

الإعلام الجديد والأفاق الجديدة للتعبئة السياسية والممارسة الديمقراطية

الدكتور: عماد لبيد

أستاذ محاضر (ب)

قسم العلوم السياسية، جامعة جيجل، الجزائر

تاريخ إرسال المقال: 2018-05-27

تاريخ قبول المقال: 2018-06-30

ملخص: تمكنت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة من إعادة تشكيل وبلورة خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة مؤثرة بذلك على كل القطاعات الحياتية للشعوب. في المجال السياسي، أحدث الانفجار التكنولوجي مع نهاية التسعينات نقلة نوعية في ميكانزمات وأساسيات الممارسة السياسية والديموقراطية. تستهدف الدراسة معالجة مدى تأثير هذه الطفرة التكنولوجية على مجال الاتصال السياسي والتعبئة السياسية من جهة وعلى الفعل الديموقراطي وبروز نماذج جديدة ومبتكرة من الممارسة الديموقراطية من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: الديمقراطية، الإعلام الجديد، تأثير، التعبئة السياسية، الاتصال السياسي.

Obstract : Information and communication technologies managed to reshape the communicational map of action in contemporary communities, while laying influence on all ways of life of peoples.

Politically, the technological explosion brouth about a qualitative leap in mechanisms and rules of practices and democracy.

This stady aims at dealing with the impact of such technological transformation on the field of political and political mobilization in particular, in addition to the implications on democratic act through the emergency of democratic practices which were not formerly existed

Key words : democracy ,new information, impact polical mobilization , field of political.

مقدمة :

على مدى عصور طويلة مضت، كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية، التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير، وإيصال الرسائل المختلفة إليهم، سواء كانت تلك الرسائل تحمل طابعاً اجتماعياً أو تجارياً أو سياسياً، حيث كانت الفاعل الوحيد لكل صور الاحتكاك السياسي والممارسة والتعبئة السياسية في المجتمع، أين كان الأنموذج الإعلامي التقليدي في صالح النخب والكيانات السياسية التي تتحكم في إنتاج الرسائل الإعلامية من خلال صياغة الخطابات العامة وتكيف مضامينها التكنولوجية وفق ما يخدم مصالحها وتوجهاتها، الأمر الذي مكّنها من التحكم في توجيه وتعبئة الطرف المستقبل للرسالة بأقل علاقات تبادلية وتفاعلية بين المرسل والمستقبل .

لقد بقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة ليست بالقليلة مسيطرة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة. ولقد كانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها، فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراداً ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة. وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات السياسية والمجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات الاعلامية ، نظرا لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في هذه المؤسسات .

وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به، إلا أن وسائل الإعلام الجديد (الانترنت بكل وسائطها) أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة خاصة في شقه السياسي، بما حملته من ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ذات الخصائص التي تتجاوز حدود الزمان والمكان ، كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة. لقد جاءت وسائل الإعلام الجديدة لتقضي على هيمنة وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح في كنفها بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة بكل فعالية وحرية، وبتكلفة معقولة وسرعة فائقة. ثم إن قوة وسائل الإعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية بكل صيغها وأنواعها، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو ذات الطابع الاجتماعي، السياسي، الإقتصادي

في المجال السياسي، لعبت الإنترنت كصورة من صور الإعلام الجديد أدورا فاصلة في فتح آفاق واسعة للممارسة السياسية: كنشر الثقافة السياسية، تحسين المشاركة السياسية، التأهيل السياسي، التنشئة السياسية، التمكين السياسي.....، من خلال السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالمي بسهولة ويسر حيث تتوافر بالنسبة لها الحماية من القوانين الصعبة التي تواجهها أجهزة الإعلام التقليدية.

لكن يبقى الأهم والأخطر سياسيا هي الأفاق الجديدة للتعبئة السياسية في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام الجديد وطبيعة السياق والخطاب السياسي الموجه للمجتمع بين جانبيه الايجابي و السلبي، فقد تمكنت هذه الأخيرة بخصائصها المرنة من لعب دور هام في تحفيز المشاركة السياسية وتوجيهها، وما يرتبط بذلك من تأثير مباشر على النظم السياسية ونماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة والقيم السياسية الاجتماعية والأخلاقية ايجابيا أو سلبيا .

إن أبرز الأمثلة التي يمكن صياغتها في هذا السياق هو ما تولّد عن النمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات التي تزج بسماتها وخصائصها كل الضوابط الإعلامية التقليدية من خلال تجاوزها لحدود الزمان والمكان وما نتج عن ذلك من آثار كبيرة على رسم مسارات التعبئة السياسية الشعبية وتوجهاتها، بكل ما يصاحبها من تحولات في أنماطها واتجاهاتها، و حشد وتشكيل للآراء، و فتح لأفاق إعلامية سياسية جديدة لم تعرف من قبل في العلاقة الترابطية التكاملية التقليدية بين العملية الاتصالية والسياسية .

فمشاركة الفرد السياسية كثيرا ما تتأثر بمدى تعبئته عن طريق جملة من المتغيرات منها حالته الاقتصادية وخلفيته الاجتماعية ، مستواه التعليمي، لكن الأهم من كل ذلك هو كم ونوعية المنصات والمحددات السياسية التي يتعرض لها ، ومدى توافر الضوابط والتنظيمات القانونية وفعالية القنوات المؤسسية للتعبير والعمل السياسي . وعليه فإن إشكالية الدراسة تتلخص في :

إلى أي مدى ساهم الإعلام الجديد في بروز آفاق جديدة من التعبئة السياسية والممارسة الديمقراطية بكل مآثرها ومخاطرها ؟.

