

رؤية مستحدثة لمفهوم الجمهور في ظل الإعلام الجديد Innovative vision of the Concept public in the new media

أ. قجالي آمنة

قسم الإعلام / جامعة أم البواقي

تاريخ النشر: 2015/06/11

تاريخ القبول: 2015/04/21

تاريخ الاستلام: 2015/03/13

ملخص:

تزداد أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاتها، وازدياد عدد المستخدمين لها، ولا تنحصر أهمية الإنترنت في مجال تبادل المعلومات، فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية واجتماعية واقتصادية وعلمية وثقافية بالغة التأثير في الأنساق الاجتماعية و هذا ما سنحاول تناوله في هذه الدراسة.

Abstract:

The importance of the Internet at the international level increases with the diversity of its uses, the increase in the number of users, and the importance of the Internet in the area of information exchange, which today plays political, social, economic, scientific and cultural roles that are very influential in social patterns and this is what we will try to address in This study.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديمقراطية أو تسلطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال المتعددة، أصبحت عدو النظم السياسية؛ ذلك أن الإعلام الجديد أضحى يساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديمقراطية والمشاركة السياسية، إلى جانب دورها على الصعيد الاجتماعي، ومساهمتها في تطويره، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها.

ووفقاً لذلك، فقد أُنْهت ثورة المعلومات عدداً من المفاهيم كهزيمة الاتصال، حارس البوابة، أحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: المجتمعات الافتراضية، التشبيك الاجتماعي، التفاعلية، الاقتدار السياسي، الديمقراطية المباشرة أو الطائفة... الخ، وأصبح الحق في الإعلام الذي طالما سهرت التعدديات الإعلامية والسياسية في العالم على توفيره واقعا مفروضاً أمام السماء المفتوحة معلوماتياً.

ولذلك فإن ورقتنا هذه تحاول أن تنحو في نفس المنحى، من خلال تسليط الضوء على مستحدثات مفهوم الجمهور وعلاقته بالتعددية الجديدة أو الديمقراطية المباشرة عبر نقاط أساسية هي:

- 1- الإطار النظري للمفاهيم المستحدثة
- 2- الإعلام الجديد والجمهور: المفهوم المستحدث
- 3- الحق في الإعلام بين العصر القديم وعصر المعلومات
- 4- الاقتدار المعرفي والاقتدار السياسي منبعان للديمقراطية المباشرة
- 5- إعادة بناء المفاهيم في الصناعة الإعلامية

1- الإطار النظري للمفاهيم المستحدثة

وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نماذج ونظريات منها:

أ- نموذج الحتمية التكنولوجية: وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية⁽¹⁾.

ب- نموذج الحتمية الاجتماعية: التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها؛ أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها.

ج- نظرية المجال العام: صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) (Habermas) نظرية المجال العام (Public sphere) عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة وتكوّن الرأي العام وحالته، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، ونشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية التي كانت تُمارَس فيها المناقشات حول السياسات الحكومية وفي رحابه تبلور اتجاهات الرأي العام. وعرّف هابرماس (Habermas) المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكوّن من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي⁽²⁾.

يقسم هابرماس (Habermas) النظام المجتمعي إلى ثلاثة أنظمة فرعية هي: النظام السياسي، أنظمة وظيفية كالتعليم والصحة والخدمات، والمجتمع المدني. ويشير هابرماس (Habermas) إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على:

1- مدى الوصول والانتشار.

- 2- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- 3- رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
- 4- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- 5- وجود سياق اجتماعي ملائم⁽³⁾.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هابرماس (Habermas).
د- نظرية ثراء وسائل الإعلام: تدرس معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة. وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة⁽⁴⁾.

2- الإعلام الجديد والجمهور: المفهوم المستحدث

يستأثر الإعلام الجديد بالكثير من الاهتمام من قبل المنشغلين بالإعلام، مما أثرى الرصيد النظري حوله. ولعل أشهر تعريفاته ذلك الذي قدمته كلية شريديان التكنولوجية (Sheridan) وهو: "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⁽⁵⁾.

ومن أهم المفاهيم المصاحبة لظهوره: الإعلام الرقمي (Digital Media)، الإعلام التفاعلي (Interactive Media)، الإعلام الشبكي الحي (Online Media)، إعلام الوسائط المتعددة (MultiMedia) ... الخ.

