دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الإعلام الجديد والإعلام العربي : أية علاقة ؟
المصدر:	المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي
الناشر:	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية
المؤلف الرئيسي:	الزرن، جمال
المجلد/العدد:	مج4, ع9,10
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الصفحات:	121 - 154
رقم MD:	1044812
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EduSearch, HumanIndex
مواضيع:	وسائل الإعلام، القنوات الفضائية، الخطاب الإعلامي، الإعلام العربي، الربيع العربي، الحراك الإجتماعي
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/1044812

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

الإعلام الجديد والإعلام العربي: أية علاقة ؟

جمال زرن
جامعة قطر

الملخص:

سنحاول في هذا البحث ومن خلال مقاربة وصفية وبالاعتماد على نموذج الإعلام الجديد وواقع الإعلام العربي بعد 2011، منازلة محورين هامين في قضايا الإعلام والاتصال عربيا هما محورا الإعلام الجديد والإعلام العربي وماهية العلاقة السائدة والتي يجب أن تسود بينهما؟ هذا بالإضافة إلى طبيعة كيف تتمظهر علاقة الإعلام العربي بالوسيط من زاوية ثورة الاتصال الرقمي؟ محاولين معالجة الاشكالية بدون قيود أبستمولوجيا لمعرفة دلالات الإعلام الجديد ودلالات الإعلام العربي بعد حراك 2011 .

الكلمات المفتاحية : الاعلام الجديد، الربيع العربي، الاعلام العربي، الحراك الاجتماعي، الاتصال الرقمي .

Summary:

In a descriptive approach, based on the new media model and the reality of the Arab media after 2011, we will attempt to confront two important axes in Arab media and communication issues, namely the new media and the Arab media, and what is the prevailing relationship between them? . in addition we will try to understand the relationship of Arab media to the mediator in the digital communication revolution. Trying to deal with the problematic without epistemological limitation to know the implications of the new media and the Arab media after 2011

Keywords: New Media, Arab Spring, Arab Media, Social Change, Digital Communication

تمهيد : الإعلام الجديد : ثورة في شريحة:

في حديث صحفي مع المؤرخ والفيلسوف الفرنسي ميشال سيير سنة 2011، تحدث هذا الأخير عن ميلاد "إنسان جديد" مفردا له صفة جيل "السبابة"[1] في إحالة إلى فعل الإعلام الجديد ومقدرة الشباب اليوم على إرسال الرسائل النصية وزيارة مواقع التواصل الاجتماعي وتصفحها بمجرد مسح شاشة الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية بذلك الأصبع.لم يعد إذن الحديث في الإعلام الجديد حديث الإبهار التكنولوجي والذي بات اليوم من ديكور الحياة اليومية بل عن ارتدادات الإعلام الجديد على التاريخ والفكر والمجتمع. وإذا ما كان التوصيف الغربي قد وصل إلى تشخيص علاقة الإعلام الجديد بالمجتمع إلى الحديث عن إنسان جديد فكيف يمكن اليوم تشخيص علاقة الإعلام الجديد بالمجتمع العربي؟ قد يكون الجواب فيما جاءت به انتفاضات الربيع العربي منذ 2011 من تسونامي هز تقاليد وأعراف إعلامية وتواصلية خلنا أنها باتت أزلية وعلامة على وجود استثناء عربي واستحالة تمتع المواطن العربي بحرية التعبير وممارسة الديمقراطية.

بالعودة إلى الربيع العربي بوصفه أيضا من فعل جيل "السبابة" وإرهاصات الإعلام الجديد، وإذا ما كان علم تاريخ الثورات يقدم دائما العامل السياسي أو الاقتصادي محددا في اشتعال هذه الثورة أو تلك فإننا وعندما نتوقف عند كل من ثورة تونس ومصر يعترضنا العامل الإعلامي والاتصالي باعتباره عنصرا محددا وجديدا في تشكل ثورات القرن الواحد والعشرين الذي يوصف بعصر الاتصال والإعلام الجديد. ويكفي هنا الإشارة إلى ذلك المصطلح المتميز "Degage"-"ارحل" والذي جاب شوارع أغلب المدن العربية وساحات الاحتجاج ورغم لكنته الفرنسية فقد وقع ترجمته وتبنيه من قبل ناشطي أكثر من دولة بفضل تبادله عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالعنوان الأبرز في مخرجات الإعلام الجديد. أصل هذه الكلمة وتشكلها دلاليا كانت من داخل المدونات وفي ثنايا شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك وتويتر..." ومن إنتاج مواطني وناشطي المجتمع الرقمي. "إرحل" هي من بين المصطلحات القليلة الافتراضية التي عادت إلى الواقع لتجسد فعليا برحيل بن علي وحسنى مبارك في سنة 2011 علما وأن محمد البوعزيزي

الشـــاب الذي أشـــعل فتيل ثورة تونس لم تكن له علاقة بالعالم الافتراضـــي والإعلام الجديد[2].

