

آليات بناء النقاش العمومي حول المسائل السياسية

في الصحافة المكتوبة الجزائرية

د، يامين بودهان

أستاذ محاضر "أ" قسم علوم

الإعلام والاتصال

جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف 2

ملخص :

يستعرض المقال التالي مسارات بناء النقاش والتداول العمومي حول المسائل السياسية من خلال التعرض لتجربة جريدتين وطنيتين هما : الخبر والشروق، إذ سيحاول المقال تحليل محتويات الرأي والتعبير التي توفرها الجريدتان على مستوى مواقعها في الشبكات الاجتماعية، والنظر للنقاشات التي تدار ضمن هذه الفضاءات الجديدة على أنها فضاءات لبناء المواقف السياسية والرأي العام بشكل عام، وفي كثير من الأحيان قد تتحول تلك الآراء التي تتبلور من خلال النقاشات التي تثار لأفكار فاعلة تساهم في بناء قرارات السياسيين، وذلك طبعاً يحدث في المجتمعات الديمقراطية المنفتحة التي تؤمن بأهمية التداول والنقاش مع الجماهير في تحقيق التطور السياسي والاجتماعي.

الكلمات المفتاحية : آليات، النقاش، العمومي، المسائل، السياسية

Abstract :

The following article outlines the processes to build the debate and the public deliberating on political issues through exposure to the experience of two national newspapers (Elkhabar and Echourouk), as the article will attempt to analyze the contents of opinion and expression provided by the two newspapers at the level of their social networks, and considering the arguments that are managed within these new spaces which build political attitudes and public opinion in general, and in many cases, may turn those ideas that evolve through the discussions that arise ideas effectively contribute to building political decisions, of course, happens in open democratic societies that believe in the importance of deliberation and discussion with the masses in the achievement of political and social development.

Keywords : deliberation , public discussion ,political problems.

مقدمة :

يقتضي النظر لوسائل الإعلام في المجتمعات المبنية على قيم الديمقراطية المنفتحة على خصوصيات التنوع الثقافي والفكري والسياسي كآلية من آليات تشكيل الفضاء العمومي التشاركي البناء، الذي يوفر لأفراده فرصا للعيش المبني على قيم الحوار والتواصل العقلاني، وقبول الآخر والتعايش معه، ووسائل الإعلام الجزائرية كغيرها من وسائل الإعلام في العالم توفر لقرائها ومتابعيها فضاءات تفاعلية تواصلية للتعبير والتناقش حول المسائل السياسية والاجتماعية والثقافية التي تهم المواطن، عبر تخصيصها لأركان الرأي والمساهمات ضمن صفحاتها اليومية أو الأسبوعية، أو عبر فضاءات التعليق والتدوين على مستوى مواقعها الإلكترونية والاجتماعية، أو مدوناتها، التي تفتح ضمنها مساحات لإبداء الرأي والتعليق على الأخبار والمقالات التي ينشرها صحافيو الجريدة، أو تخصص لهم عناوين للتواصل في حال رغبوا في توجيه اقتراحات وتعقيبات أو تساؤلات مباشرة للتواصل مع مسؤولي التحرير أو الصحفيين في الجريدة.

التداول والتواصل كآليات لبناء النقاش العمومي

إن قيام وسائل الإعلام بدور المحرر من المنظور الميديولوجي، التي تتحقق في ظلها وظيفة الإخبار والإبلاغ عما يجري في المجتمع لا ينفي عنها وظيفة التوسط بين مؤسسات الدولة والجمهور، فهي مؤسسات أدواتية تنشر الوعي والانسجام الاجتماعي، وتعيد ربط صلة

الدولة بالفرد الآخر الشريك لكن دون ضغوط أو أو إكراه بغية تشكيل لحمة النسيج الاجتماعي وفق منطق المناقشة والإقناع (1).

هذا التبادل العقلاني لوجهات النظر حول مسائل تخص الشأن العام عبر فضاءات الإعلام هو الذي يتيح فرز رأي عام واع، وينتج قبول ورضا من طرف كل أطراف المجتمع، والرأي عام وفق يورغان هابرماس هو وسيلة المواطنين في الضغط على الدولة وإنقاذ الإرادة الشعبية من العنف والتسلط وألوان الاستبداد بالرأي (2).

ويذكر في هذا المقام أيضا ديلفورس أن "هذا فضاءات الاتصال ضمن منظور الفضاء العمومي ليست مجرد أمكنة مادية صماء وباردة، يتم فيه التبادل بمعنى التوسيط، لكنها فضاءات كلية لحدوث تحولات نسقية حتمية في المجتمع (3)، أي لم يعد هذا الفضاء منحصرًا في التلاقي الفيزيقي بين أفراد عديدين يتداولون ويتناقشون حول أمور عامة بصورة غائية أو موجهة وأحادية الجانب وفق تصور وظيفي، بل تكون غاية هذا التلاقي والتواصل تحقيق التفاهم، أي أن الفعل التواصلي في منظومة الفضاء العمومي يتميز عن غيره من الأفعال الأخرى بأنه لا يسعى للبحث عن الوسائل التي تمكنه في التأثير في الغير، بل يبحث عن كيفية التوصل إلى تفاهم معه وتوافق دونما إكراه أو قسر كيفما كان نوعهما (4).

