة، وبشكل أكثر عمومية وتشاركية، والتي تعود بالفائدة والنفع على جميع المواطنين، لاسيما إذا ما تمسك الإعلاميون بمعايير المناقشة النزيهة، الأمر الذي من شأنه أن يضمن المساواة في الحصول على فرص المشاركة، في الحوار عبر البرامج الإذاعية، والحصص التلفزيونية، خلال الأيام التي تسبق الانتخابات، حيث يتم تحديد الموضوعات السياسية فيها، على أساس المعايير المتعلقة بتمثيل كل الأطراف، وبذلك يحق للأحزاب السياسية، الائتلافات والمرشحين، الظهور والتعبير عن برامجهم وخططهم، عن طريق البرامج الحوارية، والإعلانات السياسية، التي يتم بثها عبر وسائل الإعلام الوطنية.

إلا أن الصورة المنمقة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هذه، لم تجنبها العديد من الانتقادات، حيث يرى الفيلسوف الألماني "يورغن هابرماس" أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري على أنواعها لها مستويات أخرى من التأثير العكسي، باعتبارها فضاءات شبيهة، ومجال للعلاقات العامة بين المشاهدين، تعمل على خلق مجتمع خاص، يكون فيه الأفراد مجزؤون، مما يصعب عملية تشكيل رأي عام عقلاني، يعارض السلطة القائمة. أي أنها ليست فضاءً عموميا بديلا، للنقاش العام الحقيقي، المبني على المساواة التشاركية، ذلك أن الاستنساخ الإعلامي وإعادة الإنتاج، بدأت تحل محل الأصالة، ومحل الأشياء الحقيقية التي تمثلها.

فعلى الرغم من الطبيعة اللامركزية، التي تتمتع بها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لدى الديمقراطيات الليبرالية، إلا أنه لا يمكن الجزم، بأن هذه الوسائل من الممكن أن تحقق "عدالة تداولية" بشكل كلي، خاصة إذا كان عدد قليل من الناس، يسعون عبر المشهد الإعلامي إلى بلوغ طليعة الاعتراضات، على الأفكار المقترحة، والرد على الحجج التي سبق طرحها، مما قد يؤدي إلى عدم التكافؤ، الذي قد يحول دون تحقيق المساواة بشكل كاف، لاسيما إذا أُعطِيَ المتكلمون الذين يمثلون الأغلبية، تمثيلا غير عادل، في مجالس النقاش التلفزيونية.

لكن وعلى الرغم من النظرة التشاؤمية لدى "هابرماس"، إلا أن الكثيرين يرون أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، تمثل قوة يمكن تسخيرها من أجل الصالح العام، بالميل إلى التقليل من شأن الطبيعة المعقدة والمتناقضة لهذه الوسائل، مما يمهد الطريق للتخلص من السيطرة المؤسسية، بشكل أكثر إيجابية، وبالشكل الذي يمكن لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري من إضفاء الشرعية على الجمهور، عن طريق ايجاد حل وسط، يتمثل في توليد توافق في الآراء، بين المعارضة والمجموعات المهمشة. ذلك أن الإقرار بمبدأ وجود اتصال جماهيري، سيؤدي لامحالة إلى وجود رأي عام تعددي. لأنه بفضل التلفزيون، أصبحت هناك إمكانية فسح المجال للنقاش العام المشترك، الذي يمكن أن يؤدي حسب البعض، إلى خلق نوع من التواصل، من خلال العديد من القنوات، وهو ما يضمن نوع من التبادل المتساوي والعمومي، للآراء والأفكار. ذلك أن النقاش عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، متاح لكل فرد من أفراد الجمهور، وبالتالي يصبح باستطاعة الفرد، مراقبة النقاشات والاطلاع على مختلف المواقف، عن طريق الوصول الحر، إلى قنوات الإعلام والاتصال الجماهيرية، المختلفة والمتنوعة.

2. تعزيز الحريات السياسية:

يعتقد البعض أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري اليوم، تعمل على تعزيز المثل التحررية، لدى المواطنين، من خلال التداول والنشر اللامشروط للمعلومات، بواسطة البرامج ونشرات الأخبار. حيث يتبع مفهوم الحرية الإعلامية لدى المجتمعات الليبرالية، الاستجابة لتحرر أسواق البث، وتكريسا لحق الحصول على المعلومات ومشاركتها، عن طريق وسائل الإعلام، إذ تعد هذه الوسائل بمثابة شبكة لتبادل المعلومات، ووجهات النظر بين أفراد الجمهور، ذلك أن الطريقة الفضلى لمعرفة الحقيقة، هي التبادل الحر للآراء[1]، التي تكون بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والتي من خلالها أيضا يمكن قياس، حجم المساواة التمثيلية، ودرجة حرية التعبير، لدى الأفراد. لأن حرية التعبير السياسي، هي قلب المجتمع الديمقراطي، التي من خلالها يتم نقد الأداء العام للسياسيين، إلى جانب التعليق على أداء السلطة العمومية، التي لها صلة مباشرة بالأمور التي تستحوذ على الاهتمام العام.

إلا أن تحول التركيز أكثر فأكثر، على الحق في الحصول على المعلومات، إلى جانب الحق في نقل ونشر المحتوى، ساهم في وضع بعض القيود، التي فرضت على حرية التعبير، بدعوى حماية المصالح الاجتماعية، أو خصوصية الأفراد، أو حماية النظام العام، أو حفاضا على سرية التحقيقات. وذلك على حساب تعزيز مفهوم الحق، في ممارسة النشاط الإعلامي، وحرية التعبير، وهو ما من شأنه أن يحد من قدرة الجميع على التعبير عن أنفسهم، عن طريق وسائل الإعلام البارزة، لأن الوصول الشامل إلى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والضمانات الدستورية لحرية التعبير لا تكفي، من أجل ضمان تشكل نقاش عام عفوي ومنصف، والسبب

---

[1] فضل طلال العامري: حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، دار هلا للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011، ص37.

وراء ذلك هو السيطرة المبسوطة على هذه الوسائل، ليس فقط من طرف أجهزة الدولة، وإنما أيضا عبر منطق التنافسية، الذي يفرضه السوق الحر على الأفكار، وعلى حرية التعبير، الأمر الذي كان له تأثير عكسي، على الصحافة وقوانين الإعلام.

ومنه يرى بعض المفكرين، أن التعبير السياسي عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة تلك الوسائل الإعلامية الوطنية، التي تقبع بشكل مباشر تحت سيطرة السلطة والأنظمة الحاكمة، تخضع لمجموعة واسعة النطاق من التدابير التنظيمية، من أجل التمسك بمعايير معينة في النقاش السياسي، من خلال آليات رقابة الدولة، الأمر الذي يؤدي إلى تقييد أنواع معينة من المحتوى المتعلق بالتعبير السياسي، أو تقييد طرق توزيع الأدوار، لضمان أو تعزيز أنواع معينة من المضامين التي يتم بثها، مثل الأخبار والشؤون الجارية، التي تعبر عن المواقف الرسمية لأجهزة الدولة. خاصة وأن الحكومات هي الجهات الأكثر فاعلية، والتي هي أيضا المسؤول المباشر عن تقييد حرية التعبير، وهو التهديد الحقيقي، الذي ينظر إليه الكثيرون، على أنه المتسبب الرئيس في انهيار الفضاء العمومي "الهابرماسي"، وهذا ما يتسبب في فقدان التنوع في المحتوى، الذي تنشره وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، على الرغم من الزيادة الكبيرة، في قنوات البث المتاحة.

ومن وجهة نظر أخرى، تعد السياسة عملية تواصلية، وهذه الخاصية أصبحت أكثر وضوحا في عصر الاتصال الجماهيري الحالي[1]. لذا بات من المتوقع أن تصبح المناقشة العامة ذات طبيعة تداولية، لاسيما عندما يُطلب من الجمهور التعبير عن إرادته، ومنه فإن الدور الأساسي للإعلام، هو تهيئة الظروف الملائمة للنقاش العام، من أجل ترسيخ السمة الثابتة للخطاب الديمقراطي المعاصر، إذ يتيح الإعلام للجمهور فرصة الكشف عن الوقائع، وتحدي الأفكار، وبالتالي تصبح الرقابة، آلية

[1] *Gilles Gauthier: L'argumentation stratégique dans la communication politique (le débat télévisé L'Allier-Bertrand), Politique, no 17, 1990, p114.*

تضطلع بمصالح الشعب، باعتبارها قوة مضادة تحد من نطاق الانحراف، من جانب السلطة القائمة، بوصفها هيئة مسؤولة، ومهمتها الرئيسة، الكشف عن المعلومات، التي لا ينبغي أن تظل مخفية أو مطموسة. إذ تنص معظم العهود الدولية، والتشريعات الإعلامية، على أن حرية التعبير، تشمل حق إبداء الرأي، استيفاء المعلومات والأفكار، نقلها وتداولها. وهو ما يستوجب على السلطات السياسية والإعلامية كفل هذه الحقوق.

لقد بات المجتمع الديمقراطي ينظر إلى مفهوم الصحافة، من المنظور الاجتماعي والسياسي، على أنها السلطة الرابعة، الوحيدة والقادرة على ضمان حق المواطنين في الحصول على المعلومة[1]. لذا يرى العديد من الأساتذة، والباحثين المعاصرين، أمثال الأستاذ "عشور فني" (استاذ وباحث في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3) في مقاله المنشور على موقعه الإلكتروني، بأن: "مجيء وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري (خاصة الصحافة)، أعطى للفضاء العمومي امتدادا جديدا مهما، فصارت وسائل الإعلام تمارس الوظيفة النقدية، التي بدأتها النوادي النخبوية. فمع بروز الإذاعة في العشرينيات من القرن العشرين، ثم هيمنة التلفزيون منذ الأربعينيات، أضحى لوسائل الإعلام نفوذا جديدا، على وعي الجمهور، وأصبحت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أكثر فعالية"[2].

الأمر الذي يحتم علينا في نهاية المطاف تغيير نظرتنا السلبية، لوسائل الإعلام بشكل عام، والتلفزيون على وجه الخصوص، فهو ليس قوة قاهرة، ولا يجسد الشر، لأن وسائل الإعلام لا تعمل على تدمير الفرد، ولا "الفضاء العمومي"، بل إنها تعمل بدلا من ذلك، على بناء فردانية ما بعد الحداثة، بالموازاة مع بناء الآليات السياسية،

---

[1] محمد فخري راضي: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص101.

[2] عاشور فني: تحولات الفضاء العمومي وآليات السيطرة، شوهد يوم *12.12.2018*- *.http://www.fenni-dz.net/10:00*

والأيديولوجية لديمقراطيات ما بعد الحداثة، استجابة للرغبات الفردية، في تحقيق الاستقلال الذاتي، والتعبير عن النفس، الذي من الممكن أن يسهم في دينامية الحركات الاجتماعية المشحوذة عاطفيا.

3. تكريس الديمقراطية:

يستخدم مفهوم "الديمقراطية" عادة للإشارة إلى حقوق ومسؤوليات المواطنين في الأنظمة الليبرالية، والتي تعني إرادة الشعب، التي تنعكس في التمثيل الديمقراطي للنواب، وفي مختلف المجالس المنتخبة، مما قد ينطوي على ضمانات بطريقة تخدم أو تمثل الشعب، وهذا ما ينطوي عليه مفهوم "هابرماس"، الذي يؤكد فيه أن النموذج المرغوب فيه للديمقراطية، هو الذي يمكن كل المواطنين من التعبير عن أفكارهم، وانتماءاتهم الثقافية والعرفية، ويمكنهم كذلك من التفاهم على اقتراحات مقبولة من الجميع، وهذا النموذج لا يمكن له أن يتأسس، إلا إذا ارتبط بالمناقشات العمومية[1].

لذا فمن المسلم به أن تبلور النقاش، يتم داخل مؤسسات سياسية كالبرلمانات، وأخري اجتماعية، كالنقابات، الجمعيات، الرابطات وغيرها، التي تجمع بين الخطابات والبرامج، وتحدد المشاكل والمطالب. إلا أنه ومع ذلك فإن شروط عملية التنازع لا تعتمد إلا على أقوى المنظمات، لاسيما السياسية، خاصة عندما تواجه بعضها البعض، وهو الأمر الذي لا يمكن أن يتحقق إلا بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي تتيح فرصة تقبل الآخر، مما يفضي إلى تبني مختلف الأفكار المبررة والصحيحة، ووجهات النظر الأكثر استنارةً، ما ينجم عنه اعتناق آراء حقيقية، وهو ما من شأنه أن يرسخ مبدأ "الديمقراطية التداولية"، الرافضة لجميع أنواع الهيمنة، التي تستند إلى التنظيم الذاتي، وهذا بفضل قيام عدد من الصحفيين والإعلاميين المهنيين في مجال الاتصال الجماهيري، من كسر هذه الهيمنة، بشكل

[1] أبو النور حمدي أبو النور حسن: مرجع سابق، ص189.

يمكنهم من المساهمة في حسن إدارة وتسيير الحوارات السياسية، أو المناقشات العامة، عن طريق اختيار المواضيع، وانتقاء المتحاورين، مما يحتم عليهم التنازل، عن أدوارهم الرئيسية كحراس بوابات، لصالح النقاش السياسي الأصيل.

وعليه فقد بات من الواضح أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، أصبحت تلعب دورا أساسيا، في بناء النسيج السياسي للديمقراطية الحديثة، لأنها أكثر الوسائل المتاحة والأكثرها انتشارا[1]، حيث أصبحت هذه الوسائل تؤدي دورا حاسما في العملية السياسية، ذلك أن النظام السياسي يتطلب نوع من الاتصال مع المواطنين للحصول على التأييد، لاسيما في ظل تعاظم دور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في صنع السياسة لدى الدول الغربية، بفضل توافق عام حول دور التلفزيون في المجتمع، وقبول عام لاستقلالية البث التلفزيوني كمبدأ سياسي[2]، أين بات هذا الأخير يحتل موقعا مركزيا، بفضل قدرته على خلق المناقشات الديمقراطية، التي تأخذ على عاتقها التطرق للمسائل ذات المصلحة العامة، التي لها معنى أوسع من المصطلح.

ومنه فإن تطور الديمقراطية الجماهيرية في البلدان الغربية، يتزامن تاريخيا، مع تعزيز وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري لمكانتها الاجتماعية، باعتبارها مؤسسات مهيمنة في الفضاء العمومي[3]. إذ تساهم في تقويض سلطة النخبة، والحد منها، إلى سلطتهم المجردة، وكذا العمل على تحرير القيود المفروضة على البث، لتشجيع المنافسة، استجابة لمطالب الجمهور، في فسح المجال أمام تبلور النقاش،

---

[1] إدوين إمري، فليب هـ أولت، وارين كـ آجي: الاتصال الجماهيري، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص 34.

[2] أندرياس جرن والد وآخرون: تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، ترجمة حازم سالم، مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان، سلسلة قضايا الاصلاح 14، القاهرة، 2005، ص 22.

[3] *Peter Dahlgren & Colin Sparks: Traduit par Marc Abélès, Daniel Dayan et Eric Maigre,* ***L'espace public et les médias: une nouvelle ère?,*** *Hermès, no13-14, 1994, p243.*

وتشكل المشاركة العامة لدى المواطنين، عبر عملية التواصل السياسي، وهي صورة شبيهة بالفضاء العمومي البورجوازي الذي تُبنى العلاقة فيه بين السلطة القائمة والمواطنين.

وعليه أصبحت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في نظر البعض، تعد امتدادا للعلاقة القائمة بين الديمقراطية، والفضاء العمومي، الذي يعد حسب تعبير البعض، "نظاما ديمقراطيا مفتوحا"، لكافة المواطنين الأحرار، الذين يرغبون في المشاركة في الحياة السياسية، خاصة وأن الديمقراطية الإعلامية ترتكز على إنشاء نظام إعلامي حر، يقضي بتنوع الأصوات والآراء، التي تؤدي إلى توطيد النقاش المستنير، وتعزيز مختلف الروابط بين الأفراد. ذلك أن القدرة النقدية والتأملية، تمكن الانسان، ليس فقط من فهم ذاته، وتشكيل رؤية عميقة لها، بل أيضا الدخول في علاقات اجتماعية، تعمق من هذه الرؤية، من خلال انخراط الذات مع غيرها[1].

ومنه ومن أجل تحقيق ديمقراطية شاملة ومتكاملة، لابد من وجود إعلام مهني، مستقل وتعددي، يعمل على تحقيق الوصول إليه من قِبل الجمهور، ما يجعل منه بعدا حيويا في العملية السياسية، ينبغي عليه وضع حد لسيطرة رجال المال والسياسية، وهو الأمر الذي من الممكن أن يؤدى إلى تشكيل ثقافة سياسية، تقوم على مبدأ تعدد الأصوات، التي تؤدي في نهاية العملية السياسية، إلى تعزيز المشاورات العامة، التي بواسطتها يمكن انتقاد المسؤولين والسياسيين، والتعليق على المسائل السياسية بشكل علني، الأمر الذي يساهم في بناء مجتمع ديمقراطي، مستوفى الشروط والأركان. بحيث يصبح النموذج الديمقراطي للفضاء العمومي "الهابرماسي" يصبح ممكن التحقق، من خلال تفعيل دور الأماكن العامة، كالأكاديميات، المنتديات السياسية، والدور الأدبية وغيرها، والتي يتم استغلالها بشكل مكثف من خلال

[1] اليامين بن تومي: مرجع سابق، ص194.

النشر عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة الصحف، الإذاعة والتلفزيون.

4. تشكيل الرأي العام:

لقد تعددت كتابات "هابرماس"، حول التطور التاريخي لمفهوم ومعنى "الرأي العام"، في كل من انكلترا، فرنسا وألمانيا، وهو مفهوم يقصد به قدرة الجمهور، على إصدار الأحكام وتبني المواقف، أيّ أنه جمهور قادر على التعبير وإبداء الرأي. ذلك أن الرأي العام، هو ما يصل إليه المجتمع الواعي، بعد تقليب وجهات النظر المختلفة والآراء المتعارضة[1]. ومنه فقد خلصت "إليزابيث نويل نيومان" في دراستها الاجتماعية، حول تطور الرأي العام، إلى أن الأشخاص القادرين على التعبير، مسؤولون عن آرائهم، بشأن قضايا المجتمع.

غير أن الصور النمطية للجمهور، تغذي استراتيجيات الإقناع والتلاعب، والتي تعد من الآليات التي تنتج الرأي العام، الذي تساهم الفئات الاجتماعية في نشوئه وبلورته. لذا فإن الرأي العام في معناه هو استخدام فكرة، تساعد الناس على تبسيط الواقع، مقارنة مع الأحداث الحاصلة. أما على المستوى الاجتماعي، فالرأي العام هو عملية نشر المعايير، التي تساعد على خلق الحكم الفردي، وصياغة الخطابات التي تؤدي إلى تشكيل توافق في وجهات النظر. إذ يموقع "هابرماس" خطابات المواطنين، باعتبارها تشكيلات لرأي، قادر على التأثير في المؤسسات[2]، وهذا بالاستناد على رغبة، وقدرة الفرد على تغيير الواقع.

وعليه فإن العناصر التي تسهم في تشكيل رأي عام، يمكن أن تنجم عن مجموعة المعوقات السياسية، والحواجز الاجتماعية، بالإضافة إلى العوامل

---

[1] مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 22.

[2] كوينتين دولا فيكتورا: مرجع سابق، ص 56.

النفسية، وكذا ضغوط الحياة اليومية... إلخ، وهي العناصر التي لها عمق اجتماعي، وبالتالي فإن الرأي العام، يتكون من مزيج من الطموحات، الأحكام، المعتقدات والعواطف، التي لا تفتأ تنتشر وتعتنق تدريجيا من جانب جميع الأشخاص[1]. ومنه فإن الرأي العام، يعد من العناصر التي يمكن أن ينظر إليها على أنها حصيلة التواصل، داخل شبكات العلاقات الاجتماعية، المنتجة للآراء، بواسطة التداول الحر للأفكار والمعلومات.