يمكن وفي ذات السياق التواصلي أيضا إضفاء صفة "ثورة في شريحة أو ثورة الشرائح الإلكترونية La revolution des puces " على كل من ثورتي تونس ومصـــر. فقد كانت كلمات السر ومواعيد التظاهر تنتشر عبر الرسائل النصية القصيرة SMS وعلى صفحات شـــبكات التواصـــل الاجتماعي (فيســـبوك، تويتر...) وهو ما دفع النظام المصـــري إلى قطع تبادل مثل تلك الرســـائل في الأيام الأولى للثورة. نفس الشـــيء عاشـــته تونس قبل الثورة وكيف أن شـــبكة التواصـــل الاجتماعي "تويتر" مثلا كانت محجوبة. ويذهب البعض إلى اعتبارها ثورات إلكترونيةُ E- revolution وأخرى افتراضية La revolution virtuelle.

إن الشريحة Puce هي ذلك المكون الإلكتروني الدقيق والصغير والذي بدونه لا قيمة للهاتف الجوال وهي التي تمكننا من رقم للتواصل، نشحنها برصيد للمكالمات الهاتفية به نتخاطب ونتواصـل. كما يمكن لتلك الشـريحة-وهنا تكمن كل الإضـافة-أن تخزن صـورا شخصية وصور فيديو عالية الجودة يمكن بثها مباشرة أو تنزيلها على الحاسوب وإرسالها عبر شـبكة الإنترنت. لهذه الشـريحة فضـل على ثورة تونس ومصـر فقد كانت في مواجهة فضـائيات السـلطة وإذاعاتها وصـحفها ومثقفيها وكل ترسـانة النظام الرسـمي العربي الإعلامية مجسدة في وزارات الإعلام.

ضمن إطار مقاربة تواصلية لفهم الحراك السياسي والاجتماعي الذي قدمته وسائل الإعلام والاتصـــال قبل وأثناء ثورات الربيع العربي يمكن اليوم الحديث وبدون قيود أبسـتمولوجيا عن الدور الريادي لتكنولوجيات الاتصـال الحديثة والإعلام الجديد New Mediaفي إحداث الحراك الاجتماعي في الإعلام العربي التقليدي الهامد، وعن ضـــرورة التعامل معها باعتبارهما معطى فكريا وبراديغم قائم الذات في مباحث الإعلام العربي. والمقصـــود بالبراديغم هنا هو مدى مقدرة تكنولوجيات الاتصـــال TICوخاصـــة شـــبكة الإنترنت على إحداث صـــيغ جديدة من الصـــراع الاجتماعي وذلك بشـــكل يكاد يكون في قطيعة تامة مع ما ورثناه عن وســـائل الاتصـــال الجماهيري التقليدية Mass comm (الصحافة والتلفزيون والاذاعة[3]) . إن وراء تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديد "إعلام مواطن" ومواطنة جديدة تفسـح لنا مجالا فكريا واسـعا للبحث في عدة معرفية جديدة

تقطع مع السائد في الإعلام العربي وتؤسس إلى مقاربات سوسيولوجية وتواصلية غير مسبوقة ولعل فعل الإعلام الجديد في كل من ثورة تونس وبعدها ثورة مصر خير مثال.

