

| | |
|-------------------|---|
| العنوان: | الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب |
| المصدر: | مجلة آفاق للعلوم |
| الناشر: | جامعة زيان عاشور الجلفة |
| المؤلف الرئيسي: | بلقاسم، زغدود |
| مؤلفين آخرين: | سعدي، وحيدة(م. مشارك) |
| المجلد/العدد: | ع8 |
| محكمة: | نعم |
| التاريخ الميلادي: | 2017 |
| الشهر: | جوان |
| الصفحات: | 349 - 359 |
| رقم MD: | 936227 |
| نوع المحتوى: | بحوث ومقالات |
| اللغة: | Arabic |
| قواعد المعلومات: | HumanIndex, EduSearch, EcoLink |
| مواضيع: | الشباب، الوعي السياسي، الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك |
| رابط: | http://search.mandumah.com/Record/936227 |

الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب أ. زغدود بلقاسم أ.د سعدي وحيدة جامعة عنابة

الملخص :

إن أغلب البحوث والدراسات في مجال الإعلام ربما تتسم بالندرة وتتعاظم مع الإعلام الجديد بشكل عام وكتلة واحدة، ومن هنا فإن هذه الدراسة جاءت لتتخصص ولو بشكل يسير في أحد مواضيع الإعلام الجديد وبدوره أيضاً يفتح الباب أمام بحوث أكثر عمقاً تفرز وتحلل تطبيقات ومجالات الإعلام الجديد. حيث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتشكّل طفرة تحريرية ونوعية، أثارت جدلاً واسعاً بين المهتمين وصنّاع القرار، وقدرتها على التأثير في المجتمعات العربية، كما أن هذه المواقع أصبحت تمثل مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة التعبيرات السياسية والاجتماعية، تناولنا بالبحث الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في حفز الشباب للمشاركة في فعاليات الحراك السياسي، وتزداد أهمية هذه الدراسة لكونها تعكس آراء شريحة اجتماعية ممثلة بالشباب، الذين يأتون في مقدمة الشرائح في المجتمع والتي تتصدى للقضايا الوطنية. كما أن هذا البحث من شأنه أن يوفر رؤية علمية موضوعية، للوقوف على دور هذه المواقع على الصعيد السياسي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، الفيسبوك، الوعي السياسي، الشباب.

Summary :

Most of the research studies in the field of media, maybe is rare and engage with new media in general and the one, Hence, this research came to specialize even are walking in one of the topics of new media and, in turn, also opens the door to research more deeply rubbed and applications and new media. Where came social networking sites to breakthrough move of quality, sparked heated debate among interested decision makers, Ability to influence in Arab societies, and that these sites become a free years lets into the top of the interactive, making it a convenient way to study the expressions of political and social.

We had to research the role played by social media in galvanizing young people to participate in the activities of the political movement, and the growing importance of this study because it reflects the views of a social, representative of the youth,

Who come in the introduction of the slides in the community which relate to issues of national. Also, this research would provide a vision of scientific objectivity, to stand on the role of these sites on the political level.

Keywords: new media, Facebook, political awareness, youth.

مقدمة:

ظهر مصطلح الإعلام الجديد فعليا، مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بسبب ظهور وسائل إعلامية إلكترونية متقدمة جدا، قادرة على ربط الناس في كل الظروف والأحوال بالمعلومات، وتقوم هذه الفلسفة على مبدأ استغلال بين الوسائل المحوسبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة، وجاءت كلمة الجديد لتصف هذا الإعلام عاكسة استخدامه لوسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها جهاز الحاسوب وتطبيقاته.¹

وتحتل مواقع التواصل الاجتماعي² أهمية كبيرة فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثير التعامل معها بين الناس؛ حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة. وإن هذه المواقع والبرامج لا توجد لها ضوابط وقوانين، ولا توجد وسائل أو طرق محددة يتقي منها المستخدم الشرور التي قد تصل إليه عنوة، أو حتى لا يوجد منهج محدد لإفادة الغير في الالتقاء من

هذه الشرور، وتكم مشكلة الدراسة في انتشار برامج التواصل الاجتماعي بشكل كبير، مما أثر على حياة الناس عمومًا، سواء بشكل سلبي أو إيجابي.

ومن جانب آخر، فقد دخلت الأقطار العربية مرحلة جديدة بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وغيرها.

وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمثابة محرك فاعل ومؤثر في الثورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية.³

وتأسيساً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتحاول رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في حفز الشباب في الحراك السياسي.

ووفقاً لهذا ينطلق البحث من تساؤلات عدة:

- 1- ما هي شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هو الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في تحريك الوعي السياسي لدى الشباب؟
- 3- هل يمكن أن يكون لتأثير وتطبيقات هذا الإعلام الجديد صيرورة اجتماعية وسياسية مستقبلاً، وتصبح مجتمعاتنا العربية عبارة عن تكتلات سوسيولوجية رقمية "مجتمعات افتراضية"؟

أولاً: المفاهيم والمصطلحات

1- الإعلام الجديد:

ظهر الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت Nouveaux medias تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن (Interactive)

التفاعلية (Internet) والشبكية (Digital) والرقمية.⁴

ولقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة.⁵

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح.⁶

3- الفايس بوك:

يعتبر الفايس بوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة الفايس بوك المساهمة العامة. تتعدد الجهات التي

تستخدم الفايسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم الفايسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها.⁷

4- الوعي السياسي:

يشير مفهوم الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته، وما يجري من حوله من أحداث ووقائع سياسية، ويتشكل من خلال إدراك الفرد لذاته ولذوات الآخرين من حوله. ويمكن تعريف الوعي السياسي بأنه: مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يجللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها.⁸

5- الشباب:

في المعجم اللغوي الإنجليزي Oxford فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين Youth و Young و«تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداءً من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد»⁹. Adulte وفي معجم روبرت (Robert) الفرنسي، نجد فيه أن لفظة الشباب (Jeunesse) تطلق «على فترة الحياة الممتدة ما بين الطفولة والنضج»¹⁰

• Maturité يبدو من خلال المعجم اللغوي، أن الشباب في المعجم العربي، يدل على المرحلة التي يكون فيها الفرد في مظهر حسن، ووجه حسن، وجسد مفعم بالحوية، في حين نجد المعجم الأجنبي يشير على أن المراهقة يستعمل كمرادف لمفهوم الشباب، لأن المرحلة العمرية التي تحدث ما بين الطفولة وسن الرشد يحصل فيها مجموعة من التغيرات النفسية والبيولوجية والاجتماعية.

ولقد اختلف علماء الاجتماع والقانون والسكان وعلم النفس الاجتماعي في تعريفهم للشباب فتارة يحددونه بسن بداية ونهاية ومن (15-35 سنة) وتارة يحددونه بمرحلة نمو بيولوجي تكتمل فيه بنية الإنسان ونمو جسمه وأعضاؤه، ولعل أقرب تعريف إلى الحقيقة هو التعريف الاجتماعي الذي يقوم على تقسيم دورة حياة الإنسان إلى ثلاث مراحل تتوقف على مراحل النمو العضوي والنفسي، فهناك مرحلة الطفولة، ثم مرحلة التعليم وصقل المواهب في مرحلة الشباب وأخيراً مرحلة مواجهة الحياة وتحمل مسؤولياتها وضغوطها الاقتصادية والاجتماعية وتشغل جزءاً من مرحلة الشباب وما بعد مرحلة الشباب¹¹.

ثانياً: إطلالة على مواقع التواصل الاجتماعي

I. نبذة تاريخية عن الفايسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (فيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوب في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستحتاج العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة.

ويخلص الجدول رقم (01) مراحل تطور الفايسبوك:

| | |
|----------------|--|
| 14 ماي 1984 | ولادة مارك زوكربيرغ مخترع الفايسبوك. |
| 14 فيفري 2004 | اختراع موقع الفايسبوك في غرفته بالمبيت الجامعي |
| صيف 2004 | استخدام الفايسبوك في 30 مدرسة بالولايات المتحدة الأمريكية. |
| ماي 2005 | يحقق الفايسبوك مداخيل تفوق 12.8 دولار |
| 23 أوت 2005 | شراء موقع Facebook.com بمبلغ 200000 دولار |
| أفريل 2006 | دخول شركاء جدد في الموقع هم Peter Thiel , Greylocks Partners et Meritech Capitals. بمبلغ يفوق 25 مليون دولار. |
| جويلية 2006 | يقبل مارك زوكربيرغ بيع الفايسبوك لموقع ياهو Yahoo. بمبلغ قدره مليار دولار، لكن مدير شركة ياهو يتراجع ويخفض المبلغ إلى 800 مليون دولار، فرفض مارك الصفقة. |
| صيف 2006 | ارتفاع مساهمات الشركاء إلى 37 مليون دولار |
| 5 سبتمبر 2006 | ظهور مصطلح جديد في عالم الفايسبوك يسمى Mini- Historique |
| 11 سبتمبر 2006 | أي شخص يتجاوز عمره 13 سنة بإمكانه فتح حساب على الفايسبوك |
| أكتوبر 2006 | مدير شركة Yahoo يرفع المبلغ إلى مليون دولار لكنه يقابل بالرفض. |
| 28 مارس 2007 | الكثير من الأشخاص يحاولون سرقة الكلمة السرية لموقع الفايسبوك. |
| 24 ماي 2007 | اختراع القاعدة الأساسية لتطبيق الفايسبوك. |
| جويلية 2007 | يعلن الفايسبوك عن بريده الأول Parakey, Inc . |
| 24 أكتوبر 2007 | شركة الميكروسوفت تساهم ب 1.6 % مما حسن من الموقع إلى 15 مليار دولار. |
| 06 نوفمبر 2007 | إنشاء برنامج للإشهار على الموقع داخله وخارجه. |
| 30 نوفمبر 2007 | الملياردار المشهور Li Ka-Shing ، de Hong Kong ، يساهم بمبلغ 60 مليون دولار في الموقع. |
| خريف 2007 | أكثر من مليون فرنسي مسجل في الموقع الذي مازال باللغة الإنجليزية. |
| 1 جانفي 2008 | رأس المال الفايسبوك في 2007 كان حوالي 150 مليون دولار وتضاعف المبلغ مع دخول 2008. |
| 11 فيفري 2008 | الفايسبوك ينشط باللغة الاسبانية |
| مارس 2008 | ظهور النسخة الفرنسية للفايسبوك |
| أفريل 2008 | ممكن أن تكون أنت عضو في الفايسبوك |

Source : Alban Martin; Éric Delacroix : Face book : on s'y retrouve, éd : Pearson, impr. 2008, Paris, pp 6-8.

II. الاستخدامات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- المجال السياسي:

لعب الإعلام الجديد دورا أساسيا في المجال السياسي و قد برز هذا الدور إبان ثورات الربيع العربي حيث أصبحت الوسيلة الأساسية لإيصال آراء عامة و خاصة المجتمع حول الثورة ، كما أصبحت فيما بعد وسيلة لإيصال آراء السياسيين و أصبح لها دور كإصحاف الإلكترونية في الدعاية السياسية.

2- المجال التجاري:

يبرز استخدام واستعمال الإعلام الجديد في المجال التجاري في الدعاية التجارية أي استعماله لمختلف الدعايات للمنتجات التجارية لأن له عامل فرق بينه وبين الصحف والمجلات وهو الوقت أي السرعة في التفاعل و سرعة النشر

وتحكم الشخص فيما ينشر خطأ وحجما ورسما، الحرية في التعبير والقول. كما يتميز عن غيره من أساليب الدعاية التجارية بالتحسين، فبعض الصفحات النشيطة يتم تحيينها عدد من المرات في اليوم الواحد، فكلما أضاف صاحب الصفحة موضوع نجد أن هذا الموضوع ظهر مباشرة، دون الحاجة إلى انتظار شخص فني لكي يقوم بهذه الإضافة. كما أن سهولة إيجاد الفاييسوك يعتبر من أهم أسباب استعماله في الدعاية التجارية بحيث تعتبر¹² من أسهل تطبيقات الانترنت إيجادا على الشبكة، كما أنها تعتبر الوسيلة الأكثر رواجاً في الوقت الحالي بين الفئات العمرية للمجتمع حيث يمكن لأي دعاية تجارية أن تصل إلى مختلف الفئات والشرائح العمرية للمجتمع. أما العامل المهم فهو قلة تكلفة الدعاية التجارية بالمقارنة بالوسائل الأخرى فهي تصل إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص بأقل سعر ممكن.

3- المجال الاجتماعي:

يوجد بالإضافة للسياسة و الدعاية التجارية الجانب الإنساني والاجتماعي للإعلام الجديد، والذي يتمثل في الففضضة، وتعبير الفتيات عن قضاياهن، حتى أن إحداهن أنشأت صفحة أسمتها "عازية أنجوز" في شكوى ساحرة وصارخة من مشكلة العنوسة، وزوجة جعلت عنوان صفحتها "بجرد خادمة" لعرض معاناتها مع النظرة القاصرة لدور الزوجة. ويعد الفاييسوك متنفس للكثير من الأشخاص للتحدث عن أمورهم الشخصية أو حاجاتهم الخاصة بدون حرج أو قيد أو شرط، فضلا عن عدم اشتراط أن يظهر الشخص في هذا الأمر باسمه الحقيقي، فيمكن للشخص أن يستعمل اسما مستعارا.

