

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد Social mobility and the problem of new media

أحمد عبد اللطيف شتوح *

جامعة الأغواط

www.areslan@gmail.com

تاريخ إرسال المقال: 2022-01-11 تاريخ قبول المقال: 2022-01-25 تاريخ نشر المقال: 2022-03-31

الملخص:

الإعلام الجديد بنظمه المتعددة، ينظر إليه على أنه الوجه الحقيقي للتطور الاجتماعي والثقافي والسياسي للمجتمع، أي لا يمكن فصل الإعلام بوسائله عن الوظيفة الحضارية للمجتمع الحديث. إن الوظيفة الحضارية للإعلام الجديد تنعكس من خلال ما يقدمه من المعلومات الموضوعية والحقيقية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياها، بهدف توجيهه وتكوين رأي عام مستنير لمواجهة تلك القضايا والتحاور حولها لإيجاد أنسب الحلول الموضوعية، فهو يرتبط بالجانب السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة الحديثة، وفقاً للأحداث الوطنية والدولية.

الكلمات المفتاحية:

الحراك الاجتماعي - الإعلام الجديد - التغير الاجتماعي.

Abstract :

The new media, with its multiple systems, is seen as the true face of the social, cultural and political development of society, meaning that the media cannot be separated by its means from the civilized function of modern society.

The civilized function of the new media is reflected through what it provides of objective and real information that is closely related to the goals of society, its problems and issues, with the aim of guiding and forming an informed public opinion to confront these issues and negotiate about them to find the most appropriate objective solutions, as it is linked to the political, economic and social aspect of the modern state, according to the events national and international.

Key words: Social mobility – new media - social chang

مقدمة:

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

لقد عرفت الآونة الأخيرة حركة تكنولوجية متسارعة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، والتي بدورها اختزلت الحدود الزمكانية. أين مكنت المواطن العربي من المشاركة والاتصال وتقوية الروح التفاعلية بينه وبين هذا العالم من خلال الشبكات الالكترونية، هذا فضلا عن أنها أفرزت أسس وبنى تنظيمية اجتماعية جديدة، والإعلام لم يعد مجرد وسيلة تنتقل الأخبار والأحداث والأفكار والثقافات والعادات، بل أصبح مشاركا فاعلا في صنع كل تلك المعطيات. إذ يُعتبر الإعلام الآن من المصادر والسلطات التي تقود المجتمع، وهو إحدى القوى الكبرى الفاعلة التي تقود عجلة التنمية والتطوير والتغيير.

كما أن الإعلام الجديد بمختلف وسائله وأشكاله أدى دورا لا يستهان به في الحراك السياسي العربي، حيث أصبح متغير أساسي في بناء اللعبة السياسية، مقابل تدهور وتقهر دور الإعلام التقليدي الرسمي. جاءت هذه الورقة لتبحث في كيفية مساهمة وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) في صياغة تصور واضح للحراك الاجتماعي العربي؟ وكيف كان تأثيرها في عملية التغيير السياسي من خلال الفعل الثوري للمواطن العربي؟ و مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في توسيع هامش الحريات؟ أم أن هذه المواقع وشبكات التواصل عقدت الأمور و زادت من الفوضى وغياب الأمن الاجتماعي؟

أولا: الإعلام الجديد المفهوم والوظيفة

1- مفهوم الاعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين.

وهناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة، الإعلام الجديد هو اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.¹ كما يشير المفهوم إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.² ويعرف بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف

1 - فضيل دلبو، الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، ووسائله)، ط1، دار الفجر، مصر، 2003، ص21.

2 - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، ط1، الأردن، دار الشروق، 2008، ص31.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

المطبوعة والمجلات، والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل على المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، إعلانات الإنترنت، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجوال. تضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته".

2- وظائف الإعلام الجديد:

إن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلاً عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.⁽¹⁾

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."⁽²⁾

إن الإعلام يمارس دوره داخل المجتمع ..و تتعذر بالتالي قراءة تاريخه، ومعالجة وضعه الراهن والتنبؤ بآفاق تطوره بمعزل عن السياق الاجتماعي والسياسي، الاقتصادي، التقني، والثقافي الذي يعمل فيه هذا الإعلام. لقد وفر الإعلام الجديد قنوات وممارسات ومضامين إعلامية جديدة، تسهم بدورها في حراك اجتماعي وسياسي، ومنتجة في نفس الوقت متغيراً إعلامياً مستقلاً من حيث المظهر. فالدراسة المنهجية العلمية لظاهرة الإعلام الجديد، توجب أن تبحث هذه الظاهرة بوصفها ظاهرة مستقلة ومتميزة نسبياً تمتلك خصائص وسمات محددة، إلا أنها متجذرة في الوقت ذاته بالتاريخ والمجتمع الذي نشأ فيه وتشكلت وتطورت.

(1) - نفس المرجع، ص17.

(2) - زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

إنّ عمليات الاتصال الجديدة أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي إلى الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك. في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتكوين الملاحظات على سجلات الزوار، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تنتج للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات، وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب الخ ، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية، وتعتبر هذه المرحلة انقلاًباً على نموذج الاتصال التقليدي.

تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه. إن كثيراً من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرئونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية، بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك. الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك الوسائل القديمة بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة، لقد جعلت تكنولوجيا الإعلام الجديد من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر. هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، واليوتيوب، أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

ثانياً: أهم النظريات المفسرة لوظيفة الإعلام الجديد

1- تصور التفاعلية الرمزية:

يهتم منظور التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة، ويركز على المفاهيم والمعاني التي وجدت من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، ويرى أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضاً مفهوم الذات Self-Concept من خلال كيفية

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا. و هو يعد من بين الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، و الصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية. وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم. فالمستخدمين يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.

2- الاستخدامات والاشباكات:

أما بالنسبة لنظرية الاستخدامات والاشباكات، فتهم بجمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.⁽¹⁾ ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة ودوافع وحاجات الفردية، وتهم النظرية أيضا بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.⁽¹⁾ تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباكات على مجموعة فروض أساسية وضعها كل من (اليا هو كاتز، بلومر، وجوفيتش) ويمكن إجمالها في النقاط التالية:

- إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالاجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
- إن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجاته من وسائل الإعلام حيث يربط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.
- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته، ومن ثمة فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

وقد دفع النمو الهائل في استخدام الانترنت الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباكات للتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط - وقد أكد Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباكات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال، و كيف يبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام. وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي:

- الحاجات الشخصية، على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.
- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت.

(1) - مرزوق عبد الحكم العادلي، "الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والاشباكات)"، ط1، القاهرة، 2004، ص109.

(1) - محمد منير حجاب، "نظريات الاتصال"، القاهرة، دار الفجر، ص290.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

ويحصر مدخل نيغروبونتي **Negroponte** الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، ويلبي الاهتمامات الفردية، والاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم. والميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً".⁽¹⁾

تعتبر نظرية ثراء وسائل الإعلام والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قلّ الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً.

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

3- نظرية الشأن العام:

نظرية الشأن العام والتي وضعها **Habermas** عام 1989 ، حيث يري أن الشأن العام هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية ترتبط ارتباطاً عميقاً بالحياة العامة أو الخبرات اليومية للأفراد، ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة. وتفترض نظرية الشأن العام أربع سمات رئيسية تميز الاتصال وهي : القدرة على الوصول إلي دائرة الاتصال، والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة، وبنية المناقشة، وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظراً للسمات التفاعلية التي تتسم بها، والتي يمكن أن تقود إلي مزيد من ديمقراطية المجتمع من خلال إمكانية الوصول الغير المحدد للمعلومات، والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الإلكترونية، ومعرفة إلى أي مدى يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا السياسية.

(1) - عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص9 .

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

نظرية المشاركة الديمقراطية، حيث تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري، وتؤكد على دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال، وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات المعبرة عن معنى التحرر من الأنظمة المسيطرة. وتفترض عدة فروض تتواءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية وهي: حق المواطن في النفاذ والوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها طبقاً للاحتياجات التي يحدونها، وأن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها، وأن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعاً للسيطرة المركزية القوية، وأن وسائل الإعلام التي تنسم بالتفاعل والمشاركة يتعاضد دورها في المجتمع الديمقراطي، ويتم تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية، وهم أعضاء الشبكة والمتعاطفون معها بهدف دعم اتجاهاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم.

الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل في تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.⁽¹⁾

ثالثاً: بين التغير التقني والتغير الثقافي

1- الحتمية التكنولوجية:

قد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية (التقنية)، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، و التي ترى في التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فنقتحم حياته الشخصية وتقكك علاقاته الاجتماعية. أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواه.

إن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني يتمتع بديناميكية قوية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. يكمن النظر للتغير الاجتماعي برؤية ما يعرف "بالحتمية التقنية" *Technological Determinism*. وما يعرف "بالحتمية الاجتماعية" *Social Determinism*، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا أن التفسير الذي يقول بالتأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع

(1) - مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص 21.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة.(1)

2- الحتمية الاجتماعية:

وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها. واشتهر في هذا الاتجاه، الأمريكي لزلي وايت". وقدم وايت الطرح التالي: "إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافياً بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعياً بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماعي/ التقني".

لا يمكن القول إن عوامل التغير يمكن تحليلها بعامل وحيد، إذ يبين الواقع تساند عوامل عدة، اقتصادية، وتعليمية، وجغرافية، وتكنولوجية، وإعلام بإيديولوجيات موجهة، تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغير. لذلك يصعب تحديد عامل واحد في عملية التغير.

رابعاً: قراءة لواقع الحراك الاجتماعي العربي

1- التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي:

عند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية يتبادر إلى ذهن الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولا يزال جدل كبير من قبل المتخصصين. فمنذ مطلع العام 2011م نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحول في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وقد شهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطق. فالخبرة والتسهيلات الجديدة التي توفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين. وإسقاطاً على التجارب العربية في الحالتين "التونسية والمصرية" تقوم وسائل الإعلام وفق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة

(1) - علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو - اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، ص75.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

المعلومات المرسلة، للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وتدعم الرسائل الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عن طريق المعلومات والأفكار، وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معينة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيته إعلامياً وجماهيرياً، ثم حث الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبني الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية.