سنحاول في هذا البحث ومن خلال مقاربة وصفية وبالاعتماد على نموذج الإعلام الجديد وواقع الإعلام العربي بعد 2011 منازلة محورين هامين في قضايا الإعلام والاتصال عربيا هما محورا الإعلام الجديد والإعلام العربي وماهية العلاقة السائدة والتي يجب أن تسود بينهما؟ هذا بالإضافة إلى طبيعة كيف تت مظهر علاقة الإعلام العربي بالوسيط من زاوية ثورة الاتصال الرقمي؟ سنحاول في هذا البحث إذن إثارة الإشكالية الآتية :

إلى أي مدى تمثل الطفرة التقنية في مجالات الإعلام طفرة فكرية يمكن من خلالها تصحيح الخلل التاريخي في علاقة العرب اتصاليا بالإعلام الجديد؟

لبلوغ ذلك سنتدبر في هذا البحث أمر الإجابة على الأسئلة الآتية :

- ما هي دلالات الإعلام الجديد ودلالات الإعلام العربي بعد حراك 2011؟
- ما هي علاقة الإعلام الجديد بالحتمية التقنية والحتمية السوسيولوجية في حالة الإعلام العربي؟
- هل يمكن القول أن الإعلام الجديد منتج لإعلام عربي جديد؟
- هل يجوز بحثيا اليوم اعتبار الإعلام الجديد من بين أفضل المداخل لتبيئة الإعلام العربي وتأصيل مواطنة جديدة؟

1- دلالات الإعلام الجديد.

في البدء وجب بيان أن تناولنا للإعلام الجديد وربطه بالإعلام العربي مرده إلى أن الإعلام الجديد ليس فقط إعلاما جديدا على مستوى التقنية بل إن جدته تكمن أيضا على مستوى الفكر الذي يحمله والأنساق الجديدة التي من المحتمل أن يفرزها سوسيولوجيا داخل المجتمع. فرغم حضور تعبيرات الإعلام الاجتماعي مع حراك الربيع العربي في 2011 واحتلال هذا المصطلح الخطاب الأكاديمي والإعلامي النخبوي فإننا نؤكد أن الإعلام الاجتماعي وشبكات تواصله ما هي إلا إحدى إفرازات الإعلام الجديد وتجلياته.

يجدر القول عند الحديث عن الإشكاليات والاتجاهات الجديدة في قضايا الاتصال نظرية وممارسة أنها عبارة عن مفاهيم ونظريات فكرية هجينة ظهرت في الغرب في شكل فكر معرفي فلسفي عند البعض وفي شكل مدارس ونظريات براغماتية عند البعض الآخر. ويتمحور الخطاب الاتصالي الجديد عامة في شكل مفاهيم حديثة تتمثل حينا في تكنولوجيا المعلومات (Information technology)، الإعلام الجديد (New media) وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC) ومجتمع المعرفة(Société du Savoir) ومجتمع المعلومات (Société de l`information) والذكاء اللامادي والاتصال الافتراضي (La communication virtuelle)وأحدثها مبحث شبكات التواصل الاجتماعي Social Media وهي اتجاهات متكافأة الحضور والقيمة عند النقاد وعند المتفائلين والمتحمسين بفاعليتها. وتستند مثل هذه المقاربات والنظريات في أغلب الأحيان على تخصصات رئيسية مثل العلوم الاجتماعية والعلوم السياسية والاقتصادية و تتغذى من التقدم المطرد للتكنولوجيا[4]. ولكن تبقى كل تلك المقاربات في المقام الأول وليدة تطور وسائل الاتصال تاريخيا داخل المجتمعات الغربية إن كان ذلك على المستوى الفكري أو فيما يتعلق بالاستعمالات أو بالتقنية. وفي هذا السياق مثلت ثورة الاتصال والمعلومات كان ذلك على المستوى الفكري أو التكنولوجي فرصة للعديد من الأمم والشعوب لمراجعة علاقتها بالوسيط ومضامينه وكذلك علاقتها بأولويات التنمية وإدارة الشأن العام[5].

يوجد تداخل اصطلاحي ودلالي كلما جد حديث عن العلاقة بين التقنية الاتصالية الجديدة مجسدة في شبكة الإنترنت والكومبيوتر ووسائل الاتصال التقليدية إذاعة، تلفزيون، صحيفة. وقد أفرز هذا التداخل بين عديد المصطلحات في القاموس المهني والأكاديمي مشهدا ضبابيا فيما يتعلق باستعمالات وتمثلات تكنولوجيات الاتصال الحديثة NTIC التي هي امتدادا لترجمة المصطلح الإنجليزي New Media. وقد اشتغل على هذه الإشكالية عربيا كل من عباس مصطفى صادق في دراسته "الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة[6]"، وسعيد صالح كاتب في كتابه "الإعلام القديم والإعلام الجديد, هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض"[7].

