

ملخص

يتوخى هذا البحث الاجابة على بعض الاشكالات الابستيمولوجية الراهنة التي كثر السجال بشأنها، والمتعلقة بتحديد الاطار المفاهيمي للإعلام الجديد أو الرقمي، أدواته وأنماطه الجديدة للتواصل الاجتماعي. وكيف ساهم هذا الضرب الحديث من الإعلام في قلب النقاش العام في العالم العربي، كما تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية بوصفها عوالم افتراضية ساهمت في رسم معالم التغيير وفي نحت الوعي لدى فئة الشباب العربي

مقدمة

تشير المعاينة النقدية الأولية لموضوع التكنولوجيات الشبكية الحديثة إلى وجود تمفصل وظيفي بين هذه التقانات وبيئة المجتمعات الحالية، وهو ما انعكس بالضرورة على مفهوم سوسيولوجيا التغيير في العالم العربي وأسس لنشوء وعي حقيقي أعاد مساءلة نظرية "التوازن التفاضلي" التي كرستها منظومة القيم المعيارية لمدة زمنية طويلة.

لقد أظهر التأصيل النظري الحث، أن "التوازن التفاضلي" الذي يسم جدلية القوة في العالم العربي يقع في حلقة مفرغة تضع الفعل الاجتماعي في مأزق الامتثال والخضوع لمطالب القوة، وتضع الفكر والفعل في مسارات محددة وفقا لمصالح القوة. ضمن هذا المنظور، فإن التساؤل عن شرعية أصحاب القوة والمصالح التي تقاوم التغيير بشكل مستمر قد ساهم بالإضافة إلى مجموعة من العوامل المتضافرة، في بروز قوى دافعة باتجاه التغيير الحقيقي، وقد كان للإعلام الجديد أو "ثورة الميديا" دور كبير في تعزيز هذا المسعى. فما المقصود بالإعلام الجديد؟ وماهي أدواته وأنماطه الجديدة للتواصل الاجتماعي؟

1- الاعلام الجديد والاعلام الرقمي ... الأطر المفاهيمية:

مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الاعلام، إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة، وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للإعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية(1) وقد يعرف بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه، إشباعا لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر(2) وهو كذلك "العلم الذي يدرس اتصال الانسان اتصالا واسعا بأبناء جنسه وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر وردود فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك"(3).

والاعلام هو بشكل آخر عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة(4). ولعل الضجة الاعلامية التي أشيرت حول شبكة الأنترنت لم تأت من فراغ، حيث تشكل الأنترنت إحدى انجازات الثورة التكنولوجية.

وقد ساد الاعلام ووسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة، يؤكد على محورية الاعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتغيير الثقافى المعاصر حتى جاز للبعض أن يطلق عليها "ثقافة التكنولوجيا أو ثقافة الميديا La culture media(5).

وما يميز هذا الاعلام عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع، هذه الطريقة تجمع بين النص والصورة والصوت، وترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل وتمكنه من أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين(6).

أما الإعلام الجديد New media أو الاعلام الرقمي digital media، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الاعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت.

كما تتيح وسائط الاعلام الجديد امكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الأنترنت مثل Facebook. وعلى الرغم من أن الأنترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الاعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الاعلام بالجديد(7).

ويرى ليستر M. Lister أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه "منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالاً مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم، وعندما تكون الطريقة التي يتعامل بها الجمهور مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة، ومشاركاتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلاً لمعرفة تأثير الإنترنت على البنية السياسية للمجتمع"(8).

لقد ارتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها WEB 2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات(9).

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيرية معولة وهنا يقول برودي A. Brody Douglas "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت"(10).

وغني عن البيان أن الإعلام الرقمي ثري بأشكاله، متنوع بطروحاته ومن ضمن الأشكال المعروفة التي يتضمنها هذا الضرب من الإعلام نذكر على سبيل المثال لا الحصر:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و"حزم النشر الصحفي".
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشفة الإلكترونية.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- المدونات (Blogs).
- خدمات البث عبر الهاتف النقال وتشمل:
 - البث الحي على الهاتف النقال.
 - بث الرسائل الإعلامية عبر خدمة SMS أو الـ MMS، و غيرهما.
 - بث خدمات الأخبار العاجلة.

