

الإعلام الجديد كفضاء عمومي في البيئة العربية

- مقارنة مفاهيمية -

حفصة كوبيبي*

حليمة رقاد*

● مقدمة:

يمثل " المجال العمومي " أحد أهم المفاهيم التي تناولتها علوم الاعلام و الاتصال ، و من بين الإشكاليات التي ما زالت توصف بـ " العويصة " و القليلة الدراسة و البحث في المنطقة العربية ، على إعتبار أن مفهوم المجال العمومي نشأ في المجتمعات الغربية التي تبنت نموذج الحداثة ، بل تجاوزته.

و بغض النظر عن التعارضات التي نشأت بين مختلف المقاربات التي تناولت مفهوم المجال العمومي (الهبرماسية و الجمالية و غيرها) ، فإنها تتفق على أنه تلك الفضاءات العامة كالمقاهي و الصالونات و النواد الثقافية ، التي يناقش فيها الأفراد قضايا الشأن العام ، أين تلعب وسائل الإعلام و الإتصال من الكتب ، الصحف ، المجلات و التلفزيون دورا وسائطيا في هذا المجال ، يساعد على تشكيل الرأي العام و بلورته.

و مع تطور الأنترنت - كوسيط اتصالي- و ظهور الجيل الثاني من الواب web.2.0، ظهرت أشكالا جديدة من التعبير و فضاءات جديدة للنقاش و الحوار -افتراضيا - كالمندديات forums و الشبكات الاجتماعية réseaux sociaux (الفيس بوك facebook، التويتر twitter ، و غيرها) و المدونات Blogs، التي أصبحت تعرف بـ " الاعلام الجديد " ، فظهر فاعلون جدد يقومون بإنتاج المضامين الاتصالية في المجال العمومي "الافتراضي". و بالرجوع إلى المنطقة العربية ، نجد أن هذا الاعلام الجديد أخذ يلعب أدوارا مهمة في الحراك الاجتماعي ، و في تشكيل علاقة الفرد بمحيطه ككل، و أصبح يشكل فضاءا عموميا " افتراضيا". وعليه نطرح الإشكال التالي :كيف يتمظهر المجال العمومي في المنطقة العربية؟ و في ظل البيئة الاعلامية -التواصلية الجديدة؟ يتفرع عن هذا السؤال عدة أسئلة فرعية أهمها: ما هو مفهوم المجال العمومي ؟ كيف تشكل وسائل الاعلام مجالا وسائطيا فاعلا ؟ كيف يشكل الاعلام الجديد شكلا جديدا للمجال العمومي ؟

1- حول الفضاء العمومي:

1-1- مفهوم الفضاء العمومي

الفضاء العمومي espace public و أحيانا يترجم بالمجال العمومي ، فكرة طرحها الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس Jürgen Habermas في كتاب له صدر سنة 1962 L'espace public. Archéologie de la publicité 1962 ، على أنه فضاء للنقاش الحر والنقد العقلاني يسمح بإثارة القضايا العامة من طرف الأفراد ويسمح بأن يتحول الرأي الخاص في الشأن العام والنقد الشخصي إلى فكرة عامة تصل لعموم الناس ¹ .

و يضيف أنه عبارة عن دائرة وسطية تكونت تاريخياً في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة. وهو المجال المتاح لجميع المواطنين، حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن رأي عام وكان بذلك من ربط مفهوم الفضاء العمومي بالفعل التواصل، (action communicationnel).

و يحيل مفهوم المجال العمومي الهابرماسي إلى الفضاءات العامة (مقاهي، صالونات، مكتبات، نواد ثقافية جمعيات فكرية) التي ظهرت في القرن الثامن عشر في أوروبا الغربية (فرنسا، ألمانيا، وبريطانيا) و التي كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي و يتناقشون داخلها في مسائل تتعلق بالفن و الأدب في المسائل السياسية بعد الثورة الفرنسية، يعتمد على الحجاج و المناقشة و الحوار.

وإبتداء من تسعينيات القرن الماضي، ظهرت إجهادات نظرية أخرى طورت مفهوم الفضاء العمومي، تأسيساً على بحوث هارمس، لكن في علاقته بالتواصل و بالإعلام الجماهيري تحديداً. في هذا السياق، يرى برنارد ميج Bernard Miège أن هارماس يعتبر أن الفضاء العمومي السياسي يمثل جوهر شروط التواصل ما دام أنه المفهوم المركزي لنظرية معيارية للديمقراطية².

و يعرفه ميشال فوكو Michel Foucault بالقول: "الفضاءات العمومية هي أماكن عمل، و بالتالي هي فضاءات لإستمرار أو بقاء الجماهير و هي متواجدة في مركز الصراعات الحادة و المتكررة بين مختلف السلطات التي تسعى لإستعمالها كأداة تعليمية بغاية سياسية أو دينية أو كرهان إقتصادي"³.

و حسب فرانسيس بال Francis Balle في كتابه Lexique d'information communication، يشير المجال العمومي إلى الأماكن و الفضاءات و المؤسسات التي تحتضن المناقشات العلنية التي تدور بحرية حول القضايا التي تمم الجميع، و ذلك بإستعمال المنطق و الحجج العقلية، و الواقع أن فهم ما هو عمومي يتبلور و يتحدد من خلال وضعه في مقابل الحياة الخاصة التي تشير إلى ما هو فردي و عائلي.⁴

هذا المفهوم نفسه نجده في قاموسه dictionnaire des médias⁵، و من جهته يرى دومنيك فولتون D. Wolton أن المجال العمومي الذي يميز المجتمعات الديمقراطية هو نتاج لصيرورة تاريخية تشكلت من خلال قيم و لغة مشاركة، إذ يقوم المجال العمومي على قيم الاعتراف المتبادل لمختلف الشرعيات الاجتماعية، فللمجال العمومي شروط منها استقلالية الفرد و نبذ العنف كطريقة لحل الصراعات السياسية و الفكرية، فهو نتاج لضرورة التحرر السياسي و الثقافي التي تسمح للأشخاص بالجهر بخياراتهم الحياتية الخاصة و آراءهم السياسية من منطلق مبدأ يمكن الحديث في كل شيء في الساحة العامة.⁶

و ظهر اتجاه آخر لا يولي إهتمام بالحجاج و النقاش العقلاني لقيام الفضاء العمومي، و يعرف هذا الاتجاه بالمقاربة الجمالية (الإستيتيقية)، و نجد في هذا الطرح جون مارك فيري M. Ferry. J، و الذي ينظر إلى الفضاء العمومي من خلال إظهار الآراء و الأحداث الاجتماعية و كيفية تمثيلها، فالجال العمومي يتجسد من خلال ذلك الاطار الإعلامي التمثيلي (إعتبار وسائل الإعلام ناقلاً للأحداث، و تعبر عنها و تنقلها للجماهير، فهي تمثل الكل) فالجال العمومي حسب هذا الإتجاه هو تلك الأفكار و الأحداث التي ينقلها المجال الإعلامي و يناقشها، و بهذا يصبح المجال العمومي "النظام التي تتمثل الجماعة من خلال ذاتها"⁷.

فالمنظور الجمالي للفضاء العمومي ينطلق من قدرة الانسان على إطلاق الأحكام على مختلف الأحداث و الخطب و الآراء التي تتجلى في الساحة، و نجد في هذا المنظور أيضاً "أرندت حنا" H. Arendt و التي تعتبر المجال العمومي مجال تجلي الإنسان للآخرين، هو مشهد عام يتجلى فيه الأفراد و الجماعات لبعضهم البعض، من خلال مختلف آليات الإشهار، و من منظور حنا أرندت، المجال العمومي لا يرتبط ببعد مكاني، فهو ليس مجالا معطى و إنما من إنجاز الانسان و أنشطته، و علاقاته، من خلال الكلام، يقتضي إذا الديمقراطية بالضرورة، و يقتضي ثنائية التعدد و المشترك، و حسب تعبير "أرندت" يشبه المجال العمومي الطاولة التي تتوسط الناس فتجمعهم و تفصلهم في الوقت ذاته، و بذلك يؤسس طابعه المتعالي.