ويعتبر هذا التداخل بين القديم والجديد حالة صحية إذا ما اعتبرنا الحالة الانتقالية التي يشهدها المشهد الاتصالي الدولي. وهي حالة عبر عنها مشروع الحالة الانتقالية للإعلام

Media in Transition Project لمعهد ماسوشسيتس الأمريكي والذي انطلق في أكتوبر 1999. بعدها أصدر ذات المعهد وتحديدا في سنة 2003 مؤلفا ساهم في صياغته مجموعة من الباحثين منهم غيتلمان Gitelman وبنغري Pingree ، والكتاب يؤكد ذات الفكرة القائلة بأن الإعلام كان دائما وسيظل في حالة انتقالية، وأن كل وسائل الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت واستخدمت لأول مرة، ويتجاوز المشروع فكرة دراسة الإعلام الجديد بتكريس مفهوم إعلام اللحظة أو إعلام اليوم الجديد. ويؤكد المرجع على بناء فكرة الجدة في الإعلام انطلاقا من سياقاتها التاريخية، ففترات الانتقال من وسائل وأجهزة وأنظمة سابقة إلى إعلام جديد لم يعرّف إلى حد الآن بشكل نهائي ومتكامل.

فكلّ وسيلة إعلام كانت جديدة كما يذهب إلى ذلك بنغري وغيتلمان، ويستخدم المؤلفان تعبير بروس إستيرلينغ Bruce Sterling الإعلام الهامد Dead Media لوصف حالة أن بعض وسائل الإعلام لم تعد مستعملة، وفي العديد من الحالات، ظلت منسية لمدة طويلة ولم تحصل على الفرصة لكي تصبح جزءا من نسيج الحياة اليومية". فقد ظهرت شبكة الانترنت-على سبيل المثال-لغرض (عسكري/أمني) ثم امتدت لأغراض أخرى(علمية/اتصالية) ، وهناك مبتكرات إعلامية بعضها وجد صدى حين ظهر لأول مرة، وبعضها فقد بريقه رغم أنها مهدت لثورات اتصالية أخرى إلى أن استقر رأي المؤرخين والمختصين على الطباعة والهاتف والإذاعة وآلة التصوير ثم التلفزيون والأقمار الاصطناعية والانترنت على أنها تاريخيا المفاصل الرئيسية لتكنولوجيا الإعلام الجديد.[8]

علينا إذن في هذا الإطار إثارة سؤال من أين جاء الإعلام الجديد؟ والإجابة تأتي بأنه حصيلة اندماج أو انصهار أو أيضا التزاوج Convergence بين تكنولوجيات الاتصال الجديدة والتقليدية مع جهاز الكومبيوتر وشبكاته. تعددت اصطلاحات الإعلام الجديد وتكنولوجيات الاتصال لكن خصائصهما السيكولوجية النهائية والدلالية اللغوية لم تتبلور بعد، ليحدث نوع من التواضع حول تسمية "الإعلام الجديد" لأنه ببساطة منهجية لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية. فقد نشأت داخل الإعلام الجديد حالة تزامن نادرة وجديدة بين مجموعة من العمليات التي كانت إلى زمن قريب متباعدة، لتصبح عملية بث وإرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات ممكنة بشكل آني. وتشير الاصطلاحات المتعددة لتطبيقات واستعمالات الحواسيب والإعلام التقليدي

إلى الوصول مثلا إلى مصطلح الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض التطبيقات التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي. كما يطلق على هذا الإعلام الإعلام التفاعلي Interactive Media بحكم توفر عنصر التفاعلية والاستجابة بين مستعملي الانترنت والتلفزيون والراديو، وصحافة الانترنت غيرها من الأنظمة الإعلامية التفاعلية الجديدة مثل منصات شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، يويتوب...)، والتي تعلن كلها على نهاية عصر الاتصال الجماهيري في مفهومه التقليدي. وهو أيضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات الداخلية[9].