1- مفهوم الإعلام الجديد والتعبئة السياسية .:

يكتسب الإعلام ضمن الإطار الثقافي والتاريخي والحضاري سمات وخصائص العصر الذي يولد فيه، وفي الواقع، فإن عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا اسم عصر الإعلام .-ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام-، وجعلت منه محورا أساسياً في منظومة المجتمع.

نحن اليوم إذن أمام إعلام جديد ، إعلام عصر المعلومات (يحمل سمات هذا العصر وتناقضاته كلها، وله من التحولات والتأثيرات والخصائص والأشكال ما يجعله موضوعاً جديراً بالاهتمام والدراسة.

أ- مفهوم الإعلام الجديد واشكاله:

يصعب تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثراء المفهوم من الناحية التقنية والأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائهاً بين العلوم الإنسانية ونظريات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، ومن التعاريف التي سيقّت في هذا الجانب نجد :

-مصطلح ظهر فعليا مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بسبب ظهور وسائل إعلامية جديدة متقدمة جدا قادرة على ربط الناس في كل الظروف والاحول بالمعلومة،وتقوم فلسفته على مبدأ استغلال الوسائل المحسوبة والشبكات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول لأكبر عدد من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة وأقصر طريقة وأسرع نقل للمعلومة زمنيا⁽¹⁾

- الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات (Télécommunication)، وظاهرة الاتصالات عن بعد (Information Explosion)، والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليية وتخزينها وتوزيعها⁽²⁾.

- عرفته مجلة "بي سي" بأنه: "كل أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص "الدي في دي" وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت.⁽³⁾

- مصطلح يضم كل أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة، والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي، ويشتمل على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، إعلانات الإنترنت، أقراص "السي دي" و"الدي في دي"، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجوالة...⁽⁴⁾.

-أشكال الإعلام الجديد: يشتمل الإعلام الجديد على عدد كبير من أشكال تكنولوجيا الاتصال عن بعد وتمثل في:⁽⁵⁾

- تكنولوجيا الحواسيب و تكنولوجيا الاتصال الكابلي .
- تكنولوجيا الأقمار الصناعية
- تكنولوجيا الميكروويف .
- تكنولوجيا الألياف الضوئية .
- تكنولوجيا الاتصالات الرقمية .
- والذي تندرج ضمنه كل تكنولوجيايات الإعلام الإلكتروني المتمثلة في:⁽⁶⁾
- المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت.
- الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.
- الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على الأنترنت.
- القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي المباشر على الانترنت.
- خدمات الأرشفة الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الاعلاني على الأنترنت.
- خدمات إعلانية ترفيهية الكترونية.

- المدونات.

- قنوات التواصل الاجتماعي التويتر ،- (Facebook)

- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول.

- رسائل على الهاتف MMS ، - SMS .

- بث خدمات الأخبار العاجلة.

والملاحظ ان هذه الاشكال في تطور متسارع ومتلاحق، كما ان حجم تأثيرها وقوتها الاعلامية والاتصالية تتباين من نوع الى آخر، فيما يمكن القول ان هناك تباين اخر متعلق بدرجة استغلال كل من هذه الاشكال والانواع في الفعل السياسي عموما والتعبئة السياسية والممارسة الديموقراطية خصوصا.

ب- مفهوم التعبئة والتعبئة السياسية:

ليست التعبئة وليدة اليوم، فقد تم استخدامها منذ القدم لحشد الدعم الجماهيري في السياسة والاقتصاد والاجتماع ،إلا أن فلسفتها شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الماضية لتصل إلى أوج أشكالها وأنماطها في عصر الانفجار التكنولوجي، فقد تبنى المخططون والإعلاميون بعض التقنيات والأساليب الإعلامية الغربية واستخدموها في محاولاتهم لاقتناع مواطني الريف في الدول النامية بتغيير أنماط حياتهم وتبني ذ التوجهات الغربية ،إلا أن هذا المبتغى صاحبه الفشل.وجاءت المحاولة الثانية في تزويد العاملين في مجال الإرشاد الزراعي ببعض المهارات الاتصالية خاصة الاتصال الشخصي المباشر ليتمكنوا من توصيل المعلومات للمواطنين الريفيين ،مستعينين في ذلك بوسائل الإيضاح المختلفة ، ولكن هذه المحاولة لم تنجح أيضا.

ووفق هذا المنظور كان المخططون ومتخذوا القرارات يقدمون الحلول الجاهزة لمشاكل المواطنين ،وكان الاعتقاد السائد هو أن المشكلة تتمثل في كيفية نشر المعلومة الصحيحة للأشخاص المناسبين لتتم بذلك عملية التنمية،وكان فشل المحاولتين السابقتين حافزاً للمخططين الإعلاميين للاتجاه نحو العلوم الاجتماعية للاستفادة منها،وتم استخدام الاتصال باعتباره الرابط بين العلوم الاجتماعية لدراسة حياة المجتمعات المختلفة: كعاداتها وتقاليدها، ونمط تفكير أفراد المجتمع، ونظرتهم للحياة ،وكل ما يتعلق بشئون حياتهم .