إن بناء المجتمعات الديمقراطية القائمة على احترام حرية الرأي والتعبير و على تقديس قيم التنوع الثقافي والفكري والسياسي على حد تعبير الباحث صادق الحمامي يقتضي النظر إلى وسائل الإعلام على أنها الآليات الأساسية لتحقيق هذه الحرية وهذا التنوع (5)، بل إن الإعلام يمثل الآلية الكبرى لإشراك المواطنين في الشأن العام وجعلهم ينخرطون بفاعلية في خدمة المجتمع، ومن المؤكد أن ترسيخ الثقافة التواصلية في المجتمع التي تقوم على التفاعل والتفاهم والاعتراف هو الأصل لتحقيق التآلف الاجتماعي على حد تعبير ميشال مافيزولي (Mafesoli).

إن حضور استراتيجيات النقاش والإقناع والشرح أثناء أداء وسائل الإعلام لوظيفتها الميديولوجية هو شرط أساسي لدفع المواطن لينخرط إيجابيا ضمن رسائل وسائل الإعلام وفق ما يسميه باتريك شارودو (Charaudeau) "دلائل صدقية الإعلام" (Preuves de véracité de l'information)، وعلى العكس من ذلك حين لا تصاحب الحجج والبراهين تلك الوظيفة الميديولوجية تفقد صدقيتها ويُعرض المواطن عن الاقتناع وبالتالي يمتنع عن المشاركة والانخراط، وهذا ما ذهبت إليه نتائج دراسات التأثير في علوم الاتصال التي تشرط اقتناع القارئ والمُشاهد والمستمع بالأخبار والمعلومات حتى يؤمن برسائل الإعلام ويصدقها.

لقد قامت الفلسفة الديمقراطية التشاركية على مبدأ الحوار والشفافية الذي يعد قوة فاعلة في المجتمع يؤسس لاعتناقية الأفراد من الإشتراطات التي تفرضها أنسقة السلطة والنخب المتحكممة في صناعة القرار، ولاشك أن تعزيز النقاش العمومي النقدي القائم على التواصل يكتسي أولوية أساسية لدفع المواطنين نحو المشاركة الخلاقة والفعالة للمجتمع.

يكرس الاعتراف بالفرد وبحقه في التعبير والاختلاف والمشاركة ثقافة أصيلة هي ثقافة المواطنة، فلا معنى للفضاء العمومي ما لم يكن مجالاً لممارسة المواطنة وللפעول السياسي الديمقراطي المبني على الحوار وتبادل الآراء وصياغة الرأي العام المنتقد للسلطة لبناء قوة مراقبة للدولة، وثقافة المواطنة باعتبارها حياة جماعية قائمة على روابط تشريعية وسياسية وثقافية وإنسانية، وإطار تتحقق من خلاله الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية اللازمة لممارسة الحرية والمساواة والعدالة، لا يمكن أن تصبح فعالة وبناءة إلا بإعمالها، وهذا الإعمال يتحقق عن طريق مشاركة كل فرد في تدبير شؤون مجتمعه وإقليمه وحيه بإبداء الرأي(6).

ولعل إعمال ثقافة المواطنة في المجتمع يتجاوز كونها مؤشرا على ديمقراطية النظام السياسي وانفتاحيته على كل فئات المجتمع، ليصبح ترسخ سلوكيات المواطنة لدى هذه الفئات مؤشرا على تنشئة أفراد مسؤولين وواعين يشاركون بكل إرادة في تدبير شؤون العامة، وبقدر ما تزداد فعالية مشاركة المواطن في الحياة العامة، تزداد النجاحة وتتقوى الممارسة الديمقراطية، وكلما همش المواطن وحرم من ممارسة مواطنته ازدادت انعزاليته وسلبيته، وبالتالي ازداد شعوره بالغرابة الاجتماعية ونما كذلك احساسه بالخضوع للسلطة المستبدة الجائرة.

ويزعم هابرماس أن التبادل العقلاني لوجهات النظر حول مسائل تخص المصالح العامة هو الذي يتيح فرز رأي عام واع، والرأي العام بدوره هو وسيلة المواطنين للضغط على الدولة واقتناعها، وبالتالي لما يتشكل رأي عام عن طريق التواصل العقلاني بين المواطنين حول المسائل التي تهمهم جميعا بطريقة تحقق الإجماع والتفاهم (consensus) يتولد سلوك مواطنة ناجع وفاعل.

أخلاقيات التواصل والتداول

يرتكز النقاش العمومي حول المسائل التي تهم المجتمع على آليتي التواصل والتداول كآليتين عمليتين لتحقيق الإجماع والاتفاق الاجتماعي، وإذا غاب التواصل والنقاش والتداول يغيب الحوار العقلاني وتحضر ايدئولوجية الصدام والعنف، والتواصل كنمط رمزي تفاعلي يخضع لسلطة اللغة السائدة على حد وصف هابرماس، وهو ما يعطي مصداقية لطبيعة الخطاب المعتمد والمتداول(7)، ويمكن للغة حسبه أن تفي بهذه الوظيفة نظرا لغايتها المتأصلة المتمثلة في