وفي هذا السياق يرى الدكتور محمود خليل* أن المستخدم هو من سيتحكم بوسيلته الاتصالية وسيكون منتجاً لمادته الإعلامية بالقول: "ما يثير دخول الحاسوب إلى عالم الاتصال، هو تحول العملية الاتصالية إلى حالة تبادلية بين المرسل والمستقبل، بمعنى أن الاتصال هنا سيكون ذا اتجاهين: (Two Way Commnication)، حيث تزداد درجات التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية، وسيعمل دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يفسر، أو يطلب المزيد من المعلومات حول وحدة إعلامية معينة، بل سيصل الأمر إلى تحول المرسل العادي في حالة الاتصال التقليدي إلى منتج للمادة الإعلامية⁽⁶⁾.

والجمهور عبر هذا الطرح من أوائل عناصر العملية الاتصالية تغيراً في صيغته الشكلية وأنواعه كالآتي:

أ-مرحلة ما قبل وسائل الإعلام: دار مفهومه حول مجموع المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عدداً من الناس حتى في الأسواق ودور العبادة. غلب عليه طابع التحديد في الزمان والمكان.

ب-مرحلة ما بعد وسائل الإعلام: أدى ظهور وسائل الإعلام التقليدية إلى تطور أشكال وخصائص الجمهور بين:

*جمهور القراء والجمهور العام: تميز كتيار فكري مثقف يربط عدداً غير محدود من الأفراد، مثلاً الطبقة المستنيرة التي شكّلت الرأي العام حول القضايا المجتمعية.

*جماهير وسائل الإعلام من مستمعين ومشاهدين: توضّح اللاتجانس بين أفرادها وتفكك الروابط الاجتماعية والتباعد المكاني.

وعرّف الجمهور حينها ماكويل (McQuail) بالخصائص الآتية:

- الحجم الواسع حيث يتخذ شكل الجماهير حجماً أوسع بكثير من الأشكال السابقة.

- التشتت إذ يتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة، ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة.
- عدم التجانس فأفراد الجمهور غير متجانسين، الأمر الذي يجعلهم متميزين في احتياجاتهم وإدراكهم ومصالحهم واهتماماتهم، وبالتالي في سلوكهم الاتصالي.
- عدم التعارف فعناصره غير معروفين بذواتهم ومجهولون لدى بعضهم البعض من جهة، ولدى القارئ بالاتصال من جهة أخرى⁽⁷⁾.
- غياب التنظيم الاجتماعي حيث أن تباعد عناصره، وعدم معرفة بعضهم البعض يفقدون القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.
- وجود اجتماعي غير مستقر في الزمن والمكان.
- وعُرفت الأشكال الآتية: الجمهور المفترض، الجمهور الفعلي، الجمهور المتعرض، والجمهور النشط.
- * جمهور الناخبين وجمهور السوق: أضفت عليه الأفكار الديمقراطية والرأسمالية الإعلامية الحرة.
- * جمهور الوسائط المتعددة الذي انتقل داخل مجتمعات ما بعد الحداثة من حالة التلقي السلبية إلى حالة التفاعلية والمشاركة في صنع الرسالة، وتعني التفاعلية (**interactivity**) انتهاء فكرة الاتصال الخطي (**linear**) أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي، وهو النموذج الذي كان من قبل مع وسائل الإعلام التقليدية، التي لا تتيح مجالاً للمتلقى وتجعله يستهلك مضامينها بشكل سلبي، أما وسائل الاتصال التفاعلية فهي تجعله يتخلى عن التلقي السلبي ويتبنى التلقي الفعال والنشط.
- حيث أضيفت للأدبيات الإعلامية الحديثة خلال العشرين سنة الأخيرة جملة غير محدودة من المصطلحات المستحدثة المضافة إلى قاموس الجمهور الذي وجد منذ ظهور الصحافة المكتوبة، منها:
- الجمهور الشامل (**Global audience**): يتكون من جمهور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة دونما تحديد للوسيلة أو الفئات والخصائص النوعية للجمهور، وجمهور وسائل الاتصال الشاملة العابرة للأمم والثقافات.