وبالمقابل يمكن أن يستند الرأي العام، ببساطة إلى الحق الفردي في حرية التعبير، في ظل القوانين الإعلامية، المنظمة لمهنة الإعلام، فيما يخص المناقشة المشتركة. إذ جادل "هابرماس" حول مساهمة الصحافة في صياغة مشاعر سياسية مشتركة، تسمح للمجتمعات الحديثة بدمج أخلاق المجتمع مع عقلانية الدولة[2]. لاسيما وأن الأماكن العامة في الحياة المعاصرة، أصبحت أكثر تنظيما، في صورة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي زيادة عن إمكانيتها في المساهمة في إعادة تشكيل الجماعات، فإنه بإمكانها أيضا أن تتحسس الرأي وتبرزه، ذلك أن الخطاب التلفزيوني، لا يكتفي بنشر الرسائل فقط، وإنما يسهم في تشكيل الواقع أيضا[3]. مما يعني أنه ليس لدى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، الحق في الحكم أو إبداء الرأي، ولكن يمكنها أن تعمل على تنويع المصادر، لتلبية الاحتياجات، من أجل ترك حرية الاختيار للجمهور.

---

[1] هاني الرضا، رامز عمار: الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، بيروت، 2013، ص19.

[2] *Jack Rosenberry & Burton St. John III: Public Journalism 2.0 (The Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press), First published, Routledge, New York, 2010, p34.*

[3] تيسير أبو عرجة وآخرون: وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، منشورات جامعة البتراء، ط1، 2013، ص204.

وهكذا تصبح وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مفيدة، عند استطلاعات الرأي، لمعرفة السلوك الانتخابي المحتمل، وأخذ فكرة عن نتائج الانتخابات. وهو ما يساعد الأحزاب السياسية، والجمعيات المدنية وغيرها، التي تعتمد في علاقتها بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، على توليد نوع من "الرأي شبه العام"، داخل الفضاءات العمومية، بواسطة التعبير الحر عن الآراء، والإسهام في مناقشات عامة وعقلانية، ومن ثمة إثراء العمليات السياسية والانتخابية. الأمر الذي جعل المفكرة الأمريكية "نانسي فريزر"، ترى بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري يمكن أن تسهل عملية التعبير، عن المصالح السياسية، والاجتماعية المختلفة، عن طريق التفاوض، مما يدعم تطور الرأي العام، الذي بدوره يحد من توغل السيطرة البيروقراطية والسياسية، في حياة المجتمعات الحديثة، التي يعد الإعلام فيها ضرورة ملحة، لبناء المجتمعات المدنية[1].

إن الفضاء الذي تتحه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لمناقشة القضايا التي تُعنى بتنظيم الحياة الاجتماعية وتطويرها، عن طريق تبادل الأفكار والآراء، الغاية منه هو محاولة اضفاء الشرعية على ما يتأسس ويتقرر في المجتمع، من فكر ومناهج، لبناء الواقع وادارته[2]. الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى خلق رأي عام، ناتج عن عمليات التواصل، سواء داخل المجموعات الصغيرة كالأسرة والمدرسة، أو داخل مؤسسات المجتمع خاصة السياسية، التي تسعى وسائل الإعلام دوما لتسليط الضوء عليها، من أجل تشكيل أراء الجماهير حولها، باعتبار أن الجمهور بناء مستقل، لا يجوز إخضاعه لرقابة المؤسسات السياسية، وهو ما من شأنه احداث تغييرات - ولو جزئية - على الساحة السياسية والاجتماعية، لأن التعبير عن الآراء

---

[1] رانده عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، 2014، ص7.

[2] عبد الله الزين الحيدري: الفضاء العمومي الجديد للسلطة الخامسة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع12، السعودية، 2014، ص 106.

بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي تدعم على نحو فعال إمكانية تشكل الرأي العام، ضد السلطة أو الوضع القائم، هو ما يدفع في كثير من الأحيان بالحكومات إلى تقييم الآراء المتولدة عن هذه الوسائل، وما إن كانت عبارة عن رأي معبر عنه من طرف الشعب، يترتب عنه اتخاذ تدابير وإجراءات من نوع ما.

ثانيا: معضلة النقاش السياسي داخل التلفزيون:

1. حقيقة النقاش عبر برامج الحوار التلفزيونية:

منذ حوالي قرن من الزمن، أشار "والتر ليبمان" إلى أن مهمة الصحافة مشوشة، لأن النقاد يتوقعون أنها ستعوضنا عن كل ما لم يكن متوقعا. .. وأن نظرية الديمقراطية، التي تسعى إلى تحديد الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام اليوم، بموجبها يحتم على الصحفيين، تهيئة الظروف المناسبة للنقاش العام. وهذا يعني أن المتوقع، هو أن تضع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، معايير عالية للنقاش والتشاور، حيث يعد مفهوم التشاور، من المفاهيم المركزية، لأنه يعطي للفرد حق النقد، في إطار "فضاء عمومي ديمقراطي"، يكون فيه الحق متكافئا بالنسبة للجميع[1]، وبالتالي فإن تشكل هذه المعايير، يعد جزءا لا يتجزأ من المشروع السياسي، الذي يتمثل في الاعتراف بحق الأفراد في التعبير، ولو بشكل غير مباشر، أو غير كامل، أو حتى متقطع.

إلا أنه بالرغم من الإمكانات الكبيرة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، في تنظيم النقاش العام، فإنه من غير المرجح أن يكون الظهور على نحو كاف، أو متساو ومكفول، مع ضمان تبادل الأدوار، لأن هذا التنظيم وهذا التبادل، قد يخضع إلى سلطة سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية معينة، تسعى لخدمة مصالحها الخاصة، حيث يمكن لعدد من الفاعلين القيام بممارسة الضغط، على وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل مؤثر وقوي. وهنا تبرز الحاجة إلى الصحافة

[1] محمد الأشهب: مرجع سابق، ص75.

المهنية، التي تنجم عن الحاجة إلى القيام بتحقيقات تكشف الحقائق، وعن الحاجة إلى الاختيار المناسب لمحتوى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، من خلال عقلنة عملية الانتقاء، التي طالما كانت ذاتية، وغير قابلة للتفاوض. وهذا من خلال تكريس المثل العليا لمهنة الصحافة، التي تعكس بشكل كبير دورها في المجتمعات الديمقراطية. مما يجعل المداولات الديمقراطية عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، تتمتع بشروط مسبقة وعديدة، أهمها تعميم المواقف التي صيغت، مع تحقيق المساواة، من أجل ضمان عدم تهميش أي وجهة نظر. إلى جانب الاستجابة للمناقشات للآراء المختلفة بشكل فعال، وكذا خلق مجال لطرح التبريرات والتبريرات المضادة، والحجج التي تقابل الحجج، للإيفاء الاستدلالي بمتطلبات الحقيقة[1]، التي تتطلبها الطبيعة التداولية والديمقراطية.

لذا فإنه من الملاحظ أن دور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري قد توسع اليوم، ولم يعد ينحصر في كونها مصادر للترفيه، ووسائل للإعلان، وأدوات للدعاية، ومساحات للإنتاج الثقافي، وبؤرة لتجمع الهويات، أو تكريس عملية الإبلاغ والإخبار، عن طريق جمع وإعادة إنتاج المعلومات الموثوق بها، من أجل إحداث فرق بين الحقائق والآراء. وإنما أصبحت وسائل لضمان العمل السياسي، وأماكن للنقاشات العامة، ومنابر ومنتديات للحوار. لذا فقد أصبح من الواضح، أن مؤسسو النظم البرلمانية في القرن الثامن عشر، مثلهم مثل منظري الديمقراطيات التمثيلية في القرن التاسع عشر، قد أدركوا أن سيادة الشعوب، وحرية الصحافة هما أمران مترابطان تماما، وهذا عن طريق دعم حق المواطنين في التعبير، عبر الفضاءات الإعلامية المتاحة، التي تعمل على خلق سياق سياسي، يمكنهم من ممارسة حقوقهم السياسية.

[1] يرغن هابرماس: ترجمة حسن صقر، المعرفة والمصلحة، منشورات الجمل، ط1، كولونيا – ألمانيا، 2001، ص372.

ومن هنا يرى البعض، أنه من الضروري أن تكون هناك مؤسسات إعلامية مستقلة، يتمحور دورها الأساسي، في ابراز الحقائق والآراء، والتي يجب أن تكون متاحة للجميع، لأن الصحافة من المفترض أنها تعمل وباستمرار على استنفار القوى المستنيرة، وتحفيز الفاعلين في المجتمع، كون أن الإعلام يجمع بين المصالح، والمذاهب الفكرية، لأنه من خلال الصحافة تتحدث المصالح معا، دون رؤية بعضها البعض، وتتفق عن طريق التواصل، خاصة وأن وسائل الإعلام اليوم، لم تعد تحتكر البث الجماهيري، وعملية اختيار المضامين، من خلال العمل على زيادة المساحات، المخصصة للرسائل الإعلامية، وهو ما نتج عنه تقليص السلطة الفردية لحراس البوابات، في عملية اختيار المحتوى.

إذ تعد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في نظر البعض، فضاءات تعبيرية، تناقش فيها وجهات النظر المختلفة، خاصة السياسية والفكرية، حيث أصبحت تعمل على إضفاء الطابع الديمقراطي، وضمان تبادل الآراء المدعومة بالحجج العقلانية، التي يتم التعبير عنها، والسماح بطرح مختلف وجهات النظر التي تتحدى بعضها البعض، على نحو فعال. وهذا من خلال إعطاء الجماهير، فرصة تكوين أحكامهم الخاصة، عن طريق تكريس مبدأ الحق في التعبير، وهو الدور الرئيسي والطبيعي، لهذه المؤسسات الإعلامية في المجتمعات الديمقراطية، التي تعمل بدورها على حماية حرية الإعلام، على النحو المنصوص عليه، في مختلف الدساتير والتشريعات، ومدونات الممارسة الصحفية، وفي الأعراف الاجتماعية، التي تدين الانجراف، وتشجب التضليل الإعلامي.

وعلى هذا الأساس، يرى منظرو ما بعد الحداثة، أن المجتمع ليس مجزئا وغير متجانس، كما وصفه "هابرماس"، بل هو أكثر انفتاحا ويتمتع بلامركزية الرغبات والهويات، وهو ما يفترض بوسائل الإعلام أن تبرزه، من خلال المناقشات التي يديرها الجمهور، في البرامج الحوارية. لذا فقد كان من المتوقع أن يؤدي الانتقال، من التركيز

على البرامج النخبوية، إلى الاستجابة السريعة التي تسمح بمشاركة أوسع للجمهور، إلى إحداث تغييرات داخل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وفي الترتيبات الاجتماعية، والسياسية التشاركية. باعتبار أن الصحافة من أكثر المؤسسات تجسيدا للديمقراطية، إذ أنه بفضلها يتم تحديد أعلى مستوى للتفكير- ذاتي نقدي- وهو الذي يفرض على كل المشاركين، تحمل شكل من التنافر المعرفي، كي يتمكنوا من استيعاب مواقف الآخرين[1].

وفي خضم تنامي الاعتقاد، بأن الفضاء العمومي يكمل الفضاء الحكومي، المنظم قانونا، والذي يتألف من الفروع التشريعية، القضائية والإدارية[2]، يمكن القول أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أصبح لها اليوم دور حيوي في المجتمعات المعاصرة، من خلال نشر المعلومات وتعميمها، ومنح فرص تكوين الآراء، والطعن فيها، مع إمكانية تهيئة الأجواء، وتوفير الشروط المناسبة للمناقشة العامة، واللازمة لتشكيل الإرادة الجماعية، عن طريق برامج الحوار، التي يمكن أن تكون منبرا للنقاش النقدي، حول القضايا السياسية، والاجتماعية المعاصرة، مع إمكانية توفير فرص للتعبير، عن الهويات الاجتماعية المتنوعة، على الرغم من أنه، يمكن لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، أن تمارس تأثير عكسي، على الطريقة التي تتشكل بها الإرادة الفردية، من خلال تشويه الآراء، وتزييف الحقائق.

وهذا ما جعل "نانسي فريزر"، ترى أن هناك بعض العوائق، التي تعوق التكافؤ التشاركي وإجراءات صنع القرار، التي قد تؤدي إلى تهميش بعض الاشخاص بشكل منهجي[3]، خاصة عند عدم اعطائهم فرص للتعبير، عن مواقفهم في وسائل الإعلام

---

[1] مات شيدي: الدين في الفضاء العام (حدود مقترح هابرماس وخطاب أديان العالم)، ترجمة مصطفى حفيظ، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017، ص4.

[2] *Ciaran P Cronin and Pablo De Greiff: The Inclusion of the Other, Studies in Political Theory, Massachusetts, 2000, p XVII*

[3] *Nancy Fraser: Recognition without Ethics?, Theory Culture & Society, Vol 18, no 2-3, 2001, p40.*

والاتصال الجماهيري. وهو ما جعل البعض يعتقد أن صحافة القرن الواحد والعشرين، لا يمكن أن تكون مجرد قناة تنقل المناقشات العامة، لأنها ترضخ تحت وطأة حراس البوابات، الذين يتحكمون في أدوات الاختيار، والذين هم جزءا لا يتجزأ من الاتصال الجماهيري.

2. أزمة النقاش العقلاني في البرامج السياسية التلفزيونية:

لقد أكد "هابرماس" في ما مضى، أن الفضاء العمومي متأصل وموجود، إلا أن التلاعب في وسائل الإعلام أيضا موجود، وهذا بسبب تطور أساليب الاتصال والإعلام، التي غيرت وظيفة التبليغ والعلن، وسلبتها دورها النقدي، حيث أصبحت لا تهدف إلاَّ إلى إظهار بعض الحوادث، القضايا والأفكار، بل وتسعى إلى اخفاء ذلك عبر الإظهار، أي أنها تسلط الضوء أكثر من اللازم، على واقعة أو حدث معين، ليصرف النظر أو الاهتمام، عن الحدث الذي يراد اخفاؤه، أو دفن هذا الأخير، وسط سيل من المعلومات والأخبار، بحيث لا يلفت النظر[1]، الأمر الذي جعل العديد من المفكرين، يطالبون بإعادة النظر في برامج الحوار التلفزيونية، التي تفوق فيها التمثيل والظهور، عن النقاش العقلاني، بسبب التلاعب بالعقلانية، من قبل سلطة تتميز بالقدرة على الإقناع.

ومنه يرى البعض أن ظهور وسائل الإعلام والاتصال كمنابر للنقاش السياسي، جاء على أنقاض أزمة الفضاء العمومي البرجوازي، الذي هو بالأساس انعكاس لأزمة الديمقراطية التمثيلية، الناجمة عن انكماش دور المؤسسات التقليدية في المجتمع، كالأحزاب، الاتحادات، والنقابات العمالية، التي انتابها الوهن السياسي، وهو ما أدى في نظر الكثيرين، إلى النفور الجماعي من السياسة. الأمر الذي يدعوا إلى ضرورة إعادة التفكير، في تشكيل الفضاءات العمومية، من حيث تنشيط المنظمات

[1] نصر الدين لعياضي: مرجع سابق، ص52.

السياسية، والممارسات الخطابية، المدججة بالحجج العقلانية، إذا ما اعتبرنا أن السياسة، هي آلية تداولية، يمكن بواسطتها التصدي لسطوة المنظمات الرسمية.

لكن وعلى الرغم من توجيه أصابع الاتهام لهذه الوسائل، باعتبارها تمثل تهديدا أو خطرا كامنا، على الديمقراطية الحديثة، بسب قدرتها على التأثير بصورة مباشرة على النقاش السياسي، لاسيما في ظل الحداثة التي أصبحت توصف كحياة مشيأة، مستغلة وموضوعة تحت تصرف التقنية[1]. فإن البعض الأخر يرى أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، تساهم اليوم وبشكل كبير في تنوير الأفراد، فيما يتعلق بالبرامج السياسية، وتوفير المعلومات اللازمة للمواطنين، عن منتخبيهم، وهو ما يمكن أن يعزز باستمرار التنوع في الآراء والقناعات، مما يؤكد أن وسائل الإعلام لا يمكن أن تعمل على تدهور الديمقراطية، ولا الفضاء العمومي، وإنما الأحزاب السياسية هي في حقيقة الأمر من فقدت قوتها في التأثير، وأن الدور التقليدي للصحافة لا يزال قائما، وهو دور الوسيط للآراء العامة.

إلا أنه ومن وجهة نظر أخرى، فإنه لا يمكن التغاضي عن التغييرات التي قد تهدد دور الصحافة، كمؤسسة للنقاش العام، ودورها السياسي التقليدي في النظم الديمقراطية، رغم أن المتفائلين توقعوا أنه سيصبح لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، دورا محوريا في عملية تنشيط النقاشات المفتوحة، التي يتحكم فيها المواطنون بزمام النقاشات الجماعية، مع فرص التعبير عن الذات، داخل حيز وسائل الإعلام، الذي أصبحت إمكانية الوصول إليه اليوم متاحة أكثر، خاصة في ظل انتشار قنوات الاتصال، وهو كفيل بأن يجعل من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري معاول بناء للديمقراطية، لا معاول هدم لها، وهذا رغم التنظيم الرسمي

[1] هابرماس: القول الفلسفي للحداثة، ترجمة فاطمة الجيوشي، منشورات وزارة الثقافة السورية، دمشق، 1995، ص516.

لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، من خلال قانون الإعلام، وكذا التنظيم الغير رسمي، الناتج عن سطوة القوى السياسية والاقتصادية، على النشاط الإعلامي.

غير أنه يجدر الاعتراف، بأن هناك فجوة كبيرة بين المشهد الحقيقي، والرؤية المثالية، من الجدل والنقاش العقلاني، الذي قد تعجز وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري عن تحقيقه، لأن الدور الذي يضطلع به الإعلام هو أمر بالغ الصعوبة والتعقيد. لذا كانت هناك العديد من التحذيرات حول عواقب، ومخاطر تدخل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في المشهد الديمقراطي، خاصة وأن القنوات التلفزيونية، تنطلق من منطلقات أيديولوجية ومهنية، وتسعى لتحقيق سياساتها، وفق برامج وخطط محددة[1]، فضلا عن وجود مخاطر أكبر، تنطوي على تشويه السمعة، وفقدان أو سحب الثقة، من الشخصيات والمؤسسات السياسية.

وبما أن الحركات الاجتماعية، تعد انعكاسا لرغبات الاستقلالية لدى الأفراد، وطريقة للتعبير عن الذات، فقد أصبح من الصعب فصل هذه الحركات عن الظواهر والأحداث الإعلامية، لأن وسائل الإعلام أصبحت تحاول صناعة الفضاءات العمومية، وفق معايير ونماذج خاصة، من خلال محاولة إعادة تنظيم المجتمعات، عن طريق محاولة تشكيل وبناء الأيديولوجيات. لنجد أنفسنا نتعامل مع ثقافة تتميز بالبعد عن التحاورية العقلانية، وهو ما يعكس التشكيك المتزايد حول السياسة المرتبطة بالأيديولوجيات، خاصة أمام عجز الحكومات عن التعامل مع المشاكل الأساسية، كالبطالة والفساد، التي تشجع على عدم الثقة في المنتخبين، مما يؤدي إلى انفصال الأفراد عن السياسة، وما نراه اليوم، هو أن علاقة الأفراد بالسياسة، آخذة في الانهيار أكثر فأكثر.

[1] تيسير أبو عرجة وآخرون: مرجع سابق، ص211.

3. انتقادات أبرز المفكرين للوظيفة السياسية لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري:

لقد كان لمنظري "مدرسة فرانكفورت"، نظرتهم الخاصة حول وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، إذ رأوا أنها فقدت عقلانيتها، بسبب هيمنة الثقافة الجماهيرية بشكل متزايد على الوعي الشعبي، من خلال نشر ثقافة استهلاكية، بهدف تلبية رغبات كاذبة. رغم أن البعض قد يجادل بأن ثقافة الخطاب النقدي لا تزال موجودة، سواء في الأوساط الأكاديمية أو المنظمات العمالية. إلا أن ذلك يعزز أكثر فأكثر موجة الانتقادات الموجهة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة وأنها باتت تُعرف بأنها منظمات إعلامية تعمل كمنبر لتعميم الرسائل الخاصة، من عدد قليل من هيئات البث على أعداد كبيرة من أجهزة الاستقبال، وأنها لا تسمح لجماهيرها بالرد الفوري على ما قيل أو يقال، عن طريق القناة نفسها، خلافا لتلك الوسائط الجديدة التي تسمح بإنتاج الرسائل بين عدد من الأفراد، الذين أصبحوا يلعبون دورا مزدوجا، يتمثل في الارسال والاستقبال.