4- المجال العلمي:

بعد استعمال الفاييسوك في مجالات السياسة والتجارة والمجالات الاجتماعية والإنسانية، برز مجال آخر وهو المجال العلمي، بحيث ما فتئت حتى ظهرت صفحات في مختلف العلوم العلمية والتقنية. ساهمت في إيصال المعلومات إلى الباحثين عنها.

5- استخدامها كبديل إعلامي:

إن انتشار ظاهرة الفاييسوك عالميا وعربيا بات لافتا للنظر، فقد أضحت حديث الأوساط الثقافية والإعلامية والسياسية، كذلك وصفت بالإعلام البديل أو صحافة الانترنت أو الصحف الالكترونية، وذهب البعض إلى وصفها بأنها القوة العظمى القادمة في مجال الإعلام الالكتروني. وأيضا تسمى صحافة الهواة أو صحافة المواطن، إذ تعددت التسميات لهذا النوع من الخدمة التي تقدمها الانترنت.¹³

III. مزايا وعيوب الإعلام الجديد: مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسوك"

من خلال مراجعة مواقع التواصل الاجتماعي استطعنا الوقوف عند بعض المزايا والعيوب، ويمكن سردها على النحو التالي:

أ. المزايا والإيجابيات

من خلال مراجعة العديد من مواقع التواصل الاجتماعي استطعنا الوقوف عند بعض الإيجابيات وكذا المزايا ويمكن سردها على النحو التالي:

- 1- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.
- 2- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.
- 3- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.
- 4- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي، فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

- 5- أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامية. ووسيلة تعمل على كشف المسكوت عنه.14
- 6- تجسيد حرية الرأي والتعبير بشكل يجعل الكلمات أقرب للجمهور، والأخبار والأفكار التي تنشر أدق وأصدق في الكثير من الأحيان من الوكالات الإخبارية وأشهر الجرائد.
- 7- تعبر عن صوت رجل الشارع أو الشاب العادي بصراحة شديدة، ويمكن من خلالها استنباط نبض فئة الشباب، الذي يتعامل مع شبكة الانترنت خاصة في الدول العربية.
- 8- سريعة الانتشار بين الشباب، ويمكن من خلالها تقديم خدمات جديدة للمجتمع لأنها تتحدث بلغة الشباب التي يعرفها. فإلى جانب أنها مجانية فهي مترابطة حيث تحتوي على وصلات إلى مواقع أخرى.
- ب. عيوب وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1- الحرية الكاملة التي يتذرع بها البعض هي في بعض الأحيان على حساب القيم والأخلاق، إلا أن هذا يبقى مرهونا بعقلية الفرد والقارئ مثله مثل كافة تطبيقات شبكة الويب.
- 2- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل صداعا بالنسبة للعديد من الحكومات العربية، التي تخشى بشدة أن يمتلك المواطنون وسائل تتيح لهم فضح الممارسات الغير قانونية واللامرورية التي تميز سياسات تلك الحكومات.
- 3- يعبر الشباب عن آرائهم دون محاذير أو قيود، لدرجة استخدام بعضهم لتعبيرات هي أقرب للسب والتجريح ضد بعضهم البعض، أو ضد بعض المسؤولين في الحكومات.
- 4- هناك بعض الصفحات العنصرية التي تزرع الكراهية والعنف، كما أن الكثير من الصفحات العربية مليئة بالآراء و المواضيع التي لا تقدم شيئا سوى الشتائم، على اعتبار أنه الوسيلة الوحيدة للتعبير عن الرأي الوطني، بدون موضوعية وبدون احترام قيم وقواعد الكتابة.
- 5- قلة الكتابة الذاتية مما جعل بعض الصفحات والمجموعات مفرغة من هدفها الأساسي¹⁵.
- 6- ليست كلها مصدرا للمعلومة، كما أنها يمكن أن تضعف من قوة وسائل الإعلام الحرفية، باعتبار أن دائما تعطى شعورا بالثقة في معلوماها لأنها مغلفة بالذاتية، وقارئها يستطيع التعقيب على محتواها. أيضا يمكن أن تتسبب في ضعف أسلوب الكتابة واندثار أخلاقيات الكلمة، إذا لم يحترم كاتب المنشور مسؤولية ما ينشره.¹⁶