2- مظاهر وسمات الثورة الإعلامية الجديدة:

مما لا شك فيه أن ظهور الإعلام الإلكتروني قد كان بمثابة إيدان ببداية تحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الإرسال وحرية الاستقبال.

ومن مظاهر هذه الثورة الإعلامية الجديدة تسهيل الحصول على المعلومات وهي ما تزال طازجة من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقره على شاشة الكمبيوتر ينتقل القارئ من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ عن أي موضوع يشاء بأي لغة يفهم، من دون مصادرة أو قيود(11).

أدى ذلك إلى تسهيل المعلومات إلى الجمهور من دون تحكم من الحكام المستبدين أو رجال المال المحتكرين للملكية وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التعبير، وقد كان احتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها(12).

وكما ذكرنا آنفاً، فإن الثورة في تطوير الوسائل الإعلامية الاجتماعية قد بدأت في بداية العقد الماضي، عندما أخذ على عاتق مطوري البرمجيات والمتخصصين في الأدوات الرقمية تطوير برامج وتطبيقات شبكة الإنترنت من خلال مفهوم الـ WEB 2.0، غير أن سرعة تطوير هذه البرامج والتطبيقات الذكية، التي تتيح حداً لا نهاية له من المعلومات، فاقت السرعة والقدرة الاستيعابية لتطبيق مثل هذه البرمجيات في معظم الدول العربية وهذا يرجع لأسباب منها أن الحكومات العربية لم تسرع بإدخال خدمات الإنترنت إلى بلدانها فور ظهوره مطلع التسعينيات، وبالتالي لم يكن هناك استجابة لتطوراته أول بأول(13). ولكن في الوقت نفسه لا تعد تلك المشكلة عائقاً طويلاً الأمد، حيث أصبح في الإمكان تدارك هذا الوضع في زمن قياسي، بعد أن برهنت تقنيات الثورة الرقمية على فائدتها بعد الثورات العربية الأخيرة، حيث أدت الأوضاع الجديدة إلى تدفق أعداد كبيرة لاستخدام هذه التقنيات لتسد الفجوة التي نشأت نتيجة التأخر في التعامل مع هذه الوسائط(14).

وقد بينت نظرية "المحيط الواسع والمحيط الضيق" الإعلامية أن الإنترنت تعمل على توسيع المحيط الاجتماعي في المجتمعات المتميزة بقلّة التفاعل بينها والنزعة الفردية، وهي تعوض هذا البعد الاجتماعي الغائب في الواقع، وبفضل الإنترنت يستطيع المرء الاطلاع على وجهات النظر المتعددة ويدرك ما يتميز به من خصوصيات ويميل إلى تقبل الآخرين على ما هم عليه من تمايز، فالفرد يعرف بوعي ذاته ومجتمعه من الآخر والآخرين(15).

وتقدم الإنترنت إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون جاهزة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية، فهي تنقل الفرد إلى عدة عوالم افتراضية تجعل هذا الأخير يجد التعويض في هذه المنظومة الافتراضية.

وقد بينت الدراسات أن الأنترنت منظومة افتراضية توفر ملجأً لمن ضاق بهم الواقع، وبمعنى آخر فإن الفرد قد "يهرب" من الواقع فيجد ضالته في الأنترنت التي احتضنته لحظة الحاجة إلى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة إلى أجل(16).

واستناداً إلى ما سبق يرى فريق المختصين والخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بما يلي:

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميها.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.

- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، ويؤكد خبراء الاتصال في هذا الصدد أن أحد أهم الفوارق التي تميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي هي ميزة التفاعل، وعادة ما يكون هذا التفاعل مباشرا يتيح للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة chatting حول مواضيع يتناولها الموقع، أو يطرحها زوار و مستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية(17).
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي.

وبناء على ما تقدم، يمكن القول أن الإعلام الإلكتروني - الرقمي قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق.

ولا نبالغ بالقول أن مواقع الوسائط الاجتماعية قد وفرت في زمن ميقاتي "فتحا تاريخيا" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبقة وأعطى مستخدميه فرص كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود. الأمر الذي جعل الخبراء والمختصين يركزون على مسألة:

3- إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف هذا الإعلام، بأنه مجموعة "الأنشطة والممارسات والسلوكيات التي يقوم بها الملايين من مستخدمي الإنترنت حول العالم لتبادل المعلومات والمعارف والخبرات والآراء"(18).