وأكدت تلك الدراسات، أن هذه المجتمعات لما تم إشراكها عند التخطيط للمشاريع التنموية وتنفيذها كان ذلك هو المدخل للخطوة التالية، فقد ثبت أن الاتصال عنصر أساس في تحقيق التنمية، فهو وسيلة فعالة للتواصل بين المخططين وأعضاء المجتمعات المحلية (المشاركون) ،ولخلق جو من الثقة والتفاهم بينهما يجعل كل الطرفين علي استعداد لسماع وجهة نظرالأخر، والاستفادة منها، ولكي تتحقق التنمية لابد من إثارة وتعبئة المواطنين ليس لمجرد كونهم متلقين سلبيين يستفيدون من منتجات التنمية ، بل باعتبارهم شركاء نشطين ومؤثرين في تشكيل الصورة التي يرونها لمستقبل حياتهم.

- وبذلك يمكن تعريف التعبئة بأنها: "تحريك واستنفار المجتمع بكل قطاعاته للمشاركة

الإيجابية لتحقيق الأهداف المطلوبة سواء أكانت أهدافا اقتصادية ،سياسية ،أو ثقافية دينية
(أ) أو هي العملية التي يحوّل الشعب من خلالها الاهتمامات الفردية إلى أعمال وأفعال جماعية لتحقيق التغيير.⁽⁷⁾

وعليه يمكن القول ان التعبئة السياسية هي: تحريك واستفزاز المجتمع بكل أطيافه وقطاعاته وفواعله نحو هدف او قضية سياسية .

ومن الشروط الأساسية لتعبئة سياسية ناجحة شمولها جميع قطاعات المجتمع من المسؤولين الرسميين والسياسيين، قادة الرأي، القادة المحليين وجموع المواطنين (نساء،رجال...)، فلا يجب الاستهانة بأي طرف او أي جزئية كما لا بد لها من التخطيط السليم ،والتنفيذ الدقيق، وذلك عبر خطة وحملة إعلامية محكمة.

والحملة الإعلامية هي سلسلة من الأنشطة الإعلامية يتم التخطيط لها بدقة لتنفيذها في فترة زمنية محددة بهدف تحقيق أهداف بعينها، ولا بد أن تتم الحملة الإعلامية بالوحدة والمرونة والاستمرار، فينبغي ألا تكون الفترة القصيرة مهما كانت درجة كثافتها أو انتشارها

2- العملية الاتصالية والسياسية: حدود التأثير والتأثر:

يعد تطور وسائل الاتصال الجماهيري جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الإعلام ..إن المعلومات المهمة عن الأحداث السياسية التي تقع في أي مكان من العالم، تبث في كل مكان في دقائق قليلة، وبذلك أصبحت أجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة متلقٍ واحد والعالم قرية واحدة، تحركه الأحداث ذاتها وتدفعه الميول ذاتها، يتحد حول قضية ويتفرق على أخرى .

ويجد "الموند" أن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فإنها تنقل - سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة- القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث، إذ إنها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة ..كما إن الأحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد، وهو ما جعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية⁽⁸⁾

إن العلاقة بين العملية الاتصالية و السياسية وثيقة للغاية فكلما النظامين يؤثر ويتأثر بالآخر، إلا أن حجم التأثير الذي تمارسه النظم السياسية على النظم الإعلامية في دول العالم الثالث أكثر بكثير منه في الدول المتقدمة، إذ يقول "غابريال ألمود" في هذا المجال: "إن الأنظمة السياسية السلطوية الحديثة اكتشفت بان السيطرة الأكثر كفاءة وفعالية وسرعة يمكن تحقيقها عن طريق استخدام أربع عناصر في أن واحد وهي⁽⁹⁾ :

-التأهيل السياسي: وهي الجهود الإعلامية لزرع الولاء عن طريق عدة وسائل منها التنشئة السياسية ... ونقصد بالتأهيل السياسي: الطريقة التي يتعرف بها الأفراد على القيم والتوجهات السياسية، إذ يكتسب معظم الأفراد أنماطاً سلوكية وتوجهات سياسية أولية، لكنها مميزة، في مرحلة

مبكرة نسبياً من حياته، وقد تبلور هذه التوجهات أو يعاد النظر فيها، غير أن القسم الأكبر منها يبقى في الذات السياسية له طيلة حياته، ويجري التأهيل السياسي عن طريق عدد من القنوات من بين أهمها وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية، إلى جانب العائلة والمدرسة والمنظمات الدينية والمهنية والأحزاب السياسية.

- المعرفة السياسية : ويبدو تأثير وسائل الإعلام الجديدة في المعرفة السياسية من خلال تسهيل الحصول على المعلومات من مصادر مباشرة، وتسهيل توصيل المعلومات إلى الجمهور دون تدخل من السلطات الحاكمة أو جماعات الضغط أو أي طرف رسمي أو غير رسمي كما في الماضي، وبالشكل الذي يريده المرسل، فقد وضعت شبكة الإنترنت أمام مستخدمها عدداً ضخماً من المعلومات المتحررة من قيود الزمان والمكان. ويؤكد " جون هيرج ان" John Harrigan أن الإعلام الجديد (شبكة الإنترنت بكل وسائطها) أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش الديمقراطي، من خلال إضافتها أبعاداً أخرى للاتصال مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية ، حيث تتميز بالطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونية، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية، كما تحول الجمهور فيها من مجرد مستخدم ومستهلك إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة.⁽¹⁰⁾

-الاتصال السياسي: ويكون من خلال تحديد وتنظيم تدفق المعلومات بسرعة وفعالية وشمولية ودقة .