2-1- أبعاد الفضاء العمومي :

بالرجوع إلى نشأة الفضاء العمومي بالمفهوم الهابرماسي عند تحليله للأوضاع السياسية (السلطة) في القرن الثامن عشر في فرنسا و بريطانيا، و اللتان شهدتا تطورات عديدة بعد الثورة الصناعية على مختلف الأصعدة الاجتماعية و الاقتصادية، فظهرت طبقة البرجوازية المرتكزة على "الأفكار التنويرية"، و إنتقلت مركزية الحياة الاجتماعية من الريف إلى المدينة، التي انتشرت فيها ظاهرة

الصالونات و النوادي و المقاهي، و إنتشرت الكتب و مختلف الدوريات و المطبوعات ، مشكلة بذلك فضاء عموميا، مشكلا بذلك ما يوصف بـ"البرزخ" الفاصل بين الحياة الخاصة و الدولة الملكية القائمة على التكتّم و السرية، و الذي يقوم — أي البرزخ/الفضاء العمومي - على أبعاد ثلاثة هي⁸ :

1- **البعد السياسي**: هذه الفضاءات كانت تحت سيطرة الملك، تحاول النخبة الجديدة الإستحواذ عليها ، و تعمل على

تحويل مجرى النقاش للنقد تجاه القصر.

2- **البعد الاجتماعي**: تنتمي النخبة التي تثري النقاش في الفضاءات العمومية إلى كونها لا تنتمي إلى حاشية الملك، و لا

إلى عامة الناس، إنما فئة تعتنق أفكار عصر التنوير.

3- **البعد الثقافي**: يتحدد من خلال وسائل النشر، و خاصة الطباعة ، (كتب، جرائد)، مما سمح للفئة المتعلمة فقط-

النخبة - من نشر أفكارها و تبادلها مع نظرائها، غير أن وسائل الإعلام تطورت بشكل كبير و متسارع و لم تقتصر فقط على الكتابة. فظهرت وسائل أخرى لا تتطلب مستوى عال من الثقافة ، كالإذاعة التي تتطلب السمع و التلفزيون، الذي يعتمد على الإثارة و الخصائص البصرية ، و حاليا الأنترنت.

3-1- متطلبات تشكل الفضاء العمومي:

لا يتشكل المجال العمومي حسب هابرماس دون وجود أية أرضية تسمح له بالظهور، و حسب دانيا بونيو **Daniel bougnoux** من بين العوامل التي تسبق ظهور المجال العمومي، أو التي تمهد لظهوره، وجود تهيئة مادية للإقليم و شق الطرقات ، و شبكات توزيع السلع، و بالإضافة إلى هذه العناصر المادية نجد عناصر رمزية كاللغة الوطنية الرمزية.⁹ و انطلاقا من مفهوم البنية لابد من توفر العناصر التأسيسية لـ "قاعدة مبادئ الفضاء العمومي" يمكن أن تكون متمحورة حول عشرة إقتراحات أساسية هي¹⁰:

1. **وجود فضاء فيزيقي**، بوصفه مكانا حقيقيا أين يتجلى ضمنه "العمومي"، و تجتمع داخله الجماعات، الأفراد، الأشياء، المواضيع(الأجهزة، النصوص، الكفاءات، البنى،...) و أشباه الأشياء(كائنات هجينة على حسب قول برينو لاتور **Bruno Latour**).

2. **وجود فضاء رمزي** تتجلى ضمنه المواقف و الآراء و القناعات التي تساهم في وضع الأسس للفعل أو الالتزام و التأسيس للعبة السياسية.

3. **وجود فضاء للكلام** أو الخطاب، أي مكان للتبادل، التفاعل، النقاش، الإحتجاج و النقد. يمكن أن تكون هذه الأماكن ممثلة في المقهى، السوق، المسجد، الجمعية، الجرائد، وسائل الإتصال، الشبكات الاجتماعية...

4. **وجود "جمهور"** متمثل في جمع من الأفراد المتفاعلين فيما بينهم، يعرضون أفعالا و أشكالا من الالتزام الجماعي.

5. **وجود خطابات** تمثل تعبيرا عن حالات التفاعل المتبادل، عن النقاشات و الإنتقادات و عن الآراء المتبادلة.

6. **وجود صيرورة** من الممارسات المحددة لطبيعة الأفعال، المطالب، التنظيمات و القرارات.

7. **وجود الرؤية و الإعلان** بصفتهم توضيحا لطريقة التجلي في الفضاء العمومي.

8. **وجود دينامية للمشاركة** تشتغل تبعا لنمط الاندماج/ الإقصاء (النساء، الأقليات، المهاجرون...)، أي وفق علاقات للقوة و السلطة.

9. **وجود تفاضل و تنافس** بين الفاعلين يفترض هرمية و تقسيما للأدوار و المهام و النشاطات.

10. **وجود مخيال اجتماعي** (حسب رأي كاستورياديس **Castoriadis**) يمثل أساس الصيرورة الإبداعية للتجلي في الفضاء العمومي و أساس بناء العالم المشترك و نمط المشاركة الجماعية.¹¹

إن هذه العناصر السابقة الذكر التي تمثل الأرضية لتشكيل المجال العمومي ، تتفاعل مع بعضها البعض مفرزة ما يعرف بـ: "الدولة-الأمة"، و يقوم المجال العمومي على التنوع ، تنوع الآفاق و المواقع و الرؤى، التي تجسد العالم و التي لا يمكن تصور إنتاج المعايير المشتركة دونها، فالفرد يحتل في المجال المشترك موقعا مغايرا عن الآخر، فثراء المجال العمومي يستبعد التماثل .

1-4- أهمية الفضاء العمومي:

أما عن أهمية الفضاء العمومي ،يقول كالهون كراغ **Calhoun CRAIG**¹² إن أهمية الفضاء العمومي تكمن في تجاوزه المعاني العامة للمجتمع المدني و الإنطلاق من طبيعته من أجل تفسير الأسس الاجتماعية، و الثقافية، بهدف تنمية خطابا فعليا عقلانيا نقديا يسعى لحل النزاعات السياسية. على هذا الأساس يمكن اعتباره مفهوما ثريا، لأنه يستوعب الاختلافات المكونة للمجتمع المدني الجمعيات، تنظيمات خاصة ، جماعات سياسية، حركات اجتماعية، و يهتم بديناميات المشاركات في الفعل السياسي و الاجتماعي بصفته مفهوما سيوراثيا .

كما يساهم المجال العمومي من خلال الخطاب الحجاجي في بلورة الرأي العام ، فأساس تشكيل هذا الأخير هو وجود فضاء مكاني، وجود قضية معينة تهم الشأن العام، بالإضافة إلى النقاش العلني، هذه العناصر الثلاثة الأساسية يوفرها الفضاء العمومي، كما تلعب وسائل الاعلام دورا مهما في هذا الفضاء.

1-5- أهمية وسائط الإعلام في الفضاء العمومي:

يعتبر فضاء وسائل الاعلام *média sphere* ذلك الفضاء الذي تترابط فيه وسائل الإعلام بمختلف العمليات الاجتماعية و كل العوامل التي تؤثر في هذه العلاقة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.و بما أن الفضاء العام حركة إدماج وتمجيد الحريات الفردية والتعبير عن الآراء وتمكين الفاعلين السياسيين والاجتماعيين والدينيين، والثقافيين من الحوار والنقاش والإختلاف أمام الجميع، فمن خلاله يقوم الأفراد بقراءة الصحف، تبادل الكتب، ومناقشة القضايا العامة في النوادي و المقاهي ،ليشهد بعدها المفهوم إمتدادا من المكتوب إلى الاتصال السمعي البصري و مجتمع الأنترنت في عالم اليوم .¹³

و يرى برنار ميبج **Bernard Miège** أن المجتمعات الديمقراطية مرت في علاقتها بوسائل الإعلام منذ القرن الثامن عشر بأربعة نماذج هي:

1- النموذج الأول: تمثل في صحافة الرأي في النصف الثاني من القرن الثامن عشر.

2- النموذج الثاني : مثله الصحافة التجارية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، انفصلت هذه الصحافة عن الآداب وفرض الإعلان نفسه كقوة فاعلة في الصناعة الإعلامية، وأصبحت الصحافة حلقة وصل بين الطبقة السياسية والجمهور مشكّلة بذلك الرأي العام.

3- النموذج الثالث : ظهر في منتصف القرن العشرين متمثلا في الوسائل السمعية البصرية، إعتد هذا النموذج على التسلية والتشويق وطرق التسويق والترفيه و"الشو بيز" على حساب الجدل والنقاش والحوار المقنع.