الوصول إلى الفهم أو تحقيق الإجماع. ويرى هابرماس حقيقة لا مرء فيها أن «الوصول إلى الفهم يكمن فيكلام البشر باعتباره مراداً له»، ويستخدم هابرماس الكلمة الألمانية «Verständigung» إشارة إلى عملية الوصول إلى الفهم أو الاتفاق، وعبارة «Rationales Einverständnis» إشارة إلى نتيجة هذه العملية، ألا وهي الإجماع أو الفهم العقلاني الذي يتم التوصل إليه. (8)

وعلى أساس اللغة تحدث التحرية التواصلية والتي بدورها تتم في سياق التفاعل الاجتماعي الذي يجمع بين الأفراد في ظل المجتمع الواحد، هذا التفاعل الذي يتغذى بما هو معاش في الواقع اليومي، الذي يتجدد دوماً بفعل الممارسة اليومية (9)، لتكون التجربة التواصلية مستمرة وديناميكية وغير منقطعة من حيث الزمن والقضاء.

تشتمل أخلاقيات التواصل على أربعة افتراضات أساسية قدمها هابرماس حتى يكون النقاش صالحاً وينطبق عليه ما سماه "الحالة المثالية للكلام" نوردتها فيما يأتي :

أ- المعقولة (Intelligibilité) : أي تركيب الكلام تركيباً صحيحاً تحترم فيه قواعد اللغة المستعملة.

ب- الحقيقة (Vérité) : أي يتضمن النقاش وصف حالة موجودة واقعة وغير مستوحاة من الخيال.

ج- المصادقية (Justesse) : أي ينبغي أن يتطابق الفعل اللغوي مع مقتضيات مخطط معياري سابق معترف به من طرف المجتمع، ويمتاز بشرعية معايير.

د- الصدقية (Sincérité) : ويقصد به التعبير عن نوايا محددة وبطريقة صادقة بعيدة عن التضليل والكذب. (10)

وتنطرق مقارنة "التداول" بدورها إلى اللغة كظاهرة خطابية وتواصلية واجتماعية في آن واحد، أي باعتبارها مقارنة فعلية كلامية تسعى لتحقيق التواصل وبعدها الإقناع، فالنشاط التداولي التواصل هو حوار ومناقشة تدور بين أطراف عدة "ذوات فاعلة"، يحكم الحوار شروط عدة :

- يتم من خلال علاقة تفاعل بين فردين أو أكثر خلال سياق العالم المعاش، ومن حق كل شخص له القدرة على الكلام أن يشارك في النقاش.

- تتم عملية التواصل عن طريق اللغة.

- الهدف هو الوصول إلى اتفاق.

- ديمقراطية الحوار.

- وجود الظروف التي تضمن الاجماع الذي لن يتم إلا عن طريق قوة الأطروحة الأفضل " قوة الحجة والبراهين التي يقوم عليها التواصل ".

- التحرر من أشكال الضغط والقهر الخارجي.

- أن يكون لكل مشارك الفرصة في الدفاع عن رأيه دون الخضوع لسيطرة سلطة ما .

تؤسس هذه الشروط مجتمعة لحوار عقلاني يوفر تكافؤ الفرص بين المتحاورين يكون فيها الحجاج المنطقي الواسطة التي يتشكل من خلالها الرأي العام باعتباره المعيار الذي اتفق عليه المتحاورون للحسم في مسائل تتعلق بالحياة العامة(11)، إن الاتصالية الفاعلة ضمن الفضاء العمومي تقدم لنا تصورا ومعنى للوجود الاتصالي الاجتماعي للفرد داخل المجتمع. لذلك نرى أن للفضاء العمومي دورا جوهريا في اتزان واستمرار المجتمع اتصاليا(12)، وبطبيعة الحال كلما توسع المجال العام الذي يحدث فيه التواصل ليشمل مجالات كثيرة " اجتماعيا، ثقافيا، اقتصاديا ،سياسيا ...الخ كلما ازداد تماسك المجتمع وتكرست الممارسة الديمقراطية فيه أكثر على حد تعبير دومينيك وولتون(13) (D,Wolton).

كما أن الحق الاتصالي للفرد لا يتجسد ضمن مجالات الفضاء العام وفي ظل شروط النقاش السابقة إلا إذا تكرر حقه الأساسي في ممارسة حرياته الفردية والجماعية بكل احترام، فلا تواصل متكافئ وعادل إذا سلبت منه حقوقه السياسية ولم تحترم خصوصياته الثقافية والايديولوجية والدينية، ولهذا يعتبر موضوع حقوق الإنسان منطلقا ضروريا لتحقيق المقاربة التواصلية من منظور نظرية الفضاء العمومي.