-التوظيف السياسي: توظيف الموالين السياسيين الذين تم تأهيلهم وإكسابهم ثقافة سياسية باستغلالهم إعلامياً من خلال إعلان هذا الولاء أمام الجميع، بغية إضفاء الشرعية الشكلية على نمط معين من التوجهات والقناعات السياسية .

3- الإعلام الجديد وأفاق التعبئة السياسية.

لقد برزت أهمية الإعلام الجديد في المجال السياسي من خلال السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالى بسهولة ويسر، وانخراطهم في العديد من الأطروحات والتوجهات والقناعات السياسية واثرائها، لذلك يعتبر فرصة هائلة للناس حول العالم لممارسة حرية الرأي والتعبير السياسي، ويبدو ذلك من خلال اختيار المستعمل للمعلومات بحرية دون قيود وبطريقة ديمقراطية، وتسمح لمستخدميها بالتغلب على الرقابة الصحفية التقليدية التي تفرضها بعض الحكومات.

فرغم لجوء كثير من الدول في المجتمعات المغلقة سياسياً إلى تقييد الإعلام الرقمي عبر استخدام أدوات قانونية وتقنية مقيدة، فإن الإعلام الجديد استطاع تحرير الخطاب العام، وتقلل تكلفة وصول المواطن للمعلومات السياسية وتبادلها مع الآخرين عبر خلق منصات مفتوحة مثل شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، «تويتر» و«يوتيوب» للتعبير عن آرائه ومواقفه في قضايا الشأن العام، مما أضعف قدرة الدول على التحكم في تدفق المعلومات للرأي العام، الأمر الذي أدى بدوره إلى تآكل قدرة الدولة على صياغة الخطاب العام و، خاصة بين «مواطني النت» الذين يطالبون

بمزيد من الشفافية والمساءلة و«يختارون» المعلومات السياسية التي «يتعرضون» لها من الإنترنت ويتجنبون وسائل الإعلام التقليدية الحكومية.

وتبدو أهمية هذا الواقع الإعلامي السياسي الجديد المتمثل في قدرة الاتصال الرقمي على التأثير في أجندة الرأي العام أكثر وضوحاً في ضوء النمو المتسارع في أعداد مستخدمي الإعلام الجديد. لقد تمكن هذا الواقع الجديد من فرض واقع سياسي وتقليدي وحيد في مجال التعبئة السياسية الشعبية، وظهور فواعل أخرى تؤدي هذا الدور وتزاحم النظام السياسي في ذلك، ولعل هذا ما انعكس في تعدد الفواعل السياسية أين انتقل المواطن في خضم هذا التغير الكبير من "المواطن التقليدي" إلى "مواطن النت" الذي يتعرض لمختلف المنهات السياسية الأيدولوجية بلا حسيب ولا رقيب، كما انتقل المجتمع التقليدي إلى مجتمع افتراضي مغاير تماماً لسابقه من حيث خصوصيات التفاعل والاتصال والتبادل المعلوماتي والنشاط التعبوي السياسي.

وبالإضافة إلى ذلك فتح الإعلام الجديد فرصاً جديدة للحديث عن الأمور السياسية على مستوى المثقفين والأشخاص العاديين، من خلال الأفاق الجديدة التي تسمح بتنوع وجهات النظر وتبادل المعلومات مقارنة بأجهزة الإعلام التقليدية، وكان الناشطون في حقوق الإنسان من الأوائل الذين استخدموا الإنترنت في هذا المجال.

يستطيع المستخدم للإعلام الجديد، وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات ومنتديات الدردشة و... الاستثمار بكل سهولة في مجالات التعبئة السياسية، فموقع "فايسبوك" الذي يضم عشرات الملايين من المشتركين العرب يفتح اليوم مجالات لا نظير لها فرصاً للتعبئة السياسية من خلال مميزاته المرنة (كالنص، الرسالة القصيرة، الصورة، الفيديو، التعليقات، الإعجاب، إنشاء صفحات خاصة باسم أي قضية أو توجه سياسي...)، كل هذه التقنيات الجديدة مكنت من تكوين جمهور افتراضي يزيد شعوره بالتوحد شيئاً فشيئاً إلى أن يشعروا أنهم شخص واحد على المستوى العالمي، كما تزيد المقالات والتقارير المنشورة في وعي الجمهور وكشف فضائح الأنظمة السابقة، وبالتالي الاتفاق على ردة فعل متحدة الزمان والمكان.

يبين الجدول أدناه إحصاءات استخدامات الإعلام الجديد (الإنترنت والاتصالات) في المنطقة العربية، وكذلك مجالات الاستخدامات:

استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوطن العربي لسنة 2012م.