من جهة ثانية، فقد ندد "كارل ماركس" في وقت سابق بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي اعتبرها مسؤولة على تشكيل "الوعي الزائف" لدى جماهيرها، من خلال صناعة الرأي العام، الذي يعتبره مجرد قناع لتحقيق مصالح الطبقة البورجوازية. حيث كان يرى أن الجمهور ينقسم ضد نفسه، إلى أصحاب أملاك وإلى عمال، وهنا يمكن أن يتحول الرأي العام، إلى صوت موحد للعامة أو "الجمهور"، من خلال عملية التواصل السياسي عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وخاصة خلال الحملات الانتخابية، والذي يتم "تصميمه" من قبل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. وهو ما يؤكد موقف "هابرماس" حول الرأي العام، الذي يرى أنه، لا يتم تشكيله إلا بواسطة العقلانية، وعبر النقاش، ذلك أن

المشاركين في مناقشة ما، والذين ما إن ينخرطوا في ممارسة حجاجية من هذا القبيل، حتى يصيروا ملزمين بأن يكونوا في مستوى التوقعات المنتظرة منهم[1].

لذا فإن قدرة وسائل الإعلام الاتصال الجماهيري، على تشكيل المعتقدات والسلوكيات العامة، كما هو مرجو ومأمول محدودة، لأنها لا تستطيع تحديد بدقة ردود الأفعال، والآثار التي تترتب على تلقي الرسائل التي تبثها. كما أنه قد أصبح من الواضح أيضا أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري ليست قنوات محايدة التوجه، إذ ترتبط أهدافها بمهمة اختيار المضامين التي يتم بثها، من خلال القدرة على تصفية المعلومات، لاعتبارات إما تنافسية أو مصلحية، الأمر الذي يؤدي إلى اختيار وترتيب الأولويات. حيث أنه في ظل التدافع لتحقيق ذلك، تتم التضحية بالنقاش المعمق[2]، وهو ما أشار إليه "نعوم تشوميسكي"، ولفت الانتباه إليه، من خلال "نموذج الدعاية" الذي وضعه، والذي يؤكد فيه على أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري لها "مرشحات"، تعمل على إقصاء وتهميش وجهات النظر، بطريقة من شأنها أن ترسخ الدعم للمصالح السياسية والاقتصادية المهيمنة. وما يسهل عليها القيام بذلك، هو اعتمادنا المتزايد على هذه الوسائل، من أجل الحصول على المعلومات والأخبار، إذ أصبح معظم ما نراه، ونسمعه ونقرؤه من الإعلام، مما يعكس بشكل أو بآخر، "الأيديولوجيا السائدة" وقيمها[3].

وفضلا عن ذلك، فإن المرشحين السياسيين المدفوعين بأسباب متنوعة، أيديولوجية وسياسية وغيرها، والذين يلجؤون إلى تمويل المؤسسات الإعلامية، من أجل بث إعلاناتهم السياسية، واعتماد الصحفيين عليهم كمصادر رئيسية لأخبارهم،

---

[1] يورغن هابرماز: إتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، ترجمة عمر مهيبل، منشورات الاختلاف، ط1، الجزائر، 2010، ص26.

[2] نصر الدين لعياضي: مرجع سابق، ص59.

[3] روبرت حسن: الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمة بسمة ياسين، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 2010، ص84.

إلى جانب القيود التي تؤثر على الطريقة التي ينتقي بها الصحفيون الحقائق والآراء، كلها تصب في النقد الذي وجهه العديد من المفكرين لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، على غرار "بيار بورديو"، الذي أدان بشدة الطريقة التي تحتل بها النخب وسائل الإعلام، حيث يرى بأنها نوع من الاحتكار لوسائل البث الجماهيري، مما يجعل عمليات تنظيم النقاش العام في البرامج الحوارية، لا تخلوا من الرقابة التي يمارسها الصحفيون، إما من خلال تجنب ذكر أمور ما، أو الحديث عن مواضيع معينة، أو عن طريق تفادي استخدام العبارات والمصطلحات الرمزية، التي يجب أن تثير تفكير الجمهور، وهو ما من شأنه أن يؤدي إلى توحيد المحتوى، وإضعاف المبادئ المهنية، من خلال العمل على توجيه عمليات الاختيار.

لذا وفي محاولته الدفاع عن مفهومه، يري "هابرماس" أن الفضاء العمومي قد أصبح اليوم مهيمن عليه من طرف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي تطورت إلى ساحة تسللت إليها السلطة، حيث يتم من خلالها اختيار المواضيع والمساهمات الموضوعاتية، ليس فقط لبسط النفوذ، بل أيضا للسيطرة على التدفقات الاتصالية، وكذا عرقلة المفهوم التقليدي والدور الديمقراطي للصحافة. وعليه فإن عمليات اختيارات المحتوى التي تقوم بها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، سواء أكان ذلك نتيجة النفوذ الواسع للنخب، أو الهشاشة التي تقوض استقلال الصحفيين، هو أمر يؤدي إلى استبعاد الحقائق ونقاط الرأي، التي ينبغي أن تكون ذات الصلة بتشكيل الآراء، وهو ما حذر منه "توكفيل" بالقول: أنه "عندما تتبع المؤسسات الصحفية نفس المسار، فإنها تنفذ نوعا من الرقابة، وإن كان غير مخطط لها أو غير طوعية، والتي من الممكن أن تكون مثل الرقابة المركزية والمخطط لها، والتي تنفذها الدول الاستبدادية".

ثالثا: تراجع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري عن دور الريادة:

1. سطوة المال والسياسة على وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري:

لقد أصبح من الواضح لدى بعض الدول الليبرالية، أن هناك عدم اتفاق حول ما إذا كان ينبغي تصنيف الإعلانات السياسية، عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، على أنها نوع من الإعلانات، التي يجب إخضاعها لتنظيم قانوني محكم وصارم، بسبب مضامينها والتأثير المحتمل لها على العمليات السياسية والانتخابية، من منطلق أن وسائل الاتصال تخدم النظم السياسية بطرق مختلفة، بعضها مباشرة والآخر بطريقة غير مباشرة[1]. أم يجب النظر إلى هذه الإعلانات باعتبارها من متطلبات النقاش السياسي، ومن المتطلبات العامة، التي تتطلبها تغطية الحملات الانتخابية والاستفتاءات، على اعتبار أن الدعاية السياسية المدفوعة، شكل من أشكال التعبير السياسي. إذ يمثل البث المدفوع، الوسيلة الرئيسية للتواصل بالنسبة للمتنافسين في الانتخابات في بعض البلدان[2]، شريطة امتثال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري للحيادية، من خلال الوفاء بعدم تحيزها، والتقيد بالنشر العادل للرسائل السياسية، والتنظيم النزيه لاستطلاعات الرأي، وعدم التحايل على القواعد التنظيمية.

لذا فإنه لا ينبغي للمؤسسات الإعلامية العمومية، أن يقتصر بثها لصالح السلطة، حتى لا يؤدي ذلك إلى الحد من فرص الرد، من قبل أحزاب المعارضة، والجمهور بصفة عامة، خاصة في الدول التي تعاني من الانقسامات الاجتماعية، وعدم الاستقرار السياسي، والتي يكون فيها التركيز، على الدعاية السياسية للحزب الحاكم بشكل أساسي. كما أنه لا ينبغي أيضا لأجهزة الحكومة الوصول إلى صفحات

---

[1] بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سابق، ص111.

[2] جيوفانا مايولا، صبحي عسيلة: أي دور للإعلام في تغطية الانتخابات العامة؟ (دليل حول الممارسات المحلية والدولية)، مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان، سلسلة قضايا حركية 25، ط1، القاهرة، 2010، ص32.

الصحف، وأجهزة الراديو، وشاشات التلفزيون، من أجل التحكم أو احتكار نشر المعلومات الرسمية، ذلك أن الدعاية السياسية عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تعد أداة أكثر قوة، خاصة لأولئك الذين لديهم الإمكانيات المادية، والسلطة الاجتماعية والسياسية.

ومن هذا المنطلق يعتقد "هابرماس"، أن انحصار مناقشة القضايا السياسية، داخل البرلمانات ووسائل الإعلام، يؤدي إلى هيمنة المصالح السياسية الحزبية والاقتصادية، على المصلحة العامة، ليصبح الرأي العام بحسب رأيه، حصيلة عملية الاستمالة من قبل القوى السياسية، عبر الحملات الدعائية[1]، خاصة في ظل غياب تمويل شفاف، فيما يتعلق بالأحزاب السياسية المهيمنة، مما يجعل الجو السياسي في تقلب مستمر. وهو ما يستدعي حسب البعض تجريد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري من أيّ امتيازات، خاصة تلك الوسائل التي تصل إلى أكبر عدد من الجماهير، مما يؤدي إلى تقليص دور جماعات المصالح، وكذا معالجة المسائل من مختلف الزوايا، بعيدا عن هيمنة بعض الأطراف على النقاش العام.

وهذا ما جعل البعض الأخر، يصف برامج المشاركة، عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، الموجودة منذ فترة طويلة، على أنها خدعة، لالتقاط جمهور سلبي، من خلال وهم المشاركة، ذلك أن هذه البرامج، ليس لها هدف آخر، سوى الرفع من المداخيل الاشهارية، المحصل عليها "بالاجتراف الواسع"[2]، وهذا ما جعل "نانسي فريزر" تقر بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي تشكل دعما لتداول الآراء، تنتمي في واقع الأمر إلى القطاع الخاص، ولها غرض ربحي[3]. وهذا ما جعل هذه الوسائل، تتمتع بقوة فرض وجهات نظر نخب معينة على الجمهور، بدل

---

[1] حمزة مصطفى المصطفى: مرجع سابق، ص26.

[2] فيليب بروطون: عبد الواحد التهامي العلمي، الحجاج في التواصل، ترجمة محمد مشبال، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2013، ص47.

[3] *Nancy Fraser: Op cit, p136.*

التنوع الفعلي للأصوات، حيث يتم استبعاد غالبية المجتمع، من المشاركة في النقاش، وهذا ما دعا "فريزر" للقول بأن: "العالم غني بالأصوات الناقدة، التي لا يسمعها أحد من قبل السلطة القائمة"، وهو ما يقوض مبدأ المساوات وتكافؤ الفرص في النقاش، الذي لطالما طالبت به جماهير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

ومن وجهة نظر "هابرماسية" – نسبة إلى هابرماس – فإن العمل الجماعي، له القدرة على تخريب العمليات الأيديولوجية، مما يتيح إمكانية تأسيس فضاء عمومي، الذي بفضله يمكن التعامل مع السلطة القائمة - التي طالما اعتبرتها "حنه أرندات" ضرورة طبيعية – وهذا بواسطة المناقشة الحجاجية، لأن التصور الليبرالي للفرد الواعي، هو الفرد الذي يشكل صوته تعزيزا للمواقف في المجتمع، لكسر هيمنة النخبة، وتحدي السلطة، مع مراعاة مختلف مصالح المعارضين. وفي هذا الصدد يرى العالمان الأمريكيان "لازارسفيلد وميرتون"، أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري لها وظيفة "تخذير" الجمهور، وتدمير الممارسات الديمقراطية، وأن وسائل الإعلام والاتصال الحديثة تشجع المواطنين، على معرفة المزيد من أجل تكوين أنواع من الرأي فقط، والتعليق على المناقشات الإعلامية، وهذا ما جعل الأستاذ الباحث "جمال زرن"، يرى أنه يجب حماية حرية التعبير، وحرية وسائل الإعلام في نقل الخبر والتعليق عليه بالرأي، ضمن مبدأ حق المواطن في إعلام متوازن. .. بوصفه الضمانة الحقيقية للنقاش العمومي والديمقراطية[1].

[1] جمال زرن: الإعلام العمومي والتعددية من أجل شبكة مؤشرات التعددية الإعلامية، ملتقى دولي بعنوان: وسائل الإعلام العمومية العربية وعمليات التحول الديمقراطي (26 و27 أفريل 2012 بتونس)، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2013، ص 44.

2. خلق الفردانية وتفكك الفضاء العام:

منذ القرن الماضي، كانت توصف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، بأنها وسائل اتصالية أحادية الاتجاه، وهو ما يمثل في نهاية المطاف شكل من أشكال عدم التواصل، مما قد يؤدي بهذه الوسائل في نظر البعض، إلى اللامبالاة والتنصل من التزاماتها الاجتماعية. كما أنه أصبح يتم وصف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هذه، بأنها المدمرة للعلاقات الاجتماعية، والمسؤولة عن تفكك الفضاء العمومي، بسب خلق نموذج جديد للفردانية المعاصرة، له ميزة تدمير كل أشكال التضامن والعلاقات الاجتماعية، مع قدرته على اعادة تشكيل هذه العلاقات على أسس جديدة، مبنية على المصالح الفردية، وبالتالي له وظيفة محدودة الأهداف.

وبالمقابل فقد بات يُعتقد أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تعمل أيضا على تزييف الوعي[1]، وتفتيت الرأي العام، بحيث تؤدي دورا أقل إيجابية، بالنسبة لتشكيل "الفضاء العمومي الخطابي، الذي يتوسط بين المجتمع والدولة، وله تأثير محتمل من خلال تشكيل توافق الآراء الحاسمة، التي من شأنها انتاج رأي عام متماسك، يضع الدولة أمام مسؤولياتها اتجاه مواطنيها. فأيًّا كان نوع البرامج التي تبث عبر وسائل الإعلام والاتصال، فإنها في نظر البعض تساهم في تكريس الفردانية التحيزية، فمن خلال هذه الوسائل نتعرف على إشاعات جديدة، وعلى مخاوف جديدة، والتي يمكن أن تؤدي إلى حشد رأي عام زائف، لأنها في كثير من الأحيان تعمل على تعزيز قيمة الحياة الخاصة، والخصوصية على حساب الحياة الاجتماعية، وبالتالي تعزيز الفردانية، التي تظهر من خلال مبادرات اختيار البرامج التي يتم مشاهدتها.

---

[1] محمد سيد أحمد: الإعلام وتجريف العقل الجمعي (في مرحلة التحول الديمقراطي)، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ط1، القاهرة، 2014، ص21.

إلا أنه وعلى الرغم من هذا التشاؤم، فإن البعض يرى، أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لم تؤد إلى أي نوع من التراجع، في الحياة الاجتماعية، أو السياسية، بدليل أنه لها الفضل في تشكيل نوع من المشاركة الديمقراطية، حيث يعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية"، عن معنى التحرر من وهم الأحزاب، والنظام البرلماني الديمقراطي، في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة، متجاهلا الأقليات، والقوى الضعيفة، في هذه المجتمعات[1]. كما أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هذه اتاحت للأفراد فرصة المشاركة والانخراط في العمل السياسي، الأمر الذي حفزهم على تشكيل حركات سياسية واجتماعية للدفاع عن حقوقهم ومصالحهم المشتركة، حتى وإن صاحب ذلك في كثير من الأحيان شعور بعدم الرضا عن الخيارات السياسية، التي تتحها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والتي في الغالب لا تعبر عن اهتمامهم.

ولأن الحديث عن العلاقة المرفولوجية، بين الفضاء العمومي ووسائل الإعلام، يكاد يختصر في التلفزيون، وهذا راجع لسبب واحد، يبدو واضحا ومفهوما، حيث يعد التلفزيون، أول مصدر يسمح بالاطلاع على الأحداث الجارية، على الصعيد المحلي والدولي، في الدول النامية والمتقدمة، على حد سواء، على الرغم من الريبة في مصداقيته[2]. ذلك أن الصورة التلفزيونية تميل بقوة، نحو إبراز مشهد سياسي مليء بالحجج، لجذب المشاهدين، مما يُظهر أن المناقشات السياسية في متناول الجميع، وأنها تعمل على الانتقال من ديمقراطية سياسية إلى ديمقراطية عامة، وهذا من أجل تشجيع المنتخِبين للتصويت، لفائدة المنتخَبين الذين يسعون على الدوام، لتحقيق مصالحهم الحزبية. وهذا ما يفسر بروز نوع من الالتفاف، حول شخصيات سياسية

[1] نضال فلاح الضلاعين وآخرون: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص222.

[2] نصر الدين لعياضي: مرجع سابق، ص59.

معينة، أثناء الحملات الانتخابية، حيث يمكن للمرشح، أن يصبح معروفا للجمهور، عندما يظهر مباشرة على شاشة التلفزيون.

لقد بات من المؤكد أن هناك أمران اساسيان هما، وجود الديمقراطية التشاركية، وانتشار وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي أدت منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، إلى حصول تغييرات اجتماعية كبيرة، التي منها اللامبالاة المتزايدة بممارسة السياسة، من قبل أفراد المجتمعات الحديثة، الأمر الذي تسبب في نظر البعض في تفكك الفضاء العمومي. وهنا يرى الكثيرون بما فيهم "هابرماس"، أن لامبالاة الجمهور، تُعزى لتسبب هذه الوسائل، في تقويض الانتماءات الطبقية التقليدية، وتحويل النقاش السياسي من الفضاء العمومي، إلى البرامج التي تذاع، مما جعل الصورة الانتخابية أقل استقرارا، والتي أصبح يصعب التنبؤ بنتائجها. مقابل تغير أنماط المشاركة، ذلك أن مفهوم المشاركة يشمل مختلف المواقف اتجاه النظم السياسية، مما يؤدي إلى تعزيز الحريات المدنية، وتكريس مبدأ العدالة الاجتماعية، بفضل المساهمة في مناقشة القضايا التي تساهم في تشكيل الوعي الانساني، باعتباره حالة ذهنية، تسمح بإدراك العالم على نحو عقلي[1].

لكن وعلى الرغم من ذلك، فإن إمكانية إنتاج توافق في الآراء، عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، قد يكون أمرا صعب التحقق، وهو ما يدفعنا للتساؤل حول احتمالات التحرر في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وبناء جمهور توافقي الرأي، للطعن في مثالية السلطة المركزية، أو إعطاء فرصة للمقاومة، والتصدي لهيمنة السلطة التعسفية، ذلك أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري اليوم، لا تحظى باستقلال تام، بشكل يجعل النقاش عبرها حرا ونزيها.

[1]علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص18.

3. نهاية الوساطة:

إن الدور السياسي الذي كان ينبغي أن يلعبه الإعلام في الأنظمة المعاصرة، التي لا تزال تدعي أنها تلتزم بالمثل العليا للديمقراطية أمام شعوبها، هو في واقع الأمر تفويض، أعطى لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري سلطة أساءت استخدامها، كما أساءت صياغة الخطاب العام، المعبر عن احتياجات ومصالح الفرد والمجتمع، مما أفقد هذه الوسائل القوة النقدية التي كان يمارسها الفضاء العمومي، وأصبحت تمارس التملق والتزلف، وتعمل على تغييب الوعي، وإفقاد النقد من أي محتوى عقلي، فقد أصبحت تعمل أكثر على بث برامج الترفيه، والإثارة، وتعمد إغفال القضايا الحقيقية، وصنع قضايا حسب الهدف المطلوب، لشغل الجمهور وتوجيهه، أو تحريضه على الفعل، أو شغله بما يراد له[1]. إذ أن برامج الحوار، لم تعد تهدف في الغالب للوصول إلى اتفاق، بقدر ما تسعى للحصول على تأييد أغلبية الجمهور[2].

غير أن البعض يرى أن هناك خطابين قديمين، حول دور الصحافة في الديمقراطية، حيث حذر الأول من الاختفاء التدريجي للصحافة الحرة، التي يعود السبب الرئيسي فيها إلى التحولات التكنولوجية لوسائل الإعلام والاتصال الحاصلة، والتي أدت إلى انكماش دور الصحافة، بسبب عدم قدرة هذه الأخيرة على الاحتفاظ بجمهورها، الذين قرروا الانتقال إلى وسائل إعلامية جديدة، سهلت عليهم إمكانية الحصول على المعلومات والأخبار. في حين أن الخطاب الثاني يحمل المؤسسات الإعلامية المسؤولية، عن تراجع دور الصحافة بشكل عام، حيث يعتبرها المتسبب الحقيقي والوحيد في ذلك، وهذا بسبب عدم تمسكها بمسؤولياتها الديمقراطية، وعدم التكيف مع السياق الإعلامي الجديد، مما أدى إلى تأزيم الديمقراطية

---

[1] عاشور فني: مرجع سابق.