- جمهور الويب (Web audience) : يشمل مجموع مستخدمي الشبكة العنكبوتية في اتصالاتهم دون تحديد طبيعة الخدمة. ويدعى أيضا "الجمهور المبحر".
- جمهور على الخط (Online audience): هو مجموع الأفراد المبحرين والذين باستطاعتهم التفاعل المباشر وتبادل الأدوار أي هو الجمهور المتفاعل فوراً وفي اللحظة الزمنية الراهنة.
- جمهور خارج الخط (Offline audience) : هو الجمهور الذي لا يتفاعل مع الرسالة في نفس لحظة الإرسال بسبب وجوده خارج الشبكة. ولكنه يتفاعل لاحقاً لأن الرسالة مسجلة لديه.
- الجمهور المشبك (Networked audience) : هو جمهور وسائل الإعلام المشبكة أو على الخط تقليدية أو إلكترونية.
- الجمهور الإلكتروني (E-audience) : وينسب إلى وسائل الإعلام الإلكترونية سواء التقليدية المشبكة أو الإلكترونية فقط.
- الجمهور ذو القدرة على التواجد الكلي في كل مكان وزمن (U-audience) : ويتضمن كل أشكال جمهور الوسائط الجديدة الذي يمكنه أن يتعرض ويتفاعل في كل مكان. هذه المصطلحات الجديدة أعطت مفهوم الجمهور أبعاداً جديدة تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم⁽⁸⁾.

3- الحق في الإعلام بين العصر القديم وعصر المعلومات

- كتب فردريك سبور توثيود وريتسونو ولبرشرامعام 1963، أن وسائل الإعلام العالمية تتبع نظرية من بين الأربع التالية: السلطوية أو الشيوعية (التي انبثقت عن الأولى) أو التحررية أو المسؤولية الاجتماعية (التي تطورت عن النظرية الثالثة)⁽⁹⁾.
- ويعود الفضل للنظرية التحررية في ظهور مفاهيم جديدة من أبرزها "الحق في الإعلام". هذا الأخير الذي كان متعلقاً وتابعاً لمفاهيم رائدة في المجال وهي حرية التعبير وحرية الإعلام. فحرية التعبير من بين حقوق الإنسان المدنية الأساسية، تنتمي إلى فرع حريات التفكير (الأقدم تاريخياً في الظهور).

وحرية التعبير تعني حرية المواطن في التعبير عن رأيه في كافة الأمور العامة دون التعرض لأي عقاب (10).

وقد مر الحق في الإعلام بصراع طويل مع السلطات في كافة أنحاء العالم بدءاً من عصر سيطرة الكنيسة والإقطاع في أوروبا إلى يومنا هذا عبر مضايقات الساسة لحرية الإعلام بسن القوانين الصارمة على الرغم من إقراره منذ عصر التنوير في أوروبا في القرنين 17 و18م إلى الديمقراطيات الناشئة بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية. ونذكر من القوانين والقرارات الوطنية والدولية السامحة به؛ الإعلان الفرنسي لحقوق الإنسان والمواطن لعام 1789م، الذي بني على أساسه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948م وخاصة مادته الـ 19 المنادية صراحة بـ "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود⁽¹¹⁾، كذلك الاتفاقية الأوروبية للحفاظ على حقوق الإنسان والحريات الأساسية في 1950م الذي رسخ مفهوم حرية الرأي والحق في الإعلام. بالإضافة إلى إعلان منظمة اليونسكو (UNESCO) حول التعددية الثقافية العام 2005م.

الجزائر لا تخرج عن القاعدة العالمية، ففي قوانين الإعلام المتعاقبة (بدء من قانون 1982 الذي عبر صراحة عن هذا الحق، 1990 الذي أضاف عاملاً مهماً هو التعددية الإعلامية وغير ذلك من الاجتهادات التشريعية التي لا تزال إلى اليوم)، فيها حاولت الدولة أن تكفل هذا الحق إلا أن دراسة للدكتور محمد قيراط** عن القائمين بالاتصال أظهرت نتائجها استياء الصحفيين الجزائريين من قوانين الإعلام في الجزائر، فحسب رأيهم زاد الوضع الأمني الطين بلة من حيث المضايقات الصريحة للسلطة حفاظاً عن الأمن الوطني. مما هدد الحق في الإعلام المعلن عنه في القوانين السالفة الذكر⁽¹²⁾.

إن الإعلام الجديد بالفصائيات المشبكة وكل تطبيقاته الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي قد غزى العالم ببرامجه وعروضه حتى تحول إلى قرية كونية فاقت التصورات البشرية في بداية القرن الحالي. فتندفق الصور والرموز الثقافية على هذا النحو السريع والتفاعلي أتاح لأفراد مقارنات ثقافية غير مسبقة، فصار

بإمكان أي فرد تلمس موقعه وموقع بلده بين الأمم، التعرف على كل الأخبار والأسرار السياسية والاقتصادية والاجتماعية الوطنية والدولية. ومن أبرز مظاهر مجتمع المعلومات أن الأفراد أصبحوا مبدئياً أكثر تكويناً، وأكثر إعلاماً، وأكثر وعياً، وأكثر تمسكاً بمطالبهم وحقوقهم عبر العالم.