الاستخدامات	الكمية والدول
عدد مستخدمي الانترنت العرب	58 مليون مستخدم
عدد الهواتف المحمولة في العالم العربي	176 مليون
عدد خطوط الهاتف الأرضي بالعالم العربي	22 مليون خط
عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي	شعب 12 مليون
عدد المدونات العربية	شعب 600 ألف ، والناشط منها 150 ألف تقريباً
أكبر الدول لعدد مقاهي الانترنت	الجزائر 16 ألف مقهى ونادي للانترنت
أكثر عدد لمستخدمي الانترنت	مصر 150 مليون مستخدم
أقل عدد لمستخدمي الانترنت	موزنانيا 60 ألف مستخدم
أكثر الدول استخداماً لموقع الفيسبوك	مصر ، لبنان والجزائر
أكبر عدد لخطوط الهاتف المحمول	الإمارات 7.5 مليون خط
أعلى نسبة لعدد مستخدمي الانترنت مقارنة بعدد السكان	الإمارات 2.86 مليون مستخدم بنسبة تزيد على 50٪ من إجمالي السكان
أشد الدول رقابة على الانترنت	السعودية وتونس
أشد الدول قمعاً للشطاء الانترنت	مصر
أفضل الدول تعاطياً مع الانترنت	لبنان ، والجزائر
أفضل الدول لخدمات الانترنت	المغرب
أكثر الدول تصنفاً على مستخدمي قطاع الاتصالات	لبنان ومصر
أكثر الدول تطرفاً في مواقع الانترنت	السعودية
أكثر الدول التي يبت منها مواقع علمانية	المغرب ، ولبنان ومصر
أفضل التجارب لتجمعات المدونين ونشطاء الانترنت	المغرب
أكثر الدول استخداماً لموقع يوتيوب	مصر

تشير دراسة حديثة أصدرها مركز «بيو» للأبحاث (2012م) شملت 22 دولة منها أربع دول عربية (مصر وتونس والأردن ولبنان) إلى أن مناقشة القضايا السياسية تأتي على رأس اهتمامات 64.5% من مستخدمي الإعلام الاجتماعي في تلك الدول؛ مما يثير التساؤل عن التأثيرات السياسية للإعلام الجديد.⁽¹¹⁾ خاصة في شقة المتعلق بالفرص اللامحدودة لعملية التعينة السياسية للجمهور والناجمة عن الاتصال اللامحدود بين الجماهير مما يجعل من فرص تأثيره على بعضهم البعض كبيرة جداً، وهو ما يولد اتجاهين متناقضين ايجابي وسلبي للعملية الاتصالية السياسية الجديدة .

فحينما شهدت الصين على سبيل المثال في أواخر عام 2002م وأوائل 2003م ظهور وانتشار فيروس الالتهاب الرئوي الحاد المعروف بـ«سارس» الذي حرصت الحكومة الصينية على إبقائه طي الكتمان عن الرأي العام الصيني خوفاً من حدوث هلع شعبي، استطاع الإعلام الرقمي، رغم التعتيم الإعلامي الحكومي على المرض، أن يضعه على رأس أولويات المواطن الصيني، مما أجبر السلطات الصحية في الصين على الكشف عن ظهور المرض، والاعتراف بخطورة الوضع، ومحاسبة المقصرين من المسؤولين، وفي الولايات المتحدة الأمريكية أيضاً، استعملت الإنترنت كوسيلة اتصال مهمة في حملة التعينة السياسية للانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008م، من خلال استراتيجيات اتصالية دقيقة

ومدروسة في تقديم المعلومات والأخبار عن كلا المرشحين الديمقراطي و الجمهوري،برامجهما وأنشطتهما وجدول فعاليتهم..

عربيا ، أدت الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات في وسائل الإعلام الجديد إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي ، إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة.والتعبئة، فقد استخدم الشباب في بداية الأمر تكنولوجيات الاعلام والإتصال الجديدة للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج السياسي سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر في القضايا السياسية المصيرية ، ومن ثم المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ،ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن....

هذه الثورة التقنية لم تأذن فقط بولوج العالم العربي إلى عصر المشاركة والتنسيق وقرب نهاية عصر الرقابة والتحكم بالمعلومات، ولكنها أذنت أيضاً بثورة من نوع آخر، ثورة سياسية ضد كافة أشكال التحكم والتسلط والاستبداد. ولعل من أهم آثار التعبئة السياسية في ظل الإعلام الجديد عربيا هي التوجهات الجديدة في المشاركة السياسية التي أخذت مسارات تعبوية أخرى من أبعادها الأساسية التجانس والاتفاق على التمرد ورفض كثير من الأوضاع القائمة التي تستند إلى مبدأ التسلط والاستبداد، وغير ذلك من الأوضاع التي تركز سلطة اتخاذ القرارات المؤثرة في حياة ومصير الآخرين في أيدي فئة محدودة من الأشخاص ، مما جعل النظم السياسية العربية التسلطية عرضة للثورات الشعبية،

لقد انعكست آفاق الجديدة للتعبئة السياسية الرقمية بكل سماتها المزيحة لحدود الزمان والمكان وعوائق رقابة النظام السياسي في ما يعرف "بالثورات العربية" الأخيرة التي تجسد فيها مدى تأثير الآليات التعبوية السياسية الرقمية كأحد العوامل الرئيسية التي ساهمت وبشكل يستحق الدراسة والتحليل في إسقاط ثلاث أنظمة عربية خلال "الثمان أشهر الأولى" من عام 2011 م وهي أنظمة الحكم في تونس ومصر وليبيا والتي استمر رؤسائها المخلوعين في الحكم على التوالي: 23 سنة و 30 سنة وأخيراً الرئيس الليبي معمر القذافي والذي حكم ليبيا 42 سنة. هذا في الوقت الذي لا زالت تستمر فيه ثورات شعبية أخرى في سوريا واليمن وتنتظر أخرى دورها لتصرخ جماهيرها بصوت واحد على الأرض وفي الفضاء المعلوماتي قائلة: "الشعب يريد إسقاط النظام"، وهو شعار ما يعرف بثورات الربيع العربي.⁽¹²⁾