شق من المختصين يعمد إلى إطلاق صفة إعلام المعلومات Info Media على الإعلام الجديد أيضا، وذلك للدلالة على التزاوج داخله بين الكومبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها. ويطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها بوصلات تشعبية Hyperlinks وهنا نحن معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت صفة التشعبية والوصلات Links لما ينشر أو يبث داخلها وألغت نظام الصفحة التي كانت تميز المطبوع الكلاسيكي.كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام المستحدث، إعلام الوسائط المتعددة Multimedia لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو. ونلاحظ ارتباط جل هذه الأسماء بتطبيقات الكومبيوتر وتشبيكه، فبعض التسميات مصدرها طبيعة الوسيط الاتصالية وأخرى مستمدة من خبرات ثقافية يصعب إيجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي ولدت فيها، كما أن بعض الأسماء تشير إلى تطبيق جزئي وانتقائي من تطبيقات الإعلام الجديد أو إحدى مميزاته كما هو الحال بالنسبة للتسميات ذات العلاقة بشبكة الانترنت مثل الافتراضي، وعن بعد، والشبكي، والنت وغيرها من التمسيات.

ويذهب بعض الباحثين إلى اعتماد مقولات المجتمع الرقمي كبديل عن الإعلام الجديد وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، مركزين في ذلك على المنهج والمقاربة السوسيولوجية والإنثروبولوجية.[10]وتهتم سوسيولوجيا المجتمع الرقمي بالتداعيات والاستعمالات اليوميةوغير اليومية في المجتمع للمنظومة التكنولوجية المعلوماتية أو كما يسميها البعض

بالمنظومة التكنو-اجتماعية[11]. إن حضور الكومبيوتر وبرامجه المختلفة وتشابك أجهزته بات من السلوك اليومي لإنسان القرن الـ21 ولا يمكن لأي عاقل تجاهل تدخله وتكييفه لأنماط إنتاج وصياغة العلاقات الاجتماعية على هيئة جديدة قد تقطع ما كان سائدا في الماضي. يوجد على سبيل الذكر لا الحصر شبكة معلومات تسهل العلاقات الذاتية من زواج وصداقة بالاستعانة بالإنترنت. يوجد كذلك اقتصاد وعلاقات بيع وشراء وقوانين تنظم التجارة الإلكترونية وهي في ازدياد مطرد وكذلك بورصة إلكترونية. كما تقدم المنظومة المعلوماتية المشبكة خدمات صحية وأخرى طبية وغيرها تعليمية، أصبحت معها المعلوماتية وشبكة الحواسيب عنصرا محددا لماهية مجتمع اليوم والغد. ولعل الاتجاه الذي بات اليوم سائدا بحثيا يساير تطبيقات الإعلام الجديد في شكل منصات تكنولوجية باتت تعرف بشبكات التواصل الاجتماعي.

إن البحوث التي تهتم بمثل هذه القضايا والمحاور بات يطلق عليها أيضا سوسيولوجيا المجتمع الرقمي أو يذهب البعض ولإعطاء البعد الثقافي في الدراسات الاجتماعية التي تهتم بالمجتمع الرقمي إلى اعتماد مصطلح أنثروبولوجيا المجتمع الرقمي[12]. في نفس السياق ودائما ضمن ترددات العلاقة المركبة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد القائم على دور الشبكة والحاسبات الإلكترونية فإن بيار ليفي[13] يجعل منه مادة لمشروعه الفكري والفلسفي مجسدا في المجتمع الافتراضي وذلك انطلاقا من قاعدة الذكاء الافتراضي الذي جاءت به ثورة المعلومات والحاسبات الإلكترونية وشبكة الإنترنت والذي يعتبره ليفي بالضرورة ذكاء جمعيا رغم سهولة الإفصاح وصعوبة الحسم عند تناول هذا المبحث الفكري. ويثير بيار ليفي جملة من الإشكاليات فيتساءل عن هل يمكن للبشر أن يكونوا أكثر ذكاء جماعيا وأكثر حكمة وعلم ودراية وتخيل من حالة الفردية التي هم عليها؟ ويتساءل ليفي من جديد بأن إثارة مثل هذا السؤال لا تطرح في سياق المستقبل البعيد أو في إطار تتبع العمق التاريخي للتقنية أو للمؤسسات أو للثقافات بل إن الحديث عن الذكاء الجماعي اليوم والآن أي في سياق الحركة والفعل اليومي والحيني للإنسان.[14]

ويرفع ليفي من وتيرة السؤال وخاصة عن كيف يمكن تنسيق الذكاء حتى يتضاعف من تلقاء ذاته عوض أن يلغي بعضه البعض أي هل توجد صيغة لإضفاء قيمة تماثلية