تحولات الفضاء العمومي في ظل الإعلام الاجتماعي

بمجيء أدوات الإعلام الاجتماعي بمنصاتها التفاعلية والتشاركية أعطى للفضاء العمومي امتدادا جديدا مهما، فمكنت أكثر الأفراد والجماعات من النفاذ إلى النقاش العام عبر الفضاءات الاجتماعية الافتراضية الكثيرة المتوفرة " كالفيسبوك، تويتر، لينكدان، اليوتيوب ... "، وأضحى لهذا النوع من الإعلام غير الكلاسيكي نفوذا جديدا على وعي الجمهور، إذ أصبح هذا الجمهور " خاصة الشباب " مرتبطا به إلى حد الإدمان ولا يكاد يستطيع أن ينفك منه، وقد مثل الإعلام الاجتماعي بديلا لوسائل الإعلام التقليدية النخبوية والمركزية والتي

كانت سيطرت عليها نخب السلطة والمال ، غير أن منصات الإعلام الاجتماعي تخلصت من سطوة النخب وقد ساعدتها آلياتها التواصلية الجمعية و التشاركية من الانفتاح واللامركزية (14)، الأمر الذي ساعدها على أن تكون بحالا رحبا للنقاشات " السياسية، الثقافية، الاجتماعية"، وقد أعادت شبكات التواصل الاجتماعي من هذا المنطلق إحياء مبادئ الديمقراطية من خلال توسيع مجال فعل التشارك والتشاور، إذ مكنت منصات شبكات الاتصال الاجتماعي كالتعليقات أو الهاشتاقات على جدران الفيسبوك، أو التغريدات على صفحات التويتر الأفراد من التعبير عن آرائهم السياسية والفكرية والإيديولوجية بكل حرية .

وكثيرا ما تحولت تلك التعليقات والتغريدات إلى فضاءات لإشهار الأفكار السياسية والمشاعر الوطنية، وقد ابتكر الشباب خاصة على حد تعبير الباحث " صادق الحامي" أشكالاً طريفة وفريدة من التعبير الرمزي أثناء التعبير والنقاش، كما تحولت هذه الشبكات في حالات كثيرة " كثورة تونس، ثورات مصر ... " إلى منصات لنشر الفيديوهات وكتابة المقالات والانضمام إلى الجماعات التي تتشكل حول مواضيع لا حصر لها (15).

تحول ناشطوا مواقع الإعلام الاجتماعي أيضا إلى جماعات ضاغطة ومؤثرة في الحياة السياسية أو تحولوا إلى "صناع للديموقراطية الرقمية " على حد وصف الباحث نصر الدين العياضي (16) ، بدافع ضمور ثقة الفرد في وسائل الإعلام الرسمية التي تمارس التملق والتزلف وتعمل على تغييب الوعي، والتي لم تعد قادرة على أداء الوظيفة النقدية التي نشأت من أجلها، بل أصبحت الفضاءات العمومية التي يخلقها الإعلام التقليدي الرسمي امتدادا للسلطات المهيمنة تصرف الفرد حسب استراتيجياتها : سلطة المال والسلطة السياسية والسلطة الإيديولوجية من خلال إشاعة أنماط محددة من الوعي تدفع الناس إلى الاستكانة وقبول القوالب الجاهزة في الوعي والتفكير وأنماط الحياة (17).

لذا شكل تواجد أدوات الإعلام الاجتماعي فرصة للتحرر من سطوة الإعلام الرسمي الاستهلاكي، لممارسة كل أنواع النقاش الحر المنفتحة من قيود ملاك وسائل الإعلام وصناع السياسات الإخبارية الموجهة ، تشكلت وفق هذا التوجه الجديد جماعات متعددة تمارس النقاش والتداول العمومي حول كل المسائل التي تهمها وتبني حولها مواقف عمومية وخاصة، وكثيرا ما ساهمت هذه المواقف المجمع عليها والمتينة ضمن مجموعات الاعلام الاجتماعي في توجيه أنظار صناع القرار نحوها، وجعلها ضمن أجندة وسائل الإعلام التقليدية.

وغالبا ما تدفع هذه المجموعات الحكومات إلى تحيين سياساتها العامة لأجل أن تتلائم وتستوعب هذا الواقع الاتصالي الجديد، فتجدها تندمج مع هذه البيئة التفاعلية فتخلق لها

صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع المواطنين والتفاعل معهم، فيفتح السياسيون صفحات لشرح سياساتهم وتحسين صورتهم، وتنشأ الوزارات صفحات للتواصل مع المجتمع والصحفيين.

تقدم أدوات الإعلام الاجتماعي فرصا عديدة إذن للمواطن وللحكومات للخروج من وضعية عدم تواصل وعدم الحوار وعدم التفاهم والتوجه نحو بناء شبكات اتصالية متنوعة، تفاعلية، سريعة(18)، ويمكن الاستفادة من هذه الأدوات " لو توفرت الإرادة الفعلية طبعاً" لوضع أسس صلبة لفضاء عام يلتقي فيها المواطنون والسياسيون وكل الفئات الاجتماعية للحوار الصريح حول القضايا والهموم التي تؤرق المجتمع، بهدف الوصول إلى اقتراحات بناء للتأثير على العمل السياسي و توجيهه لتحقيق البناء الديمقراطي(19).

وسائل الإعلام التقليدية بدورها استغلت هذه المنصات التشاركية كآليات جديدة لدعم وتعزيز تفاعلية الجماهير مع ما تقدمه الصحف والتلفزيونات والإذاعات من برامج، فتجدها على الميديا الجديدة واندماجها مع رهاناتها الجديدة هو ما يمكنها فقط من الصمود أمام عزوف الأفراد عما هو إعلام تقليدي : مطبوع أو إذاعي تلفزيوني، وتفضيلهم للوسائط المتعددة وللشاشات اللوحية الرقمية الصغيرة المبهرة.