ويمكن القول أيضا أن الإعلام الاجتماعي عبارة عن شبكات "اجتماعية بها أعضاء من مختلف دول العالم، تهدف إلى ربطهم والتعارف بينهم حسب التخصص، المكان والأهداف المتوخاة"(19). وهناك من يرغب بتعريفها على أنها "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم "العقدة" -node- بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما، في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات

أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص" (20).

وجاء تعريف مريل و لونستين Merill & Lowenstein للاتصال الاجتماعي الجماهيري بأنه: "العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الآلية والإلكترونية إلى عدد كبير من المتلقين في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة" (21).

هذا ويتضح من منطق الأحداث التي تمر بها المنطقة العربية وغيرها العديد من الدول، أن الإعلام الاجتماعي المتمثل في قنوات الإعلام الجديد مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب والمدونات هو العامل الحاسم في إدارة الأزمات الاجتماعية.

فشبكات التواصل الاجتماعي كجزء من الإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، كان في بداياته مجتمعا إنترنتيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن تطور مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية عبر الكتابة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات واستجابات المتأثرين بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، البصري والحسي)، باعتبار أن المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، مستغلة (أي القوة المؤثرة) أن السمع: سريع في قراراته لأن طاقته عالية، والبصري حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي بيني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء، المفاهيم، المشاعر، الموقف، والسلوك.

وبالنظر للتعريفات العربية والغربية لمصطلح "التواصل" فإن خلاصة تلك التعريفات هو أنه (أي التواصل) عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر عبر عدة قنوات مباشرة وغير مباشرة، من ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، حيث يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالة معينة عبر قناة تجمع بين الطرفين، فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير (22)، ويظهر أيضا الأثر السلوكي المؤثر على الملتقى إما إيجابيا أو سلبيا.

من ذلك كله يتأكد ما اعتبره علماء الحياة و الاجتماع والنفوس في أن التواصل الاجتماعي غير مهدد بالزوال، لأن التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية وتحديدًا بين أعضاء الثقافة الواحدة كما يشعر المشارك فيها أنه فاعل ومتفاعل اجتماعيا و ليس كما كان يظن في نفسه أنه هامشي لا دور له (23)، لذلك نجحت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في التأثير على ملايين المتفاعلين مع الأحداث.

ويصنف الخبراء الشبكات الاجتماعية (24) ضمن نوعين: الأول أساسي يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك Facebook وماي سبيس my space وورد برس word press... الخ،

والثاني مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، سيرتهم الذاتية، مساهمهم الدراسي والمهني، ومعلومات عن شركائهم في العمل (25).

إن الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الإعلام الجديد، بهذا المعنى، توفر لمستخدمي الأنترنت الأدوات التي تساعد على مشاركة بعضهم البعض والعمل معا بتسهيلها أحد أو كل العمليات التالية:

- التواصل و امكانية التعارف بواسطة البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة والفورية والرددشة...الخ

- العمل التشاركي من خلال أدوات المشاركة الأخرى (sharing).

- التعليم بواسطة أدوات التعليم والتدريب الإلكتروني ومشاركة المحتوى.

- التسلية والترفيه من خلال ثراء وتنوع المحتوى المنشور والذي يلبي كل الأذواق.

- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال خاصية "الصفحات" page التي تتوفر في معظم الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر للمستخدم فرصة الانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار.

- تعد الشبكات منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.

ولا شك أن دور الشبكات الاجتماعية في نحت الوعي المعاصر بديل معقول عن التواصل الإنساني المباشر، وقد أثبتت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في وعي الإنسان وتصرفاته، ولعل السبب الأول في ذلك يعود إلى التفاعل مع الآخرين، والاطلاع السريع على الأحداث العالمية (26). وتعتبر هذه الشبكات سيفا ذا حدين، ففي الوقت الذي جعلت فيه الإعلام و الإعلان بحاجة ماسة إلى صناعات ابداعية جديدة يواجهان بها التحديات ويجذبان المستهلك، خلقت سبل تواصل جديدة بين الناشرين والمعلنين من جهة و الجمهور من جهة أخرى. وقد زاد من هذا بمقدار أكبر دخول المدونات الإلكترونية فضاء الإعلام الرقمي الاجتماعي.