مضاعفة للإمكانيات الذهنية للأفراد عوض الشد إلى الوراء وعوض إخضاعها للتقزيم وإعطائها صفة الدونية؟ يمكن في إطار محاولة للإجابة استدعاء وترجمة تاريخ المؤسسات واللغة والتقنية كتجارب ومحاولات جادة لحسم جملة الإشكاليات المثارة. ويرى بيار ليفي أن تشبيك الحواسيب على المستوى الدولي أي في إطار اندماج تقنيات الاتصال وذلك بفضل لغة وبروتوكولات الإنترنت وخاصة فيما يتعلق بالإنترنت واسع الانتشار أي الإنترنت الجماهيري وهو ما أدى إلى تبلور الاتصال الكوني بين البشر من كل اصقاع الأرض وانصهار المعرفة الإنسانية في إطار معرفة جماعية إعلانا عن دخول عصر الذكاء الجمعي. وقد أثار مشروع بيار ليفي الفكري في تصور مجتمع معرفي على خلفية تبلور مجتمع افتراضي قائم على تبني شبكة الإنترنت فضولا متناميا بين ناقد ومتحمس لهذا المشروع ويمكن في هذا السياق اعتبار كتاب المفكر الفرنسي فيليب بروتون "قدسية الإنترنت" ردا من بين عديد الردود على هذا المشروع الفكري والفلسفي[15].

يكمن المصطلح المفتاح في ما سبق ذكره أن الإعلام الجديد إحالة على حالة انتقالية تكون عادة في نفس الوقت تقنية وفكرية إبستيمولوجية. وبما أن أغلب المجتمعات العربية تعيش وبشكل غير متكافئ تاريخيا حالات متفاوتة من الانتقال السياسي والاقتصادي والثقافي فإن للإعلام الجديد دورا ما في حالة الانتقال هذه خاصة إذا ما عدنا إلى ظاهرة الربيع العربي التي انطلقت منذ 2011. الحصيلة هي أنه إذا ما كان الإعلام العربي انتقالي فإن لفعل الإعلام الجديد أثر لا يستهان به، وقد يكون فاعلا في بلورة إعلام عربي جديد.

2- في دلالات الإعلام العربي ورموزه:

ماذا نعنى بالإعلام العربي في علاقته بالإعلام الجديد؟ هل هو ذلك الإرث التاريخي والثقافي للأمة العربية والكامن في طيات الهوية العربية الإسلامية والذي نعثر عليه في دراسات عبد الرحمان عزي أو كما هو الحال مع دراسة عصام سليمان موسى عن "العرب وثورة الاتصال الأولى" ودور العرب في اختراع الكتابة[16]. رسميا يطلق على الإعلام العربي كل ما له صلة بالمؤسسات التي لها بعد إعلامي والتي تتبع جامعة الدول العربية التي تنتمي إليها كل الدول العربية، أين توجد العديد من الهيئات الرسمية المشتركة مثل مجلس وزراء

الإعلام العرب، واتحاد إذاعات الدول العربية والمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية والتي تسهر على تسيير وإدارة القمر الصناعي العربي عربسات.[17] يمثل هذا المدخل أكثر المداخل شيوعا عند الحديث عن الإعلام العربي، ويبدو أنه لدى البعض هو أكثر المداخل صلابة لأنه يعكس وضعا مؤسساتيا عربيا مستقلا عن الدول العربية[18]. من جهة أخرى فإن هذه المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة يبدو أنها الوحيدة التي يمكنها أن توفر لنا نسبيا مبرر استعمال مصطلح الإعلام العربي كمفهوم له أبعاده السياسية والثقافية في إطار النظام العربي الرسمي مجسدا في مؤسسة جامعة الدول العربية. هل يكفي وجود تلك المؤسسات ورغم المآخذ التي تثار عن سياساتها ومشاريعها والتي لا تتعدى في غالبها مجرد التوصيات وغياب عناصر أخرى حتى نقر بوجد إعلام عربي؟ من جهة أخرى توجد مؤسسات إقليمية عربية مماثلة لمجلس وزراء الإعلام العرب مثل مجلس وزراء الإعلام والثقافة لدول مجلس التعاون الخليجي كمؤسسة عربية إقليمية موازية أو حتى منافسة لجامعة الدول العربية، تريد أن تنسق وتؤسس لسياسة إعلامية خليجية. في الأصل فإن مدخل المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة وفرضية تأسيسه لإعلام عربي هو أيضا من أكثر المواقف هشاشة كهشاشة النظام الإقليمي العربي.