كما يجد مستخدمو هذه المنصات التشاركية أنفسهم أمام زخم وكثافة تواصلية مدهشة، من تبادل للصور والفيديوهات، والأخبار والتعليقات والتغريدات يلحون إليها آتيا ويتشاركونها مع غيرهم دون عناء يذكر، بل تجذبهم تلك المضامين التواصلية بفعل سحرها وجاذبيتها، لأنها تعتمد على تقنيات صورة عالية الجودة و تصميم إبداعي مؤثر، تبدي في الغالب تحكما اتصاليا استراتيجيا لدى مديري مجموعات التواصل على مستوى مواقع الشبكات.

وقد أظهرت حملات التعبئة والحشد التي عرفتها أحداث ما أطلق عليه " بثورات الربيع العربي "، خاصة في مراحلها الأولى، وأثناء خروج الآلاف من الشباب للشوارع للتظاهر كثافة غير مسبوقة في إطلاق صفحات الإلكترونية والصور والفيديوهات على مستوى كل الشبكات الاجتماعية، التي كانت تجمع مئات الآلاف من الشباب حول شعارات وأفكار كثيرة، كإسقاط النظام، الإصلاح السياسي والاجتماعي، محاربة الفساد، مكافحة الرشوة.... إلخ، وقد أثبتت حول هذه المواضيع نقاشات كثيرة شهدت فضاءات الإعلام الاجتماعي، وكثيرا ما تحولت تلك الحوارات لنشاطات وأحداث واقعية، اجتمع حولها الآلاف من الشباب وتبنوها فعلا في أرض الواقع لما خرجوا للشوارع والساحات العمومية للتظاهر أو الاحتجاج.

فضاءات التعليق كبارومتر لقياس النقاش السياسي :

بعد أن استعرضنا فيما سبق أخلاقيات التواصل والتداول، وبعد أن أشرنا إلى المسارات التي تأخذها النقاشات السياسية التي يتم تداولها عبر فضاءات الاتصال المختلفة حتى تتحول إلى آراء عامة تساهم في إحداث وعي سياسي جمعي يساعد صناع القرار على بناء سياساتهم العمومية، وتساهم هذه الآراء المتداول حولها في صناعة وبناء أحداث وسائل الإعلام، بعد كل ذلك نأتي فيما يلي لاستعراض سيرورات بناء النقاشات العمومية حول قضايا السياسية في الصحافة المكتوبة الجزائرية على وجه التحديد، ونبرز أيضا المعيقات الفعلية التي تحول دون حدوث نقاش سياسي بناء ضمن الفضاءات التي توفرها وسائل الإعلام الجزائرية ذاتها.

إن تبني الإعلام الجزائري المكتوب على وجه التحديد "للخطاب التواصل التشاركي"، غير توجّهه لفتح فضاءات التفاعل مع القراء يساهم في الغالب في جذب القارئ وتحسيسه بأنه طرف مهم في العملية التواصلية، وكثيرا ما تحولت النقاشات التي يثيرها القراء فيما بينهم أو مع الصحفيين لأجندة عمل بالنسبة للصحفيين أنفسهم، فتوجه تلك الأفكار التي تم تداولها أنظار الصحفيين نحو مسائل مهمة قد غفلوا عنها، أو ترغّمهم على الاهتمام بمسائل لم يلتفتوا إليها على حد تعبير فرانسيس بيزاني (20)، وقد عمدهم أيضا بمعلومات أو أخبار جديدة لم يطلعوا عليها بعد.

إن إشراك القارئ في النقاش حول القضايا التي تهمه والمشكلات التي تواجهه عبر وسائل الإعلام، يجعله ينخرط إيجابيا ضمن السياسات العمومية للدولة، فيستشعر ثقافة المواطنة "كحقيقة"، ويندمج بسهولة في المجتمع ويتقبل بإيجاب أفعال الحكومة وقراراتها، فتكون بالنسبة له أفعالا مقبولة و" مألوفة" (21)، يتحقق هذا الأمر طبعاً إذا كان هذا الإعلام غير مؤدلج وغير مسير من طرف جماعات ضغط مصلحية، حينها سيتحول لأدوات تعبئة ودعاية، وسيعمل على بناء رأي عام مشوه وتابع وغير بناء، هذا ما يدفعنا للتمييز بين نوايا ودوافع وسائل الإعلام في الجزائر فليست في عمومها تحمل خطاب صحفي "يفرض ويبني الفضاء العام" على حد وصف بالتريك شارودو (22) (P. Charaudeau).

إنّ تداول على قراءة الصحافة الجزائرية ويتابع تعليقات القراء وينصّح تلك النقاشات التي تثار بين القراء والصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر مواقع الصحف الإلكترونية، يلاحظ وجود فرق شاسع في السياسات الإخبارية للصحف لدى تغطيتها للأحداث السياسية والتعليق عليها وبين الواقع ذاته (23)، وتبرز كذلك تفاوتات على مستوى طبيعة النقاشات التي تثار ضمن مساحات التعليق على الأخبار، فلكل جريدة

إيديولوجيتها في تناوّل الحدث والتعليق عليه بعد ذلك، وهو ما يدل على كل جريدة تتشخص وتتأدج من أجل أن تحتل مكانتها ضمن "الفضاء العام" (24).