[2] سليمان محمد عمر منصور: الإعلام الجديد والتحولات الديمقراطية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد15، 2015، ص251.

وانكماشها في العالم[1]، وهذا لاعتبارات سياسية، وأخرى تجارية واقتصادية، الأمر الذي من شأنه أن يمثل خطرا حقيقيا على المواطنة والديمقراطية معا[2]. وهو ما يدعم المخاوف حول تشكل شكل من الألفة بين النخبة الحاكمة، ونخبة وسائل الإعلام، بالاستفادة من تباعد وعدم تجانس جمهور وسائل الإعلام، الذي لا يملك القدرة على التحكم فيما يقدَم له، غير أنه يستجيب في العادة ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية[3].

لطالما كانت - ولازالت - الأهداف التجارية والدعائية، المحرك الرئيسي للأبحاث، والدراسات واستطلاعات الرأي، التي تجريها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والتي ترتكز أساسا على النظرة السوقية، لتحديد حجم الجمهور، ووصف تركيبته، في محاولة لمعرفة احتياجاته المادية والمعنوية، والكشف عن اهتماماته وتطلعاته، من أجل العمل على تحقيقها وإشباعها، باستخدام الإعلانات الاشهارية، أو الانتخابية[4]. وهو ما دفع بالعديد من الملاحظين، للإشادة بالأدوار المتوخاة من شبكة الأنترنت، ووسائل الإعلام الجديدة، التي تسمح لعدد متزايد من الأفراد بالتعبير عن أنفسهم، في أماكن يمكن الوصول إليها عالميا، في ظل وجود مصادر متعددة ومتنوعة، تسمح بتعدد وتنوع الآراء والأفكار، وتشكيل المواقف. وبالتالي فإن إقامة نقاش حر بين جميع الأطراف أصبح أمرا محققا، من خلال الميزات التواصلية والتفاعلية، التي باتت توفرها وسائط الاتصال الجديدة.

---

[1] بسام عبد الرحمن المشاقبة: الإعلام البرلماني والسياسي (دراسة إعلامية برلمانية وسياسية منهجية نحو خطاب إعلامي برلماني)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص105.

[2] يحي اليحياوي: الأخلاق في مجتمع الإعلام، مركز الجزيرة للدراسات، 2014، ص6.

[3] سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010، ص69.

[4] علي قسايسية: تكنولوجيات الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية (حالة الجزائر)، شوهد يوم *https://platform.almanhal.com/Files/2/24388/21:37-14.09.2017*

4. بروزوسائط الاتصال الجديدة:

لقد استطاعت وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، تيسير المحادثات العامة التشاركية، التي تسمح لكل مواطن بالتعامل مع الآخرين دون وساطة، أين يتم الاتصال من عدد قليل إلى عدد غير محدود، وهو أمر يعتمد على قدرة الفرد، على التحكم في التكنولوجيا، التي بواسطتها، أصبح بإمكان كل شخص أن يسمع، أو يشاهد، أو يقرأ المواد المنشورة، مع اتاحة إمكانية الرد للجميع، في الوقت ذاته، حتى وإن أدي ذلك إلى تراكم عدد كبير من الردود، في مكان ووقت واحد. الأمر الذي شكل نمطا جديدا من الديمقراطية، التي تبشر بنهاية حراس البوابات، من خلال تمكن وسائط الإعلام الجديدة هذه، من تشكيل نوع جديد من الاتصال، يسمح بالمراسلة، بدلا من البث عبر المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية العامة، التي لطالما تميزت "بالتوجه الصفوي"، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية، ولمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية، ورجال المال[1].

من جهة أخرى، فإن شبكات الاتصال الجديدة مكنت المستخدمين اليوم، من التعبير عن أنفسهم، واستيفاء حقوقهم في الحصول على المعلومات، عبر المنصات الافتراضية التي وفرتها، مع إمكانية التخلص من الحجب المتعمد للحقائق والمعلومات، التي ظلت تمارسه المؤسسات الرسمية، وبعض وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث أصبح ينظر للأنترنت، منذ فترة طويلة، على أنها "أغورا معلومات"[2]، خاصة مع وجود العناصر، التي تسمح بنشر وتداول المحتوى، الذي من المرجح أن يؤدي إلى تنويع، في المضامين المختارة. وهذا ما أضفى على السطح، حقيقة أنه قد لا تصبح هناك حاجة للصحفيين مستقبلا، الذين طالما لعبو دور الوساطة

---

[1] نضال فلاح الضلاعين وآخرون: مرجع سابق، ص221.

[2] *Jean Camp and others: The Internet as Public Space (Concepts, Issues, and Implications in Public Policy), SIGCAS Computers and Society, vol 30, no 3, 2000, p1.*

بين السياسيين – سواء الذين يمثلون السلطة الحاكمة، أو ممثلي الأحزاب المعارضة – وبين باقي جماهير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. ليشهد المشهد الإعلامي الجديد في نهاية المطاف، تغيرات جذرية على مستوى مساحات التعبير، التي أصبح يتساوى فيها الجميع.

إن الثورة الإعلامية الجديدة، أصبحت تثير اليوم خطابا جديدا، يعلن عن نهاية وساطة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث بشر عدد من المفكرين، ببزوغ فجر عصر جديد، في العملية التواصلية والديمقراطية، من خلال وضع حد لـ "حراس البوابات"، الذين كانت وظيفتهم الرئيسة فيما مضي، هي اختيار الحقائق، والآراء والأفكار، التي كان يمكن أن تكتسب قدرا أكبر من النقاش، لو تم نشرها عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وهو ما عجل بتراجع دورها لصالح شبكات الأنترنت، التي يبدو أنها - حسب البعض - تمكنت من إضفاء الطابع الديمقراطي، المؤسس على حرية التعبير، ليتحول في الأخير إلى نشاط روتيني للحياة اليومية، وشكل من أهم أشكال التحولات في النظام الإيكولوجي (السياسي والاقتصادي والثقافي)[1].

ومن جهة أخرى، فإن تعميم وسائل التواصل الاجتماعي وتوسع استخداماتها، وتمتعها بإمكانات هائلة، تتمثل في نقل ونشر رسائل المستخدمين في شكل نصوص وصور ومقاطع فيديو، الأمر الذي جعل منها وسيلة تواصلية وتشاركية، لا سيما مع تمتعها بخاصية إعادة توجيه وارسال المحتوى إلى أشخاص آخرين، مع احتفاظ هذه المضامين بجميع عناصرها وخصائصها، التي تم إنتاجها بها في البداية، من قبل مستخدمين معينين. ومنه فقد شكل اكتشاف هذه الوسائط الجديدة بنفس القدر من الأهمية، اكتشاف الطباعة، واختراع التلفزيون، إذ أدى الانتشار الحالي، لقنوات

---

[1] *Sadok Hammami: Comment Facebook menace les médias tunisiens?, http://www.lapresse.tn/component/nationals/?task=article&id=141423, vue le 26/12/2017, a 14: 50.*

الاتصال الجديدة هذه - التي عملت على تحرير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة التلفزيون - إلى إضفاء "الصبغة الديمقراطية"، ليس بالسماح للمتصلين بالكتابة أو الاستماع، أو المشاهدة فحسب، بل ومن خلال إمكانية المشاركة، والمساهمة في انتاج المضامين الإعلامية أيضا. إذ وفرت هذه الوسائط الجديدة، فرصا غير مسبوقة، وبيئة جديدة للاتصال[1]، فقد أتاحت الفرصة للعديد من المستخدمين، وصغار المدونين، القادمين من خارج المجال الصحفي، أن يلعبون أدواراً أساسية، في عمليات النشر والتعبير.

[1] عزام أبو الحمام، ابتسام حمديني: الحوار والحجاج في الفضاء الافتراضي بين السجال والاستقطاب، أشغال الملتقى الدولي، الفضاء العمومي ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي (التشظي وإعادة قراءة المفهوم)، جامعة أحمد بن بلة، وهران، أيام 19 و20 أفريل 2017، ص153.

خاتمة:

إن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، كما يمكنها أن تكون أداة للتفرد وخصخصة الحياة، فيمكنها أيضا أن تكون أداة لتوليد أذواق جماعية غير متجانسة، بسبب تعدد المؤسسات الإعلامية، وتنوع التقاليد الوطنية والسياسية لكل بلد، إلى جانب التطور السريع لمهن الإعلام، مما أدى بها للتعارض مع مبادئ النقاش العام، ومع كل أشكال الديمقراطية، بسبب التصادم الحاصل في التوجهات والأيديولوجيات، وهو ما أدى إلى تراجع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري عن القيام بأدوارها الاجتماعية، مما مهد الظهور لوسائل إعلام واتصال جديدة، أتاحت أشكال جديدة من الاتصال، الذي تخطى الوساطة، في ظل التقهقر المستمر لدور الصحفيين في إدارة مساحات النشر.

كما أن وقوع وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تحت سيطرة المال وسلطة السياسة، جعلها في كثير من الأحيان تحيد عن مبادئها المهنية النبيلة، لاسيما في ظل التوجهات الجديدة للقنوات التلفزيونية التي أصبحت في كثير من الأحيان، تلجأ إلى الإخفاء المتعمد للقضايا السياسية، وراء الترسانة الهائلة من الإعلانات، وبرامج الإثارة والترفيه. مما أدى في الأخير بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، إلى التنازل عن عرشها طوعا أو كرها، والتراجع عن مركز الريادة لصالح وسائل إعلامية جديدة، تتمتع بالقدرة التواصلية والتفاعلية، والتي تنبأ لها الكثيرون، بأن تصبح فضاءً، تتوسع فيه الحريات، مما يؤهلها لمنافسة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والفضاء العمومي البرجوازي على حد سواء.

المراجع:

العربية:

1. أبو النور حمدي أبو النور حسن: يورجين هابرماس (الأخلاق والتواصل)، التنوير للنشر والطبع والتوزيع، بيروت، 2012.

2. إدوين إمري، فليب هـ أولت، وارين كـ آجي: الاتصال الجماهيري، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000.

3. أندرياس جرن والد وآخرون: تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، ترجمة حازم سالم، مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان، سلسلة قضايا الاصلاح 14، القاهرة، 2005.

4. تيسير أبو عرجة وآخرون: وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، منشورات جامعة البتراء، ط1، 2013.

5. رانده عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، 2014.

6. روبرت حسن: ترجمة بسمة ياسين، الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 2010.

7. عبد الله الزين الحيدري: الفضاء العمومي الجديد للسلطة الخامسة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع12، السعودية، 2014.

8. فضل طلال العامري: حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، دار هلا للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011.

9. كوينتين دولا فيكتورا: مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند خنة آرنت وهابرماس: استمرارية السياسة من العصور القديمة إلى الحداثة، ترجمة نور الدين علوش، المجلة العربية لعلم الاجتماع اضافات، العدد22، لبنان، 2013.

10. مات شيدي: الدين في الفضاء العام (حدود مقترح هابرماس وخطاب أديان العالم)، ترجمة مصطفى حفيظ، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017.

11. محمد الأشهب: الفلسفة والسياسة عند هابرماس (جدل الحداثة والمشروعية والتواصل في فضاء الديمقراطية)، دفاتر سياسية، ط1، 2006.

12. محمد فخري راضي: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

13. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.

14. نصر الدين لعياضي: فضاء عمومي أم مخيال إعلامي؟ "مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية"، حوليات الأدب والعلوم الاجتماعية، الحولية 31، الكويت،2011.

15. هابرماس: القول الفلسفي للحداثة، ترجمة فاطمة الجيوشي، منشورات وزارة الثقافة السورية، دمشق، 1995.

16. هاني الرضا، رامز عمار: الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، بيروت، 2013.

17. اليامين بن تومي: مفهوما النقد والتواصل عند يورغن هابرماس، مجلة الخطاب، العدد 17، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

18. يرغن هابرماس: المعرفة والمصلحة، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، ط1، كولونيا – ألمانيا، 2001.

19. يورغن هابرماز: إتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، ترجمة عمر مهيبل، منشورات الاختلاف، ط1، الجزائر، 2010.

20. عاشور فني: تحولات الفضاء العمومي وآليات السيطرة، شوهد يوم*http://www.fenni-dz.net/*.10:00-12.12.2018

الأجنبية:

21. *Ciaran P Cronin and Pablo De Greiff: The Inclusion of the Other, Studies in Political Theory, Massachusetts, 2000.*

22. *Gilles Gauthier: L'argumentation stratégique dans la communication politique (le débat télévisé L'Allier-Bertrand), Politique, no 17, 1990.*

23. *Jack Rosenberry & Burton St. John III: Public Journalism 2.0 (The Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press), First published, Routledge, New York, 2010.*

24. *Nancy Fraser: Recognition without Ethics?, Theory Culture & Society, Vol 18, no 2-3, 2001.*

25. *Peter Dahlgren & Colin Sparks: Traduit par Marc Abélès, Daniel Dayan et Eric Maigre, L'espace public et les médias: une nouvelle ère?, Hermès, no13-14, 1994.*

الموضوع الخامس: الوسائط الجديدة والأنماط التفاعلية

مقدمة:

تعد الأنترنت الوافد الجديد على وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، كما تعد أبرز الانجازات التي عرفتها البشرية، والتي هي في حقيقة الأمر نتاج التطور التكنولوجي الكبير لهذه الوسائل، التي حوتها واستحوذتها واختزلتها في شكل وسائط جديدة. والتي وفرت وأتاحت ميزة الولوج إلى مساحات افتراضية بشكل أكثر انفتاحا، مما يسمح بإمكانية مشاركة المضامين المنشورة، والآراء المطروحة، مع امكانية وضع حد لتلاعب وسيطرة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، من خلال حلول التفاعل بين أطراف النقاش بدلا من التبادل الرسمي لوجهات النظر.

وعليه فقد تولدت بواسطة وسائل الاتصال الجديدة هذه، إمكانية بناء فضاءات تشاركية وتفاعلية يتقاسم فيها المستخدمون المكان والزمان، كما يمكن لهم المشاركة في المناقشات وفق القيم والمعايير التعبيرية، وبالتالي امكانية الإقناع واردة بسبب نوعية المداولات التي تهدف إلى التوصل إلى اتفاق من خلال إبداء الأسباب، وهو ما يشير إلى إمكانية تشكل فضاء عمومي جديد في حلة افتراضية. في ظل الدور المتنامي الذي باتت تؤديه وسائل الاتصال الجديدة، من خلال تعزيز الحريات، وممارسة الحق في التعبير، مما يؤهلها أن تلعب أدوارا أساسية في عمليات التغيير السياسي والاجتماعي، إذ أصبح ينظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي على أنها امتدادا للفضاء العمومي البرجوازي المؤسس على النقد والمساءلة، بواسطة النقاش العقلاني القائم على المحاججة.

1. أشكال التعبير داخل الفضاءات الافتراضية:

لقد وفرت تقنيات الاتصال والإعلام الجديدة إمكانيات حديثة لم تألفها البشرية من قبل وتتصل بمجالات شتى[1]. من خلال إنشاء نماذج مترابطة وتشاركية، تساعد على انتقال الفرد من وضع تلقي المضامين المحدودة، إلى استخدام المضامين المتنوعة[2]. فوسائل الاتصال الجديدة ليست بأي حال من الأحوال ذات طبيعة تقنية بحتة يمكن استخدامها لخلق حدود اجتماعية، أو سياسية، أو اقتصادية، بل على العكس من ذلك يمكن من خلالها إقامة روابط بين هذه العناصر كلها، لأن ديناميات العمل الجماعي تحدده سياسات المنصات وفق نوايا مستخدميها لتحقيق هدف جماعي[3].

وعلى هذا الأساس يرى البعض أن مواقع التواصل الاجتماعي قد سمحت اليوم بتشكل نمط أكثر حيوية، من خلال النشاط الفعال ازاء الأحداث والتجمعات حول قضايا محددة، والتي تشكل فرصة للتعامل مع مختلف الآراء، ومع أفراد ومجموعات مختلفة من المتصلين، وهذا دون الحاجة للتجمع الفعلي في الأماكن العامة. ولو أن هذا النوع من النشاط قد يحتاج إلى إعادة تعريف وإعادة تفكير، لأنه يقبع خارج نطاق العالم المادي، ولأن الفعلية تتأسس في إطار شكل حياة منظمة من منطلق اللغة المتداولة لمجموعات متواصلة فيما بينها[4].

---

[1] يوسف بن رمضان، الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، اتحاد اذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011، ص6.

[2] كامل خرشيد مراد، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي "شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا"، دار اسامة للنشر والتوزيع، وسائل الإعلام "أدوات تعبير وتغيير"، عمان، 2013، ص177.

[3] *José van Dijck & Thomas Poell, Social Media and the Transformation of Public Space, Social Media + Society, vol 1, no 2, 2015, p3.*

[4] يورغن هابرماس، المعرفة والمصلحة، ترجمة حسن صقر، مشورات الأمل، كولونيا – ألمانيا، 2001، ص227.

لذا يرى البعض أن الفضاء الافتراضي هو مثال حي شبيه بالفضاء العمومي البرجوازي، حيث ذهب العديد من الباحثين أمثال "الصادق الحمامي" (وهو باحث واستاذ علوم الإعلام والاتصال بجامعة منوبة بتونس) من خلال دراسته حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بتونس، إلى اعتبار الفيسبوك "فضاء عمومي افتراضي"، إذ يقول: "إن الفيسبوك كان يمثل فضاءً عموميا لأنه اتاح للأفراد الظهور العام والتعبير عن آرائهم وسرد عوالمهم باستخدام الصور والكتابة"[1]. كما خلص بدوره الباحث المغربي "يحي اليحياوي" في دراسته الموسومة بـ (الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب) إلى "أن الشبكات الاجتماعية قد أسهمت حقا وحقيقة في تأسيس مفاصل الفضاء العام بالمغرب"[2]، خاصة وأن وسائل الإعلام والاتصال هذه أصبحت اليوم تخصص مكانا أكبر للمناقشة العامة عبر فضاءات افتراضية مفتوحة. والسبب في ذلك في نظر الكثيرين يكشف عن نفسه، وهو توفر المزيد من فرص التعبير أكثر من ذي قبل، وهذا الأمر يتوافق إلى حد كبير والنقاش البرجوازي في الفضاء العمومي، خاصة مع مفاهيم المعارضة في الفضاءات العمومية، التي تكمن فيها مواقع الطعن الخطابي، والنقض الواضح للحجج، الذي له دلالة على الصراع المتواصل والصدام الفكري، بالإضافة إلى الأجواء العامة المتنوعة الأقل محدودية عبر خطوط التنوع الثقافي، بحكم أن المجتمعات متعددة الثقافات.

ومنه فقد بدأت المحاولات الأولى لمعرفة الطريقة التي يتشكل بها الفضاء الافتراضي عبر وسائل الاتصال الجديدة، حيث أن المعلومات غير المادية يمكن أن تشكل مساحات تشاركية، من خلال خاصية الوصول إليها عن طريق النفاذ إلى

---

[1] الصادق الحمامي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراساتها في السياق العربي، ورقة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة "دروس من العالم العربي"، تونس، 2015، ص56.

[2] يحي اليحياوي، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب (مظاهر التحكم والدمقرطة)، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية، الدوحة، 2015، ص14.

شبكات الأنترنت، التي أصبح ينظر إليها الآن على أنها وسيلة اتصالية لإرساء حرية التعبير وتجسيد حق استيفاء المعلومات. فهي المعادل الوظيفي للميدان العام الذي يتوسط المدينة وهو مكان يسمح لممارسي التعبير بالتواصل مع جمهور واسع[1] من جهة، ومن جهة أخرى فقد أصبح هناك تركيزا كبيرا على مفهوم التواصل الذي أصبح مرتبطا بالتحولات المجتمعية "نحو مجتمع المعلومات"، والذي وضع وسائل الإعلام في قلب المجتمعات الحديثة.

حيث يرى "نيكلاس لوهمان" أن "كل ما نعرفه عن المجتمع والعالم الذي يحيط بنا، نعلمه عن طريق وسائل الإعلام"، إذ يتم الحصول على معظم المعلومات التي نستخدمها والرجوع إليها بوساطة الاتصال. وعليه فإنه من خلال وسائل الاتصال الجديدة، ينعكس التمايز الوظيفي في المجتمع، أي أن وسائط الاتصال الجديدة هذه، لها وظيفة اعادة إنتاج مضامينها باستمرار، حيث تتم معالجة المدخلات إلى مزيد من الأخبار التي يمكن أن تستهلك من قبل جمهور مجهول، لأن تكنولوجيات الأنترنت الناشئة أصبحت تتخلل حياتنا الاجتماعية والتنظيمية[2].