4- المدونات الإلكترونية ومفهوم الصحافة البديلة

تعددت واختلفت تعاريف ومفاهيم ظاهرة المدونات، هناك من عرفها حسب اختصاصه، وآخر حسب مفهومه العام واطلاعاته.. وحسب ما تفق عليه العديد من المهتمين والباحثين والخبراء المتخصصين فإن المدونات عبارة عم موقع إلكتروني للكتابة، يتألف من رزمة من الأحداث والسير الذاتية والرأي بأشكاله

المختلفة(27)، وقد ظهر هذا الفضاء الحرفي التسعينات من القرن الماضي كإعلام بديل (28) يحمل في طياته بوادر منافسة الإعلام التقليدي المهيمن.

هذه الخدمة التي شكلت في السنوات الأخيرة ظاهرة قوية وفاعلة سواء على المستويين الإعلامي أو السياسي و ذلك للأثر الذي أحدثته المدونون، لتكون هذه الظاهرة محل جدل حول الأثر الذي يمكن أن يلعبه التدوين الحر (29).

وللمدونات أشكال وأنواع وصيغ مختلفة وعديدة، فمن ناحية المضمون نجد فيها السياسية والإقتصادية والإخبارية والرياضية والدينية والترفيهية والمحلية والتقنية، وأشهر نوعين منها هما: السياسية والرياضية، وتأتي في المرتبة الثالثة التقنية (30)، أما من ناحية الشكل فيحصى الخبراء أنواع مختلفة من المدونات الإلكترونية، كتلك التي تحتوي على الروابط والموصلات التشعبية link blogs، وهناك المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية blogs on diary، وتلك التي تحتوي على مقالات article blogs، أو الصور photo blogs، ومقاطع البث الإذاعي والمرئي بالإضافة إلى المدونات الإلكترونية المنوعة (31).

ونمت عوامل أدت إلى نشأة المدونات الإلكترونية، منها عولمة الإعلام وتراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية وبروز اقطاب اعلامية وتراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية وبروز اقطاب اعلامية دولية كبرى تديرها مجتمعات اعلامية اخطبوطية عملاقة، وتحكمها رهانات مالية وسياسية. وفي الأصل تعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفويا وواعيا عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيدا لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا عن عدم الثقة بين وسائل الاعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الأنترنت والإعلام الإلكتروني، ويمكن القول - حسب خبراء الاتصال- أن المدونات قد استطاعت بالفعل منافسة المعلومة الرسمية التقليدية التي تبثها الصحف والإذاعات والمحطات الفضائية(32).

وعند الحديث عن المدونات لابد من استذكار "ويكيليكس" wikileaks(33) ومهمتها الأساسية المتمثلة في فضح الأنظمة القمعية في آسيا والكتلة السوفياتية السابقة، و دول جنوب الصحراء والشرق الأوسط، بالإضافة إلى تقديم مساعدات لمن يرغبون في الكشف عن سلوكيات غير أخلاقية في الحكومات والشركات (34) وقد أصبح الموقع الإلكتروني، أحد أهم المواقع التي يزورها أولئك الباحثون عن طرق جديدو لعرض المعلومات السرية أمام العالم، عوضا عن الأسلوب التقليدي.

وقد حضي الموقع باهتمام العالم بعد ان قام بتسريب البرقيات الديبلوماسية للولايات المتحدة الأمريكية، وهي معلومات سرية لمراسلات بين وزارة الخارجية الأمريكية وبعثاتها الديبلوماسية حول العالم بدءا من 28 نوفمبر 2010 على صفحات الموقع وفي خمس صحف عالمية رئيسية أخرى، وقد ولد هذا التسريب اهتماما شديدا من الجمهور والصحفيين ومحلي وسائل الإعلام.

أن هذه الرؤية الجديدة إلى مثل هذا التدوين الحر قد ضاعفت من ايجابيات هذه الوسائط وارتقت بها إلى منزلة الوسيلة الأمثل للنشر الحر والعام فهي :

-وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع و الرقابة في نشر المعلومة، و بالتالي فهي ضرب من ديمقراطية و عولمة المعلومة.

-أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية و العامة، ووسيلة تعمل على كشف المسكوت عنه.