توضح المعطيات التالية نسب تعامل العرب مع الحق في الإعلام في السماء المفتوحة معلوماتياً:

فبإحصاءات العام 2006 لوحظ نمو متسارع لاستخدام شبكة الإنترنت في العالم العربي، حيث قدر عدد مستخدمي الإنترنت المتكلمين باللغة العربية حوالي 28 مليون أو نصف المليون، أي حوالي 2.5% من تعداد المستخدمين في العالم، وهي تمثل المرتبة العاشرة في العالم. وقد حقق مستخدمو الإنترنت الذين يتكلمون اللغة العربية أكبر وتيرة نمو في العالم كله في الفترة 2000 / 2007، حيث بلغت نسبتها 31.89 % ، كما أن حوالي

60 % من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي موجودون في منطقة دول الخليج العربي، والتي تمثل حوالي 11% من تعداد سكان العالم العربي. وفي سبتمبر من عام 2009 بلغ إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي 38 مليوناً، حيث سجلت دولة الإمارات أعلى معدل انتشار وصل إلى 49.8 % من إجمالي عدد السكان، تلتها قطر بنسبة 34.8 %، والبحرين بنسبة 34.7 %⁽¹³⁾.

وفيما يلي جدول موضح للتدفق المعلوماتي في الوطن العربي 2009:

جدول رقم (01): يوضح استخدامات التدفق المعلوماتي في الوطن العربي 2009⁽¹⁴⁾

الاستخدامات	الكمية والدول
عدد مستخدمي الإنترنت العرب	58 مليون مستخدم
عدد الهواتف المحمولة	176 مليون
عدد خطوط الهاتف الأرضي	34 مليون خط
عدد مستخدمي الفايبروك	12 مليون
عدد المدونات العربية	600 ألف ، الناشط منها 150 ألف تقريباً.
أكبر الدول لعدد مقاهي الإنترنت	الجزائر: 16 ألف نادي إنترنت.

أكثر عدد لمستخدمي الإنترنت	مصر: 15 مليون مستخدم
أقل عدد لمستخدمي الإنترنت	موريطانيا: 60 ألف مستخدم
أكثر الدول استخداما للفايسبوك	مصر، لبنان، والجزائر
أكبر عدد لخط الهاتف المحمول	الإمارات 7.5 مليون خط
أعلى نسبة لمستخدمي الإنترنت	لإمارات 2.86 مليون مستخدم بنسبة +50%
أشد الدول رقابة على الإنترنت	السعودية وتونس
أشد الدول قمعا لنشطاء الإنترنت	مصر
أشد الدول تعاطيا مع الإنترنت	لبنان والجزائر.
أفضل الدول لخدمات الإنترنت	المغرب
أكثر الدول تصنتا على قطاع الاتصالات	لبنان ومصر
كثر الدول تطرفا في مواقع الإنترنت	السعودية
أكثر الدول التي ييثر منها مواقع علمانية	المغرب، لبنان ومصر
أفضل التجارب لتجمعات المدونين والنشطاء	المغرب
أكثر الدول استخداما لليوتيوب	مصر

إن هذه الأرقام وغيرها عبر العالم تؤكد أن الحق في الإعلام تعدى مرحلة المطالبة به والسعي لإدراجه ضمن القوانين والدساتير إلى مرحلة الواقع المفروض على الجماهير كما السلطات.

4- الاقتدار المعرفي والسياسي منبعان للديمقراطية المباشرة

إن مفهوم الاقتدار مفهوم قديم ومركزي في فكر ابن خلدون السياسي والتربوي. إذا اقتفينا قاموس " المقدمة " في مختلف سجلاتها الموضوعاتية والدلالية فسنجد أن له دلالات عديدة لعل من أهمها: "المنعة" و"عزة النفس" و"سورة البأس" و"الرئاسة" و"الجرأة" و"إيثار التضحية" و"الاجتهاد" و" تحري المقاصد" و" إفراذ الوجهة إلى الحق". ونحن واجدون في كل هذه المواقف والمنازل أن حجر الزاوية التي يكون ابن خلدون قد رام إبرازه متمثل في مفهوم مخصوص للقوة في تعاضد مع مفهوم الحق. فإن كان الحق