نعود إلى مجلس وزراء الإعلام العرب والذي ينص في استراتيجيته التي أطلق عليها تسمية "الاستراتيجية الإعلامية العربية" المعدلة بتاريخ 2013 أي بعد ثورات الربيع العربي أن "هذه الاستراتيجية تنطلق من حرص الإعلام العربي على بلورة رؤية واعية في مطلع الألفية الثالثة للتعامل مع عصر العولمة بكل ما يحفل به من متغيرات وما يطرحه من تحديات تمكن الإعلام العربي من دعم رسالته الأساسية في خدمة الوطن العربي وقضاياه الجوهرية وتطوير خطابه الإعلامي وآلياته ووسائله على المستوى العربي والدولي. وتتسم هذه الاستراتيجية بالديناميكية بحيث تواءم مع ما يستجد من تطورات ومتغيرات على المستوى العربي والدولي".[19]

من جهة أخرى وإذا ما حاولنا أخذ السياسات الإعلامية كعنصر مشترك قد يؤدي إلى فرضية وجود إعلام عربي فإن الإعلام الإقليمي للدول العربية يخضع في غالبه إلى طبيعة النظام السياسي في تلك الدولة ويخضع أيضا للسياسة الإعلامية القطرية فكيف يمكننا الحديث عن سياسة إعلامية عربية في ظل وجود سياسات إعلامية إقليمية؟ نفس

الشيء ينسحب على الاستراتيجيات الإعلامية إذ يصعب القول بوجود استراتيجية إعلامية عربية موحدة، ومعها وجود إعلام عربي، فواقع الحال يؤكد يوميا أن كل دولة تنتهج خطط إعلامية متفاوتة بل في بعض الأحيان عدائية بين دولة وأخرى في شكل حروب إعلامية ومنع لتداول صحف وكتب منشورة في دولة عربية لا ترضي الدولة المجاورة : قطر/السعودية- العراق/الكويت- ليبيا/ موريتانيا- الجزائر/ المغرب- لبنان/سوريا.

إن الرد على مدى صلابة تحول عنصر الاستراتيجية العربية للإعلام إلى عنصر مؤسس لماهية الإعلام العربي رد عليها صالح أبو أصبع بنصف جواب عندما استعمل "مصطلح الإعلام العربي المشترك" متجاوزا بذلك مصطلح الإعلام العربي، وهو اصطلاح يخفى دلالة مفادها نفي لوجود إعلام عربي موحد. إن مصطلح مشترك يؤكد قاعدة التعدد، والمقصود بالتعدد ليس الاختلاف بل الانسجام والتناسق في السياسات القطرية حتى يمكنها أن تعبر عن إعلام عربي مشترك. إن أصل الاختلاف مولد فكريا للوحدة وبما أنه لا وجود على المستوى الاستراتيجي والفكري بين أغلب السياسات الإعلامية العربية لأية اختلافات فإنها بالتالي عاجزة على التوحد. إن الدلالة اللغوية من وراء الإعلام العربي المشترك تؤكد قاعدة ملكية كل طرف لجزء من الإعلام العربي، فكل طرف عربي هو بالضرورة شريك ليتحول الإعلام العربي إلى عبارة عن ملكية مشتركة لا يحق لأحد أن يحدد صيغتها وهويتها الفكرية بشكل مستقل أو جماعي. ويكفي لبيان الفرق بين الإعلام العربي المشترك والإعلام الأوروبي ضمن إطار المؤسسات الأوروبية وخططها في توحيد أوروبا، والقضاء على البطالة والسيدا والهجرة غير الشرعية من خلال بناء مؤسسات إعلامية أوروبية أشهرها شبكة تلفزيون Euronews.

إن الإعلام العربي على المستوى المؤسسي هو مفرد في صيغة الجمع: المفرد هو الدولة والجمع هو ما تحتويه جامعة الدول العربية من عدد الدول العربية المنضوية تحت لوائها. لذلك نعتقد أن الإعلام العربي على المستوى الرسمي هو عملية حسابية أي عملية جمع لكل إعلام إقليمي بشكل مستقل. وإذا ما عدنا بشكل استقصائي إلى الاستراتيجية العربية للإعلام لتوصلنا إلى أن بعض فقراتها وضعتها ليبيا والأخرى مقتطفة من المقترح المصري، وأن الأهداف ربما تعود إلى مشروع مقترح دولة تونس مثلا. لذلك نقول أن

فشل الإعلام العربي في الحضور على المستوى الدولي يعود سببه إلى أن حضور الإعلام الإقليمي أهم وأعلى مرتبة على المستوى السياسي والاستراتيجي من الإعلام العربي الذي يسوق له في مؤسسات العمل العربي المشترك.