-وسيلة بسيطة و مجانية فيها الكثير من الإبداع و التميز و التفرد

5-الميديا الرقمية المعولمة وإعادة تشكيل المجتمعات

عند الحديث عن "الميديا الرقمية المعولمة" لابد من استحضار طروحات المفكر الفرنسي دومينيك والتون Dominique Wolton (35) في كتابه "مديح الجمهور الكبير" l'éloge du grand public وهو المؤلف الذي ضمنه جملة من الإشكالات الإبيستيمولوجية التي أعادت مساءلة حقيقة الدور المتبادل بين التكنولوجيات الشبكية الحديثة و الجمهور المستخدم لهذه الوسائط.

يرى والتون أن "الميديا الرقمية" تحمل في طياتها تصادما بين منطقتين سياسي-اجتماعي، والآخر تقني. وهو في هذا السياق يؤكد على أن بداية القرن العشرين شهدت ارتقاء وسائل الاتصالات ما أدى إلى لقاء بين وسائط الإعلام الجماهيرية (المرتكزة على بث الأخبار وتعميم نوع من الثقافة)، ومشروع ديمقراطية الجماهير معبرا عنه بالاستفتاء الشعبي الذي يتساوى فيه الأفراد بالتصويت. ويعتقد أن الثقافة المتوسطة المستوى أو ثقافة الحشد، التي برزت عبر الراديو والتلفزيون، كانت في نهاية المطاف أحد وجوه مشروع المساواة في وصول الجميع إلى الثقافة، وهو المشروع السياسي الكبير الذي تمدد في عقود القرن العشرين السابقة للعولمة (36)

إن التفكير في مجتمع المعلومات الذي تؤسسه التكنولوجيات الرقمية الشبكية يقتضي مراعاة الجانب الانثروبولوجي الفاعل حاليا. فانتشار التكنولوجيات الرقمية يمكن اعتباره قطعاً مزدوجاً تقنيا وثقافيا كما انه أداة لخلق مرجعيات اجتماعية جديدة، إذ تمنح هذه الحوامل الجديدة للأفراد إمكانية استثمار فضاءات عمومية لتطرح بها دلالات جديدة، غنية وتجديدية، وخير مثال على ذلك النمو المتسارع لظاهرة المدونات بكل أشكالها، كنتيجة للقاء والتناغم بين التكنولوجيات الرقمية الشبكية من ناحية، والمجتمعات التي تمنح الفرد مكانة مركزية من ناحية ثانية، لقد فعل الواب WEB إمكانية الأفراد في التعبير عن ذاتهم والوصول إلى فضاءات جماعية جديدة، مغيرا بذلك طرائق الكثير من المجتمعات في سرد ذاتها ذلك أن الأفراد في العصر الحديث، تتشكل رؤيتهم لأنفسهم وللعالم من حولهم ليس فقط انطلاقاً من مرجعيات جماعية، بل أيضا من خصوصية مساراتهم التاريخية ورؤيتهم الخاصة للعالم، إن التعدد في القرارات التي تصدر عن هذه الذات هي التي تقود إلى تشكيل التكنولوجيات بالصيغة التي نراها عليها الآن (37) بلأن الأمر يتجاوز ذلك إلى إعادة النظر في خاصية ثقافية من خصائص المجتمعات المعاصرة.

لقد فتح إعلام الواب آفاقا جديدة كانت إلى فترة قريبة محدودة جدا تتمثل في تمكين الأفراد من الالتقاء حول قضايا مشتركة، فقد يتعلق الأمر بتقاسم اهتمامات ثقافية، سياسية، موسيقية... إلخ. وسواء كانت هذه التيمات *Thèmes* فضاء لتلاقي وتفاعل أعداد كبيرة من الأفراد، أو قلة قليلة، فإن الإعلام الجديد، يتيح فرصا فريدة لبناء تساؤلات جماعية مختلفة عن تلك التي عهدتها الأفراد، واستقراء العديد من الأفكار والنمطيات المنتمية إلى حقل "الرؤى والممارسات المستحدثة" التي أنتجت بنية اجتماعية جديدة بسلوكيات وتطلعات مغايرة (38).

إن الإعلام الجديد، بهذا الشكل، يعمل على توسيع فضاء المرجعيات الثقافية المتقاسمة، وربط أفراد وجماعات ما كان لهم أن يلتقوا ويتحاوروا ويتفاعلوا لولا وجود هذه الوسائط، إنها أداة فاعلة في تجزئة وتقسيم الأفراد إلى جماعات افتراضية، وتحويل هذه الأقسام إلى كتل عابرة للدول والهويات والحدود.