هو وجهة النظر فالقوة هي شرط الانتصار له، أي شرط الكفاية التي يقتدر بها المرء على ذلك⁽¹⁵⁾. ومنه فإن الاقتدار هو اكتساب القوة دفاعا عن حق، بالرجوع إلى علاقة الإعلام الجديد بالجمهور يكون مفهوم الاقتدار المعرفي:

المعرفة والمهارات ورأس المال الفكري تعتبر مكونات حيوية وأساسية ومفاتيح مهمة للنمو ولبناء أفراد مقتدرين معرفيا... ويبنى الاقتدار المعرفي لدى الإنسان على ثلاثة أبعاد أساسية هي: المهارات الأساسية وتشمل القراءة والكتابة وتوصيل الأفكار والمعلومات وإعداد الوثائق ومقاربة المشكلات العملية بالاختيار الملائم والمخاطبات وتنظيم الأفكار والحوار المتواصل. مهارات التفكير وتشمل العصف الذهني، التفكير الخلاق، صنع القرار، حل المشكلات، تحليل الأشياء، معرفة كيفية كسب المعرفة وبنائها والتفكير والاستنتاج لاكتشاف القواعد والقوانين والمبادئ. الصفات الشخصية وتشمل المسؤولية وبذل مستوى عالٍ من الجهد والمثابرة واحترام الذات، والقابلية الاجتماعية والجمع بين الحكمة والفضيلة والإدارة الذاتية، وتقييم الذات بدقة ووضع الأهداف الذاتية ومراقبة التقدم وضبط النفس واختيار طرق أخلاقية للعمل⁽¹⁶⁾. وبما أن التغطية الإعلامية تؤثر في الأفراد وتكون لديهم أفكارا توجهات وآراء حول مختلف المفاهيم والأحداث وخاصة منها السياسية، فهي تمكنهم من الاقتدار المعرفي. وتعمل الإنترنت تحديدا على تضيق فجوة المعرفة السياسية بإنتاج المعلومات وانتشارها وحرية الوصول إليها وقُدرة أي فرد على المساهمة فيها وإنتاجها وعلى إزالة اللبس والغموض المعرفي سواء ما يتعلق بالقضايا الداخلية أو الخارجية من خلال نموذج يتكون من ثلاثة أضلاع هي: جمع المعلومات، والتعليق عليها والتحاور حولها، ثم اتخاذ خطوات فعلية هو ما يدعى بالاقتدار السياسي⁽¹⁷⁾. والميزة في هذا النموذج هي أن التقنيات الجديدة قادرة على تقديمها والمتصلين بشبكة الإنترنت لديهم القدرة على التجادل، والتحاور بطرق جديدة تزيد من قوتها وتأثيرها؛ كالمدونين، ومجموعات النقاش والرسائل الفورية، وجميعها يجعل التنفيذ الفعلي أسهل بكثير.

إن هذا بلور مفهوم أحدث "الديمقراطية الطارئة" أو "المباشرة" والتي تُشير إلى أن اتخاذ القرار من الممكن أن ينبُع من عالم المدونات أي أن الأفكار أحياناً تولد من شبكات محدودة بين الجمهور ومنها إلى شبكات مجتمعية، ثم إلى شبكات سياسية⁽¹⁸⁾.

وتعرف القواميس السياسية الديمقراطية المباشرة على أنها هي التي يباشر فيها الشعب السلطة بنفسه دون وساطة أحد من النواب أو الممثلين فتكون كافة الهيئات السلطوية التشريعية والتنفيذية والقضائية بيده، أي أن يصبح الشعب هو الهيئة الحاكمة والمحكومة في الوقت نفسه. فتشدد نماذج الديمقراطية المباشرة القائمة على أهمية مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاطا في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل⁽¹⁹⁾.
ومن أبرز وسائل تحقيقها:

***الاستفتاءات :** وهي التصويت على موضوع واحد محدد أو على أحد التشريعات.

***مبادرات المواطنين :** وبها يتمكن المواطنون من اقتراح تشريعات جديدة أو تعديلات دستورية من خلال جمع العدد الكافي من التواقيع لإضفاء القوة على التصويت للمقترح.
***سحب الثقة :** والذي يتمكن المواطنون من خلاله فرض أصواتهم لسحب الثقة عن مرشح تم انتخابه رسمياً من خلال جمع العدد الكافي من التواقيع والموافقات الجماهيرية.