4- النموذج الرابع : ظهر في السبعينات من القرن الماضي مع الإنتشار الواسع للعلاقات العامة التي أصبحت جزءا استراتيجيا من المؤسسات والإدارات والجمعيات حيث تقوم على فنون ومهارات إقناع وإغراء المستهلكين.

فهذه النماذج الأربعة تحكمها علاقات مركبة ، نظرا إلى اختلافها و تنوعها و تطورها المستمر، فالمجال العمومي الذي تشكله يبقى محكوما بالتناقضات و خاصة مع تطور الوسائط الإعلامية.

يضيف ميبج **Miège** نموذجا خامسا ما زال في طور التشكل ،يرتبط بتكنولوجيات المعلومات و الاتصالات الجديدة، و يتميز هذا النموذج الأخير بطغيان طابعه الاجتماعي على السياسي.

في حين يرى ريجيس دوبريه **R. Debray** أنه يمكن تقسيم المجال الواسطي إلى ثلاثة مجالات حكمت التاريخ ، حيث يؤدي تغير الوسائط إلى الانتقال من مجال إلى آخر ، كما أنه يتم الانتقال وفقا لمنطق التدرج والاستمرارية وليس وفق مبدأ القطيعة والثورة ، بمعنى أن الوسيط السابق يتعايش مع الجديد، فهذا الأخير لا يلغيه، وهذه المجالات هي:

1- **المجال الخطابي الواسطي: logosphère**: و ساد في هذه الفترة الإتصال الشفاهي و الكتابة .

2- **المجال الواسطي الكتابي: graphosphère**: هذه الحقبة التي دشتها المطبعة و مختلف الوسائط التي إرتبطت بحروف الطباعة(مختلف المطبوعات و المنشورات كالكتب و الصحف) كما ظهرت فيها مؤسسات نخبوية كالمدرسة و المؤسسات الصحفية، كما برزت وسائط من نوع آخر كالمدرسين و المثقفين.

3- **المجال الواسطي المرئي: videosphere** : أين هيمنت الصورة بمختلف الوسائط، و في مقدمتها التلفزيون، كما أصبح الصحفي بمثابة الوسيط المركزي لهذا المجال،

هذه النماذج و المجالات ساهمت بطرق مختلفة في إتساع رقعة الجماهير في الفضاء العام وإبتعادهم من مراكز إتخاذ القرار، أصبحت وسائل الإعلام تتحكم في نشر التباين وعدم العدالة في الوصول إلى النقاش العام: حيث نجد أقلية من صناع القرار وصناع الرأي والقائمين بالإتصال يسيطرون على فضاءات الإتصال والتعبير عن آرائهم و أطروحاتهم وأغلبية ساحقة تجد صعوبات كبيرة في إسماع صوتها وإيصاله إلى وسائل الإعلام ومن ثم إلى الفضاء العام¹⁴.

1-6- أثر وسائط الاعلام في المجال العمومي:

يتضح من خلال هذه الكرونولوجيا التاريخية مساهمة تكنولوجيا وسائط الإعلام والإتصال في إتساع و إثراء الفضاء العام حيث أدت بصفة عامة إلى تأثيرات أربعة تمثلت فيما يلي¹⁵:

1- "تقنية": العلاقات تقوم على استخدام الآلات والأجهزة حيث أصبحت العلاقات تقوم عن طريق الهاتف النقال أو الانترنت بصفة سريعة وعملية جدا.

2- "تسليع": جعل الاتصال سلعة وتجارة تقوم على مبدأ العرض والطلب و الإغراء ومختلف تقنيات التسويق والإعلان والبيع والشراء.

3- "تجزئة": الجمهور حيث أصبحت هناك وسائل إتصالية جد متخصصة تهدف إلى تلبية الاحتياجات الخاصة بكل فئة محددة من فئات الجمهور العريض.

4- "عولمة" الإعلام : والتي أدت إلى توحيد الخطاب والقيم والمعايير على حساب خصوصيات الدول والثقافات والحضارات .

فلم يعد المجال العمومي واحدا ، بل تشظى بفعل تعدد وسائط الاعلام ، و توسيع دائرة "البرزخ" بزيادة عدد الفاعلين فيه،

حيث تغيرت ملامح الفضاء العمومي كثيرا- مقارنة بالمفهوم الأولي "الهابرماسي".و في ذات السياق يرى فرانسوا باستون **François Bastien** أن هناك أربعة فاعلين في المشهد المتشظي، أصبحوا ينافسون أبطال السلطة التقليديين و هم¹⁶:

1- **المدنسون: les profanes**: من بين البرامج التي تعمل القنوات التلفزيون من خلالها على إثارة اهتمام المشاهدين،

تلك القضايا الخاصة كالاعتراف بالحياة الحميمة، و بذلك أصبحت الحياة الخاصة تختلط و تتداخل مع الحياة العامة ، و هذا التغيير يشكل تعتيما على القضايا التي تشغل عامة الناس، و تلهيهم بقضايا هامشية جزئية بعد تحويلها إلى قضايا مركزية.

2- **الخبراء: les experts** : تعتمد وسائل الاعلام على ما يسمى بالخبراء عند إثارة قضية معينة، تقوم باستضافة

متخصصين كعلماء الاجتماع، و علماء النفس، الإقتصاديين، وغيرهم للرد على الاسئلة و تقديم تحليلات لإقناع الناس، و بذلك حلت "المشاهدة التلفزيونية محل النقاش البرلماني".

3- **les intellectuels**: صنعت وسائل الإعلام الجديدة مثقفين خاصين بها، مهتمون بتحليل القضايا الآنية، كالتعليق على الأفلام و المعارض و المسرحيات، في حين أن المثقفين الملتزمين لم يعد من يرغب في ظهورهم على الساحة.

4- **les homes politiques**: ظهر للسياسية رجالات جدد ، كالرياضيين و الممثلين بفضل التسويق السياسي، الأمر الذي أدى إلى فقدان السياسيين التقليديين السيطرة على المجال العمومي.

يظهر جليا من خلال ما تم عرضه بروز البعد التكنولوجي في الاتصال كظاهرة اجتماعية يتمثل دورها في نقل واستقبال وبث الأفكار والآراء والمعلومات التي تشغل بال المواطن في علاقته بقضايا الشأن العام، فهي بذلك **فضاء ميدياتيكي (Espace médiatique)** جزءا من الفضاء العام (**Espace public**) الذي فيه يتفاعل المواطن بشكل حر ومستقل عن أطر الدولة التي تنظم حياة الأفراد كتلة ووحدة متماسكة انطلاقا من محددات عامة مثل الدستور والهوية والتاريخ والمصير المشترك.

و من أن أجل أن يبقى الفضاء العام ظاهرا للعيان وحاضرا في دفع قضايا أي مجتمع من خلال تكنولوجيات الإتصال فإنه يجب الإعتراف بإمكانية هذه التقنية في نقل المعلومة وتبادلها وتخزينها داخل سياق سياسي وثقافي لماهية الإتصال الإجتماعي.

إن الإتصالات من خلال التكنولوجيا الرقمية الحديثة تبدو منسجمة مع طبيعة الفرد التحررية وقاعدة المجتمع المتعدد عندما تقع هيكلتها وتنظيمها من خلال تقدم البعد الاتصالي الثقافي وليس الإتصالي التقني الذي قد يقع إخضاعه إلى قواعد التسويق أو الاحتكار¹⁷. فبفضل وسائل الاتصال التفاعلية ، والتي تتمثل في الهاتف النقال والإنترنت استطاع الفرد أن يكون عنصرا **فاعلا** يؤثر و يتأثر داخل الفضاء العام الذي يعيش فيه . كانت وسائل الإعلام في الماضي تدعم التغيرات السياسية والإقتصادية و الإجتماعية ، ولقد رأينا ذلك جليا في تأثير الصحافة المطبوعة على الثورة "البروتستانية" في أوروبا، وفي استخدام جمال عبد الناصر للراديو لنشر أفكاره في أنحاء الوطن العربي، و عند استخدام الناشطين الصينيين في ميدان "تيانن" لجهاز الفاكس، ورأيناه أيضا عندما حاول الشعب الأندونيسي إسقاط حكومة "سوهارتو" حيث كان البريد الإلكتروني هو وسيلة التواصل في ذلك الوقت. كما فازت جودي وليماز في عام 1997 بجائزة نوبل للسلام بعد نجاح حملتها ضد استخدام الألغام كسلاح حرب من خلال استخدامها للبريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل .

أما اليوم فقد تجاوزنا "وسائل الاتصال الجزئية" ليتشكل لدينا اليوم ما يسمى بالإعلام الجديد المتمثل في الفيس بوك وتويتر واليوتيوب، المدونات و غيرها من تطبيقات الأنترنت في جيلها الثاني، مكونا بذلك فضاءا عموميا افتراضيا.

2- الفضاء العمومي الافتراضي:

2-1- في مفهوم الفضاء العمومي الافتراضي :

الفضاء الافتراضي **cyber espace** هو ذلك الفضاء الذي تتواجد فيه المعلومات الإلكترونية ، و تتم فيه مجمل الأعمال الإلكترونية من تبادل الملفات و الحوارات و الأفكار و المعلومات بين المستخدمين، مشكلين بذلك مجموعات افتراضية **communauté virtuelle**، و يتحقق الفضاء الافتراضي من خلال الأدوات الإعلامية-الإتصالية التالية:

1- **الشبكات الاجتماعية**: ظهرت أدوات جديدة للإعلام الجديد، أهمها مواقع الشبكات الاجتماعية **les sociaux réseaux** ، حيث استطاعت هذه الشبكات أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح و التفاعل و سرعة نقل الخبر و تدعيمه بالصورة الحية و المعبرة، و أبرز هذه الشبكات:

- الفيس بوك : Facebook : تم اطلاقه في فيفري سنة 2004، يتبع لشركة تحمل الإسم نفسه، مؤسسه يدعى مارك زكربيرغ ، M. Zuckerberg ، قام بتأسيسه حين كان طالبا بجامعة هارفارد، و كان الموقع عند إطلاقه مخصصا لطلبة الجامعة المذكورة فقط، و من ثم تم توسيعه ليشمل جميع الجامعات بمختلف القارات، ليصبح الموقع العالمي الأكثر شهرة. يسمح هذا الموقع

لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، و الإنضمام إليها، من نفس الموقع و تتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عادة في دائرة فئة معينة، مثل كونه من مهنة محددة، أو منطقة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة، و غيرها من التجمعات و الأماكن التي تساعد المستخدم على التعرف على المزيد من الأصدقاء و الأشخاص الذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة أما عنوان الموقع فهو facebook.com.¹⁸

● التويتر Twitter : شبكة إجتماعية تمكن مستخدميها من إرسال و قراءة النص القائم على المشاركات ، و المحدد بمائة و أربعين حرف كأقصى تقدير، و تسمى الرسالة ب : tweets أي التغريدة . أنشأ الموقع في مارس 2006 من قبل " جاك دورسي " ، يتمتع الموقع بشعبية كبيرة هو الآخر ، حيث بلغ عدد مستخدمييه 200 مليون مستخدم عام 2011¹⁹ .

2- المدونات **blogosphere** : يضاف إلى أدوات الاعلام الجديد المدونات المتخصصة على الأنترنت لأنها مصدر أساسي للمعلومات و النقاش، و تعرف المدونات **blogosphere** بصفة عامة على أنها مواقع خاصة بالأشخاص أو المؤسسات تتضمن تعليقات و آراء و أخبار، و غالبا ما تتضمن روابط فائقة **links** لمعلومات متاحة على مواقع أخرى على الشبكة .

وهي ما تعرف بـ "les sites à faire-soi-même" ، أو "do it your self" و التي تسمح للأنترنيتيون **les internautes** بإنشاء مواقع خاصة ، تتيح حرية التعبير في أي موضوع أو عدة ميادين، حسب إختياراتهم، مثل "جريدة حميمة **un journal intime**" ، على أمل الإلتقاء بجماهير يشاركون نفس الاهتمامات ، و هناك عدة أنواع للمدونات ²⁰ . قد تحمل اسمه الحقيقي و يروج لها للحصول على القراء و الزوار، و هي أقرب إلى الصحيفة الإلكترونية ، غير إن المواد المنشورة في المدونة توضع في ترتيب زمني تصاعدي (معنى ظهور المعلومات الأكثر حداثة) ، و أخذت المدونات شهرة واسعة بسبب المدونات السياسية و العسكرية و دورها في الخطاب العام على المستوى السياسي و الإعلامي، و أصبحت توصف بأنها ثاني ثورة في عالم الأنترنت بعد البريد الإلكتروني، و الويكي **wiki**، و تعتبر اليوم من أبرز خدمات و تطبيقات الواب 2.0، و من بين أهم مميزاتها:

- حداثة معلوماتها باستمرار، و خلوها من الرسائل المزعجة **spam**.
- قد تنشأ للنشر الشخصي أو المهني و يمكن أن تكون متخصصة أو تجمع عدة مواضيع.
- تشكل تجمعات إلكترونية بين محرريها و المستفيدين منها.
- توفرها على أرشيف سهل الحصول عليه مقارنة بالشبكات الاجتماعية .

3- مجموعة دردشة: **groupe de discussion** : هي عبارة عن موقع يسمح لأي زائر بكتابة رسالته حول موضوع معين، و يتم عرضها على هذا الموقع الخاص، و الدردشة الإلكترونية **chat** هي عبارة عن محادثة نصية على الأنترنت بين شخصين أو عدة أشخاص مربوطين بالشبكة ، و تكون عبر عدة مواقع توفر هذه الخدمة.

4- مجموعات الأخبار: **News groups** : و تعرف أيضا بالنواتي الافتراضية و هي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها البعض ، و يمكن وصف مجموعة الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد ، بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر، و يمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي و الصور الثابتة و المتحركة، و يمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الاخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به، و بعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات و أخبار و بيانات و غيرها في إطار اهتماماته.²¹

تشير الإحصائيات أنه في مطلع 2011 أصبح في العالم نحو 1.5 مليار مستخدم لشبكة الأنترنت، يرسلون يوميا 02 مليار رسالة بريد إلكتروني، و أن 90% منهم أي حوالي 940 مليون يتواجدون بشكل مستمر في المواقع الإجتماعية و أن 72% منهم يتواجدون في أكثر من موقع اجتماعي، و بالطبع يحتل الفاييس بوك أعلى معدل استخدام من قبل إجمالي مستخدمي الأنترنت بنسبة 51 % حيث يشترك نحو 610 مليون ، و يأتي بعده ماي سبيس بنسبة 20% و تويتر بنسبة 17%.²²

2-2- مميزات الفضاء العمومي الافتراضي :

قد غيرت الأنترنت كثيرا في المجال العمومي باعتبارها إمتدادا له، حيث شكلت نموذجا تواصليا جديدا يتميز بـ:

1- فاعلون جدد: تخضع وسائل الإعلام الكلاسيكية التقليدية ، و التقليدية هنا تعني القدم في التعامل و الإعتياد - و بالرغم من وفرتها و كميتها - للمركزية ، فعلى سبيل المثال مؤسسة التلفزيون تحكمها عادة أطراف محددة سواء مؤسسات إقتصادية ، أحزاب ، حكومات، الأمر الذي يتيح معرفة اتجاهاتها و استراتيجيات خطابها، أما المجال الإلكتروني ، فلا يخضع لمبدأ المركزية، فطبيعة الأنترنت المفتوحة على الجميع، أتاحت وجود خطابات متعددة للمستخدمين، بمختلف الوسائط . فغياب الموزع المركزي أحد أهم سمات الظاهرة الجديدة مما يسمح بفتح المجال العمومي أمام مجموعات جديدة كالنشطاء السياسيين و العائلات و المجموعات الشبابية .²³

فالنموذج التواصل التقليدي قائم على التمثيلية ، بمعنى أن الذين يخاطبون في المجال العمومي يمثلون الجماهير الصامتة التي لا تتمتع بالحق في الكلام، على العكس تماما من النموذج الجديد القائم على التشاركية، مبدأ الكل يتكلم كما يريد، فهو أكثر إنفتاحا، فهذا النموذج التواصل الجديد يقوم على إنهاء الحدود الثابتة الفاصلة بين البث و إنتاج الخطابات و تلقيها، بمعنى تشكيل نموذجا أفقيا " أكثر ديمقراطية"، يتحول بذلك المستخدم إلى مشاركا فاعلا نشطا في المجال العمومي، فأزاحت البيئة الجديدة إحتكار النخب الثقافية و السياسية و مختلف المؤسسات الأخرى على المجال العمومي.