6- الإعلام الجديد والمشروع النهضوي العربي:

لا ريب أن الكون الاتصالي بأكمله قد تأثر بشكل محسوس، في السنوات القليلة الماضية، بظهور وانتشار أجيال جديدة من التقنيات الاتصالية التي طورت الخصائص سواء فيما يتعلق بطرائق العمل التطبيقي أو فيما يرتبط بالقيم والسلوكيات والجوانب الاجتماعية.

وقد أثرت هذه التقانات كمنتج حضاري متميز في حياة آلاف الملايين من البشر وخاصة شعوب المنطقة العربية التي استغلت هذه الوسائط في خدمة قضاياها العادلة وتأكيد تمايزها من خلال التشديد على خصوصية مساراتها التاريخية وقدرتها الكبيرة على صياغة خطاب عربي متفرد.

فبعد الاحتجاجات والثورات التي شهدتها عدد من الدول العربية من تونس إلى مصر وليبيا واليمن وسوريا... إلخ. لم يعد السؤال عن الاتصالات الرقمية المعاصرة أو ما يسمى الإعلام الجديد ترفا فكريا، إذ دفعت هذه الثورات وسائط الاتصال الحديثة إلى قلب النقاش العام في العالم العربي.

فالإعلام العربي ما عاد يقوم بدور الناقل للأحداث وما يجري، وإنما أصبح يقوم بصنع القرارات ويلعب دورا هاما في التأثير على الرأي العام، كما أن الإنسان العربي في هذه المرحلة من التطور، صار واعيا لانتمائه المطلق على أوسع ما يمكن من الكونية والانفتاحية والاطلاقية، بدلا من انتمائه المحلي المغلق (39).

ونتيجة هذه المعطيات، استطاعت الشعوب العربية وخاصة شريحة الشباب، أن تطور وعيها وثقافتها وأفكارها ومحاولاتها للوصول إلى الحقيقة المغيبة عنها هن طريق ما هو متاح من وسائل وتكنولوجيات اتصال حديثة، برغم الحظر والتضييق والمنع المفروض على هذه الوسائل من قبل السلطات العربية لإبقاء الحقيقة والوعي لدى المواطن العربي غائبا.

لقد أطاحت الثورة الرقمية أشياء تقليدية كانت من المسلمات في الماضي وخلقت "سوق واحدة مشتركة" أدت إلى "كسر حواجز اللهجات التي تفصل بين مجتمعات المنطقة العربية".

وهكذا أصبح المتلقي العادي الشفاهي الثقافة (الذي تمت برمجته في السابق على الإعلام والترفيه وقبول وجهة نظر السلطة الواحدة) على استعداد لتقبل وجهة نظر الطرف الآخر، سواء في الإعلام الإلكتروني أو في مواقع التواصل الاجتماعي، ومناقشتها ومجادلتها وربما تحديها وتصويبها وصار موضوع نقل الخبر وتكذيبه لا يستغرق سوى أجزاء الدقيقة الواحدة وأصبحت اللقطات المنقولة عبر كاميرات الهواتف النقالة وأجهزة "أي باد" لقطات أساسية في نشرات الأخبار(40).

لقد غيرت وسائل الاتصال الحديثة الطريقة التي نحصل بها على المعلومات سواء كصحفيين أو كمتلقين للأخبار، فأحدثت ثورة في مفهوم حرية التعبير بطرق عديدة. وبفضل هذه الوسائط يمكن لأي شخص أن يكون ناشرا ومذيعا ويكون وصوله إلى جمهور عالمي محتملا في وقت وجيز جدا. وكل هذه القدرة الهائلة لهذه الوسائل تعني أن المزيد من المعلومات أصبح الآن متاحا بحرية أكبر من أي وقت مضى في التاريخ البشري.

ويرى الباحثون والمختصون في هذا المجال أن الميزة الأهم للإعلام الاجتماعي هي أنه حرر الأفكار من احتكار أصحاب القوة والنفوذ فبمقدار ما تمتلك من أفكار إبداعية بمقدار ما يكون لك تأثير، وهذا يعني أننا نتوجه نحو عالم أكثر عدالة، يكون فيه تكافؤ فرص حقيقية ليعبر كل إنسان عن رأيه دون وصاية أو توجيه من أحد.