ثالثا: الوعي السياسي وآفاق التواصل الاجتماعي

وفرت شبكة الإنترنت بما تتيحه من عالم افتراضي ومواقع اجتماعية تفاعلية، الفرصة أمام الأفراد المشتركين في هذه المواقع لبناء قاعدة أساسية للانطلاق باتجاه أهداف لتحقيقها، انطلاقا من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع، من خلال فتح المجال أمام المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في المواقع الاجتماعية، وهذا مجد ذاته عمق مفهوم المشاركة المجتمعية مع جيل الشباب الصاعد المثقف والواعي لما يدور حوله، وزاد من حجم الاهتمام بالقضايا العامة داخل المجتمعات¹⁷ الإعلام والسياسة وعلاقة العسل والنحل:

العلاقة المتداخلة ما بين الإعلام والسياسة هي علاقة شائكة والتي يمكن أن توصف بأنها علاقة العسل والنحل وإن كان السؤال أيهما يكون العسل وأيهما يبقى النحل؟؟؟

وتعرف على أنها ماهية الأدوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها وسائل الاتصال في خدمة النظام السياسي لدرجة تجعل من الصعب على النظم السياسية أن تتعايش دون الاعتماد على وسائل الاتصال. ويقف المتلقي على الجانب الآخر متعرضا

لرسائل عديدة تساهم بشكل كبير في إمداده بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي ووصولاً إلى تشكيل آرائه ومعتقداته واتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي، فوسائل الاتصال تقف بين الجمهور والأنشطة السياسية والمصادر الأخرى المتعلقة بالإيديولوجية الطبقية وقد أمكنها بفضل هذه الحالة الوسطية أن تعلق على التطور السياسي وتفسره حيث أصبح الاتصال ضرورة في المجتمع ولا يستطيع الفرد أن يثبت وجوده بدونها.¹⁸

I. دور الإعلام البديل في تكوين الاتجاهات السياسية:

رغم الاقتناع العميق لكثير من الباحثين بأن السلوك السياسي للأفراد عن عالم السياسة التي تساهم وسائل الإعلام في تكوينها مع وجود عدد من المتغيرات النفسية والاجتماعية والديموغرافية التي تساهم في تغيير تكوين الصورة، إلا أن الفرد يسعى في الوقت نفسه للتعرض مع المادة الاتصالية السياسية المتوافقة مع اتجاهاته ويتعد عن تلك التي تتعارض معه.¹⁹

1- الانترنت يضعف سطوة الأنظمة الحاكمة:

يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية استطاعت أن تترجم حالات السخط الشعبي والجماهيري على الأنظمة الحاكمة في شكل جماعات فتوية منظمة استطاعت استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل وتشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة وخلق رأي عام بدأ افتراضياً وتحول إلى حقيقياً ومن شكل الكتروني إلى شعبي وجماهيري استقطب مزيداً من الاعتصامات والاحتجاجات الفتوية في تحالف للقوي والجماعات المقهورة سياسياً واجتماعياً، وأصبح لدى الأغلبية العظمى بأنها لن تحسر أكثر مما خسرت وتساعدت حدة المواجهات بين جموع شبابية تصر على المطالبة بحقوقها المشروعة وأنظمة مستبدة تصر على إنكار هذه الحقوق.²⁰

2- إسهامات التقنيات التكنولوجية الحديثة في الثورات العربية:

ساعدت التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتنوعة في تحقيق رغبات الشعوب في هذا التواصل والإعداد للثورات والانتفاضات الشعبية، مختصرة بذلك الفترات الزمنية التي كانت تستغرق في الإعداد والتحضير لأي ثورات سابقة قبل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي كانت تتطلب وقتاً وإمكانات بشرية ومادية للاجتماعات وإعداد المشورات وتجهيز المشاركين في الثورة، الذي كان يستلزم فترات زمنية طويلة في ظل ملاحقات أمنية وقضائية متنوعة من قبل النظم الحاكمة.²¹

3- تحكم المواقع الاجتماعية في الرأي العام:

تبرز هذه العلاقة من خلال العناصر التالية:

- أ. باتت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة مشرعة الأبواب تصنع رأياً عاماً، وتكمن أهمية الموقع بكسر الحواجز بين الأفراد وتقريبهم لبعض وتوفير فرصة أكبر للتعرف.
- ب. هي شبكات اتصال اجتماعية عالية التقنية وقوية ومتشابكة تتيح لجميع المشتركين التنسيق والتواصل بحرية مطلقة والمشاركة في صنع الأحداث ومتابعتها.
- ت. أتاحت هذه الشبكات فرصة كسر حاجز الخوف وحولت العمل السياسي السري إلى نشاط علني.
- ث. هي قاعدة صلبة لتوحيد مسارات الشباب الذين أجمعوا على استخدامها بإفراط مما أدى إلى تحويلها إلى محطات إشعال لإيقاظ الرأي العام.
- ج. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار والترويج لها بزخم مكثف وبسرعة كبيرة.
- ح. تساهم في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاحتجاجات والإعلان عنها، مما جعلها بمثابة أحزاب ونقابات وتنظيمات سياسية تعمل كبديل متاح دون رقيب أو مضايقة من السلطات.

خ. عملت على تغيير الصورة النمطية للشباب إذ حولته من شباب سطحي إلى شباب فاعل ومتفاعل.
د. يلعب الفايسوك دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب من خلال التقرب من شريحة واسعة من الشباب التي تستخدم الفايسوك للانخراط في أوسع القضايا الوطنية الملتهبة.

ذ. خلقت المواقع الاجتماعية رأيا عاما واضحا ضد الحكومات المستهدفة، وكان لها دور بارز في كسر حاجزي الخوف والصمت، خصوصا وأن هذه الوسائل لا تخضع للرقابة ويصعب السيطرة عليها.²²

II. مواقع التواصل الاجتماعي وثقافة التغيير في العالم العربي:

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 للتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعّالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية.

صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير، وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة، يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير، والإعلام إنما هو أداة من مجموعة أدوات. لذلك إن هذه الإرادة بدون وسائل الإعلام الجديد قد لا تساوي شيئاً، والعكس صحيح! فهو نتاج عوامل تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييراً بأسلوب لم يعهده علمنا العربي من قبل، وغير أنماط حياتهم، مضافاً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل.

وأصبحنا بفضل هذه الثورة الإعلامية أمام إعلام جديد لا يحتاج إلى أي رأسمال، كل رأسمالك هو هاتفك النقال وكاميرا وحاسوبك الشخصي. ولا يمكن للإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الزواج إلا إذا استخدمه الإعلام التقليدي وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان سبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع الإلكترونية. ويعتقد الكثيرون أن الإعلام الجديد هو الإعلام القادم، فالكثير من التلفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشر وتعرض خدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التلفزيونية لديها حسابات مثلا على ال YouTube وال Facebook وال Twitter.

وعند ظهور مواقع التواصل، فإن العرب إجمالا قاموا باستخدامه أولا، وقبل كل شيء، كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود إعلام محايد أو مؤسسات للمجتمع المدني أو نشاط سياسي في الشارع العربي. ولكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل في تغيير واقع السياسة. وإن دور أعضاء مجموعات فيسبوك أو المشاركين هو في غالب الأحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات. لذلك، فإن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة إلى تغيير أو نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي. وبالرغم من النشاط الكبير على الانترنت، إلا أن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملا له، وهذا بسبب الأمية التي تعاني منها الشعوب العربية. لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل أساس عن طريق الإعلام الجديد. ولكن نقطة الاتفاق الرئيس هي عن دور الإعلام الجديد في إيصال صوت الشارع العربي إلى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب والنشاط التويتري دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي.

ولا يزال دور الحكومات العربية في الإعلام الجديد غامضا، وقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير شكل المداورات السياسية. ففي المستقبل القريب، إذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات العربية فيسكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للإعلام عما نعيشه اليوم. وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح

السياسي على الفاييسبوك وغيره سيصل إلى مرحلة أكبر من النضج الفكري. سيؤسس المجتمع المدني إلى خطاب سياسي جديد وسيكون له أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.²³

والإعلام الجديد هو باختصار مرحلة انتقالية من الركود إلى الوعي السياسي، وبالتأكيد مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني. لذلك، فإننا قد نرى في المستقبل القريب ركودا سياسيا في مواقع التواصل الاجتماعي، يعوض عنه بنشاط حقيقي في منظمات المجتمع المدني والعملية السياسية.