كما أصبحت إنتاجات المستخدمين هذه تمثل قيمة جديدة بالنسبة للمعنيين ، الذين إنتبهوا إلى سوق افتراضية جديدة يستهدفونها متمثلة في الأذواق و الأنماط المشتركة للمستخدمين الافتراضيين.

2- الخلط بين العام و الخاص: يعتبر الشباب أكثر استخداما للميديا الجديدة، و أكثر الشرائح الإجتماعية تفاعلا معها. حيث تعبر ظاهرة إنتاج المستخدمين عن رغبة الشباب في المشاركة في النقاش العام بشكل نشط، و من جهة أخرى فان إنتاجات المستخدمين تتصل بشكل عام بإعادة تشكل العلاقة بين المجال العمومي و المجال الخاص، بين الأنا و العالم، يفتح الشباب عوالمهم الخاصة للعالم الافتراضي و لمشاهدين لا يعرفونهم، هكذا تصبح غرفة النوم مفتوحة على العالم الخارجي²⁴

و أكد برنار ميج Miège أن الطابع السياسي للمجال العمومي قد تضاعف لصالح أشكال تعبيرية جديدة ترتبط "بالمشاكل الشخصية"، فهو - حسب تعبيره- إلى الآن فضاء عام سياسي ، يمكن قبول هذه الفكرة بشرط إضافة خاصية أخرى مجتمعية ، إذ أن إشهار الآراء لم يعد مقتصر على المجال السياسي بل إنضفت إليه الآراء المتعلقة بالحياة الشخصية و الجماعية، و هذا التغير يشير إلى فردنة العلاقات الاجتماعية ، و أضعاف ذلك الطابع الجماهيري الذي كان سائدا، و الذي لا يمكن إرجاعه فقط إلى الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث تتداخل عدة سياقات أخرى في هذا التغير.

و لا تنحصر الأدوار الجديدة للشباب في التعليق على ما يكتبه الإعلام فقط أو في الحوار حول البرامج أو تبادلها افتراضيا (مناقشة تجارب المشاهدة) ، بل تتجاوز هذه الأدوار حين يتجسد الخطاب الثالث في أشكال أكثر جذرية تتجاوز إبداء الرأي في إطار المناقشة إلى المناهضة الصريحة ، و هنا الفيس بوك يحتضن كل هذا التناس.

3- الفضاء العمومي في البيئة العربية:

3-1- تطور المجال العمومي العربي :

المجال العمومي العربي مسألة معرفية أكيدة، إذ لم ينتج البحث العلمي العربي السائد حول الاعلام- نظرا إلى خضوعه لنماذج خطية - إلا خطابا تقنيا مهووسا بدراسة مضمون وسائل الإعلام، و تأثيرها أو خطابا تقنيا أو إيديولوجيا ، هاجسه البحث عن طريقة ما للتحكم في " الغول" الإعلامي المنفلت و إخضاعه لمعايير أخلاقية ، في حين تبدو مشكلية البحث في المجال العمومي الأكثر قدرة -

نظريا- على أن تكون الإطار الذي يمكن الحديث فيه، حيث يسمح المجال العمومي بفهم استمرارية بعض النماذج الإتصالية و تغير البعض الآخر و ظهور نماذج جديدة، بمعنى فهم الآليات المرتبطة بعمليات إنتاج الآراء و الأفكار و المعتقدات الفردية و الجماعية و تبادلها و إشهارها و أنماط الوساطات التي تحكم الإنتاج و التلقي.²⁵

حجة استقلالية الفضاء الاتصالي تأتي من كون هذا الفضاء يجب أن يكون متعددًا فلذلك لا تملك الدول في الديمقراطيات الغربية صحفاً أو مؤسسات إعلامية وإن كان لها ذلك فهي مستقلة وتمول من الضرائب وهو ما يدفعنا إلى ملاحظة غياب وزارات إعلام في الأنظمة الديمقراطية لأن الإعلام يجب أن يعبر عن ما في المجتمع من تعدد و ثراء فكري سياسي و ديني و عرقي.

لكن في المقابل، بغض النظر عن تباين أشكال الأنظمة السياسية في الوطن العربي، ملكية كانت أو جمهورية، تعاني هذه الأنظمة من إشكال يسمى "الديموقراطية"، حيث تعاني الدول العربية و بدرجات متفاوتة من أنظمة توصف بـ "الاستبدادية" أو " شبه استبدادية" semi- authoritarian regimes، لا تولي أهمية للرأي العام، في الوقت ذاته تعمل على تخشيد لصالحها.

غير أن هذه السيطرة بدأت تفقد معناها الحقيقي في ظل تداعيات الميديا الجديدة. فالقنوات الخاصة و شبكة الأنترنت لا تخضعان لإدارة الدولة، فهي تمثل الفضاء الذي تتجلى فيه إرهابات النموذج الاتصالي الجديد التي تحيل على جملة الممارسات المتعلقة بالتعبير الاجتماعي عن الآراء و المعتقدات و تداول الخطابات في المجال العمومي.²⁶ الذي يمكن تصنيفه إلى ثلاثة نماذج في المجتمعات العربية، و ذلك بالاستناد إلى منطلقات ترجع إلى التحولات التي يشهدها المجال الإعلامي العربي عبر ظهور أشكال جديدة، في ظل تعاظم أهمية الإتصال القائم بين الدولة و المجتمع، و تراجع تلك الأنماط الإدارية المجتمعية التقليدية، القائمة على الإكراه و العنف. كما أن الرجوع إلى السياقات التاريخية ضرورة، لأن الاتصال ظاهرة ديناميكية، و هذه النماذج هي²⁷ :

1- نموذج صحافة الرأي: و يمتد هذا النموذج من دخول الطباعة إلى الوطن العربي حتى مرحلة الاستقلالات الوطنية من الاستعمار-الانتداب، ظهرت الصحافة في الوطن العربي بعد ثلاثة قرون من انتشارها في أوروبا، انتشرت الطباعة و تطورت في ظل العهد العثماني، لتتطور الصحافة في خضم الحركات التحررية الإستقلالية، التي أسستها النخب الفكرية النهضة، فكانت صحافة رأي حاملة لرسالة فكرية ضد قوى الاستعمار، توعوية، معبرة عن مطامح الجماهير، تشكلت في ظل سياقات تحمين عليها الثقافة الشفوية، حيث شكلت الكلمة المكتوبة سلاح المثقف المناضل - كعبد الرحمن الكواكبي و جمال الدين الأفغاني و محمد عبده و غيرهم- ضد الاستعمار، و أبرز الصحف التي ظهرت في تلك الحقبة جريدة العروة الوثقى، فظهرت نخبة مستنيرة مغيرة تماما للنخبة التقليدية السائدة المرتبطة بأجهزة السلطة و المؤسسات الدينية و الاجتماعية، نخبة دون الطبقة الأرستقراطية و فوق الشعب المغيب عن المعرفة بعيدين عن الشأن العام، كما انتقلت اللغة "الفقهية المسجوعة" إلى لغة الصحافة الراقية.

و يمكن القول أن عصر النهضة العربية بمثابة العصر الليبرالي، الذي ظهر فيه المثقف العربي، و الذي شكل أنوارا ثقافية كونت مجالا عموميا عربيا، زواج بين نظامين إتصاليين في الوقت ذاته: أفقي (تلك المناقشات العامة بين المثقفين حول مختلف قضايا الشأن العام)، و عمودي (من النخبة إلى عامة الجماهير المتعلمين الجدد بغية تشكيل رأي عام)، و الملاحظ هنا أن الصحافة لم تقم على نظام اقتصادي تجاري.

2- نموذج الإعلام الوطني الجماهيري السلطوي: و ساد منذ الإستقلال إلى منتصف التسعينات، و مع ظهور الدولة الوطنية

القطرية- التي تمثل امتدادا للحركات التحررية، و أقامت شرعيتها عليها، و كانت هذه الدول الحديثة العهد بالإستقلال ذات طابع سلطوي، بما فيها المجال الإعلامي، و إقتصرت وظائف المجال الإعلامي المحتكر على ثلاث وظائف: التثقيف، الترفيه و الإخبار، و تحول الصحفي المثقف إلى موظف تابع للحكومة، و يمكن وصف المجال الاعلامي الذي زواج بين الوسائل المكتوبة و السمعية بصرية في هذه الحقبة بالجهاز السياسي الذي أوكلت له مهمة التنمية، يحمل الخطابات السياسية و إقتصرت نموذج الإتصال على النموذج العمودي السلطوي، كما هيمن التلفزيون على المجال الميدياتيكي.