فرغم كل ضروب الأدلجة والتمويه التي مارسها أصحاب القوة عبر الزمن، فهناك من بين الفاعلين الخاضعين أقلية - فئة الشباب العربي - يمكن وصفها بـ "الأقلية الواعية"، التي أدركت حقيقة الإجحاف الذي ينطوي عليه التوازن بآلياته المختلفة وضروب الاستغلال الكامنة خلف الحدود والحوافز المعيارية، والهيمنة التي تقف وراء التصريحات والإجراءات الدعائية الرسمية ووعود الإصلاح الزائفة التي كانت تستثمرها الأنظمة في تصريف التوترات الناشئة.

إن انبثاق "الوعي التحرري" لدى هذه الفئة كان يحتاج في المقام الأول إلى تنظيم الجهود وتأطير الصفوف، وهي المساعي التي تكلفت بفضل استخدام وتوظيف الشبكات الاجتماعية للتواصل، وهكذا ساهمت مواقع مثل "تويتر" و"فيسبوك" و"يوتيوب" وغيرها في إحداث تغييرات هائلة، وفي تحقيق "الانتشار" أي شيوع الوعي بين الغالبية العظمى من الفاعلين الخاضعين، وفي إيجاد "قاعدة حافزية للمصراع"(41).

لقد كشفت وسائط الإعلام الجديد للملا نضالية وجذرية جيل جديد من الشباب، جيل لم يأت من العدم ولا يمكن اختزاله ضمن بعض نجوم المساحة الافتراضية التي تداولها الإعلام التقليدي مؤخرا.

بل هو جيل نضالات شبابية واجتماعية عفوية، جيل أحسن استخدام التقنية التكنولوجية التي عبرت مرة أخرى عن سطوتها وقدرتها على المساهمة في تغيير العالم، وهي حقيقة التأثير الإعلامي الذي اعترف به كبار المسؤولين في الدول المتقدمة، منهم رئيس وزراء بريطانيا السابق غوردون بروان الذي رأى: "أن السياسة الخارجية ستتغير بفضل الإنترنت واصفا حقبة الإنترنت بأنها أكثر صحبا من أي ثورة اقتصادية أو اجتماعية"، واعتبر أن "ثورة المعلوماتية كانت لتمنع الإبادة الجماعية لأن أي معلومة ستخرج إلى العلن بسرعة والرأي العام سيتحرك"(42).

الخاتمة:

نخلص من هذه الرحلة البحثية إلى وجود علاقات تفاعل قوي بين التكنولوجيات الرقمية أو الإعلام الجديد من ناحية، والبنى الاجتماعية والأفراد من ناحية ثانية، وإذا أردنا الدقة، فإن تمثل رهانات التكنولوجيات الشبكية يستدعي ضرورة عدم تقويضها في العدة التقنية بل الذهاب أبعد من ذلك والتساؤل عن استخدامات هذه الحوامل التقنية، وما يضي عليها دلالات ضمن الفضاءات الاجتماعية التي تستثمرها.

إن ما حدث من تغيير اجتماعي في العالم العربي لم يكن يرد بخلد أحد، حتى أن مارك زوكربرج Mark Zuckerberg صاحب ومؤسس "فيسبوك" لم يكن يتوقع أو يحلم يوما أن يتحول اختراعه إلى أداة لإسقاط الأنظمة وإشعال فتيل الثورات والإحتجاجات، لم يكن أحد يتوقع أن تتحول دعوة على المواقع "الفيسبوك" إلى "مشروع ثورة" ومؤشر على وجود "استقطاب صراعي" كامن في المجتمعات العربية الثائرة.