إن من غير العدالة القول بأن الإعلام الجديد خاصة منه " فيسبوك أو تويتر" هو من أسقط تلك الأنظمة العربية لأن في حق الشعوب ، فالتقنية هي مجرد أدوات ووسائل تعبئة اجتماعية سياسية ساهمت بفعالية في دفع عجلة الحركات الشعبية ،وليست سبباً في الحراك الشعبي نفسه الذي نتج في حقيقة الأمر بسبب عملية تراكمية طويلة لمجموعة من العوامل والظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي كانت الى وقت مضى في ظل في بيئة مغلقة و ضبط سياسي واجتماعي استبدادي من طرف أنظمة سياسية محتكرة ، إلى أن مكن الاعلام الجديد من خروج ذلك الاحتقان الاجتماعي و السياسي بحرية التعبير وابداء السخط الشعبي في تلك الدول ،وعليه ولدت البيئة الجديدة مجتمعات قابلة للانفجار السياسي .

إن ما فعله " الفيسبوك"، " وتويتر"، أو "يوتوب" او قوقول "+" لم يكن صناعة تلك الثورات أو إيجادها ولكنها عملت على ايقاد شرارة تلك الثورات في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا وغيرها من دول حول العالم⁽¹³⁾. من خلال المجالات التي فتحها في التمكين السياسي والتسهيل التعبوي السياسي في تلك الدول بتوحيد أصواتهم والتعاون والتنسيق حيال القضايا الأساسية التي تهمهم، وذلك من خلال وضعهم بشكل لم يكن تحقيقه من قبل ممكن على أرضية واحدة مشتركة وكون ردة فعل سياسية متحدة بينهم .

4- التعبئة الاعلامية السياسية الجديدة والأفاق الجديدة للممارسة الديمقراطية :

ميدانيا انعكست الآفاق الجديدة للتعبئة السياسية ايجابيا على العملية الديمقراطية، فانقلبت الممارسة الديمقراطية رأسا على عقب، فكما تجاوزت التعبئة السياسية الجديدة التعبئة التقليدية، انعكس ذلك بظهور الديمقراطية الجديدة التي تجاوزت التقليدية منها، من خلال ظهور أنماط جديدة نذكر منها:⁽¹⁴⁾

- ديمقراطية الزبون: Customer Democracy: فبدلا من العلاقة التقليدية الشائعة حول الطاعة من المحكومين للحاكم نجد إن الفكر الديمقراطي الحديث قد تطور إلي أن العلاقة بدت مختلفة ومعكوسة بين الحاكم والمحكوم حيث أصبح الحكام هم خدام الشعب والمحكومون مواطنين، لا رعايا وشركاء، بما يرسخ من سيادة الشعب، وهذا النمط متأثر بالأفكار الرئيسية في عالم التجارة والبيع والشراء إلى عالم السياسة والديمقراطية والحكم وهي فكرة الزبون، حيث يسود مستوى إحساس المواطن بالرضا عن الحكام، وقد قدمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات طرق جيدة في إدارة العلاقات مع العملاء وجعل العلاقة مع العملاء تتم من خلال الآليات والبرمجيات بدلا من البشر، فاخذت التعبئة السياسية تقنيات جديدة في التحليل والرصد الدقيق للأوضاع القائمة، واختبار سلوكيات المواطنين وتحديد خصائص كل فئة، وتصميم برامج وسياسات تنفذها الحكومة لخدمة المواطنين وترتيب الفرص حسب الأولويات، والتفاعل مع المواطنين عبر تنفيذ وإدارة الاستراتيجيات والقيام والتحليل والتقويم الفوري لما يجري تنفيذه من خطط وبرامج ويأتي أفضل مثال علي ذلك نموذج الحكومة الالكترونية ومد خدمات الانترنت.

- الديمقراطية الصاعدة: emergent democracy

هي قدرة الشعب أو عدة شعوب علي تمثيل نفسه في اتحادات وتكتلات تعمل علي تغيير طبيعة المؤسسات السياسية والاقتصادية لحماية المصالح المشتركة لجمهور متحد علي نطاق عالمي وليس محليا، حيث إن تلك الديمقراطية لم تعد مقرونة بصناديق الاقتراع والتمثيل النيابي، ولكنها حركة مدنية ديمقراطية عريضة النطاق وعابرة للحدود، تتقدم في اتجاه معاكس لحركة الشركات عابرة الحدود بما يشبه القوة العظمي الثانية أو الرأي العام العالمي. وقدم الانترنت فرصة هامة للإعلام

الجماهيري وقدم فرصة توحيد جهود الحركات السياسية حول العالم تجاه قضايا معينة وظهرت محركات البحث العالمية والقدرة علي تشكيل مجموعات افتراضية تضم ممثلين من كافة أنحاء العالم، وأصبح الانترنت وسيلة تنظيمية أساسية وتبادل المعلومات والأفكار والأخبار حول الأحداث العالمية كالتغيرات العالمية في المناخ وقضايا اللاجئين أو غيرها.