3- نموذج المجال الاعلامي المتعدد الفضاءات: و الذي ساد منذ منتصف التسعينات إلى يومنا هذا، و ارتبط هذا النموذج بالتحويلات الناتجة عن تطور و انتشار التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، ممثلة بالكمبيوتر و شبكة الأنترنت، و شبكات الهواتف الخلوية ، و خلط هذا النموذج بين مختلف الوسائط الاعلامية و الاتصالية (صحافة مكتوبة، راديو، تلفزيون، إنترنت) ، وأنتجت الصورة التلفزيونية تداخل الأقطار الوطنية المحلية (محلي-عربي- قومي)، كما تعربت فضائيات أجنبية ليضاف قطرا آخر عالميا، و تمثل الفاعلون في مختلف الفئات : شباب، مثقفين، نساء، معارضين، حركات سياسية ...

و يلخص "الصادق الحمامي" تطور المجال العمومي في الوطن العربي في الجدول التالي:

جدول يوضح التطور التاريخي للاتصال و المجال العمومي في المجتمع العربي²⁸

النموذج الأول: صحافة الرأي	النموذج الثاني: الاعلام الوطني السلطوي	النموذج الثالث: المجال الاعلامي المتعدد الفضاءات
من دخول المطبعة إلى منتصف القرن العشرين	من بداية منتصف القرن العشرين إلى بداية التسعينات	من بداية التسعينات إلى الآن
الوطن	الدولة-الوطن	الوطن-العالم العربي-العالم
المطبعة-الورق	الشبكة الهيرترية- الإذاعية التلفزيون	التكنولوجيا الرقمية: فضائيات + إنترنت + الهاتف الجوال
الميديا	الإذاعة + التلفزيون	كل الوسائط إذاعة + صحافة + التلفزيون + الانترنت + الهاتف الجوال
الفاعل	الزعيم + النخبة	الزعيم + النخبة + المثقفون + الجمهور المؤسسات و الجماعات المنظمة و غير المنظمة
طبيعة التفاعل	مركزي : التعبئة الإيديولوجية	غير مركزي: التعبير الفردي، الاتصال السياسي، الدعاية، الجدل الفكري
الجمهور	الشعب	الجمهور
القيمة-المحرك	التنمية + بناء الدولة	الحرية + الاختلاف
المضمون	خطاب الدولة	الأخبار + الرأي + الترفيه
نظام الإدارة	الرقابة(الدولة)	رقابة الدولة + الحرية
المؤسسية	الرقابة(الدولة)	الرقابة(الدولة)
الاقتصاد	خاص	خاص + عمومي

3-2- "الاعلام الجديد " المجال العمومي "العربي" الجديد

أعادت الانترنت - و خاصة الواب 2 من خلال مختلف تطبيقاته أو ما إصطلح عليها الاعلام الجديد - التوازن - و لو نسبيا- في العلاقة بين المرسل و الجمهور في ظل المفهوم الجديد للجمهور الإيجابي ، فتوصف المرحلة الحالية بـ " ما بعد التفاعلية" -post- interactivité" التي أعلنت عن إنتهاء عصر السيطرة ، سيطرة رجالات السلطة و الإعلام و الإقتصاد على المحتوى الإتصالي، بظهور فاعلين جدد على الساحة الإعلامية من خلال الفضاء الافتراضي.

ففي غياب العلنية جاء هذا الوسط الذي يوصف بالجديد لتجري فيه مناقشة الحياة السياسية للدولة ، و أدوات هذا النقاش هي مختلف أشكال التعبير من خلال النصوص الفائقة و الوسائط المتعددة multimedia، و هنا تطرح إشكالية " الأمية التقنية" ، فعدد الأميين الذي يفوق الربع يمثل عائقا كبيرا أثناء الحديث عن المعلوماتية و التكنولوجيات الحديثة و علاقتها بالمشاركة السياسية في الوطن العربي .

و بالرغم من ذلك، تشير الإحصائيات إلى أنه يوجد حوالي 05 مليون مستخدم للفيس بوك في مصر، حيث زاد عدد المستخدمين بمليون مستخدم بعد ثورة "05 يناير" و 03 ملايين في السعودية و نحو 03 ملايين في المغرب و 02 مليون في تونس، الجزائر لديها حوالي 06 مليون مشترك في الأنترنت و حوالي 1.5 مليون مستخدم للفيس بوك.²⁹ بالإضافة إلى المدونات التي عرفت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة .

و يشير تنامي ظاهرة المدونات في العالم العربي إلى حركة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات الجديدة للمعلومات و الإتصال التي و إن كانت تخضع في عملية تشكّلها إلى البيئة الثقافية العربية و إلى محدداتها ، فإنها تتوافق مع ثقافة الشبكة التي تقوم أيضاً على أبعاد كونية ، هكذا تشير ظاهرة المدونات إلى نوع جديد من الإستخدام الاجتماعي للشبكة، لا يقتصر على الممارسات الإستهلاكية (الإبحار ، القراءة...) و يحيل تعاضد ظاهرة المدونات من جهة أخرى إلى تنامي ثقافة سياسية جديدة تتيحها إمكانيات المشاركة الواسعة التي تسمح بها الشبكة التي تيسر ظهور الفرد في المجال العمومي.³⁰

و أصبحت هذه المواقع فاعلاً في الحراك السياسي و تشكيل الرأي العام ، فعلى سبيل المثال أصبح المدونون في مصر قادرين على تسيير مظاهرات في شوارع القاهرة و هو ما تعجز عنه أحزاب المعارضة السياسية، حتى أن بعض الباحثين المصريين أطلق عليهم حزب الفيس بوك...³¹ فالملتحم المدني العربي المتعطش للحرية يجد في المواقع الإجتماعية و المدونات مقاهي و صالونات إفتراضية ، أقل تكلفة . حيث يسمح توظيف الأنترنت بخلق فضاءات النقاش العلني بعيداً عن استراتيجيات المشهدة ، و تمثل التفاعلية آلية مثلى للكشف عن تنوع الخطاب و الإفتتاح على الآخر ، و تبين تجربة المواقع الإعلامية العربية التي أدمجت آليات التفاعلية (منتديات الحوار، التعليق على المقالات...) أنها تضمن إمكانات وافرة للحوار و النقاش، و تساهم التفاعلية على هذا النحو في الحد من سطوة الآراء المسبقة و النمطية، كما تعطي الأنترنت صورة جديدة و غير منمطة عن المجتمع العربي بإعتباره مجتمعاً متنوعاً تتعدد داخله صورة الآخر و تمثلات العلاقة معه.³²

لكن تغير أدوات النقاش و تعددها لا يضمن تعدد الآراء و النقاشات، حيث يرى "محمد قيراط" أن هذا "الاعلام الجديد" غير قادر على تحقيق ما فشل الإعلام التقليدي في تحقيقه، و هو إيجاد فضاء فكري لنشر الديمقراطية، موضحاً بقوله: " صحيح أن الإعلام الجديد يقدم حلولاً كثيرة و وسائل و قنوات جديدة للاتصال و التواصل و منابر جديدة للنقاش و الحوار، لكن هذا لا يكفي إذا لم تتغير العقلية" و أكد أن إنتشار الإعلام الجديد في العالم العربي بحاجة إلى بيئة تتفاعل بإيجابية مع هذا النوع الجديد من الإعلام، و بحاجة إلى جمهور متعلم و لديه الثقافة الإعلامية و الثقافة التكنولوجية اللازمة...

فاستخدام تطبيقات الأنترنت لا يعني بالضرورة حسن توظيفها لتحقيق أهداف و غايات ذات مصلحة عامة، "إذا كانت الديمقراطية غائبة فليس بمقدور التكنولوجيا الحديثة إرساءها"³³، فنجاح " أوباما" في الانتخابات و تكوين تأييد عام ، لم يكن بسبب التكنولوجيا، فهي مجرد وسيط مساعد.