الهوامش والمراجع

- (1) عبد الرحمان عري: "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية" مجلة المستقبل العربي، العدد 29، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004، ص41.
- (2) حسن أبو شنب: "الاعلام الفلسطيني"، دار الجيل للنشر والدراسات الفلسطينية والأبحاث، الطبعة الأولى، عمان، 1988، ص148.
- (3) Jean Charron : une introduction à la communication, Presses de l'université de Québec, Coll Communication et société, télé university, Québec 1999, p23
- (4) Ibid., p24
- (5) Ibid., P25
- (6) Terry Flew : New media, An introduction, New york, Oxford University Press, 2004, p16
- (7) إن أقوى ما في وسائل الاعلام الجديد، أنها خارج سيطرة السلطات. فكل أسلوب لحجب الواقع كان يجابه بأسلوب عصري يلتف على هذا المنع، وحتى أسلوب "الكي" أي قطع الأنترنت بالمطلق، تم التغلب عليه عن طريق وسائل اتصال حديثة.
- (8) Lister.M – Dovey.J : New Media : A critical introduction, London, Routledge, 2005, P 7.
- (9) الإعلام الإلكتروني، مجلات وصحف على شبكة الإنترنت تقدم محتوى خاصا نفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها، ويتحمل من يرأسها مسؤولية ما ينشر ويلتزم بأداب وتشريعات ومهنية المحتوى الصحفي... بذلك يفترض أن تلتزم الصحافة الإلكترونية، وفي مقابله تستحق أن تمنحها أدنى حقوقها المتمثلة في حمايتها والاعتراف بها. أما الإعلام التفاعلي، فهو عبارة عن خصائص أو وسائط أو خدمة ملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه، والإعلام التفاعلي هو أيضا صفحة القراء في كل

مطبوعة وهو تعقيبيهم على موادها في مواقعها الإلكترونية... وهو مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية ومداخلاته في قاعات المحاضرات والندوات... وأخيرا منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها.

(10) A. Brody Douglas : New media : New Perspective in communication, New York, Longman, 2008, p13

(11) Clement Y.K & Louis Leung: Impacts and issues in new media, U.S.A Hampton Press, 2005, P 8.

(12) Ibid, P 9.

(13) نهال البنا: الاعلام الرقمي وأثره على السياسة العربية، مجلة السياسة الدولية، أبريل/ نيسان 2011، العدد 184، ص22.

(14) David Held : New Media : Models of democracy, Penguin Books, London, 2008 , P7.

(15) المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: "الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية مستقبل الخطاب الثقافي العربي"، العدد 265، ص 344.

(16) Lister M. Dorey J. : New media : A critical introduction, op, cit, p9

(17) سعود كاتب صالح: الصحافة العربية، الإنترنت، المجلة العربية، العدد 36، المملكة العربية السعودية، 1998، ص 27.

(18) Ray Eldon & Sheila Gibbon : Social networks, Ny, Us Cambridge University Press, 2009, p11.

(19) Ibid., p12

(20) David wolton : les réseaux sociaux, Paris, Edition Flammarion, 2010, P 3.

(21) Meril & Louenstein : Media message and men new perspective in communication, Longman, New York, 2000, P 23.

(22) David Wolton : les réseaux sociaux, op, cit, p5

(23) Ray Eldon & Sheila Gibbon : Social networks, op, cit, p13

(24) لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، ومثال الأشهر على ذلك موقع "ليكند إن" والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة. ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لدى أشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة في ما بينهم، لذلك

فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيدا عن صراع الشبكات الاجتماعية الكبرى.

(25) إبراهيم اسماعيل عبيد: العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت، مركز أسبار ديسمبر/كانون الأول، 2009، ص2

(26) David Wolton, les réseaux sociaux, op, cit, p9

(27) Charles Levy: Blogs and emergency of a free press, Oxford University press, New York, 2010, p30

(28) Ibid., p31

(29) Ibid., p32

(30) John Pavlic : The future of online journalism, Longman New york, 2009, p25

(31) Ibid., p26

(32) Ibid., p27

(33) هي منظمة دولية غير ربحية تنشر تقارير وسائل الاعلام الخاصة والسرية من مصادر صحفية وتسريبات إخبارية مجهولة

(34) Terry Flew : New media, op, cit, p37

(35) هو مدير الأبحاث بالمركز القومي للأبحاث العلمية بفرنسا و له عدة أنشطة و دراسات في مجالات الاقتصاد والتقنيات والثقافات.

(36) Dominique Wolton : L'éloge du grand public, Paris édition Gallimard, 2010, p150

(37) Ibid., P 17

(38) Bernard Voyenne : Les nouvelles sociabilités du web, Paris, Edition Dunod, 2011, P 2.

(39) A. Brody Douglas: New Media, New perspective in communication, op, cit, P 27.

(40) Ibid., p33

(41) Bernard Voyenne : Les nouvelles sociabilités, op, cit, P 11.

(42) Ibid. p22