- الديمقراطية غير الحزبية : Non Partisan Democracy

وهو نظام يتوجه مباشرة إلي المواطن الفرد سواء أكان ناخبا أو مرشحا ،ولا يعتمد علي الكتل السياسية ممثلة في الأحزاب التي تفرز المرشحين ورجال السياسة أو الكتل التصويتية ممثلة في أعضاء هذه الأحزاب التي تتحرك وسط الجماهير وتحدث الانتخابات العامة والدورية بالاقتتراع السري ،دون الإشارة إلي الأحزاب السياسية أو حتى الخطب أو الحملات الدعائية حيث يتم إلغاء العديد دور المؤسسات الوسيطة في العملية الديمقراطية وإلغاء الخطاب الجمعي والانتقال إلي الفردي حيث يتيح الانترنت للأفراد التعبير عن هوياتهم وتوجهاتهم .

- ديمقراطية الوصول المباشر: Direct Access Democracy :

عبارة عن نظام ديمقراطي نيابي، لكنه لا يكتفي بتكوين برلمان به أعضاء منتخبون يمثلون دوائر انتخابية ،بل نظام يري إن النائب في البرلمان لا يتعين إن يقوم بالتصويت عليه قرار دون الرجوع مباشرة إلي الجماهير التي انتخبته ممثلا لها بمعنى أن علي كل نائب أن يعود لجمهوره ويعرض كل القضايا المطروحة في البرلمان للمناقشة أو التصويت ويطلب من الجماهير التصويت علي القضية أو الرد حينما يصل إلي قرار يقوم بالتعبير عنه والتصويت عليه داخل البرلمان بالطريقة التي أقرتها جماهيره في دائرته الانتخابية، وتساهم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دعم الاتصال المتسع والحاسم بين النائب والجماهير، كما إن سهولة الاتصال وسرعة الانتشار لوسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تمكن كافة الأفراد من القدرة علي الاتصال من خلالها ،حيث يمكن إنشاء قوائم بريدية والتعبير عن القضايا والتصويت عليها بكافة الوسائل من خلال الدخول علي الانترنت أو الهاتف المحمول.⁽¹⁵⁾

- الديمقراطية التداولية: Deliberative Democracy :

يتصف هذا النمط الديمقراطي على أن أي قرار يكتسب شرعيته من التداول العام له بين المواطنين قاطبة ليصبحوا مشاركين فاعلين في التفكير فيه والتخطيط له وصياغته وإصداره، وهذا ما يشكل بيئة مثالية للحياد والعقلانية والمعرفة الجيدة بالحقائق المرتبطة بالقرار وكلما زادت احتمالية الوصول لقرارات مناسبة أخلاقية تعد الديمقراطية التداولية قيمة معرفية، ولتنفيذ هذه الأفكار فان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تتيح عددا من الآليات السياسية التي توفر تداول المعلومات وتدويرها طوال الوقت فيما بين السلطات والحكام والجماهير.

- الديمقراطية الاستباقية: Anticipatory Democracy :

حيث يتم الاعتماد علي توقع الأحداث المستقبلية التي لها مصداقية لدي الجمهور والتنبؤ بما يتوافق مع رغبات الجمهور ومستوي التوقعات عن طريق مشاركة مسبقة وواسعة من الرأي العام

والحوار والنقاش من قبل الجماهير فيما يجري من فعاليات وقضايا وقرارات كما تنبني علي عملية الرصد والتحليل المستمر لتوجهات وسلوكيات الجماهير السابقة والآنية لاستخدامه في عملية التنبؤ، ويمكن أن يتم ذلك من خلال التعبئة السياسية كأدوات الرأي والتعبير التي أتاحها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كغرف الدردشة واستطلاعات الرأي الالكترونية، والتي تتيح إمكانية مشاركة الآلاف فيها وبطريقة سهلة ويمكن تناول كافة القضايا بدون أي معوقات مادية أو اتصالية، حيث يتم التوصل إلي مؤشرات عامه وقاعدة بيانات لأي قرار يمكن إن يتم اتخاذه. وفي الديمقراطية التمثيلية تعمل الأحزاب السياسية علي تجميع مطالب المواطنين وتحويلها إلي برنامج سياسي، وتقوم بتوعية المرشحين للمؤسسة التشريعية واستعمال الدعم الانتخابي حيث يقوم المواطن بدور الناخب.

الخاتمة :

إن الحديث عن فضائل الإعلام السياسي الجديد وانعكاساته الايجابية في الجانب التواصلي و التعبوي السياسي بين الجماهير- خاصة في مجالات مثل الرفع من فرص الثقافة والمعرفة السياسية وفتح آفاق التمكين السياسي والمشاركة السياسية وزيادة التفاعل والتبادل السياسي بين "مواطني النت"، وكذا التمكين السياسي لبعض فئات المجتمع المحرومة في ظل الإعلام التقليدي -، كل ذلك لا يجب أن يشتت انتباهنا لحجم المخاطر وتعدد الجوانب السلبية لهذه العملية، فصناعة الإعلام الجديد يراه الكثيرون تهديدا فتاكا لشكل المجتمع وترابطه وتوجهاته الايدولوجية وخلفياته التاريخية، الثقافية والعقائدية، كما يشكل تهديدا لشكل الدولة -مهما كانت طبيعتها- في سلطتها وقوانينها وهيبته، لكثرة وسائل التجاوز والانتهاك وصعوبة التحكم فيها أو مراقبتها .