جيل التغيير هو المصطلح الذي يصبو إليه الشاب العربي، والذي سيقوم تدريجيا بالانتقال من الكتابة الشكلية على الانترنت إلى التأثير الحقيقي في العملية السياسية، عند حدوث ذلك، فإننا سنشهد تحولا من كون الإعلام الجديد منبرا سياسيا إلى أداة اجتماعية، وسيجد الخطاب السياسي مساحة أكبر وتأثيرا أوضح.²⁴

وتتأتى القابلية على التغيير من المقدرة على ذلك، ومن الاستطاعة لإدراكه، أي ما تكن المعوقات. ويجند الفرد كما الجماعة بموجبه قدراتها على العطاء والتضحية، حتى وإن تطلب الأمر لبلوغ ذلك، التسليم في الرزق أو الطموح أو الحياة لأن المطلب أقوى بكثير. القابلية هنا لا تحتكم إلى مصلحة خاصة، فردية ومباشرة، ولا تنبني على تطوع لإدراك هذه المنفعة الذاتية أو تلك، مادية كانت أو رمزية إنها مصلحة الجماعة والمجموعة.²⁵

لكن السؤال المطروح في هذا السياق: إذا كان بإمكان مواقع التواصل الاجتماعي القيام بتلك التأثيرات السلبية، فلماذا لا يتم استثمار هذه القنوات ذات الانتشار الواسع والتأثير الكبير بين كافة فئات المجتمع لتنظيم حملات إعلامية هادفة، تعمل على ترميم العلاقات الاجتماعية التي تآكلت بفعل تأثير التدوينات السلبية في مواقع التواصل الاجتماعي، وتقديم جرعة ثقافية سياسية بأسلوب غير مباشر، وتقوم باستقطاب واستيعاب القدرات الشبابية الكبيرة، حيث أن كثيراً من طاقات الشباب يمكن توظيفها في هذا الجانب، لأن كثيراً من مفردات العمل السياسي ربما غائبة عن أذهان الشباب، ويكون دور شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة النافذة أو القناة التي يتم من خلالها التوجيه السياسي، حيث تعد هذه الشبكات إحدى وسائل تشكيل الوعي السياسي في الوقت الراهن.

ومن أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب نوع الثقافة السياسية المقدم، والذي ينقسم إلى ثلاثة أنواع:

- ثقافة المشاركة: تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية (وعى مشارك).
- ثقافة التبعية: تؤدي لتكوين اتجاهات سلبية تجاه الموضوعات السياسية (وعى سلبي أو تابع).
- الثقافة المحدودة: تؤدي لتكوين علاقة ضعيفة مع الموضوعات السياسية (وعى محدود).

ويراهن الخبراء والباحثون في مجال الاتصال السياسي على أن تقوم شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بدور بارز ومؤثر في تحقيق النوع الأول من الثقافة السياسية، وهو (ثقافة المشاركة) لأن إحدى أهم سمات هذه الشبكات التفاعلية اللامحدودة التي تتيح مشاركة أعداد كبيرة حول القضايا السياسية المعاصرة.

وعلى الصعيد المحلي يمكن الاستفادة من انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف القضايا، وتحديدًا التوعية والتثقيف السياسيين من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة. والفرصة أيضا متاحة لكافة مؤسسات المجتمع المدني للاستفادة من هذه الأدوات التفاعلية في الإعلام الجديد لتسويق أنشطتها وتفعيل دورها إلكترونياً. خصوصاً وأن التوقعات المستقبلية تشير إلى إمكانية قيام أنظمة سياسية افتراضية تحاكي الأنظمة السياسية الحقيقية الموجودة في العالم حالياً.

الخاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا هذه تقديم صورة على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استغلالها من طرف الفاييسبوكيين Facebookeurs ومدى استفادتهم منها. وبالتالي وجدنا أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة يشكل طفرة تحريرية نوعية تضاف إلى التحول الذي أحدثته الفضائيات في العشرين سنة الأخيرة. إلا أن اللافت في الأمر هو الإقبال الشديد من الشباب العربي ليس على استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال فقط وإنما إقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دفع عجلة الوعي السياسي على وجه الخصوص وكأن المشكلات والقضايا السياسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية التي تترك العالم العربي كلها كانت معلقة ومؤجلة إلى حين ظهور تلك المواقع، حيث انطلق الشباب العربي بكامل قوته وجعل تلك المواقع ساحة لمناقشة هذه القضايا التي كانت تنتظر متنفسا لتخرج منه، الأمر الذي أدى إلى ظهور تساؤلات كثيرة حول إمكانية قيام مواقع التواصل الاجتماعي بتحريك الجماهير والتأثير في مشاعرهم، في تطور يغير مفهوم الاتصال بشكله المعروف، ولذلك يمكننا القول أن الإعلام البديل هو المحرك الأساسي للوعي السياسي. قائمة المصادر والمراجع:

- 1- محمد عواد: مدخل إلى الإعلام الجديد: دار goal.com، نسخة الكترونية، 2012، ص 15.
- 2- هناك تداخل بين مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، ومن الممكن إن يحل المفهوم الأول محل الثاني والثاني محل الأول، وهكذا والتفاصيل في ثنايا متن البحث.
- 3- إبراهيم الحويان: مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني، 18-01-2017. الساعة 11:14. <http://www.shabab.addustour.com/alticle.qsp?artical.vo=107al>
- 4- الغامدي عبد الله: التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012، ص 20.
- 5- Dominique Gani : Nouveaux médias « mode d'emploi », éd : éd Ipro,Liège, Belgique, 2009, p 17.
- 6- Ziryebe Marouf : les réseaux sociaux numériques d'entreprises « états des lieux et raisons sociaux d'agir », éd : l'Harmattan, Paris, 2011 , p 29.
- 7- Hsien Ting, Hui-Ju Wu, Tien-Hwa Ho : Mining and analyzing social networks, éd : Springer-Verlage, Berlin, 2010, p 92.
- 8- علي وطفة: التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، جامعة دمشق، كلية التربية، ص 681.
- 9 - Oxford, Learner's Pocket, Dictionary, Fourth edition 2008, page : 518
- 10 - Robert; dictionnaire de la langue française. P1227.
- 11- مصطفى حجازي: الشباب الخليجي والمستقبل " دراسة تحليلية نفسية اجتماعية" ، المركز الثقافي العربي للنشر، د ب، 2008، ص 17.
- 12 - Alain Meignant : Manager la formation « Quoi de neuf après la loi de 4 mai 2004 », Editions Liaisons, Rueil-Malmaison, 2006, p 272.
- 13 - Christophe Deschamps; Marc de Fouchécour: Le nouveau management de l'information : la gestion des connaissances au cœur de l'entreprise 2.0, Limoges : Fyp éd., impr. 2009 ,p 145.

¹⁴ - Nadine Amsallem; Rémy Assathiany et autres: Pédiatrie ambulatoire, éd : John Libbey Eurotext-Doin, DL, Montrouge, 2014, p 120.

¹⁵ - Romain Rissoan: Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+ : comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication , Editions ENI, St.-Herblain, 2011, p 96.

¹⁶ - Philippe Engelhard: Internet change-t-il vraiment nos sociétés ? : l'Internet, la science, l'art, l'économie et la politique. Tome 3, éd : L'Harmattan, Paris, 2012, p 41.

¹⁷ - رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، رسالة ماجستير في الإعلام غير منشورة، 2013، ص 48.

¹⁸ - حنان يوسف: الإعلام والسياسة .. مقارنة إرتباطية، أطلس للنشر والإعلام، د ب، 2006، ص 135.

¹⁹ - نفس المرجع: ص 105.

²⁰ - عامر فتحي حسن: استطلاعات الرأي العام على الانترنت، ط 1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص ص 22 - 21.

²¹ - محمود الرشيد: خبير الأمن المعلوماتي، الانترنت والفيسبوك " ثورة 30 يناير نموذجاً"، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ص 09.

²² - محمد فخري راضي: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار أجد للنشر والتوزيع، د ب، 2014، ص ص 36 - 34.

²³ - بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، ورقة مقدمة إلى وقائع مؤتمر فيلادلفيا السابع عشر، ص ص 19 - 17.

²⁴ - عبد العزيز طرابزوني، "حقيقيةة الإعلام الجديد في الربيع العربي.. ومستقبله". 2017 /01/19 الساعة 11:00.
<http://www.majalla.com/arb/2011/10/article55228614>

²⁵ - ياسين النصير، "ثقافة التغيير"، مجلة الرافيدين. 2017/01/19، الساعة 11:08.
<http://www.alrafidayn.com/index.php>