و من تأثيرات الأنترنت الكبرى فقدان الخطاب العربي عن الذات و الآخر طابعة المؤسسي و النخبوي المحض ، إذ ظهر خطاب متنوع و غير خاضع للضوابط الكلاسيكية (السياسية و الفكرية) . ذلك أن الأنترنت عاملاً من العوامل الحاسمة في تغيير أنظمة الاعلام و الإتصال في العالم العربي، و رغم الإستخدام الاجتماعي المحدود للشبكة، إذ تساهم الأنترنت في تشكيل ما يمكن أن نسميه " مجالا عمومياً عربياً"³⁴

3-3- الفضاء الافتراضي العربي بين الحرية والرقابة

تظهر تحولات المجال العمومي العربي في نهاية السيادة الإعلامية أو السيطرة (سيطرة الدولة على المضامين الإتصالية) و نهاية الجغرافيا بإلغاء التزاوج بين المجال الإعلامي و الجغرافي، إلا أن هذه التغيرات شكلت حاجسا بالنسبة للنظم السياسية العربية السلطوية و شبه السلطوية خصوصا في ظل تداعيات الحراك العربي و موجات التحولات تجاه الديمقراطية ، حيث لجأت بعض الدول إلى فرض سيطرتها على الأنترنت ، عن طريق الرقابة ، من خلال حجب بعض المواقع أو التحكم الشديد في تدفق الانترنت - ما يعرف بترشيح الأنترنت- ، كما هو الحال في سوريا حيث تم حجب موقع الفيس بوك .

فالدولة -العربية- تريد من الأنترنت برنامجا لا فقط للتنمية و التطوير من أجل مجتمع المعرفة، بل تريده أيضا برنامجا لتشغيل أجهزة الدولة، لا نقصد هنا التشغيل الإداري، و إنما تفعيل رموز الدولة و تحديث خطابها كما كان للتلفزيون في الماضي دورا من هذا القبيل، إنما تريد الأنترنت تحت رقابتها و سيطرتها خاضعا لمؤسسات الرقابة الإعلامية التقليدية.³⁵

4- مستقبل الفضاء العمومي في ظل الإعلام الجديد:

ألفت هذه الوسائل الجديدة للإتصال إحتكار المجال العمومي الذي مارسته البرجوازية في الدول الغربية لقرنين من الزمن، و إتسعت الدائرة لتضم فئات جديدة إستطاعت التعبير عن رأيها، و تبرز الأنترنت كوسيلة إتصال متعددة النماذج حسب بيتر داهاغرين³⁶ Peter Dahlgren .

كما يصف بوديار هذا الواقع و التزاوج بين الواقعي و الافتراضي بالواقع الفائق hyper-reality ، هذا الواقع الذي غير محتوى الإتصال الفعال تغيير كثيرا بفعل وسائل الاعلام التي أصبحت تعتمد على الوسيلة بحد ذاتها ، على حسب تعبير ماك لوهان MC Luhan "the message is the medium" الرسالة هي الوسيلة ، و تغير هذا المفهوم إلى "the message is the message" بمعنى أن الرسالة تقوم بالتدليك، تدليك العقول.

و كما لاحظ دومنيك فولتن Domonique Wolton "أنه منذ خمسين سنة إختلط كل شيء و ضاع الجوهر، فقد بات في إمكاننا الحديث في كل شيء تقريبا في الساحة العامة دون طابوهات، لكن من غير تبادل الحجج، حيث هناك إكتفاء بالتعبير الحر³⁷ .

فالجريدة والإذاعة والتلفزيون والأنترنت ما هي إلا منابر ووسائل لتبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع وهي بذلك القنوات الإستراتيجية للفضاء العام، إذ يعتبر هابرماس Habermas في نفس السياق أن الآداب كانت مسؤولة عن نشأة المجال العمومي، بفضل الصحف التي أنشأها المجال العمومي المتأدب؛ في إشارة كذلك إلى "الدور الجوهري الذي لعبته وسائل الإعلام المكتوبة في الانتشار المبكر لنماذج إقتصاد السوق بعيدا عن مرتعها الأصلي، كما أن الطرق التجارية التي كانت تنقل مسافات بعيدة كان لها دور الريادة في نقل المعلومات والأخبار بنفس القدر الذي كانت تنقل فيه البضائع، كان التجار يحتاجون إلى المعلومة الثمينة بخصوص الأثمان والطلب، لكن الصحف التي كانت تستجيب لهذه الحاجة بدأت تقدم معلومات متفرقة أخرى، ساعدت نفس الصيرورة على توسيع القراءة بوتيرة سريعة وعلى إعتقاد وسائل جديدة؛ مثل الحروف المطبعية التي أصبحت قناة نشر معلومات عمومية في بورصة القيم"³⁸ و تطورت هذه الوظائف مع تطور وسائل الإعلام التي رأى أنها تساهم في عملية التلاعب بالحشود والجمهير وجعلهم مستقبلين سلبيين ومجرد مستهلكين وبذلك تحولت وظيفة الإعلام من إشراك الجماهير في المجتمع كمواطنين سياسيين وإدماجهم في العمل السياسي وفي الشأن العام والمساهمة في مناقشة قضايا المجتمع والمشاركة في صناعة القرار إلى مجرد وحدات استهلاكية في عالم معولم.

و في الإطار ذاته يقول جون بوديار Jean boudiare في كتابه " نقد الإقتصاد السياسي " : إن تأثير وسائل الإعلام في العلاقات الاجتماعية لا يتأسس على اعتبارها حاملة لمضامين، بل هو قائم في تركيبها للعمليات التي تقوم بها ، فهذه العلاقات لا تنتمي إلى سجل الإستغلال، بل إلى التجريد ، والفصل ، وإلغاء التبادل المجرد. فوسائل الإعلام ليست معاملات بل هي مستجيبيات

للأيدولوجيا. فهذه الوسائل ليست ثورية في غاياتها، بل أبعد من ذلك فهي ليست عملياً أو افتراضياً، محايدة أو غير مؤدجلة، توهمات وضعها التقني، أو قيم الاستخدام الاجتماعي المرتبطة بها، إن ما يميز وسائل الإعلام الجماهيرية، هو أنها ضد التوسط مكثفة بذاتها، وتنتج للإتصال إذا قبلنا بتعريض الإتصال باعتباره تبادلاً وفضاءً تبادلياً قائماً على الإرسال والتلقي أي بمعنى فضاء للمسؤولية، هذه المسؤولية ليست ذات طبيعة نفسية أو أخلاقية بل هي إرتباط تبادلي شخصي بين طرفي الإتصال ضمن عملية تبادل.

و قد تبنى هابرماس Habermas نظرة تشاؤمية بخصوص علاقة الفضاء العمومي بتكنولوجيات الغعلام و الإتصال، حيث يرى مصير هذه الظاهرة هو التآكل، و بالتالي تميع الموضوع الأساس ألا و هو الديمقراطية.

حيث تحولت الفضاءات العمومية -حسب هابرماس- إلى مجال للتأثير السياسي و للتسويق و للبحث و الهيمنة، فإنتقل الإتصال من وسيلة للتفاهم و الإتفاق و النقاش للوصول للحقيقة، إلى إتصال يكرس الهيمنة. كما اعتبر أن وسائط الإعلام تستقطب جمهور المشاهدين و المستمعين و لكنها في ذات الوقت تسلبهم المسافة التحررية أي إمكانية الحجاج و الكلام و النقض. إن إستعمال جمهور القراء للعقل يندثر لصالح "الآراء حول الأذواق و الميول التي يتبادلها المستهلكون".

و على العكس من المتشائمين بسبب بروز الخطاب الحميمي في المجال العمومي، فإن دومنيك فولتون wolton يرى أن المجتمعات الغربية تواجه مسألة إعادة النظر في مكانة هذا الخطاب الذي كان حاضراً و لكن في شكل "عقلاني، لائكي، سياسي" و بالنسبة للمنطقة العربية، لا يؤدي التنوع الإعلامي و الميديا الجديدة إلى تشظي الجمهور فحسب، و لكن كذلك إلى تشظي المجال العمومي، حيث أتاحت الوسائط الإعلامية الجديدة وسائل التعبير العمومية لفئات كانت مهمشة و محرومة كالشباب، و تمثل ميزة الحرية و غير المركزية للأنترنت متغيراً أساسياً لإنهاء سيطرة الدولة و النخب المرتبطة بها على أنظمة الإتصال العمومي، و هكذا غيرت الأنترنت كثيراً في المجال العمومي، حيث يشهد وفرة لا مثيل لها في تنوع الخطابات السياسية، إيديولوجية، دعائية، فكرية، ثقافية، و حتى شخصية حميمة الصادرة من أطراف -منتجين- هي الأخرى متنوعة من أفراد مستخدمون، صحفيون مهنيون، جمعيات، منظمات، حكومات، أحزاب، و غيرت الأنترنت الخطابات و السياقات السياسية و الفكرية الثقافية بشكل عام.