وهذا ما يؤهل هذه الوسائط الجديدة، أن تخلق ذاكرة جماعية مشتركة، والتي تعد ضرورية وأساسية للاتصال وتعزيز العلاقات الاجتماعية، لأنه كما يرى البعض أن الذاكرة ضرورية لتصورات الواقع، في إطار الإدراك الذي يساعد على تفسير المعطيات التي من خلالها نقوم بعمليات التفاعل، لاسيما في ظل وجود مشهد إعلامي متنوع، مما يقر بفكرة المشاركة المشتركة للمعرفة مع إمكانية التفسيرات الفردية المتنوعة لها. فوسائل الإعلام الجديدة اليوم هي تمثل "العالم الحي"، وتعمل ما في وسعها لتحل محل الفضاء العمومي البرجوازي، مع الأخذ في الاعتبار تنوع المحتوى

---

[1] دوان نونسياتو، الحرية الافتراضية "حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الأنترنت"، ترجمة أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، 2011، ص110.

[2] *Niki Panteli (ed), Virtual Social Networks 'Mediated, Massive and Multiplayer Sites', Palgrave Macmillan, New York, 2009, p32.*

وتعقيداته في الفضاء الإلكتروني. لأن المجال التواصلي عبر الأنترنت يتميز بكونه مفتوحا، وله ميزة تعددية المحتوى، إلى جانب أنه يحمل بعض من خصائص الفضاء العمومي على حد تعبير "هابرماس"، فهو من حيث المبدأ متاح للجميع، حيث مكنت شبكة الأنترنت الأفراد من الاتصال محليا ووطنيا، بطرق يمكن أن تخلق أشكالا جديدة من المساءلة الديمقراطية[1]. وهو ما أثار توقعات كبيرة حول إمكانية إعادة تنشيط الفضاء العمومي الحقيقي بالمفهوم "الهابرماسي"، اعتمادا على القدرات الكبيرة للأنترنت، والمتمثلة في خاصية التوسع والانتشار على نطاق عالمي لشبكة فضفاضة، تشكل ما يعرف باسم "الفضاء الرقمي" الذي يظهر كمكان أكثر مساواة، وأكثر عدالة، من العديد من الأماكن غير الإلكترونية[2].

3. تشكيل الهويات وبناء رأس المال الاجتماعي:

لقد باتت الابتكارات التكنولوجية اليوم توفر مساحات لخلق بديل عن الواقع، في السياق الوطني وحتى العالمي، والذي يساعد بشكل أو بآخر على بناء المعرفة المشتركة والهويات الجماعية، حيث تتشكل لدى الأفراد هويات عامة ومجردة، مما يعني أنهم لا يرون أنفسهم عموما باعتبارهم أولاد فلان، أو جزءا من عائلة أو سلالة، أو كمواطنين بدولة في المقام الأول. وإنما يرون أنفسهم، أفرادا وأشخاصا مستقلين وعقلانيين، يمارسون حياتهم بناء على مبادئ عامة وأسباب محددة تنطبق عليهم[3]. ذلك أن الهويات والعلاقات الاجتماعية تكاد تكون مهمشة في الواقع المادي. مما يستوجب تدارك هذا - الخلل الاجتماعي- عن طريق إعادة تشكيل الهويات عبر

---

[1] وليم هـ داتن وأخرون، حرية الاتصال حرية التعبير "تغيير البيئة القانونية والتنظيمية الداعمة للأنترنت"، ترجمة الوكالة السويدية للتعاون الإنمائي الدولي (سيدا)، منشورات اليونسكو، طبعت في فرنسا، 2013، ص75.

[2] *Tim Jordan, Cyberpower 'The culture and politics of cyberspace and the Internet', First published, by Routledge, London, 1999, P66.*

[3] جيمس جوردن فينليسون، يورجن هابرماس "مقدمة قصيرة جدا"، ترجمة أحمد محمد الروبي، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، ط1، القاهرة، 2015، ص115.

التواصل الافتراضي الذي تتحه المنصات التشاركية، التي تعمل بشكل أكثر استقلالية، في ظل قيود قانونية أقل، الأمر الذي من الممكن أن يؤدى في نهاية المطاف إلى ظهور علاقات أكثر تنوعا وهويات أكثر تمايزا، ذلك أن الهويات تعد مكونا أساسيا من مكونات الذات الإنسانية[1]. ولعل هذا ما يفسر سعي المرء للحصول على الاعتراف من طرف الآخرين على سبيل المساواة، إذ يستند هذا الإقرار إلى رموز مشتركة ومحددة من المظاهر، والتي يصعب في بعض الأحيان أن تفهم أو تلبى من قبل الناس، بسبب اختلاف الثقافات والتنشئة الاجتماعية. حيث قد يشكل النقاش العام حول ارتداء الحجاب في الأماكن العامة مشكلة لدى المجتمعات العلمانية، التي تبنت تقليدا رافضا لما من شأنه الرمز للإسلام. أين يتخذ انتاج المعنى منحى فرديا موغلا في التمركز حول الذات واستكشاف الأنا كشكل من أشكال تحقيق الذات وإنتاج التعدد والاختلاف، والتصدي في الوقت ذاته لأنساق الهيمنة والاستبداد في المجتمع[2]، لا سيما في ظل وجود رموز ثقافية متنوعة، والتي تؤدي في كثير من الأحيان إلى تعدد الهويات.

ومن وجهة نظر أخرى فإن البعض يرى أن إنكار التشارك يؤدي إلى إنكار للعمومية، داخل الفضاءات الافتراضية التي تتحها شبكات الأنترنت، والتي أصبحت تستوفي المعايير التي تمكن الأفراد من أن يكونوا مرئيين أمام الآخرين، والذين يكشفون ويعبرون عن ذواتهم، كي يكونوا مكانا لتحقيق هويتهم وتفردهم، عبر مساحات التواصل والتفاعل التي يجب أن تكون شاملة بما فيه الكفاية، حتى تسمح بالوصول والعمل للجميع. لأنه حسب البعض هناك صعوبة في عدم وضوح الرؤية، في فهم تشكل الهويات الفردية والجماعية، في الحياة الاجتماعية، كون الهوية

---

[1] دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2015، ص180.

[2] عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية "المصانع الجديدة للرأي العام"، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2017، ص5.

الفردية تفهم على أنها الشعور بالنفس كفرد يتمتع بخصائص وإمكانيات معينة، بينما الهوية الجماعية، تفهم على أنها شعور بالنفس كعضو في مجموعة اجتماعية، وشعور بالانتماء، والشعور بأن يكون الفرد جزءا من جماعة[1]. ولذلك فإن الفضاء الذي تبقى فيه الشخصية الحقيقية للفرد مخفية أو ضعيفة الأداء، تتسم بعدم المساواة في التفاعل، أو تصبح عرضة أقل للتطور بسبب عدم إظهار "تلك الذات" بفعالية ونجاح عند التواصل داخل الفضاءات الافتراضية التي تعد بديلا للعمل عن الأماكن العامة الحقيقية.

وبهذا الشكل فقط تصبح الفضاءات الافتراضية نقطة انطلاق لتجربة العالم، كجزء من الواقع، مما يتيح إمكانية أكبر لممارسة الحريات. وبالموازاة مع ذلك فإن فقدان وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري لجزء من ميزاتها التحررية، الأمر الذي يجعلها غير قادرة على أن تستوفي المعايير اللازمة التي تؤدي إلى بناء الذات الجماعية. لذا فقد أصبح من خلال وسائل الإعلام الجديدة فقط امكانية تحقق التواصل اللامشروط، حيث يعتقد "مانويل كاستال" أنه بفضل وسائل الإعلام الجديدة ظهر التواصل الغير مقيد بواسطة التنظيم الذاتي على المستوى السوسيواجتماعي، وتجاوز وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتحدى السياسة الرسمية[2].

بينما يرى آخرون، أن "الذات"، في إشارة إلى الهوية في عصر ما بعد الحداثة، أنها تتكون من عدة خصائص رئيسية لما بعد الحداثة، وهي التجزؤ، التنافر، وعدم الاستقرار، وحقائق متعددة أخرى، والتي تمثل تناقض صارخ مع النموذج الحداثي القائم على أسس التماسك والعقلانية. غير أن توافر تكنولوجيات الاتصال الجديدة تعد من المحفزات الاجتماعية التي تدعم عمليات البناء الذاتي ومحاولات الحفاظ

---

[1] *Manuel Castells and Gustavo Cardoso: eds, The Network Society 'From Knowledge to Policy', Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, Washington DC, 2006, p257.*

[2] *Manuel Castells and Gustavo Cardoso: eds, Op cit, p20.*

على الهوية. وعليه فقد أوجدت هذه المفاهيم لما بعد الحداثة أرضا خصبة للبحث والدراسة، لأن الحديث عن مفاهيم مثل "الذات المشبعة" أو "النفس قابلة للتغيير،" كان بسبب وجود تغييرات كبيرة في جوانب معينة من البناء الذاتي خاصة لدى الجيل الحالي من الشباب، وهو ما يمثل لدى البعض الفرق بين "الهوية الخاصة" و"الهوية العامة".

لذا أصبح من الواضح أنه من سمات الألفية الثالثة هو ظاهرة " العزلة " التي ارتبطت بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أن أفراد هذا الجيل لم تتح لهم تجربة الشعور بالخصوصية، من خلال التهافت على نشر المعلومات الشخصية والتجارب الخاصة على نطاق واسع بصورة مفتوحة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل مشاهدة الذات عبر الآخرين، للحصول على الشعور بالرضا أو بالأهمية. ذلك أنه في الفضاءات الإلكترونية يتقاسم الأعضاء التوجه المشترك، فضلا عن الشعور الاجتماعي بالهوية والمكان داخل المجتمع[1]، مما يعني زيادة في التركيز على الهوية الجماعية عوض التركيز على الهوية الشخصية، من خلال الاهتمام بالأحداث المختلفة التي تقدم انطباعا بأننا جميعا نشترك في مسائل اساسية، ويجب أن نعمل معا لضمان استمرار الإنسانية. حيث توجد أدلة على أن الأفراد يريدون العمل من أجل بناء شيء ما لإثبات الذات والشعور بالتفوق وبالنجاح الفردي، حتى ولو كان من خلال اصطناع شخصيات فردية افتراضية وغير حقيقية.

ومنه فإن "الذات" داخل الوسائط الجديدة، تمثل الرمزية التي تمكن الناس من تكوين هويات "تتولد من خلال ما يتم كتابته أو نشره من صور ونصوص." كما أشار بذلك العالمين "جونز وهولمز"، وهذا في ظل قدرة المستخدمين على تحويل أنفسهم إلى أشخاص آخرين مغايرين لشخصياتهم الحقيقية في الواقع. حيث تعد

[1] *Crispin Thurlow, and Kristine Mroczek: eds, Digital discourse: Language in the new media, Oxford University Press on Demand, New York, 2011, P134.*

الأنترنت تجربة جديدة لبناء "رأس المال الاجتماعي"، وتحسين العلاقات القائمة، ومن خلالها أيضا يمكن توجيه المجتمع أكثر فأكثر في اتجاه إيجابي، من أجل تشكيل هوية مجتمعية. حيث يرى أنصار نظرية الهوية الاجتماعية أن "الأفراد يسعون جاهدين للحفاظ على تقديرهم الذاتي أو تعزيزه"، وهو عكس ما يعتقد البعض بأن وسائل التواصل الاجتماعي دفعت الناس إلى الابتعاد عن هوياتهم الذاتية الحقيقية بسبب الرسائل السلبية، أو بسبب محاولة القوى الاجتماعية الأخرى اكتساح مساحات كبيرة على شبكات التواصل الاجتماعي. حيث يشير "دوبسون" في هذا الصدد إلى أن الهوية الذاتية هي "فهم عالمي يمتلكه شخص ما، قد يتكون من تقييمات ذاتية"، وهذا السلوك يمكن أن يكون مرتبطا بنظرية الشبكات الاجتماعية حيث أن الناس والمجموعات التي تحيط أو تقترب من بعضها البعض تشترك في نفس الخصائص والقيم والأوضاع الاجتماعية.

لقد تم تغيير الطريقة التي نبني بها هوياتنا وكيف نرسم أنفسنا للأشخاص الآخرين عن طريق الوسائل الرقمية، من أجل توليد الشعور بالانتماء والتضامن[1]، فالاتصال المباشر داخل الشبكات الاجتماعية فرصة حقيقية للأفراد للحفاظ على بعض العلاقات القائمة في الواقع، والتي قد تكون ضعيفة، وأخرى ليست موجودة أصلا، فعلى سبيل المثال: الفيسبوك يعطي الفرصة للأفراد للتواصل والتفاعل مع " أصدقاء الأصدقاء"، من خلال توسيع شبكة الاتصال الخاصة بهم. وهو ما اسهم في ظهور مصطلح "الرأس المال الاجتماعي الرقمي" لما ينطوي عليه من أطر مستحدثة للعلاقات الاجتماعية تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني والاتصال المباشر[2]، ذلك أن

---

[1] *Nicolas Mariot & Olivier Godechot: Les deux formes du capital social Structure 'relationnelle des jurys de thèses et recrutement en science politique', Editions Technip & Ophrys, Vol 45, 2004, P245.*

[2] نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر "دراسة سوسيولوجية-ميدانية"، جمعية الاجتماعيين، شؤون اجتماعية، المجلد 29، العدد 115، أبوظبي، خريف 2012، ص2.

"رأس المال الاجتماعي" يعد في الأصل ضرورة تواصلية داخل المجتمع الافتراضي القائم. فالأنترنت أتاحت إمكانية تشكل "رأس المال الاجتماعي"، الذي يشير إلى ملامح التنظيم الاجتماعي، مثل الشبكات، والمعايير، والثقة، وزيادة التنسيق والتفاعل لتحقيق المنافع المتبادلة، حيث ينبع "رأس المال الاجتماعي" من هيكل العلاقات بين الأشخاص[1]. والذي يتمظهر في جيل جديد من القيادات السياسية والمدنية، الذين وجدوا في الفضاءات الافتراضية الفرصة للظهور والتكتل في مجموعات قصد التعريف بذواتهم والحصول على القبول والتقدير من طرف الآخرين، وكذا من أجل كسر حدود الطبقية التي فرضتها الواقعية المادية، بتعزيز المراكز الاجتماعية في الفضاءات الإلكترونية. "فرأس المال الاجتماعي" هو مجموعة من الموارد الحالية أو المحتملة التي ترتبط من خلال امتلاك شبكة من العلاقات المستدامة ذات الطابع المؤسسي تقريبا، من التعارف المتبادل والاعتراف المتبادل[2].

4. الاتصال السياسي والتواصل الاجتماعي:

إن الفضاءات الالكترونية البديلة، هي في نظر البعض أداة لتعزيز الديمقراطية السياسية وتيسير مشاركة الناس في الحركات الاجتماعية والسياسية، وهذا ما ذهب إلى تأكيده "جمال زرن" بالقول: "إن الإمكانيات المتاحة للتواصل الإنساني على الشبكة العالمية للأنترنت أو عبر الأقمار الاصطناعية قد وفرت فعلا فرصة الحوار والجدل بشكل يبدو حرا لكل الناس، وأتاحت أيضا – وهنا تكمن الإضافة – فرصة بناء اشكاليات انسانية كبرى (الصحة، التعليم، السلم...)، وفرصة

[1] محمد عبد الغني حسن، رضوى محمد هلال، التسويق الاجتماعي "إدارة رأس المال الاجتماعي"، مركز تطوير الأداء والتنمية للنشر والتوزيع، السلسلة 4، القاهرة، 2010، ص57.

[2] *Bourdieu Pierre: Le capital social In, Actes de la recherche en sciences sociales, Le capital social, vol 31, 1980. p2.*

وجود حلول لها"[1]. كما أنه أصبح بإمكان كل شخص الوصول إلى المحتوى الإعلامي، دون امتيازات أو تحيز بسب العرق، أو مكان الولادة، أو القوة الاقتصادية، أو القوة العسكرية، وإنما هو عالم حيث يمكن لأيّ شخص التعبير فيه عن معتقداته. لذا فإنه بات بالإمكان استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية الرقمية لتعزيز المعارضة السياسية، وهو ما من شأنه أن يعطي مصداقية أكثر لهذه الوسائط في تشكيل نموذج ديمقراطي، وإعلامي حر. حيث سمحت هذه التكنولوجيا اليوم بوجود فضاءات متعددة، عكس الفضاء العمومي البرجوازي الوحيد الذي جاء به "هابرماس".

وعليه فقد أضحت الأنترنت أداة رئيسية للإدماج الاجتماعي، أين أصبحنا نشهد انبثاقا لعمومية جديدة[2]، بفضل الشبكة العالمية، خاصة مع ميلاد الويب 2.0، أين أصبحت هذه الأخيرة وسيلة قوية لنمو ديمقراطية وسائل الإعلام، لما تقدمه لمستخدمي هذه الوسائط من إمكانية الوصول، من خلال الدخول عبر بنية تشاركية. مما يؤكد على وجود تحول إيجابي نحو ديمقراطية إعلامية أكثر "دمقرطة" وأكثر شمولية، والتي تتحدى الصحافة المحترفة، من حيث الموضوعية والنزاهة، من خلال فكرة رفض التحيز، والتضليل، وغيرها من الممارسات التي تقابل برفض اجتماعي وأخلاقي. وهذا بسبب تحول الفضاء الرقمي الرحب إلى أداة فعالة للاحتجاج والتنسيق والتعبئة من أجل ارساء ثقافة التغيير[3]، وهذا ما عكسته الأحداث الأخيرة التي عرفتها بعض دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، والتي أصطلح على تسميتها

---

[1] جمال زرن، أنسة الثقافي في تكنولوجيا الاتصال والفضاء العام، منشورات اللجنة الثقافية المحلية بجرجيس، تونس، جويلية 2006، ص69.

[2] عز الدين العزماني، الديناميات الجديدة للفضاء العمومي العربي وإرادة المستقبل المحلية، مجلة رهانات -مركز الدراسات والأبحاث الإنسانية، ع22، المغرب، 2012، ص24.

[3] جوهر الجموسي، الافتراضي والتورة "مكانة الأنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2016، ص58.

"بثورات الربيع العربي"، وهو ما يؤكد بروز نخبة جديدة قادمة من الفضاء الافتراضي تعتلى ساحات النضال والفعل السياسي من مدونين وناشطي الأنترنت والإعلام الاجتماعي[1].

إن خاصية النفاذ التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي مثل: فايسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وغيرها، مكنت الأفراد من تبادل المعلومات بشكل فوري مع عدد قليل من الحواجز، كما سمحت أيضا للمواطنين بالاتصال فيما بينهم، وتنظيم مظاهرات واحتجاجات، ضد حكوماتهم، أين لعبت تكنولوجيا الاتصال في نظر الكثيرين دورا هاما في احداث التغيير في العديد من الدول العربية على غرار تونس، مصر وسوريا. وهذا بفضل النمو الهائل لمواقع الشبكات الاجتماعية، وتنوع الخطابات المتداولة عبر هذه الفضاءات التواصلية الجديدة، مقارنة مع الاتصال التقليدي، فضلا عن إمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أرضيات للنقاش العام. وهو ما يبشر حسب اعتقاد البعض بقدرة الأنترنت على توحيد الخلفيات المتباينة، لتعزيز الحوار حول القضايا المطروحة في الساحة، وهذا من أجل الحصول على تفاهم عن طريق أليات الإقناع، المرتبط بشتى صنوف منطق المحاججة المستخدمة للتفسير والرد على الاعتراضات[2].

ومنه فقد بات العديد من الملاحظين يرون بأن شبكة الأنترنت أصبح بإمكانها تحقيق المعارضة، من خلال توفير الفرصة لاستعراض كم كبير من الأفكار المختلفة، خاصة عند التعرض الانتقائي لمحتوى الوسائط الجديدة، التي تتشاركها المجتمعات الافتراضية المتجانسة، والتي تحددها مجموع القيم والاتجاهات. حيث باتت شبكة الأنترنت وسيلة لتعزيز وجهات النظر في المجتمع الظاهري، والتي يمكن للناس من

---

[1] جمال زرن، الإعلام الجديد والربيع العربي "مراجعات بحثية"، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة "دروس من العالم العربي"، تونس، 2015، ص20.