فصناع السياسات الإخبارية في الصحف الجزائرية لا يتركون فضاءات التعليق على الأخبار تدار بعفوية وموضوعية بل تخضع في كل الحالات للرقابة والبت في حالة تعارضها مع سياسة الجريدة وإيديولوجيتها، وقد أظهرت عدد من بحوث الإعلام التي أجريت بخصوص موضوع الرقابة الإعلامية في الجزائر أن الفضاء العمومي الإعلامي في الجزائر لا يترك للصدفة، بل تحذف كل التعليقات والتعقيبات التي تعارض الموقف الرسمي للجريدة، وليس فقط الجرائد الرسمية العمومية التي تتخذ تبني الإجراءات الرقابية على مضامين التعليقات على مضامين الصحف، بل وحتى الصحف الخاصة التي تبني استقلالية الرأي كموقف غالباً ما تراقب تعليقات القراء فتحذفها تماماً أو تعقب عليها، وفي كثير من الحالات يتخوف القراء المنتقدون من إبداء آرائهم المعارضة خوفاً من التعقيب عليهم وزجرهم، وبالتالي يتخذون موقف الصمت ويتوارون تجنباً لاضطهاد الصحفيين والمعلقين الآخرين المؤيدين، وهذا الموقف ينطبق تماماً مع افتراضته نظرية لولب الصمت للباحثة إليزابيث نوال نيومان (Noelle-Neumann، حين قالت أن الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية التي تطرحها وسائل الإعلام فأهم يتخذون موقف (الصمت) تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة (25).

على الرغم من تنوع المشهد الإعلامي الجزائري وثرائه (من حيث : اللغة ، دورية الصدور، مكان الصدور، الملكية : خاصة وعمومية ...) ، ورغم مرور أكثر من 50 سنة على انطلاق تجربة الإعلام الحكومي العمومي "مباشرة بعد الاستقلال"، و مرور 25 سنة على انطلاق تجربة الإعلام الخاص " بعد إقرار التعددية الإعلامية وإصدار قانون الإعلام 90-04" إلا أن فضاء الإعلام المكتوب لا يزال يشهد فوضى وعدم تنظيم، وغياب رؤى وسياسات واضحة لتسيير النشاط الإعلامي (26)، بدليل تعثر تطبيق ما أقره قانون الإعلام الجديد لعام 2012، كإنشاء سلطة لضبط الصحافة المكتوبة، تحرير قطاع الإشهار العمومي من سلطة المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار (ANEP)، وكذلك تقنين نشاط سير الآراء، كل هذه العوامل مجتمعة أحدثت خللاً في سير منظومة الإعلام المكتوب في الجزائر، أدى إلى إغراق فضاء الصحافة بكثير من الصحف الطفيلية التي لا تحظى بأية مقروئية، إلا أنها تستفيد من ريع الإشهار العمومي الذي توزعه السلطة بمنطق الولاء والرضا، كما أن ملاك ومسيري أغلب هذه الجرائد من ذوي غير الاختصاص، يحضون بتراحيص لإنشاء جرائدهم فقط لأنهم موالون للسلطة ويروجون لمواقفها .

هذا اللاتوازن في توزيع الفضاء الإعلامي في الجزائر بين صحف قليلة متقدمة وغير نحاضعة (على سبيل المثال جريدتي الخبر والوطن باللغة الفرنسية) وصحف كثيرة مؤيدة وموالية للنظام ولجماعات ضغط معينة (رجال المال والأحزاب السياسية خاصة) أدى لإحداث فضاء عمومي مهزوز لا يحظى بمصداقية كبيرة من قبل القارئ، وانعكست هذه النتيجة سلبا على طبيعة تشاركية القراء ضمن المساحات التي تخصصها هذه الجرائد، وعلى هذا النحو فقد الجمهور القدرة على إبداء الرأي والحوار لمعرفة المسبقة أن نقاشه يخضع لسلطة مراقبة لا يهتمها فعلا رأيه، بل يهتمها أكثر التأثير عليه وإخضاعه. (27)

من عوامل ضعف النقاش العمومي السياسي في الجزائر أيضا غياب ثقافة التواصل العمومي لدى مسؤولي وسائل الإعلام ذاهم، سواء العموميون أو الخاص، إذ لا تهمهم ترقية الثقافة السياسية الحوارية لدى القراء بقدر ما يهتمهم اعتبارهم زبائن وجمهور قارئ، فبإمكان الصحف أن توفر أكبر قدر ممكن من الأركان والمساحات لدفع القراء للتفاعل بكل حرية والنقاش بكل ديمقراطية حول أية مواضيع يرغبون فيها(28)، ولساهم هذا النقاش في تثقيف القراء وإكسابهم وعي سياسي راق، إلا أن الحاصل هو تضيق مساحات الرأي والتعليق إلى درجة تسمح فقط بإحداث مشاركة محدودة ومراقبة من القراء، ربما فقط تفاديا لتهمة "الإنغلاق على الذات" أو "اللاتواصل مع الجمهور".