● خاتمة

تعتبر عملية البناء المفاهيمي ضرورة للتأسيس العلمي لكل عمل يسعى أن يحفز ملكة الغرابة في إتجاه تجاوز الأحكام المسبقة و العادات التفكيرية، فالنشاط العلمي "إرتباط نظري وثيق" كما يؤكد ذلك شلانغر SCHLANGER.

و يعتبر مفهوم الفضاء العمومي من خلال هذا الطرح من المفاهيم ذات الأهمية النظرية في بحوث الإعلام والاتصال الفرنكوفونية والأنكلوسكسونية على حدّ سواء، رغم أنه لا يزال مسلكاً بحثياً مهجوراً لصالح المسالك البحثية التقليدية ذات المردودية السياسية والمنفعة العاجلة. هذا المفهوم الذي يعد إكتشافاً كانطياً و إستراتيجية فكرية لدى مدرسة فرانكفورت عرف العديد من التحولات خاصة مع ثورة الإتصالات والإعلام التي شكلت فتحاً جديداً في المفهوم لأنها وسعت من هذا الفضاء وسمحت بإثرائه وتنوعه مما عزز قيم المشاركة والتفاعل في المجتمع و ساهمت بإنبثاق فضاء يسمح فيه للمواطنين بإنتاج روابط إجتماعية وسياسية و يعيدون صياغته من جديد، منتجون بذلك ممارسات جديدة للمؤانسة.

إن إسقاط مفهوم الفضاء العمومي بما يحمله من تحولات و رهانات على المنطقة العربية التي تتميز بدورها بجملة من التراكبات الفكرية والثقافية و تراث يزخر بمقومات النقاش والمشاركات الفكرية التي يجب أن تضع الحفاظ على هوية المجتمع وتماسكه الثقافي أهم أهدافها، وفي ظل هشاشة العناصر الأساسية التي تشكله، مثل: المجتمع المدني، المواطنة، الحرية والديمقراطية، والمشاركة السياسية، والخدمة العمومية في مجال الإعلام، والفصل بين ما هو خاص وما هو عام، شكل صعوبة في تبلور فضاء عمومي بالمفهوم الهابرماسي من حيث هو ناتج عن العقل، و لكن مع محيي الفضاء العمومي الإفتراضي في تجلياته الواسعة كالمنتديات و الشبكات الإجتماعية و في مقدمتها الفايس بوك، أعطاها راهنية و حيوية خاصة بعد الأحداث المهمة التي وقعت في المنطقة، أين تحولت هذه الفضاءات إلى أماكن للتحرر

و الإلتزام الجماعي و مساحات للتعبئة من أجل الإنتقال الديمقراطي ، وعلى إمتداد الوطن العربي من المحيط إلى الخليج تبدو إنعكاسات الإعلام الجديد واضحة للعيان ، فهو باختصار مرحلة انتقالية من الركود إلى الحركة، من الإنسيابية إلى القيادة، وبالتأكيد مرحلة إنتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني .

يمكن القول إننا نشهد في زمن الإعلام الجديد و الوسائل السوسيو-تقنية ميلاد فضاءات عمومية جديدة أثبتت قدرتها على أرض الواقع في المنطقة العربية، و نجحت كمنابر في التفاعل الإيجابي مع مختلف سياقات الحراك العربي الراهن .

الإحالات و الهوامش:

* : باحثة في طور الدكتوراه، تخصص ميديا و مجتمع، جامعة مستغانم.

¹: عاشور فني، تحولات الفضاء العمومي ،مدونة فضاءات الكترونية متاح على : http://www.fenni-dz.net/index.php?option=com_content&view=article&id=73:2012-07-02-19-31-43&catid=53:2012-06-24-00-05-03 ،شوهده يوم 26-3-2014 ، 13:42 سا

²: محمد نور الدين افايه:الحداثة و التواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة . نموذج هابرماس"، ط. 01، إفريقيا الشرق، ص. 94 .

³:Foucault Michel: surveiller et punir , naissance de la prison , Gallimard , Paris,

عن: عفاف زقور: الفضاء العمومي و أبعاده بمدينة الجزائر، منشورات CRASC، الجزائر ، 2013 ، ص.123 .

⁴:Fancis Balle :lexique information communication,Dalloz,paris,2006,p.170

عن: أدريس بولكعيات، ليلي بولكعيات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي،(الاتصال السياسي في الجزائر)مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،قسنطينة،2010،ص.57.

⁵: Fancis Balle: dictionnaire des medias, la Rouse, Paris, 1998,p.92.

⁶: الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، الميديا الجديدة(الابستمولوجيا و الاشكاليات و السياقات)، المنشورات الجامعية ،منوبة-تونس،ط.2012،01،ص.231.

⁷: المرجع نفسه،ص.261.

⁸: أدريس بولكعيات، ليلي بولكعيات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي،(الاتصال السياسي في الجزائر) ، مرجع سبق ذكره، ص.59

⁹:Daniel Bougnoux: introduction aux sciences de la communication ,casbah éditions,alger,1999,p.90.

¹⁰: محمد ناشي ،الفضاءات العمومية ضمن السياق المغاربي : عناصر من بناء إشكالية سوسيوتاريخية، منشورات CRASC، الجزائر،2013، ص 26.

¹¹: المرجع نفسه ، ص 27 .

¹²: Calhoun Craig: civil society and public sphere, public culture, 1993, p 269.

¹³:Daniel Bongnoux ,introduction aux sciences information et de communication, op. cit. , p 90.

¹⁴ محمد قيراط، بين وهم الرأي العام ونخاية الفضاء العام ،بوابة الشرق متاح على : <http://www.al-sharq.com/news/details/184089> ، شوهده يوم 3-03-2014 ، 11:45 سا

¹⁵: المرجع نفسه.

¹⁶: Remy Rieffel: sociologie des médias, ellipses, Paris 2^e édi.,2005, p.46.

¹⁷: جمال الزرن، "أنسنة" أو الثقافي في تكنولوجيايات الاتصال والفضاء العام، متاح على <http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2007/4/192019.html> ، شوهده يوم 27-3-2014 ، 09:45 سا .

¹⁸: عامر ابراهيم القندلجي: الاعلام و المعلومات و الانترنت، الطبعة العربية، عمان،الأردن،2013،ص.350

¹⁹:المرجع نفسه،ص.358.

²⁰:Francis balle: médias et société, Montchrestien ; L extenso, Paris, 15^e édi., 2001, p.260.

²¹:صلاح محمد عبد الحميد: الأعلام الجديد ،مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع ، القاهرة،ط.2012،01، ص. ص. 96-97.

²²: محمد لعقاب: المواطن الرقمي، دار هومة، الجزائر،ط.2013،02،ص.11.

²³: الصادق الحمامي : الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره،ص.196.

²⁴: المرجع نفسه،ص.195.

²⁵: المرجع نفسه، ص.229.

²⁶: المرجع نفسه، ص.236.

²⁷: المرجع نفسه، ص.244.

²⁸: المرجع نفسه، ص.254.

²⁹: محمد لعقاب: المواطن الرقمي، مرجع سبق ذكره، ص.11.

³⁰: الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص.238.

³¹: مي العبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره ص.188.

³²: المرجع نفسه، ص.217.

³³: زهير كرور: الاعلام الجديد و الديمقراطية،(الاتصال السياسي في الجزائر) مخبر علم إجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، قسنطينة، 2010، ص.53.

³⁴: الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص.213.

³⁵: صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص.152.

³⁶: Remy Rieffel: sociologie des medias, op. cit. ,p. 43.

³⁷: Dominique Wolton: penser la communication, Flammarion, paris, 1997, p.164

عن أدريس بولكعبيات، ليلي بولكعبيات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي، مرجع سبق ذكره، ص.67.

³⁸: محمد المصباحي، فلسفة الحق كائط و الفلسفة المعاصرة"، مفهوم الفضاء العمومي بين كائط وهايرماس " منشورات كلية الآداب . الرباط، 2007، ص 94 .