2- المسؤولية الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي:

استخدم الشباب في بداية الأمر لمواقع التواصل الاجتماعي كان للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر من أجل المطالبة بتحسين الحياة الاجتماعية والاقتصادية، ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن وحتى الجزائر المتمثلة في حركة بركات. والتي استغلت من أطرف محلية معارضة، وكذا دولية حاكمة، وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي للوطن العربي.

ولهذا تثير حرية الرأي في مواقع التواصل الاجتماعي إشكاليات عدة، لها علاقة بقضية الأمن الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية، وتصبح عاملاً محدداً للتحويلات الدينية والثقافية. و لهذا لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الدينية، الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سنداً نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلاً لفهم خصائص الإعلام الجديد، فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية "مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاط في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث تنشئة اجتماعية أو "تدريب

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

اجتماعي" على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسنى تطوير الاتجاهات والصفات السيكلوجية الضرورية. وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها.⁽¹⁾

إن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية أسهم في التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتطوير والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولاً لوسائل الإعلام العالمية.

قام الإعلام الجديد بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنه لم يكن مفصلياً في تسيير الأحداث في المنطقة العربية لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل أساسي عن طريق الإعلام الجديد. و لكن نقطة الاتفاق الرئيسية هي عن دور الإعلام الجديد في إيصال صوت الشارع العربي إلى أنحاء العالم. والإعلام الجديد هو باختصار مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني. ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات الإسلامية العربية، لا بد من أن يصاحبه تغيير في الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة.

3- الإعلام الجديد كنسق فكري:

يمكن تحديد الإعلام الجديد كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال". ويبدو أن الإعلام الجديد وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.⁽¹⁾ وفي جو من القيم الإسلامية الصحيحة البعيدة عن العنف الاجتماعي، و تحريض على الخروج الغير مسئول الذي يؤدي بالمجتمع إلى الهاوية، كما هو حادث اليوم في كثير من الدول العربية الإسلامية. لهذا لا بد من استعمال الإعلام الجديد بوسائله ووسائطه المتنوعة بما يخدم البلاد والعباد، وليس للحشد وتظاهرات العقيمة التي من تداعياتها، غياب الأمن والظواهر التي تصاحبه من اغتصاب و هرج ومرج . قد يستخدم الإعلام الجديد كآلية ضبط ورقابة، فالإعلام قد يكون عيون الحكومة التي تعكس حقيقة ما يجري على أرض الواقع في مجتمعاتها،

(1) - أولجا جوديس بيلي، وآخرون ، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009،

ص24.

(1) - نهوند القادري، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،

2008م، ص231.

الحراك الاجتماعي وإشكالية الإعلام الجديد

ولكن بإعطاء الإعلام قدر من الحرية حتى يستطيع التحرك، وباحترام الإعلاميين والمواطنين لهذه الحرية منطلقين للبحث عن الحقائق ومحاولة الوصول إلى مجتمع نظيف نوعاً ما بعيداً عن أي مصالح شخصية.

خاتمة

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيراً جذرياً على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل السيارة والتلفزيون والراديو والكمبيوتر والتي وبالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الإنترنت اليوم من حيث سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى القليل .

إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة. وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم. كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم. وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها. هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات ثورية كإشعال فتيل الثورة في الدول العربية، ولكنها أشعلت أيضاً ثورة تفكير في العالم بأكمله. وبموجب نظام الإعلام الجديد تزداد أهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الأخرى إذاً هو إعلام تعددي بلا حدود، ومتعدد الوسائط يؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها فهو على سبيل المثال لا الحصر وسيلة تعليم و منافس تلقائي للمدارس، وهو يعمل في سياق مؤسسات جديدة تختلف كثيراً عما عاهدناه في وسائل الإعلام التقليدية، فهو ليس إعلام صحفيين وكتاب وقراء، ولكنه مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية ويمارسون أعمالهم اليومية.

وفي الخلاصة يجب علينا أن نقر أنّ هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبقة تأخذ مكانها الآن، وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم، وعليه لابد من الجهات الوصية أن تأخذ هذا بعين الاعتبار، وتجعل لهذا الإعلام الجديد وظيفة تخدم المجتمع وتثبت قيمه، وتشكّل وعي مسئول لممارسيه، لأن الحرية المفرطة التي ليست لها قيود شرعية ولا قانونية ستحدث خلخلة في البناء الأخلاقي والاجتماعي وكذا السياسي.

قائمة المراجع:

1. أولجا جوديس بيلي، و آخرون، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009.
2. جون هارتلي وآخرون، الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت، عالم المعرفة، 2007.
3. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
4. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008.
5. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011.
6. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007.
7. محمد منير حجاب، "نظريات الاتصال"، القاهرة، دار الفجر، (ب ت).
8. مرزوق عبد الحكم العادلي، "الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات و الاشباكات)"، ط1، القاهرة، 2004.
9. مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005.
10. نهوند القادري، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.