أضف لذلك أن أغلب الصحف المكتوبة الجزائرية لم تواكب منطلق الإعلام الجديد ولا زالت تدير مواقعها الإلكترونية وصفحاتها على شبكات الإعلام الاجتماعي بنفس آليات واستراتيجيات الإعلام التقليدي، وتنظر للجمهور الإلكتروني الافتراضي على أنه هو نفسه الجمهور القارئ الكلاسيكي، لم تتجدد أغلب هذه الصحف على نفسها ولم تعد صياغة أساليبها التحريرية وتقنيات تصميمها لصفحاتها ومواقعها الإلكترونية وفق الواقع الجديد، فتصفح مواقع جرائد كثيرة " كالخبر، الشروق، الوطن... "الأكثر توزيعا في الجزائر يحيل مباشرة إلى أنها تكرر دون إبداع ولا خيال لنفس العدد المطبوع، بنفس الهوية البصرية، ونفس التصميم، ونفس الأركان تقريرا، فلم تصغ خطابا إعلاميا متجددا ميدعا ولم تستحدث أفكارا إبداعية جديدة للتواصل مع الجمهور الجديد، الذي يميل للمضامين التشاركية الحيوية السريعة، الملفتة بصريا، والمباشرة، ويتعد عن كل المضامين الخطية، الطويلة، غير الجذابة وغير التشاركية، فجريدة الخبر على سبيل المثال وهي الجريدة الأعرق والأكثر "احترافية ومصداقية" حسب رأينا أعادت تصميم موقعها الإلكتروني " مع بداية شهر مارس 2015 " وفق رؤية جديدة، إلا

أن بنية هذا الموقع خللت من أي إبداع وجوده سواء من حيث الإخراج أو من حيث المضمون، وقد كان الموقع السابق أكثر إبداعا وجاذبية، وتلقيا من قبل جماهير القراء *.

بالإجمال فالشباب "يفضلون المحتويات الإعلامية التي تستخدم التطبيقات التقنية الإثراء النص الأصلي بالصورة والفيديو والصوت وإدراج الوصلات نحو الوثائق الداخلية أو الخارجية والإحالة على الملفات (أو المقالات) ذات الصلة واستحداث نظام من العلاقات المتشابكة بين المقال الإخباري ومقالات الرأي والتحليل بفضل تقنية النص المتشعب، ليست حيلة إبداعية للترفيه عن المستخدم بل هي تفضي إلى كتابة جديدة وإلى تشكيل مبتكر للعلاقة مع الواقع الذي يعالجه الخطاب الصحفي" (29).

لعل تناقص توجه وسائل الإعلام المكتوبة في الجزائر لفتح فضاءات النقاش السياسي عبر صفحاتها وفضاءاتها الاجتماعية ليس مرده فقط أنها لم تواكب منطق الإعلام الجديد، بل ارتبط الأمر أكثر بتراجع ثقافة الفعل السياسي في الجزائر عموما، فالعزوف السياسي لدى الفرد الجزائري هو ظاهرة واقعة فعلا، سواء بغياب المشاركة السياسية الفعلية للمواطن عبر امتناعه عن التصويت في الانتخابات، أو بعدم حضوره التجمعات السياسية التي تقام هنا وهناك، أو عن طريق إعراضه عن متابعة البرامج الإعلامية السياسية التي تعرض في وسائل الإعلام، وبطبيعة الحال ذلك انعكس سلبا على تشاركيته في إثراء النقاش السياسي الذي يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر المواقع الإلكترونية للصحف ذاتها.

لا تتجلى ظاهرة العزوف عن المشاركة لدى الشباب فقط، بل يظهر هذا السلوك السلبي أكثر لدى الأحزاب السياسية وتنظيمات المجتمع المدني، التي انصرفت عن لعب دورها الحقيقي في ممارسة المعارضة الديمقراطية البناءة للنظام الحاكم، فالنظام السياسي الجزائري يمتاز بكونه نظام مغلق لا يقبل التداول السلمي على السلطة، فالحزب الحاكم "حزب جبهة التحرير الوطني" هو الحاكم منذ استقلال البلد لغاية الساعة، رغم إقرار التعددية السياسية منذ أكثر من 25 عاما، والسماح للأحزاب السياسية بممارسة النقد و المعارضة والمشاركة في الانتخابات منذ ذلك الحين، إلا أن الوضع السياسي في البلاد لم يشهد إصلاحا حقيقيا يفتح المجال للمعارضة الناقدة، وبالتالي "فإن عزوف الأحزاب وكذا المواطنين عن الفعل السياسي يبدو طبيعيا لأنه نتيجة منتظرة لتوجه عام ساد على امتداد سنوات كان فيها الصراع السياسي مطبوعا بالتحكم في السلطة دون إمكانية تداولها".

خلاصة

الأوضاع الاجتماعية القاسية التي يعيشها أغلب المواطنين الجزائريين -خاصة لدى الشباب- تساهم في انعزالهم عن ممارسة النقاش السياسي عبر مختلف فضاءات الاتصال، فالمشاكل الاجتماعية الكثيرة التي يعانون منها كالبطالة، غلاء المعيشة، وضعف القدرة الشرائية، وكثرة الآفات الاجتماعية كالإجرام، العنف، الفساد.... إلخ، كل هذه المشاكل الخطيرة تجعل من النقاش السياسي آحر الأولويات بالنسبة للشباب، فالأهم بالنسبة لهم كيف يحصلون قوت يومهم، وكيف يتحصلون على سكن لائق وعمل مستقر، قبل التفكير في ممارسة النقد السياسي أو المعارضة السياسية، أو بناء مواقف مشتركة اتجاه الأحداث السياسية التي يعيشها البلد.