[2] دومينيك وولتون، الإعلام ليس تواصلا، ترجمة علي مولا، دار الفارابي، ط1، بيروت، 2012، ص23.

خلالها التعبير بحرية عن آرائهم المختلفة مع بعضهم البعض، كما أصبح بإمكان الجماعات المحلية التي تستخدم الأنترنت أن تحاور الجماعات التي تختلف معها.

ومنه فإن هناك إمكانية للنقاش على شبكات الأنترنت، حيث يستقطب الأشخاص أمثالهم، مع التحاشي النسبي لغير المشابهين لهم في الرأي، خاصة عندما يتعرضون بشكل عرضي لهم. وهذا بفضل الميزات الجديدة لمواقع الشبكة الاجتماعية، التي من الممكن أن تفضي إلى الجمع بين وجهات النظر المتباينة على عكس الساحات التقليدية، التي تتميز بالخطابات الأحادية، مما يعني إمكانية حدوث توافق بين الأطراف المختلفة في التصورات والرؤى، ما ينجر عنه إمكانية أكبر للتفاعل بين مختلف الأطياف، في المساحات الإلكترونية التي يمكن أن تصبح بديل للفضاء العمومي التقليدي.

5. تراجع الهيمنة وزيادة الحريات:

لقد أذن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ببداية تحرر الانسان من اجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات، أو صبغها بصبغة خاصة تخدم الخدمة المالكة[1]، كما أن التدفق الحر للمعلومات والأفكار بشكل متزايد في العالم الحديث، والقادمة من مصادر غير رسمية، أو على الأقل ليس مباشرة من مصادر رسمية، له دلالة واحدة مفادها أن الحكومات لم تعد تهديدا للحد من الحريات في أجزاء كثيرة من العالم. ذلك أن التقاليد الديمقراطية الليبرالية حسب ما يعتقده البعض، تفرض نفسها على وسائل الإعلام الجديدة، من خلال اتاحة الفرصة للمشاركة أمام جميع الفئات، وبالتالي خلق النقاش، والحد من المنافسة المصلحية، من خلال العمليات الديمقراطية. وهذا ما يفسر سعي مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق حق الوصول والنشر لمستخدميها، إلى جانب ضمان حق

[1] محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين "الفيسبوك نموذجا"، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، 2011، ص95.

التعبير، مثل "تويتر" الذي يؤكد في مدونته الرسمية على أن "حرية التعبير أمر ضروري"[1]. إلا أن عملية تفعيل الديمقراطية في واقع الأمر تتم بشكل متفاوت في بلدان مختلفة، لأن هذا المطلب كان دائما محظورا على مدى التاريخ. كما أن جماعات المصالح الخاصة وجماعات الضغط وغيرها، لطالما كانت توظف امتيازاتها للوصول والتأثير على الجمهور. لذا يفترض بوسائل الإعلام والاتصال الجديدة أن تكون طرفا محايدا، مما يتيح فرص الكلام بشكل متساو حول الموضوعات التي تهم مختلف أفراد المجتمع. مما يجعل إحياء النموذج الأصيل للفضاء العمومي البرجوازي ممكنا، إذ أنه يمثل مخرجا لأزمة الديمقراطية وحلا ممكنا لأمراضها[2].

لقد أصبح ينظر اليوم إلى وسائط الاتصال الجديدة هذه على أنها "سلطة خامسة" تجلت فعالياتها على أكثر من صعيد، خصوصا على الصعيد السياسي الذي يمثل حقل الجاذبية في موضوع الحق وموضوع الحريات[3]، وهذا ما يتمظهر في منتديات التعبير من تنوع وطعن في المواقف المتعددة، حيث من الناحية النظرية أصبح بإمكان كل فرد الوصول المباشر إلى منتدى عالمي، وبالتالي حرية التجمع. على الرغم من أن بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، يستخدمون هذه الوسائل فقط من أجل معرفة آراء المستخدمين الآخرين، وتعزيز وجهات نظرهم الخاصة[4]. إلا أنه وفي المقابل يعد التفاعل مع الخطابات العديدة، جزءا هاما من العمليات التواصلية المعاصرة، والتي تعد من المعايير الحقيقية التي يمكن من خلالها

---

[1] *Newton Lee: Facebook Nation 'Total Information Awareness', Springer Science+ Business Media, New York, 2014, p71.*

[2] الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي (الإحياء والانبعاث)، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ص15.

[3] عبد الله الزين الحيدري، الفضاء العمومي الجديد للسلطة الخامسة، المجلة العربية للإعلام والاتصال - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلد ع12، نوفمبر 2014، ص94.

[4] *Richard Davis & Diana Marie Owen: New media and American politics, Press on Demand, New York, 1998, p168.*

تقييم الفضاءات الحوارية الافتراضية، في مسألة تساوي الحق في الكلام، وقياس ردود الفعل.

وعليه فقد باتت الأنترنت تمثل خصائص (وإمكانات) التكنولوجيات الجديدة في تغيير الأبعاد الزمانية والمكانية[1]، فالأفراد والجماعات أصبحوا يفضلون التواصل مع الآخرين ويرفضون التزام الصمت، مما يؤكد اتساع رقعة حرية التعبير اليوم أكثر من أي وقت مضى، لا سيما خلال الفترة التي ازدهرت فيها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. حيث يؤكد "فوشس" في هذا الشأن بالقول أنه: "لم يكن سهلا أبدا كما هو عليه الآن أن تتجمع الشعوب، ويتم تنظيمهما، للتعبير، أو الانتقاد، لمسائل معينة تتعلق بمجتمع معين. وهو ما ساعد على كسر الطوق عن عدد من الجماعات السياسية في الدول التي تصنف بأنها غير ديمقراطية"[2]. ومنه فإن العديد من الخطب ظهرت مع التطور التكنلوجي لوسائل الاتصال الجديدة، باعتبارها ناقلات محتملة، وتجديد للفضاء العمومي... من خلال ظهور مساحات للتعبير، ومن خلال مجال إعلامي جديد عبر الأنترنت، والذي من المحتمل أن يكون المكان الذي تعمم فيه هذه الخطابات "الجديدة[3]".

---

[1] *Robert Hassan and Julian Thomas: The new media theory reader, McGraw-Hill Education (UK), 2006, p xvi.*

[2] طالة لامية، الفضاء العمومي الاتصالي "عندما تثور شبكة الانترنت"، مجلة الحكمة للدراسات السياسية، ع7، الجزائر، 2016، ص118.

[3] *Zineb Benrahhal Serghini & Céline Matuszak: Lire ou relire Habermas: lectures croisées d modèle de l'espace public habermassien, 'Études de communication, langages, information, médiations', no 32, Lille, 2009, p5.*

6. أفول النخبة وبزوغ العوام:

لقد بات من المؤكد أن مستوى حرية التعبير قد وصل اليوم إلى مستويات أعلى من ذي قبل، بسبب وعي الأغلبية بالقضايا التي تمس مصالحها، ويدور حولها جدل وخلاف ونقاش عام[1]، مما يساهم في بناء مجتمعات افتراضية أكثر اتساقا باستخدام الاتصالات الرقمية. فمنذ حلول العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين ظهرت الشبكات الاجتماعية كمكان ديمقراطي حقيقي للثقافة الشعبية... مما يتيح للأفراد الفرصة للتفاعل على أساس المساواة النسبية التي لا مثيل لها في التاريخ[2]. فشبكة الأنترنت أصبحت تعد اليوم أداة للمواطنة في المجتمعات الديمقراطية الحديثة، وهو أمر حاسم للحفاظ على مفاهيم الأدوار العامة والأماكن العمومية الضرورية لإعادة تحديد الحريات المدنية وأشكال أخرى من الحريات، في العالم بشكل عام، وفي العالم العربي بشكل خاص، خاصة وأن البعض يرى أنه من الصعوبة تطوير مشاركة حقيقية لدى مجتمع عربي ويكون ناشطا سياسيا بدوم أنترنت[3].

ولقد سعى العالم الكندي "مارشال ماكلوهان" في كتاباته معالجة التحيز المكاني لأنظمة الاتصالات المعاصرة، من خلال التنظير بأن وسائل الإعلام الإلكترونية تنتج مساحة ديناميكية[4]، فقد أظهرت البحوث أن وسائل الإعلام الجديدة قد تولد عنها جمهورا نشطا، معارضا، وحتى جمهور تخريبي ذو ثقافة شعبية، ذلك أن النزعة

---

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص148.

[2] *Jim Cullen: A short history of the modern media, John Wiley & Sons, Chennai, 2014, p267.*

[3] *Rasha. A Abdulla: The Internet in the Arab world 'Egypt and beyond', Peter Lang Publishing, New York, 2007, p X.*

[4] *Sang-Hee Kweon, Kyung-Ho Hwang, and Do-Hyun Jo: Time and Space Perception on Media Platforms, Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 12, 2011, p 44.*

"الشعبوية" في طريقها إلى السيطرة على الميدان[1]. وهكذا فقد أدى ظهور شبكة الأنترنت إلى خلق وسيلة شعبية لمناقشة مختلف القضايا خاصة في السنوات الأخيرة، مع تقنيات الويب التي فتحت آفاقا لتفاعل إنساني غير مسبوق في تاريخ الاتصالات، والتي خلقت مساحات مختلطة للحوار. ذلك أن وسائل الإعلام الجديدة هذه تتمتع بالقدرة على اعطاء فرص أكثر لطرح وجهات نظر مختلفة، مع القدرة على الاندماج والانخراط في الحوار حول القضايا التي تهم الأفراد، الذين غالبا ما يسعون وراء أغراض مختلفة.

ومع ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، التي ازدادت شعبية، جنبا إلى جنب مع انخفاض تكاليف الوصول إلى المضامين المنشورة فيها، ذلك ما سمح بجلب عدد أكبر من الناس والمشاركين الجدد للانخراط في النقاش على الأنترنت. فقد جعلت الشبكات الإلكترونية العولمة المعاصرة ممكنة، بفضل ظهور "فضاءات عامة افتراضية"، والتي بدورها عملت على تشكل" الحركات الاجتماعية على الأنترنت"[2]، من خلال تعزيز التفاعل بين مختلف الأطراف، لسد الحاجة الأساسية للمواطنين، المتمثلة في المشاركة في القضايا التي لا تزال قائمة، على الرغم من المآخذ على النقاش عبر الأنترنت، بسبب الفجوات الاجتماعية، والأيديولوجية بين الأطراف المتعارضة في المجتمعات الرقمية، والذي من الممكن أن يؤدي في نظر البعض إلى الفشل في خلق حوار عقلاني.

إن منح حرية الوصول وإبداء الرأي تعد ميزة لا تضاهيها ميزة، خاصة مع خلو صفة الالزامية أو السلطة الجبرية على أعضاء المنتديات ومستخدمو الأنترنت

---

[1] كوينتين دولا فيكتورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند خنة آرنت وهابرماس "استمرارية السياسة من العصور القديمة إلى الحداثة"، ترجمة نور الدين علوش، المجلة العربية لعلم الاجتماع (إضافات)، العدد ع22، لبنان، ربيع 2013، ص57.

[2] *LAUREN LANGMAN: From Virtual Public Spheres to Global Justice 'A Critical Theory of Internetworked Social Movements', American Sociological Association, Washington DC, vol 23, no 1, 2005, p42.*

للمشاركة وابداء الرأي، أو الانخراط في تنظيم ما، لاسيما بالنسبة لأولئك الذين يرغبون في الانخراط في نقاش مفتوح، حتى وإن كان لا يتوقع منهم حوار هادف، يمكن أن يغذي الخطاب العقلاني على حساب الخطاب الشعبي. خاصة في ظل تراجع النزعة الحجاجية اتجاه الطغيان الجماعي، حيث أدت العديد من النقاشات في المساحات الافتراضية على ما يبدو إلى تقويض الأساس العام للفضاء العمومي وقدرته على توليد الرأي العام المفترض، وهذا ما يؤكد اعتقاد البعض بأن وسائل الإعلام الاجتماعية غذت الكسل السياسي، وأنها أصبحت مستقبلات سلبية للرأي الشعبي.

خاتمة:

على الرغم من أن الاستخدام المتنامي لشبكات التواصل الاجتماعية، مثل فايسبوك، تويتر، يوتيوب ولينكد إن، وغيرها، والذي قد يؤثر بشكل جوهري على التوازن بين المساحة الشخصية (الخاصة) ومساحة المجتمع (العامة) التي يتشارك فيها المستخدمون، بسب تزويد المستخدمين بوسائل جديدة للتعبير والاتصال. إلا أن ذلك لا يمنع المنصات الافتراضية من أن تصبح مساحات للمشاركة الجماهيرية، في إطار الخطاب العام، التي في ضوء ذلك تضفي الطابع الديمقراطي على الحياة العامة، وتتيح أشكال جديدة من التنافس، وأشكال أكثر تشاركية من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وهذا بفضل ميزة التفاعل المباشر بين المواطنين والنخب الثقافية والسياسية.

ومن ناحية أخرى فإنه بات بإمكان وسائل التواصل الاجتماعي من خلال أبنيتها التكنولوجية، أن تخلق فرصاً حقيقية للحوار والنقاش بين مستخدميها، فهي تخترق بعمق ديناميات الحياة اليومية، وتعيد تشكيل التفاعلات الشخصية غير الرسمية بين الأفراد، والتي من المحتمل أيضا أن تؤثر على الهياكل المؤسسية والروتينات المهنية. وهو ما سيؤدي في نهاية العملية إلى التشابك، والترابط بين القطاعين العام والخاص والفاعلين الاجتماعيين، بما في ذلك مؤسسات الدولة، ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، ومنظمات المجتمع المدني، عبر آليات التواصل التي توفرها وسائط الاتصال الجديدة، وهو ما من شأنه أن يخلق فضاءات عمومية افتراضية، من مظاهرها الاستخدام النشط والمكثف، والتداول الحر للمعلومات.

المراجع:

العربية:

1. جمال زرن، الإعلام الجديد والربيع العربي "مراجعات بحثية"، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة "دروس من العالم العربي"، تونس، 2015.

2. جمال زرن، أنسة الثقافي في تكنولوجيا الاتصال والفضاء العام، منشورات اللجنة الثقافية المحلية بجرجيس، تونس، جويلية 2006.

3. جوهر الجموسي، الافتراضي والثورة "مكانة الأنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2016.

4. جيمس جوردن فينليسون، يورجن هابرماس "مقدمة قصيرة جدا"، ترجمة أحمد محمد الروبي، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، ط1، القاهرة، 2015.

5. دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2015.

6. دوان نونسياتو، الحرية الافتراضية "حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الأنترنت"، ترجمة أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، 2011.

7. دومينيك وولتون، الإعلام ليس تواصلا، ترجمة علي مولا، دار الفارابي، ط1، بيروت، 2012.

8. الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي (الإحياء والانبعاث)، مجلة الإذاعات العربية، تونس.

9. الصادق الحمامي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراساتها في السياق العربي، ورقة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة "دروس من العالم العربي"، تونس، 2015.

10. طالة لامية، الفضاء العمومي الاتصالي "عندما تثور شبكة الأنترنت"، مجلة الحكمة للدراسات السياسية، ع7، الجزائر، 2016.

11. عبد الله الزين الحيدري، الفضاء العمومي الجديد للسلطة الخامسة، المجلة العربية للإعلام والاتصال - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلد ع12، نوفمبر 2014.

12. عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية "المصانع الجديدة للرأي العام"، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2017.

13. عز الدين العزماني، الديناميات الجديدة للفضاء العمومي العربي وإرادة المستقبل المحلية، مجلة رهانات - مركز الدراسات والأبحاث الإنسانية، ع22، المغرب، 2012.

14. كامل خرشيد مراد، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي "شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا"، دار اسامة للنشر والتوزيع، وسائل الإعلام "أدوات تعبير وتغيير"، عمان، 2013.

15. كوينتين دولا فيكتورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند خنة آرنت وهابرماس "استمرارية السياسة من العصور القديمة إلى الحداثة"، ترجمة نور الدين علوش، المجلة العربية لعلم الاجتماع (إضافات)، العدد ع22، لبنان، ربيع 2013.

16. محمد عبد الغني حسن، رضوى محمد هلال، التسويق الاجتماعي "إدارة رأس المال الاجتماعي"، مركز تطوير الأداء والتنمية للنشر والتوزيع، السلسلة 4، القاهرة 2010.

17. محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين "الفيسبوك نموذجا"، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، 2011.

18. منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.

19. نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر "دراسة سوسيولوجية-ميدانية"، جمعية الاجتماعيين، شؤون اجتماعية، المجلد 29، العدد 115، أبوظبي، خريف 2012.

20. وليم هـ داتن وأخرون، حرية الاتصال حرية التعبير "تغيير البيئة القانونية والتنظيمية الداعمة للأنترنت"، ترجمة الوكالة السويدية للتعاون الإنمائي الدولي (سيدا)، منشورات اليونسكو، طبعت في فرنسا، 2013.

21. يحي اليحياوي، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب (مظاهر التحكم والدمقرطة)، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية، الدوحة، 2015.

22. يورغن هابرماس، المعرفة والمصلحة، ترجمة حسن صقر، مشورات الأمل، كولونيا – ألمانيا، 2001.

23. يوسف بن رمضان، الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، اتحاد اذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011.

الأجنبية:

24. *Bourdieu Pierre: Le capital social In, Actes de la recherche en sciences sociales, Le capital social, vol 31, 1980.*

25. *Crispin Thurlow, and Kristine Mroczek: eds, Digital discourse: Language in the new media, Oxford University Press on Demand, New York, 2011.*

26. *Jim Cullen: A short history of the modern media, John Wiley & Sons, Chennai, 2014.*

27. *José van Dijck & Thomas Poell: Social Media and the Transformation of Public Space, Social Media + Society, vol 1, no 2, 2015.*

28. *LAUREN LANGMAN: From Virtual Public Spheres to Global Justice 'A Critical Theory of Internetworked Social Movements', American Sociological Association, Washington DC, vol 23, no 1, 2005.*

29. *Manuel Castells and Gustavo Cardoso: eds, The Network Society 'From Knowledge to Policy', Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, Washington DC, 2006.*

30. *Newton Lee: Facebook Nation 'Total Information Awareness', Springer Science+ Business Media, New York, 2014.*

31. *Nicolas Mariot & Olivier Godechot: Les deux formes du capital social Structure 'relationnelle des jurys de thèses et recrutement en science politique', Editions Technip & Ophrys, Vol 45, 2004.*

32. *Niki Panteli (ed): Virtual Social Networks 'Mediated, Massive and Multiplayer Sites', Palgrave Macmillan, New York, 2009.*

33. *Rasha. A Abdulla: The Internet in the Arab world 'Egypt and beyond', Peter Lang Publishing, New York, 2007.*

34. *Richard Davis & Diana Marie Owen: New media and American politics, Press on Demand, New York, 1998.*

35. *Robert Hassan and Julian Thomas: The new media theory reader, McGraw-Hill Education (UK), 2006.*

الموضوع السادس: الميديا الجديدة والحراك الشعبي في الجزائر

مقدمة:

لقد شد الحراك الشعبي في الجزائري أنظار العالم، ليس فقط بسبب احتلال المتظاهرين الشوارع والميادين العامة، وتنظيمهم مسيرات حاشدة، للتعبير عن رفضهم للأوضاع السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية المزرية، التي آلت إليها البلاد. وإنما أيضا من خلال إقبالهم الكبير على منصات التواصل الاجتماعي، التي شكلوا منها آلية للطعن والنقض، وأداة للتعبير والاحتجاج، لاسيما في ظل القدرة التي أصبح يتمتع بها الفرد الجزائري اليوم، على التحكم واستخدام التطبيقات المختلفة والمتاحة عبر شبكة الويب، والتي مكنته من ممارسة حقه في التعبير الحر، والمشاركة في الحياة العامة، وإبداء الرأي حول القضايا الراهنة، رغم تقلبات الحياة الاجتماعية، والتحولات السياسة في البلاد.