أصبحت الإنترنت أقرب إلى برلمان عالمي يستطيع كل فرد أن يُعبر عن رأيه وفكرته ويُشارك في صنع القرارات وعملية اتخاذها بصورة مباشرة وكما يستطيع أن يعترض وهذا ما يُعد من أسس الديمقراطية، وتم تشكيل مجموعات افتراضية شبيهة بالأحزاب السياسية تُساهم كجماعة ضغط إلكتروني تؤثر على القرارات السياسية للحكومات وتؤثر في عملية صنع قرارات السياسة العامة وذلك كان له تأثير على المؤسسات الإعلامية الرسمية والتقليدية سواء في طبيعة دورها أو نشاطها وقدرتها على التأثير في الرأي العام، حيث أدى الإعلام الجديد إلى الانتقال من الإعلام الجماهيري إلى إعلام فردي يُمكن أن يوجه الفرد للتأثير على الرأي العام وعلى السياسات الحكومية بعيداً عن المؤسسات الوسيطة.

وقد شكل الإعلام الجديد بيئة جديدة تستطيع كافة التيارات الفكرية والسياسية والثقافية والدينية التعبير عن نفسها فيها بحرية وبدون أي حواجز أمنية أو جغرافية. وكذلك المواقع الإخبارية ومواقع الصحف ومواقع منظمات المجتمع المدني. وقد وفرت الإنترنت قنوات لنقل مُعانة المهتمين في حياتهم ومشاكلهم اليومية، وذلك بعيداً عن هرمية المؤسسات التقليدية بشكل أثر على فاعلية المعلومات المتاحة بما يخدم التمثيل السياسي للمواطنين وعلى دور الأحزاب السياسية والمجتمعة المدني.

ومن أهم أساليب ممارسة هذه الديمقراطية: التجمعات الافتراضية، المنتديات، استطلاعات الرأي الإلكترونية، آلية التصويت والانتخابات، البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية، المدونات، المواقع الشخصية والخاصة، رسائل (SMS) والهواتف المحمولة، مواقع التواصل الاجتماعي، الاستفتاءات، التعليقات الإلكترونية... الخ. أين حققت هذه الأساليب نظيرتها في المفهوم السياسي الأصلي للديمقراطية المباشرة.

ومن خصائص الديمقراطية المباشرة الممارسة عبر الإعلام الجديد:

***المركزية واللامركزية:** بتنقية الجهاز البيروقراطي من الفساد وعرقلة القرارات وتقليل التكلفة وتوفير قنوات اتصالية سهلة، وبشكل يُقلل من الاعتماد على الإدارة الوسيطة أو الهرمية وجعلت القرارات أكثر سرعة للاستجابة لمطالبات المجتمع بما يزيد من الكفاءة والفاعلية.

***التفتت والاندماج:** بالتأثير على التنظيم الاجتماعي وإنشاء روابط وتجمعات إلكترونية بين الدول المختلفة، بما يُعزز من التفاهم الدولي المشترك، وكذلك تسهيل عملية اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية وإمكانية التنسيق لتشكيل رأي عام موحد.

***الشفافية:** أصبح العالم أكثر قُرْباً من بعضه البعض عن طريق دعم التكتل وراء قضايا عالمية وجعلت ما يحدث في أي دولة يُمكن معرفته في دولة أخرى كانتهاكات حقوق الإنسان وانتهاكات الحد من التسلح والديمقراطية والمحاسبة السياسية، وساعد ذلك على إحلال الشفافية في نشر المعلومات (20).

***التعبئة والرشادة:** مكنت المعلومات من إمكانية تعبئة الرأي العام خلف ما يحدث ودفع الجماهير للقيام برد فعل قد يغلب عليه الاستجابات العاطفية تارة، والرشد في اتخاذ القرارات تارة أخرى من خلال وسائل الإعلام الجديد.

***السرعة:** بتجاوز الزمان والمكان وقيود الجغرافيا وذلك بفعل الكمبيوتر والأقمار الصناعية وأنظمة الاتصالات بما يعمل على تسريع الخطى لاحتواء الصراعات، وتسريع وتيرة التدخل الدولي في إطار الأمن الإنساني المشترك.