لقد استعملت الوسائل الجديدة للتعبئة السياسية بسلبية خطيرة في نواح كثيرة من الحياة الاجتماعية و السياسية على المستوى العربي أو العالمي، فقد وجدت فيه الجماعات المتطرفة - لاعتبارات سهولة التلقي وصعوبة الرقابة- مجالا رحبا لتسويق أفكارها المسمومة سواء كانت هذه الجماعات: جماعات إثنية انفصالية، جماعات إرهابية، جماعات دينية متطرفة، جماعات مصالح ضيقة، لوبيات سياسية او اقتصادية، أو حتى أطراف خارجية تحاول الاصطياد في المياه العكرة .

ويزداد الخطر أكثر وأكثر على اغلب الدول العربية نتيجة بطء إدراكها لحجم تأثير الإعلام الجديد على الجانب السياسي، فعلى هذه الحكومات العربية النظر إليه على أنه فرص تحمل كثيراً من الخصائص والفوائد بدلاً من النظر إليه بعين الريبة والحذر، فشبكاته يمكن أن تجعل منها وسيلة فاعلة للتواصل مع المواطنين والتفاعل معهم، ومعرفة قضاياهم، كما انه يتعين على الحكومات العربية أيضاً أن تدفع باتجاه توظيف لشبكات الإعلام الجديد في كافة مؤسساتها بشكل مخطط ومدروس بهدف إلى تسهيل تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين والتفاعل معهم ومعرفة شكاواهم وملاحظاتهم واستقراء النبض السياسي للمجتمع، وأن يتم ذلك بشكل مؤسسي ومدروس وليس شخصي.

فكما نزعت العولمة غطاء التوقع السياسي والاقتصادي على مختلف الدول والشعوب بإجبارية التفاعل لا اختياريته ،كذلك الإعلام الجديد يفرض على الدول والحكومات وعلى رأسها الدول العربية ذات محاولات التوجه الديمقراطي، الدخول في حرب جديدة هي حرب التمكن والتوقع في شبكات ووسائل الإعلام الجديد، وعدم ترك المجال مفسوحاً أمام مختلف الفعاليات الأخرى الداخلية أو الخارجية ذات السياق السلبي ،هذا إن كان هناك اليوم في ظل عولمة الإعلام الجديد مفهوم مستقل للدخل والخارج. لذلك لم يبق على الأنظمة السياسية وجمعيات منظمات المجتمع المدني إلا البحث عن آلية جديدة لاستغلال الإعلام الجديد بالشكل الذي يعود بالنفع العام على المواطنين والدولة عن طريق تشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية وتوجيه عملية التعبئة السياسية إلى سياقها الإيجابي.

الهوامش:

- ¹ - محمد عواد ، مدخل الى الإعلام الجديد ، مكتبة الحياة ، القاهرة، 2010م، ص 16
- ² - سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ،مجلة جامعة دمشق، م 26، ع 1 ، 2010م، ص 444.
- ³ - سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع:التحديات و الفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، ديسمبر، 2011م، ص 06.
- ⁴ - www.webopedia.com بتاريخ : 11/8/2011م.
- ⁵ - الكاتب سعود ، الإعلام القديم والإعلام الجديد، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية ،، 2002 ، ص 20.
- ⁶ - قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة الى ندوة الإعلام والامن الإلكتروني، جامعة نايف للعلوم الامنية ،المملكة العربي السعودية، 2011م ، ص 10.
- ⁷ - محمد قيراط ، الشبكات الاجتماعية و العملية السياسية ،على الموقع :
http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-03-31/اطلاع تاريخ 2014/01/31م
- ⁸ - جابريل إيه الموند وجي .بنجهام باويل، ترجمة :هشام عبدالله، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر-نظرة عالمية، عمان: الدار الأهلية للنشر والترجمة، م 1999م، ص 66.
- ⁹ - موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد :تطور الأداء و الوسيلة والوظيفة، بغداد:سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع، 2011م، ص 53.
- ¹⁰ - عيسى عبد الباقي موسى، انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية -دراسة حالة للتحوّل الديمقراطي في مصر، دراسة غير منشورة ضمن أعمال مؤتمر 2010م،
- ¹¹ - موسى جواد الموسوي، المرجع السابق الذكر، ص 60.
- ¹² - يكاد يكون الاختلاف جوهرياً بين مختلف الباحثين والأكاديميين في علم السياسة وعلم الاجتماع بالخصوص حول أكاديمية استعمال اصطلاح " ثورات الربيع العربي "، بين من يعتبره تعبير دقيق عما يحدث في المنطقة

العربية، ومن يعتبره صياغة غربية لاستعمار جديد عن طريق اسقاط هذه الانظمة، وليس ثورة شعبية حقيقة بمفهوم وشروط الثورة .

¹³ - الفطافطة، محمود، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين: الفيسبوك نموذجاً، بيروت 2011م ص. 20.

¹⁴ - Norris, Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide, Cambridge University Press, Cambridge, 2001

¹⁵ -- R. Gibson, P. Nixon and S.Ward,(eds), "Net Gain Political Parties and the Impact of New Information and CommunicationTechnologies", Routledge, London and New York, 2003