قائمة المراجع

- 1-حان مارك ، فيري .(2006). فلسفة التواصل، تر: عمر مهيليل، الجزائر : منشورات الاختلاف ، ص 17.
- 2-عبد الله زين ، الحيدري .(2014). الفضاء العمومي الجديد : السلطة الخامسة ، "المجلة العربية للإعلام والاتصال" ، الرياض : الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، العدد 12، ص 117.
- 3-Delforce, Bernard ; Noyer, Jacques. (1999). « Pour une approche interdisciplinaire des phénomènes de médiatisation : constructivisme et discursivité sociale », Études de communication, n°22, pp.13-39.
- 4-مانفريد، فرانك . (2002). حدود التواصل ، ترجمة: عز العرب الحكيم بناني ، الدار البيضاء ، ص 15.
- 5-صادوق، الحسامي .(2009). "في الجدل حول الاعلام" ، تونس : جريدة السياسية ، يوم 09 - 04 - 2009.
- 6-جمال، بن دحمان .(2007). "الديموقراطية وأنماط المشاركة في تدبير الشأن العام في الوطن العربي" ، مجلة رهنات، الدار البيضاء : مركز الدراسات والأبحاث الإنسانية، العدد 3 ، ص 15.
- 7-عبد اللطيف، الخمسي .(2007). "نحو مقارنة جديدة للديموقراطية" ، مجلة رهنات، الدار البيضاء : مركز الدراسات والأبحاث الإنسانية، العدد 3 ، ص 9.
- 8-جيمس جوردن، فينليسون.(2015). يورغان هابرماس : مقدمة قصيرة جدا، تر: أحمد محمد الروبي، مصر : مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ، ص 50.
- 9-أودينة، سليم .(2009). فلسفة التداوليات الصورية و أخلاقيات النقاش عند يورغان هابرماس، الجزائر : جامعة قسنطينة ، مذرة ماجستير غير منشورة، ص 50.
- 10-حسن، مصدق .(2005). يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت : النظرية النقدية التواصلية ، المغرب : المركز الثقافي العربي ، ص 146.
- 11-Louis, Quéré.(1992). "L'espace public: de la théorie politique à laméthathéorie sociologique", Quaderni, N° 18, Automne 1992, p. 77.
- 12-فلة، بن غربية .(2009). سيرورة المنظومة الاتصالية و الفضاء العمومي : دراسة مقاربتية لآليات التشكل في المجتمعين الغربي و العربي الإسلامي ، الجزائر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، 2009، ص 26
- 13- Wolton, Dominique . (2008) . Penser la communication, paris: Flammarion, Collection , Champs Essais , p31.
- 14-صادوق، الحسامي .(2009). تجديد الإعلام : مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، جامعة الملك سعود، العدد 55 ، ص 47.

- 15-صادوق، الحمامي. (2015). انجال العمومي والفيسوك وجريدة «الصحافة»، تونس، جريدة الصحافة اليوم ، 2015/01/13.
- 16-نصر الدين، العياضي. (2012). الفضاء التدويني العرب، واستراتيجيات بناء الذات ومرددها، مجلة الباحث الإعلامي ، العراق : جامعة بغداد ، العدد 18 ، ص 73.
- 17-عاشور، فني. (2012). تحولات الفضاء العمومي، مدونة فضاءات الدكتور عاشور فني، <http://fenni-e-spaces.blogspot.com/2012/07/1962.html>
- 18-محمد، قيراط. (2009). الإعلام الجديد والفضاء العام العربي: القرصو التحديات. الجزائر، جريدة الشروق اليومي، 01/04/2009.
- 19- المرجع نفسه .
- 20-فرانسيس، بيزاني. (2003). جنون المفكرات الالكترونية (ويب لوغر) على شبكة الانترنت :ادوات جديدة للإعلام ام للإقناع ؟ أغسطس، استرجعت بتاريخ 2015/03/30 ، من http://www.mondiploar.com/article.php?id_article=1692
- 21-François ,Demers.(2008). La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain, Les cahiers du journalisme n°18, p210
- 22- P. Charaudeau .(1997), Le discours d'information médiatique : construction du miroir social, Paris, Nathan.
- 23-عمر ، بلخير . (2006). معالم لدراسة تداولية وحجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب: ما بين 1989 و 2000 ، الجزائر : جامعة الجزائر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ص 337.
- 24-المرجع ذاته ، ص 337.
- 25- Noelle-Neumann, Elisabeth.(1991). The theory of public opinion: The concept of the spiral of silence.
- 26- D. Bouadjimi.(2005). Du pluralisme politique au pluralisme médiatique : l'expérience algérienne , Université de Biskra , Les travaux de premier séminaire national sur: la transition démocratique en Algérie , 10-11/12/2005 ,p13.
- 27-صادوق الحمامي، تجديد الإعلام ، مرجع سابق ، ص 23.
- 28-Boudhane Yamine, Merah Aissa . (2012). Espace public médiatique en Algérie À la recherche d'un modèle , Beiruth , La revue arabe de la communication et du développement .
- 29-صادوق الحمامي ، تجديد الإعلام، مرجع سابق .