5- إعادة بناء المفاهيم في الصناعة الإعلامية

يطلق على الموقف الذي تعيشه البشرية الآن، عصر المشاركة (**Age of participation**) ، بكل ما تحمله المشاركة من معان ؛ في الأدوار وفي الأفكار، وفي المعاني وفي الإنجازات. وبدأت المشاركة بالإنتاج والإشراف على مضامين إعلامية من قبل أفراد الجمهور أو مستعملين عاديين، ليسوا مهنيين مثل الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية، أي أنهم هواة من كل أنحاء العالم ومن مختلف المستويات والأجناس. واستعمل المنشغلون بالإعلام عدة أدبيات للتعبير عن هذا الشكل الصحفي الجديد، مثل "الصحافة التشاركية" (**participatory journalism**)، إعلام الجمهور (**citizen journalism**)، المحتوى الذي ينتجه المستعملون (**user generated content**)، والصحافة البديلة (**alternative journalism**)، ومهما اختلفت المصطلحات فإنها تستعمل كلها للإشارة إلى ذلك الشكل الصحفي الذي ينتج محتواه أفراد الجمهور الهواة أو مستعملون عاديون، والذي يقابل المضمون الإعلامي الذي يصنعه الصحفيون المحترفون الذين يشتغلون في وسائل الإعلام التقليدية، ويبيعونه أو يثرونه في إطار عملهم.

وقد مكنت وسائل الاتصال الحديثة الأفراد من الكتابة وإنتاج مضامين إعلامية حتى وإن لم يكونوا صحفيين مهنيين ونشرها على الشبكة العالمية، وحتى بثها في القنوات التلفزيونية والإذاعية ووكالات

الأنباء. فقد أدى الانتشار الواسع لوسائل وتقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع وسهولة استعمالها من طرف الأشخاص، إلى قيام أفراد الجمهور بصناعة مواد ومضامين إعلامية، كانت في الكثير من الأحيان تنافس وتضاهي مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية. فظهرت العديد من الفضاءات والتقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون أي رقابة أو ضغط، على غرار المواقع التفاعلية، مواقع الفيديو مثل اليوتيوب (youtube)، النشر الجماعي التشاركي (collaborative publishing) مثل الموسوعات الإلكترونية الجماعية مثل الموسوعة الحرة (wikipedia)، المدونات الإلكترونية (blog) ومنتديات المحادثة الإلكترونية (discussion forum)، نشر ملفات ملتي ميديا (podcasting)، مواقع الشبكة الاجتماعية (facebook). ومواقع تبادل الملفات؛ فكل هذه الأشكال والتقنيات يقوم المستعملون بصناعة محتواها، فهم الصحفيون والمحررون والناشرون، وبذلك فهم متعاونون هواة من كل أنحاء العالم، ويشاركون في محتوى هذه الوسائل بدون مقابل في الغالب (21).

وفي كثير من الأحيان يقوم أشخاص مثلا بتصوير بعض الأحداث باستعمال تقنيات مختلفة (كاميرا رقمية، هاتف محمول... الخ) وإرسالها إلى قنوات تلفزيونية لتقوم بنشرها مثلما حدث أثناء عاصفة كاترينا بأمريكا، والتسونامي بآسيا الشرقية وما حدث في عدة مناطق من العالم التي تشهد حروبا مثل العراق، فلسطين، تونس، مصر، ليبيا وسوريا. ومن أوضح الأمثلة هي الصور التي تم التقاطها أثناء إعدام صدام حسين، والتي لم تكن لتنتشر للرأي العام وللصحافة العالمية لولا ذلك الشخص الذي صورها بهاتفه النقال. ويحدث هذا أيضا مع بعض القنوات خاصة المعارضة منها، ونحن نشهد الربيع العربي اليوم أين صورت كاميرات الهواة المعارضين الكثير من تفاصيل الثورات العربية حينما مُنعت القنوات الوطنية والأجنبية من نقل الصور والحقائق.

من أهم الانعكاسات التي ترتبت عن هذا الشكل الصحفي الجديد هو التحول الحاصل في أهم عنصرين من عناصر العملية الاتصالية، وهما المرسل أو ما يسمى بالقائم بالاتصال والجمهور، فقد حدث

تغير جذري في مهام كل واحد منهما، إذ أصبح الأخير الذي كان يستقبل الرسائل والمضامين الإعلامية يشارك بشكل أساسي وفعال في صناعتها وبثها، فلم يعد فقط يستعمل وسائل الإعلام لاستهلاك مضامينها ورسائلها، بل تعدى الأمر إلى المشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون وبكل حرية، ولذلك فإن ما يميز هذا الجمهور أنه يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في نفس الوقت الذي يساهم في محتواها، كما أنه يملك هامشا من الحرية أكبر بكثير من الصحفيين التقليديين، فكم من الأفراد سواء أكانوا من السياسيين، المثقفين، المعارضين،... الخ قاموا بنشر مقالات ومذكرات وكتب وأفلام، ريبورتاجات وصور على شبكة الانترنت كانت ممنوعة من النشر في الوسائل الأخرى. وحتى الصحفيين أنفسهم أصبح معظمهم يملك منتدى أو مدونة إلكترونية، وإن لم يكن يملك فإنه يكتب ويساهم في المدونات الأخرى نظرا لما توفره من حرية تعبير قد لا يجدها في وسائل الإعلام التقليدية. ويتجلى من ذلك أن الإعلام الجديد سلب سلطة القائم بالاتصال، وقوض أركان نظرية حارس البوابة (**gate keeper**)، فأصبح من غير الممكن التحكم في مضامين وسائل الإعلام الحديثة، ومن غير الممكن أو من الصعب جدا ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية.