إذ أنه بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة هذه، تمكن المستخدم الجزائري، من الاستفادة من المزايا العديدة التي صارت توفرها الأنترنت، مما ساعده على خلق فضاءات ديمقراطية، من خلال المشاركة الجماعية للمستخدمين الجزائريين لوسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الجماعات المهمشة والطبقات المستبعدة. وهذا على الرغم من المخاطر العديدة التي ظهرت في البيئة الرقمية، والتي يعاني منها العديد من المستخدمين، والمتمثلة في عدم المساواة، وأشكال الاضطهاد، والممارسات القمعية، وكذا التحيز الجنسي، بالإضافة إلى الطائفية والعنصرية، إلى جانب "العنف الرمزي" الذي بات يطال العديد من المستخدمين، مخلفا بذلك أثارا مؤلمة، مما دفع بالبعض، وفي الكثير من الأحيان، إلى التفكير جديا في غلق حساباتهم، وعدم الانخراط في أي مناقشات، والانسحاب من المساحات الافتراضية، والامتناع عن التعليق على المواضيع المنشورة.

1. النشاط الرقمي والحراك الشعبي في الجزائر:

1.1 النشاط الرقمي قبل حراك 22 فبراير 2019:

من الصعب تحديد الفترة الزمنية بدقة، عندما بدأ استخدام المساحات المتاحة عبر الأنترنت، والتي أصبحت تعد نشاطا انسانيا جديدا، إذ أصبح العديد من الملاحظين يشيدون بالأدوار المتوخاة من شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، التي تسمح لعدد متزايد من الأفراد بالتعبير عن أنفسهم في أماكن يمكن الوصول إليها عالميا، وهو ما يحمل الاعتراف بأهمية وسائل الإعلام الاجتماعية. فعلى المستوى الاجتماعي، باتت تستخدم هذه الوسائل الاتصالية كأداة حاسمة لنسج العلاقات الانسانية، أما على المستوى السياسي، فقد أصبحت أداة للتعبير، من خلال جعل الأصوات الغير ممثلة تقليديا، ووجهات النظر الغير مسموعة، من خلق مجموعات ضغط، لتمثيل المهمشين. إلى جانب العمل على رفع الوعي، واستقطاب الأصوات المؤيدة والمتضامنة، من أجل احداث تغييرات جزئية أو كلية، لدى العديد من المجتمعات، باعتبار أن التكنولوجيا الرقمية طريقة للفت الانتباه إلى عدد من القضايا، وهذا بفضل طرق استخدام المساحات التعبيرية عبر وسائل الإعلام الجديدة، في العالم بشكل عام، وفي الجزائر بشكل خاص، وهو ما ينمى على وجود قدرات متفاوتة، عبر مستويات اجتماعية وسياسية متباينة، تشكلت بفعل الحاجة الملحة للتعبير عن الذات وعن الأفكار والمعتقدات، فهي مكان يسمح لممارسي التعبير بالتواصل مع جمهور واسع[1]، والتي تستغل لطرح مختلف الأفكار والتصورات، من طرف جميع الأطراف.

فالنشاط بشكل عام، يحدد على أنه إجراءات يقوم بها الفاعلون الاجتماعيون في مجال معين، من مجالات الحياة المختلفة، بهدف تحقيق أهداف خاصة أو عامة،

[1] دوان نونسياتو، الحرية الافتراضية حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الأنترنت، ترجمة أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط1، الدوحة، 2011، ص 110.

تحددها مجموعة القيم والمعايير الأيديولوجية، الكامنة وراء الجهات الفاعلة، التي لها نشاط داخل المساحات الاجتماعية المشتركة، والتي تشجع على إقامة حوار متعدد الجوانب مع كل فئات المجمع، وتعمل على إقامة جدار منيع، وبناء تكتلات للتصدي إلى القوى المهيمنة، أو للوقوف أمام السلطة المطلقة والتعسفية للدولة، وهذا بفضل الإمكانات الديمقراطية، التي تسمح ببناء الحياة العامة. ومنه فإن عملية النشاط من خلال التكنولوجيا الرقمية، تدل على مختلف أشكال وأساليب التعبير، وكذا القدرة على الابتكار، اعتمادا على التواصل والتفاعل داخل المساحات الإلكترونية، وهذا ما يعكس دور وسائل الإعلام الجديدة في عمليات الاتصال، من خلال انتشار الرسائل والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون، ليتم مشاركته من طرف عدد غير محدود من الأفراد، الذين تمكنوا من تجاوز العقبات الاجتماعية والعوائق السياسية.

وعلى هذا الأساس فإن من أبرز مظاهر النشاط الرقمي في الجزائر، تلك الحملة التي أطلقها في وقت سابق، وقادها عدد من الناشطون على شبكات التوصل الاجتماعي، والمتمثلة في حملة مقاطعة شراء السيارات، تحت شعار "خليها تصدي"، والتي كانت موجهة بشكل مباشر إلى مستوردي، ومركبي السيارات بالجزائر، حيث عرفت هذه الحملة انتشارا واسعا بين مستخدمي الأنترنت، كما لقيت صدى واستجابة لافتين بين الجزائريين، الذين أتخذوا موقفا ايجابيا، من خلال العزوف – ولو بشكل جزئي - على شراء السيارات الجديدة والمستعملة على حد سواء، وهو ما انعكس سلبا على أسعار هذه المركبات، التي عرفت أسعارها تراجعا ملموسا، بعد اطلاق نداءات مجهولة المصدر، من طرف عدد من الناشطين المجهولين، الذين دعوا إلي هذه الحملة. وهو ما شكل أيضا فيما بعد قناعة، لدى العديد من مستخدمي مواقع التوصل الاجتماعي في الجزائر، من أن هناك إمكانية للحصول على التضامن والتأييد الكافيين لشن حملات، من أجل الضغط على المنظمات والهيئات سواء

الرسمية، أو الغير رسمية، بالاعتماد على قوة العلاقات الافتراضية الناشئة بين المستخدمين، والتي أثبتت جدواها، في تشكيل حشود للعمل الجماعي، ومعسكرات للضغط والمعارضة.

1.2. النشاط الرقمي بعد حراك 22 فبراير 2019:

إن أهمية التكنولوجيا الرقمية بالنسبة للنشاط السياسي، تكمن في الغالب في قدرة الفرد على خلق فضاءات بديلة، عن الأماكن العامة التقليدية، التي تكثر فيها الاستثناءات، خاصة عند استبعاد الفئات المهمشة، بسبب سيطرة فئة معينة عليها، لذا فإن الرهان القائم هو حول الإمكانات الديموقراطية لوسائل الإعلام الاتصال الجديدة، التي تسمح بعلو أصوات المجموعات الفرعية. ذلك أن وسائط الاتصال هذه تعد ساحة خصبة، متاحة لجميع المستخدمين، بسبب تمتعها بخاصية لامركزية النشر، وبالتالي فإن النشاط السياسي أصبح مفتوحا، وبإمكانه محاربة والتصدي لمختلف أشكال القمع ومختلف أشكال الإقصاء، والتهميش المتعمد، والاستبعاد الجنسي للديمقراطية الاجتماعية[1]، والذي كان يطال قطاع واسع من فئات المجتمع. وهذا من خلال الاتخاذ من المدونات، ومنصات التواصل الاجتماعي، منبرا للنقاش المحلي والوطني، حول الحقائق التي كان غالبا ما يتعمد اغفالها، خاصة مع التراجع المستمر لمفاهيم الحد من الحريات الفردية، لدى المجتمعات المعاصرة، وهو ما يسمح بتوفير بديل عن الفضاءات العمامة المهيمن عليه.

لقد تمكن الناشطون الجزائريون، من تشكيل سلسلة من علقات الصداقة الناشئة، عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي، رغم أن عدد كبير منهم لا يتمتعون بعلاقات قوية في المجال الاجتماعي، أو أن روابطهم المجتمعية على أرض الواقع محدودة. إلا أن ذلك لا يعني أن تكون لدى بعضهم، تجارب مع الاحتجاج والصراع،

[1] *Nancy Fraser: Feminism Capitalism and the Cunning of History, halshs archives, Paris, 2012, p5.*

في العالم الواقعي، على غرار الاحتجاجات التي حدثت في الجزائر سنة 2011، من أجل المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية، والتي عرفت بثورة "الزيت والسكر"، والتي أدت إلى حدوث مواجهات بين مجموعة من الشباب ورجال الأمن، في العاصمة وبعض المدن الجزائرية، والتي صنفها العديد من المراقبين بأنها انتفاضة بسبب الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية المتردية، التي تعرفها البلاد، التي منها البطالة، ومشكل السكن، وارتفاع أسعار المواد الغذائية الأساسية.

إلا أن طابع العنف الذي ميز هذه الاحتجاجات والمظاهرات، التي دامت عدة أيام، لم تكن ذاتها التي عرفتها الجزائر في 22 فبراير 2019، وما تلاها من مسيرات، رغم الرهان القائم بأن تشهد الجزائر مشهدا "دراماتيكيا"، وأن تنجر إلى موجة من الاضطرابات، التي تكتسي الطابع العنيف، في إطار المد التحرري، الذي أصبح متفشيا لدى الشعوب العربية، والرامي إلى إحداث تغييرات اجتماعية وسياسية جذرية، من خلال التخلص من الأنظمة الاستبدادية التي تحكمها. إذ خرج المواطنون في كل المدن الجزائرية، إلى الساحات العامة، للمطالبة بالتغير السياسي، والإصلاح الاجتماعي والاقتصادي في البلاد، استجابة للنداءات التي دعا إليها عدد من النشطاء، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لم تتبناها أي جهات نقابية أو حزبية. حيث شهدت المدن الجزائرية مسيرات حاشدة، تعد الأضخم من نوعها في تاريخ الجزائر المعاصر، والتي اتسمت بالطابع العفوي، التنظيمي والسلمي، والتي قادها عدد كبيرة من المواطنين، من مختلف الفئات والأعمار، معبرين من خلالها عن رفضهم لترشح الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" لعهدة رئاسية خامسة.

على الرغم من أن المتتبع للشأن الجزائري، كان يعتقد بأن المظهر العام، يوحي بأن هناك نقص في الاهتمام بالحياة السياسية لدى الجزائريين، وأن المشاركة السياسية أصبحت انتقائية، لأن المواطنين ليسوا مدفوعين بدوافع سياسية حتمية قاطعة، تسمح لهم بالمشاركة في العمل السياسي، وهذا بسب الغياب والانعدام

الشبه كلي "للميدان السياسي"، أو الفضاء عمومي في الجزائر، الذي يضطلع بمهام إعادة عرض الواقع داخل سياق محدود، والذي يعمل على رفع الوعي المحلي، حول الأحداث السياسية الجارية بعيدا عن التحيز الإعلامي للقنوات الإعلامية الوطنية الخاصة والعمومية، والذي يتجلى جليا في عدم المساواة في الظهور، بالإضافة إلى التحيز التشاركي في بعض القضايا، التي يتم تسليط الأضواء عليها على حساب غيرها من القضايا الهامة، وهو ما حال دون تحقيق الوعد بالديمقراطية.

إلا أنه مع ظهور وسائل الإعلام الاجتماعية ذات الطبيعة التواصلية، التي أصبحت البديل المكاني لدى مستخدمي شبكة الأنترنت في الجزائر، والتي سمحت بممارسة النشاط الاتصالي والعمل السياسي، على الرغم من المعدل المتدني لتدفق وانتشار الأنترنت، بين الجزائريين في المنطقة الواحدة، إلا أن ذلك لم يحد من الآمال المعلقة على شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت الوجهة المفضلة والملاذ الوحيد لدى الجزائريين، والتي تضمن لهم حق الممارسة، وحق التعبير السياسي.

فوفقا للإحصائيات المنشورة على موقع *gs.statcounter.com*، لإحصاء مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، فقد بلغت نسبة استخدام موقع "فيسبوك" 55,61% مستخدم، بينما بلغت نسبة استخدام موقع "يوتيوب" 33,21% مستخدم من مجموع السكان الجزائريين، تزامنا مع انطلاق أولى المسيرات الشعبية في 22 من شهر فبراير سنة 2019. إلا أن الجدير بالذكر، أن النشر المكثف للمعلومات والأخبار، وكذا الصور ومقاطع الفيديو، لم يقتصر على أشخاص معينين أو ناشطين قدامى، أرادوا تعزيز وجودهم في سياق الأحداث المستجدة، التي طفت على الساحة السياسية، من خلال العمل الجماعي للمجتمع المدني، الذي يتكون من مجالات الحياة الاجتماعية - العالم المحلي، المجال الاقتصادي، الأنشطة الثقافية

والتفاعل السياسي - التي تنظمها ترتيبات خاصة أو طوعية، بين الأفراد والجماعات، خارج السيطرة المباشرة للدولة[1].

لذا بات الاهتمام بالسياسة ولع وشغف يتقاسمه الجزائريون، خاصة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، على اختلاف اعمارهم، ومستوياتهم التعليمية، وانتماءاتهم الثقافية، وهو ما يوضح اسباب تزايد وارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير الساسي والاجتماعي في الجزائر خلال تلك الفترة، عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة "فيسبوك" الذي أصبح يعتبر فضاءً عموميا، لأنه أتاح للأفراد الظهور العام، والتعبير عن آرائهم وسرد عوالمهم، باستخدام الصور والكتابة[2].

2. طبيعة الخطابات المتداولة بين مستخدمي الوسائط الجديدة خلال الحراك الشعبي في الجزائر:

2.1. التحشد واحتلال المساحات على منصات التواصل الاجتماعي:

يصف عدد من المفكرين أمثال: "غوستاف لوبون" و"جون كلود ميلنر" "الحشد" على أنه، تجمع عفوي ومؤقت لعدد من الأشخاص، ويتسم بسيكولوجية تتميز بعدم التنظيم، والسلوك الانفعالي والعنيف، المجرد من الوعي والعقلانية. في حين يرى "هربرت بلومر"، أن هناك أنواع عديدة للحشد، من بينها: الحشد "المعارض" والحشد "المعبر"، إضافة إلى الحشد التقليدي المعروف. ولعل الأنواع التي ذكرها "هربرت بلومر" الأقرب، والتي يمكن أن نصف بها العدد الكبير من الجزائريين الذين خرجوا في يوم الجمعة الأخير من شهر فبراير 2019، للتظاهر والتعبير عن معارضتهم

---

[1] *Robert Hassan: Media, Politics and the Network Society, McGraw-Hill Education, UK, 2004, p101.*

[2] الصادق الحمامي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراساتها في السياق العربي، ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس، 2015، ص 56.

لسياسة الدولة وللنظام السياسي الحاكم ككل، بأسلوب حضاري، وذو طابع سلمي، خلافا لكل التوقعات، ومخالفا لكل التعريفات والنظريات التي أعطت مفهوما سلبيا للحشد.

لذا فإن "التحشد"، والذي نعني به التجمع المكاني لعدد من الأفراد، أو الأشخاص، سواء أكان ذلك في العالم المادي أو العالم الافتراضي، والذي نتج كاستجابة للدعوات التي اطلقها بعض المدونين الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي، التي منها تلك الدعوة التي أطلقها المدون "فاروق بوجملين" المدعو "ريفكا" في شهر سبتمبر 2018، طالبا من أصدقائه الافتراضيين الحضور لساحة "رياض الفتح"، أمام النصب التذكاري "لمقام الشهيد" بالعاصمة الجزائرية، من أجل مشاركته الاحتفال بعيد ميلاده الـ21، وهو ما تسبب في تجمع آلاف الشباب الجزائريين من معجبيه، تلبية لدعوته التي أطلقها أياما قليلة قبل الموعد المذكور، وهو ما أثار دهشة الجميع بما في ذلك "ريفكا"، الذي لم يتوقع ولم يتخيل توافد هذا العدد الهائل من الأصدقاء. حيث اعتُبِر هذا التجمع من أكبر "التجمعات العابرة"، التي لم يكن لها صلة بالتغيير أو الاصلاح الاجتماعي، أو السياسي، أو الاقتصادي، أو حتى الثقافي في الجزائر.

إلا أن الأمر لم يتوقف عند هذا الحد، فبعد شهور قلائل تكرر المشهد من جديد، على إثر سلسلة من النداءات والدعوات المتكررة، التي دعا إليها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي سبقت بأسابيع نزول أعداد كبيرة من المواطنين، من مختلف الأعمار والفئات، وفي كل المدن الجزائرية، للتظاهر في الساحات العامة، رافعين شعارات رافضة لترشح الرئيس السابق لعهدة رئاسية خامسة. وهذا ما أكدته الإحصائيات المنشورة على موقع *gs.statcounter.com*، إذ بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، خلال شهر يناير 2019 أعلى نسبة استخدام

لموقع "فيسبوك"، بنسبة 62,77% مستخدم، بينما بلغت نسبة استخدام موقع "يوتيوب" 28,74% مستخدم، من مجموع سكان الجزائر.

وبالتالي فإن الواقع السياسي الذي أملته الظروف السياسية في الجزائر، أنعش حقا وحقيقة الحياة السياسية في البلاد، والذي انعكس بدوره على الفرد الجزائري بشكل لافت، من خلال الاستخدام المكثف والنشط لوسائل الاتصال الجديدة، حيث أصبح النشر والتعليق على المواضيع السياسية، من أبرز الأنشطة التي أصبحت تعج بها الفضاءات الافتراضية، والتي شكلت ساحة خطابية وتعبيرية، يتم من خلالها نشر مختلف الآراء ووجهات النظر، مما أدى إلى ملأ المساحات الإلكترونية، بمختلف الأشكال التعبيرية ذات الطابع السياسي (صور/ مقاطع فيديو/ منشورات. .. الخ)، وهذا من قبل أن تنطلق المسيرات الشعبية، التي شهدتها المدن الجزائرية في 22 فبراير 2019، وإلى غاية عدة أسابيع تلتها.

وهو ما يؤكد أن الوسائط الجديدة، لم تعد اليوم مسؤولة فقط عن نشر المعلومات، ذات الطابع الاجتماعي، الثقافي والسياسي وغيرها، ولكنها أيضا أصبحت وسيلة للتعبئة وتشكيل الحشود، من أجل ارساء ثقافة التغيير، كما تعمل على تجاوز الملابسات، وتتعامل مع الواقع وقضاياه[1]، مما يدل على إمكانية اعتناق مجموعة القيم، التصورات، الأفكار والمواقف، التي تنتجها الوسائط الجديدة[2]، عبر الروابط الناشئة بواسطة شبكة العلاقات التي يؤطرها العالم الافتراضي، والتي من الناحية الهيكلية، تمتلك أساس قوي، يرقى إلى مستوى التفاعل والعلاقات الاجتماعية الواقعية، والتي لها القدرة على كسر حواجز عدة التي منها حاجز الخوف

[1] جوهر الجموسي، الافتراضي والثورة مكانة الأنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2016، ص 58.

[2] فتحية معتوق، ثقافة التغيير في الإعلام التلفزيوني برامج التلفزيون الجزائري نموذجا، أعمال المؤتمر الذي نظمته كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2017، ص 387.

والخجل. إلى جانب سهولة وسرعة إنشاء شبكة العلاقات، المتكونة من مجموعة لا حصر لها من الأصدقاء الافتراضيين، عكس العلاقات الواقعية، التي تتطلب وقتا طويلا، وظروفا اجتماعية معينة من أجل تكوين مجموعة اجتماعية ما.

وهذا بخلاف ما يعتقده "مالكولم غلادويل"، الذي يرى أنه لا يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي، أحد عوامل التغيير الاجتماعي أو السياسي، لأن استخدام وسائل الاتصال الجديدة هذه، يؤدي إلى نشاط منخفض المخاطر، على أساس الروابط الضعيفة بين المشاركين، وهذا يعني أنه يمكن للمستخدمين خلق شعور من العمل السياسي، في حين لا يمكن في الواقع تحقيقه، رغم أن هناك تأثير متبادل بين وسائل الإعلام والسياسة، وهي علاقة مترابطة ومتعاكسة، ويتجلى ذلك خلال الفترات الانتخابية، كونها الأيام المقدسة في الحياة الديمقراطية. وأنه في إطار التفاعل، لا يكون لدى الأشخاص دوما دراية بالمعلومات المناسبة، وما إذا كان ينبغي اعتناقها أو نشرها، أو حول ما يجب تبنيه أو تبادله، ذلك أن المشاركة في النقاشات على الأنترنت، يمكن أن تجمع في بعض الأحيان بين وجهات النظر السياسية المتماثلة، لأن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا ما يملون إلى تعزيز وجهات نظرهم الخاصة، كجزء من العملية التواصلية.