*خاتمة

خلصت الباحثة في نهاية هذه الورقة البحثية إلى تنامي ملحوظ لنوع جديد من التعددية الإعلامية تعدى تنوع اتجاهات الوسائل وخطوطها الافتتاحية تعبيرا عن تنوع آراء الأفراد إلى ما يعرف بـ: "الديمقراطية المباشرة" التي يمارسها الجمهور بنفسه دونما نواب عنه بالمشاركة المباشرة في صناعة الإعلام الجديد والأحداث السياسية والاجتماعية داخل أنساقه المجتمعية. ومن أهم التوصيات التي أسفرت عن هذه الورقة؛ تكثيف الاهتمام بدراسة كل من التفاعلية والحرية والمصادقية لأنها المحركات الأساسية الراسمة لطبيعة العلاقة المستقبلية بين الإعلام والجمهور.

قائمة المراجع :

(1) بشري جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري،
www.philadelphia.edu.jo ، (تاريخ الزيارة: 2012/10/05).

(2) المرجع نفسه .

(3) Peter Dahlgren, The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation,
<http://www.cblt.soton.ac.uk> , 01/10/2012, p149.

(4) أولجاجوديس بيلي ، بيلي كاميرتس ، نيكوكارنتيير ، فهم الإعلام البديل ، تر علا أحمد إصلاح ،
مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر ، 2009، ص71.

(5) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية
لعلوم الإعلام والاتصال، www.arabmediastudies.net ، 2011 ، (تاريخ الزيارة:
2012/09/28)، ص9.

*محمود خليل : أستاذ التحرير الصحفي بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

(6) محمود خليل ، الإعلام الجديد، جامعة فلسطين: www.up.edu.ps ، (تاريخ الزيارة:
2012/09/18).

(7) علي قسايسية ، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور،
أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام ، 2006/2007 ، ص
76.

(8) المرجع نفسه ، ص 70.

(9) Peterson, T, F. S. Siebert, W.Schramm, Four theories of the press, Urbana , IL: University of Illinois Press, 1963, P 73.

(10) عبد الوهاب الكيالي وآخرون، الموسوعة السياسية ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ط1 ، ج
3 ، بيروت ، لبنان ، 1983، ص 22.

- (11) بيسويي محمود شريف وآخرون، حقوق الإنسان، دارا لعلم للملايين، ط1، المجلد الأول، لبنان، 1998، ص18.
- (12) محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، ع 4، المجلد 19، 2003، ص 116، 117 (بتصرف).
- (13) محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات، 2011، ص110
www.madacenter.org/doc/fbstudy.pdf
(14) المرجع نفسه، ص111.
- (15) صالح الحاجي بن علي، السياسة و التربية عند بن خلدون، مداخلة ندوة بيت الحكمة، تونس، 18/13 مارس 2006، www.exhauss-ibnkhaldoun.com.tn/modules/academics/content/bhikma_ar/salah_haji.htm
- (16) صالح لاني المعايطة، شراء الخبرة ليس بديلا عن الاقتدار المعرفي، جريدة الرأي الأردنية، www.alrai.com/article/49330.html، 2008/09/01، تاريخ الزيارة 2012/10/12.
- (17) دوريس أيه جريير، سلطة وسائط الإعلام في السياسة، تر أسعد أبو ليده، دار البشير للنشر والتوزيع، ط2، عمان الأردن، 2008، ص 277.
- (18) عباس مصطفى صادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، قضايا استراتيجية، العدد الأول، ديسمبر 2010، تاريخ الزيارة : 2012/09/22 www.cicpo.gov.eg ص 15.
- (19) بشرى جميل الراوي، مرجع سبق ذكره.
- (20) عباس مصطفى صادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 20.

(21) إبراهيم بعزیز، صحافة المواطن، السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، 2012
www.brahimsearch.unblog.fr ، تاريخ الزيارة : 2012/11/25 ،