2.3. تشكل المشاعر السياسة المشتركة بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر:

إن المجتمعات الديمقراطية المعاصرة، أصبحت تبنى اليوم على المساواة الاجتماعية، والتنوع الثقافي والمشاركة السياسية التداولية، التي صارت تدعمها التدفقات العابرة للحدود، من الناس والمعلومات، بشكل مكثف وعلى نحو متزايد، مما أدى إلى نقل مشاعر الانفتاح والتقارب السياسي، وهو ما أدى أيضا إلى تعزيز الهوية الجماعية بين المستخدمين. وبالتالي توسيع مجال الحضور الخطابي، الذي يهدف إلى الانتقال من "عمليات إنتاج الأزمات، إلى إنتاج الوعي"، من خلال توفير إطار

افتراضي للنقاش الاجتماعي والسياسي، الذي يتولد عنه عمليات صنع القرار. إذ بات من الممكن جلب أعداد أكبر من الناس والمشاركين الجدد، لإثراء النقاش السياسي على الأنترنت، ذلك أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تعد امتداد للعلاقات الاجتماعية المشكلة سلفا بين الناس، والذين يعتقدون أن استخدام هذه الشبكات من الممكن أن يؤدي إلى تمتين هذه الروابط وهذه العلاقات، عبر فضاء اصطناعي يعطي الشعور بالمشاركة مع الآخرين[1].

وفي الوقت ذاته، فإن الفرد لا يمكنه أن يعتمد على التفكير الذاتي وحده، من أجل تشكل تصور كامل، لما يعيشه ويعايشه من أحداث، إلا إذا انخرط في مناقشة حقيقية مع الآخرين، مما قد يؤدي إلى تعديل المواقف الأصلية، في ضوء المعلومات الجديدة، وهذا من أجل فهم واستيعاب الأحداث المستجدة، وهو ما يؤدى في نهاية الأمر إلى القدرة على العمل، جنبا إلى جنب مع الآخرين، لأن التنظيم الذاتي للعديد من الأفراد، يحكمه التواجد ضمن جماعات، أو انتماءات نقابية وعمالية، يستطيع أصحابها بواسطتها استخدام أشكال مختلفة للتعبير عن أنفسهم، من أجل إحداث التغيير المطلوب، وهو ما راهن "هابرماس" على نجاحه في الفضاء العمومي البورجوازي، شريطة أن يكون مؤسس على الخطاب النقدي والعقلاني للموطنين.

وهذا ما يفسر التهافت الكبير على طلبات الصداقة بين المستخدمين الجزائريين على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، خلال النصف الأول من سنة 2019، والذي كان الدافع وراءه هو الحاجة لتوسيع شبكة الأصدقاء، والتقرب أكثر من المستخدمين النشطين، الذين لديهم وجهات نظر واضحة، والذين يظهر أن لديهم دراية بالحياة السياسة نتيجة لتكوينهم أو مستواهم التعليمي، والدين يتمتعون بالقدرة على شرح وتفسير الأحداث. الأمر الذي يجعل المحتوى الذي ينشئه هؤلاء

[1] *(Diane Lamoureux: Hannah Arendt, l'esthétique et le politique, Revue québécoise de science politique, no 25, 1994. 1994, p84 .*

المستخدمون، يتميز بقوة الخطاب، مما يجعل أيضا هذه الوسائط الجديدة ناقلات محتملة، وتجديدا محتملا للفضاء العمومي، الذي تعمم فيه الخطابات الجديدة[1]، وهو ما يشكل أحد أشكال التواصل الديمقراطي المنفتح، مما يعكس ديناميات التفاعل المختلفة، بين جماعة المستخدمين في الفضاء السيبراني، الذين يبحثون عن تعزيز فرص الحضور، والتفاعل مع عدد لا محدود من الفاعلين الناشطين، الأمر الذي من شأنه أن يوفر للجميع، فرص المشاركة في صنع رأي عام.

وفي الوقت ذاته، فقد أدى ظهور شبكة الأنترنت في الجزائر، إلى خلق وسيلة شعبية لمناقشة القضايا السياسية، خاصة في السنوات الأخيرة والتي اكتست نوع من "التنظيم التعبيري"، وسط تقلب ديناميات النقاش العام. ذلك أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لها ألية نشر، الأفكار والآراء المتنوعة لأطراف مختلفة، ما مكنها أن تلعب دورا هاما في تشكيل الخطاب العام، حول بعض القضايا الحيوية، التي تحمل تطلعات الجزائريين. خاصة وأن الأنترنت أصبحت اليوم من أكثر الوسائل المتاحة، التي بواسطتها تتعزز فرص التواصل والجدل السياسي، والتي يتم من خلالها أيضا طرح وتداول مختلف وجهات النظر، وهو ما من شأنه أن يحدث نوعا من التقارب والتوافق، في الأفكار والآراء، مما يمكن أن يساهم في بلورة ديمقراطية شاملة أكثر ديناميكية، التي من المفترض أن تكون متوافقة إلى حد ما، مع المعتقدات السياسية والثقافية لدى الجزائريين ذوي الاهتمام المشترك، والتي تدعم بشكل أساسي العمليات التواصلية.

إن اكتساح المستخدمين الجزائريين، على اختلاف مستوياتهم التعليمية، وفئاتهم العمرية، شبكات التواصل الاجتماعية، واحتلالهم المساحات التعبيرية فيها، وما انجر عنه من نشر مكثف للأفكار والآراء المعتنقة، كان يستند في أغلبه على

[1] *Zineb Benrahhal Serghini & Céline Matuszak: Lire ou relire Habermas lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien, Études de communication, langages, information, médiations, no 32, 2009, p 5.*

المشاعر السياسية المشتركة، بين المستخدمين الافتراضيين. لذا فإن السيطرة على الساحات الافتراضية، من قبل النشطاء السياسيين أو الاجتماعيين، و"الغزو" الذي شنه المستخدمون الجزائريون لصفحات النشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كان يهدف إلى محاولة مواكبة المستجدات والأحداث الساخنة، من أجل الشعور المشترك بالتفكير السياسي الجماعي، وكذا من أجل الحصول على احترام وتقدير الآخرين، من خلال محاولة تلميع الصورة الذاتية، عن طريق محاولة التظاهر بالفهم المعمق، والدراية الواسعة بالأحداث السياسية الطافية، للظهور بمظهر المثقف الواعي، المدرك لما يدور حوله من أحداث.

ومنه فإن تقنيات الاتصال والإعلام الجديدة، وفرت إمكانيات حديثة لم تألفها البشرية من قبل، وتتصل بمجالات شتى[1]، والتي بفضلها تزايد اهتمام الدارسين بالسلوك التشاركي لدى المستخدمين، وهو ما من شأنه أن يحدد نوعية المشاركة السياسية. لأن التحدي الحقيقي يتمثل في القدرة على إنشاء فضاءات سياسية، مبنية على المنطق والمحاججة، وجعلها مشروعا مستمرا للعمل وللممارسات الديمقراطية، كما دعت إلي ذلك "حنه أرندات"، خاصة في ظل الميول الجامح لتجربة أحاسيس عاطفية، يمكن تقاسمها مع العديد من المستخدمين، وهذا أمام تراجع الدور السياسي التشاركي لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، الذي كان من المفترض أن تلعبه، والذي بات ينحصر في تشكيل قنوات للنقاش بين أفراد المجتمع، وليس بين المواطنين والسلطة. مما جعل قنوات التواصل الاجتماعي على الأنترنت، ترتبط أكثر فأكثر بأدوار المستخدمين، الذين أصبحوا قادرين على خلق مساحات متكاملة من التضامن، وبناء الروابط والعلاقات الاجتماعية، مما انعكس بشكل واضح على "الحياة العامة الوطنية".

[1] يوسف بن رمضان، الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011، ص 6)

4. قراءة تحليلية نقدية حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال الحراك الشعبي في الجزائر:

إن استبعاد اللامساواة التمثيلية في الفضاءات الافتراضية، يعود بالنفع على المساواة السياسية لدى المجتمعات المعاصرة، وهذا بفضل إمكانيات التجمع الحر، لكل الفئات على الأنترنت، مع إمكانية تداول الآراء والمعتقدات المختلفة، ومناقشة القضايا السياسية والاجتماعية، من طرف العديد من المستخدمين، عبر العديد من القنوات التفاعلية، بما في ذلك البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، مما يدل على أن الأنترنت أصبحت مسؤولة عن توفير على المدى القصير الوصول إلى المحتوى الذي يمر من خلال خدمتها، إلا أنها وفي الوقت ذاته ليست المسؤولية عن المحتوى في حد ذاته. ومنه فإن عملية التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن تؤدي إلى إنشاء روابط جديدة بين الاشخاص المتصلين، من خلال طلبات الصداقة، ليتم بذلك فسح المجال لعرض المعلومات والآراء المعتنقة، بواسطة خيارات وآليات النشر التي توفرها هذه الشبكات، مما يجعلها قبلة للعديد من الناشطين السياسيين، الحقوقيين والمدافعين عن الحريات والأقليات.

غير أن تفضيل المستخدم الجزائري التحصن ضمن تجمعات افتراضية، تحكمها التوجهات والأفكار والقناعات ذاتها، التي يتبناها أفرادها، تعد من أهم أسباب فشل الدعوات التي دعا إليها عدد من المثقفين، السياسيين والإعلاميين، إلى فتح منصات افتراضية للنقاش والحوار، من أجل تحليل ومناقشة الأوضاع الراهنة، والظروف الدقيقة، التي تمر بها البلاد، بالاستفادة من إمكانيات التواصل اللامحدودة، التي تتحها وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، والتي تضطلع بمهمة نقل المعلومات لكل المستخدمين، الذين لديهم الحق في الإحاطة بالأخبار التي تهمهم، عكس وسائل الإعلام والاتصال الجماهري، التي على اختلاف أنواعها وأشكالها، شوهت الصورة المبهجة التي أثارتها من قبل، حول الإمكانيات الديمقراطية التي

وعدت بتحقيقها، من خلال البث الحر على نطاق أوسع للمحتوى الإعلامي. إلا أن الواقع أثبت أن وسائل الإعلام الخاصة في الجزائر – خاصة القنوات التلفزيونية الإخبارية - لا تختلف كثيرا عن وسائل الإعلام الرسمية والمركزية، التي كثيرا ما عملت على الحد من حرية الفرد الجزائري، في المشاركة والكلام.

من جهة أخرى، فإن الاستبعاد المتزايد للحجة العقلانية من طرف المستخدمين الجزائريين خلال فترة الحراك الشعبي، قوض فكرة توليد فضاءات عمومية افتراضية، من خلال وسائل الاتصال الجديدة، التي كان يضن بأنها بديلة عن الفضاء العمومي البرجوازي، وتعمل على تشكيل منتديات للمناقشة والحوار العقلاني. لاسيما أن جمهور المستخدمين يمثل إلى حد ما كل قطاعات الشعب، مما يجعل عملية الإدماج الكامل للمواطنين، الذين تم استبعادهم أو تم تهميشهم أمرا ممكنا، وبالتالي سد الفجوة التمثيلية للأفراد. إلا أن ذلك من الناحية التطبيقية لم يتحقق، ذلك أن أشكال التعبير يمكن أن تخضع لدرجات متفاوتة من التقييد الذاتي على التعبير، بالنظر إلى ما يعانيه بعض المستحمين من الاستبعاد والتحاشي الطوعي، النابع من خوفهم من خوض تجربة جدالية، مبنية على الحجة والمنطق، نتيجة غياب الاستعدادات النفسية لدى بعض المستخدمين، بسبب النقص المعرفي والفهم المعمق للواقع السياسي، الناجم عن محدودية الثقافة السياسية، أو ضعف المستوى التعليمي.

ورغم أن الدافع وراء استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجديدة خلال فترة الحراك، يعود إلى رغبة الجزائريين في إحداث تغيير للواقع السياسي في البلاد، في إطار التعامل مع الواقع المعاش، الذي لطالما عملت السلطة السياسية على رسم سورة متماسكة له، بواسطة سلاسل مختلفة من الحجج التي تدعم بعضها البعض، أو من خلال اللجوء لتزييف بعض الحقائق، وطمس المعلومات الحساسة والاستراتيجية. إلا أنه ومن وجهة نظر أخرى، فقد عمد بعض المستخدمين النشطين سياسيا، إلى

التلاعب بالأخبار والمعلومات، من خلال إعادة صياغتها، حسب اختيارهم وقرارتهم، أو من خلال تحديد المواضيع التي يتم طرحها للنقاش، من أجل تعميم بعض الخطابات، لصياغة تفسيرات معارضة أو معاكسة. وليس من أجل الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، كبدائل للعمل عن الأماكن العامة الحقيقية، التي تسمح بتنوع الأفكار والأطراف في عملية بناء الأحداث.

ومنه فإن بعض النشطاء، حاولوا التأثير على المشاركين الآخرين، مما يعكس إرادة بعض الهيئات - التي ليست بالضرورة رسمية - للتحكم في المناقشات العامة، من أجل تحقيق مكاسب خاصة، وهو ما أكد عليه "هابرماس"، بالقول: "أنه من الخطأ الاعتقاد بأن النظام هو وحده من يسيطر على المجتمع بأسره، وإنما هناك قوى كامنة داخل المجتمعات، يمكنها التأثير في التمثيل الديمقراطي، مما يؤدي إلى تشكيل "رأي عام"، أو "موقف سياسي"، يعمل على الدفاع عن المصلحة الخاصة لبعض الأشخاص". وهو ما يفسر تغير الخطابات المنتجة من طرف المستخدمين، الذين تبنوا في بداية الحراك، خطابات موحدة، من خلال شعار "الجيش الشعب خاوة خاوة"، الذي سرعانما تغير مع مرور الوقت، بسب الاختلاف في الأهداف والتوجهات، مما أدى إلى انقسام هذه الخطابات، وتحولها إلى خطابات مملوءة بالتعصب، والكراهية والعنصرية، من خلال مس الهويات الثقافية الوطنية، وبعض الشخصيات والمؤسسات الوطنية، وتخوينها، واتهامها بالعمالة، والطعن في وطنيتها.

لذا فإن تكنولوجيا الاتصال لا تعد حلا سحريا، ولا هي قادرة على صنع الثورات والاضطرابات. فالأسباب الحقيقية وراء الصراعات في المجتمعات المعصرة، هي الازمات السياسية والاجتماعية المتراكمة، الناجمة عن سنوات من القمع وعدم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، إلى جانب الإحباط النفسي للأفراد، والذي غالبا ما يترجم إلى مظاهرات وصدمات على أرض الواقع. زيادة على ذلك فإن غياب التوافق في الرؤى بين الجزائريين، أدى إلى توسع الفجوة بين المجتمع المدني والدولة في المجال

العام، في ظل القيود المحتملة على الخطاب السياسي، أو على النقاش حول مسائل المصلحة العامة. إلا أنه وفي الوقت ذاته ينبغي الإقرار بأن أشكال التجمعات الافتراضية، والاستخدام النشط والمكثف لمواقع التواصل الاجتماعي خلال المناسبات السياسية، ساهم ولو بشكل جزئي في عمليات التغيير السياسي التي حدثت بعد حراك 22 فبراير 2019في الجزائر.

وعليه يمكن القول أن الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر، وازاه استخدام مكثف لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين الجزائريين، خاصة موقع "فيسبوك"، حيث تحول المستخدم الجزائري من وضع تلقي المضامين المحدودة، إلى استخدام المضامين المتنوعة[1]. مما تمخض عنه نوع من الجذب والاستقطاب السياسي، لعدد من المستخدمين الجزائريين، مما ساعد على احداث بعض التغييرات، على المستوى السياسي في البلاد، وهو ما أثار رؤى مبهجة حول إمكانية تطوير نقاش سياسي عقلاني بين الجزائريين، يستند على المعايير الأساسية التي حددها "هابرماس"، عند تصوره للفضاء العمومي البرجوازي، لا سيما بعد أن أظهر الشعب الجزائري مع بداية الحراك مستوى من التحضر والوعي، في التعامل مع الظرف السياسي الصعب الذي يعيشه. إلا أن الطابع "اللاعقلاني" للمناقشات، بسبب التصادم الحاصل في التوجهات، الأيديولوجيات، الذي أنتج ديمقراطية جوفاء ومجردة من معناها. الأمر الذي كان مخيبا للآمال والتوقعات، والذي قد يكون من أسبابه الاختلاف في المستويات التعليمية، والاختلافات في الثقافات والتنوع في الهويات، مما خلق نوع من التضارب في الرؤى، والتصادم في التوجهات والخطابات، التي حلت محل النقاش المتمدن، والتي عملت على التحريض على العدائية، ونشر التطرف والكراهية، مما أدى في النهاية إلى انقسام الرأي العام الجزائري.

[1] تيسير أبو عرجة وآخرون، وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، منشورات جامعة البتراء، ط1، عمان، 2013، ص 177.

خاتمة:

إن فرصة إقامة علاقات جديدة عبر منصات التواصل الإلكترونية، التي كثيرا ما تعني رغبة الأفراد في الاندماج الاجتماعي، لتحقيق تعايش وتوافق فكري، قائم على إبداء الرأي حول القضايا الاجتماعية والسياسية. وأن أشكال التجمعات الافتراضية خلال الأزمة السياسية التي عرفتها الجزائر، والتي نتج عنها حراك 22 فبراير 2019، الذي تمخض حدوث تغيرات سياسية حصلت في الجزائر، والتي جرت بشكل مرن وسلس. والتي ساهم في حدوثها النشر المكثف، والتبادل الحر للمحتوى السياسي، بين المستخدمين الجزائريين، عبر منصات التواصل الاجتماعي، باستخدام أجهزة التواصل الذكية، وبفضل المشاركة والانخراط في الحياة السياسية.

على الرغم من أن المستخدم الجزائري أخفق في الاستفادة من الميزات التحررية والتواصلية لهذه الوسائط، في عمليات النقاش الديمقراطي، إذ سرعان ما تحولت طلبات الصداقة لديه، إلى حظر، أو إلغاء للمتابعة في أحسن الأحوال، مما يدل على أن الفرد الجزائري، لا يتمتع بثقافة الحوار، والجرأة على اثارة جدال سياسي عقلاني، جاد وعميق. كما عجز عن انتاج خطابات معتدلة ومتوازنة، تحكمها مجموعة المتطلبات العامة كالحياد، الموضوعية، واحترام الرأي الأخر، إلى جانب الاحترام المتبادل، مما يضمن عدم التعدي على الحقوق والحريات، كما أكد علي ذلك "هابرماس" بالقول: "أنه إذا كان الفضاء العمومي غير أصيل، فإن المساءلة لا يمكن أن تكون أصيلة".

المراجع:

العربية:

1. تيسير أبو عرجة وآخرون: وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير،منشورات جامعة البتراء، ط1، عمان، 2013.

2. جوهر الجموسي: الافتراضي والثورة مكانة الأنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2016.

3. دوان نونسياتو: الحرية الافتراضية حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الأنترنت، ترجمة أنور الشامي: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط1، الدوحة، 2011.

4. الصادق الحمامي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراساتها في السياق العربي، ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس، 2015.

5. فتحية معتوق: ثقافة التغيير في الإعلام التلفزيوني برامج التلفزيون الجزائري نموذجا، أعمال المؤتمر الذي نظمته كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، مركز دراسات الوحدة العربية، 2017.

6. يوسف بن رمضان: الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011.

الأجنبية:

7. *Diane Lamoureux: Hannah Arendt, l'esthétique et le politique, Revue québécoise de science politique, no 25, 1994.*

8. *Nancy Fraser: Feminism Capitalism and the Cunning of History, halshs archives, Paris, 2012.*

9. *Robert Hassan: Media, Politics and the Network Society, McGraw-Hill Education, UK, 2004.*

10. *Zineb Benrahhal Serghini & Céline Matuszak: Lire ou relire Habermas lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien, Études de communication, langages, information, médiations, no 32, 2009.*

الفهرس

تقديم 9
الموضوع الأول: مدخل إلى تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة 13
الموضوع الثاني: مناهج البحث المختلطة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية..... 35
الموضوع الثالث: أشكال الخطاب في وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر 57
الموضوع الرابع: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. 83
الموضوع الخامس: الوسائط الجديدة والأنماط التفاعلية 121
الموضوع السادس: الميديا الجديدة والحراك الشعبي في الجزائر..... 145
الفهرس 165

EDITION EL MOTANABY
دار المتنبي للطباعة والنشر