إن هذه الإشكالية لها علاقة هيكلية وتاريخية سياسية بطبيعة النظام السياسي العربي والذي يتسم بالإقليمية "الدولة" كهوية سوسيولوجية وسيادية لازالت في طور التشكل بحكم عدم توافر كل عناصر شرعيتها (نظام الحكم، الشرعية التاريخية، الأرض، الجيش...). هكذا على الإعلام الإقليمي أن يكون أكثر ولاء في القضايا القومية إلى القضايا الإقليمية القطرية وإلا فإنه بذلك يشكك في سيادة هذه الدولة القطرية أو تلك. يساهم الإعلام الإقليمي العربي في تشكيل الهوية الإقليمية لفرض سيادة دولة قد تكون سيادتها غير مكتملة فتتحول الهوية والسيادة القومية إلى منافس على المستوى الإعلامي لشرعية وسيادة الإعلام الإقليمي. إن الإعلام الإقليمي والذي منه يتشكل ما يطلق عليه مؤسسات الإعلام العربي أو الإعلام العربي المشترك يدفع في اتجاه الأدلجة عبر وسائل الإعلام لهوية سياسية وثقافية وتراثية وإعلامية قبل الدفاع عن الكيان العربي أو الهوية العربية والتي لا يستقيم لها حال في غياب إعلام عربي موحد وليس إعلام عربي مشترك.

قد يكون الإعلام والاتصال في الوطن العربي يحيا بين ثنايا التاريخ والثقافة الشفاهية بدأ بمكانة الشعر والأسطورة والدين والسيرة. عند العديد تعتبر الثقافة العربية ثقافة شفاهية لما تتميز به من عاطفية وغياب للعقلانية التي جاءت بها الكتابة وخاصة الطباعة في الغرب. قد تكون الشفاهية هي التي تصيغ الذات الاتصالية والإعلامية عند العرب حتى وإن دخلوا تقنيا وكمستهلكين منظومة الإعلام عبر الوسيلة. فكأن بالشخصية العربية الإسلامية لا تؤمن بأن يكون بينها وبين الواقع وسيط، فهي في تواصل مطلق مع الله، فكل وسيط هو إنسان وكل إنسان معرض للخطأ.

هل الإعلام العربي يتمظهر أكثر فيما هو مكتوب وما له علاقة بحركة النشر والصحافة والمجلات والكتب وذلك منذ بدء حركة النهضة، إذ يعود إلى حركة النشر تشكيل الهويات الإقليمية الحديثة وتحديد الكيانات السياسية ؟ يبدو عند البعض أن الإعلام العربي اليوم هو الإعلام السمعي المرئي وخاصة منه البث الفضائي لمحطات التلفزيون العربية المختلفة الخاصة والعامة والتي تبث من داخل الأراضي العربية أو من خارجها.

فالتلفزيون هو محرك البحث عن الهوية وأداة تخزين الشـرعية والسـيطرة والتحكم في الشـأن العام وذلك لما للتلفزيون من تأثير على اتجاهات الرأي العام. يبدو لدعاة هذا التوجه أن العرب خسـروا مرحلة المكتوب بل قفزوا عليها وليس بالإمكان العودة إلى الوراء. إن الصورة هي أداة تشكيل الشخصية والهوية الحضارية وإن كان على العرب أن يتواجدوا حضاريا فعليهم بأن يستثمروا ويراجعوا علاقتهم بالصورة وأن تكون لهم قراءة في طبيعة التلفزيون.[20]

قد يكون أيضـا لرموز غير مرئية مثل الهوية والتاريخ المشـترك والثقافة العربية والمصـير المشـترك وهي رموز اتصـالية فاعلة في تحديد كل مكونات الواقع العربي دور في إعطاء صـفة "عربي" على الإعلام والاتصـال هذا رغم قيام نظام إقليمي عربي منذ بداية نشـأة دولة ما بعد الاستقلال. قد يكون إذن الإعلام العربي كامنا داخل تلك الرموز الاتصالية أكثر من حضـوره في أداء الوسـيلة الإعلامية وهيكلتها، أي أنه غير ظاهر بل مخفي ضـمن إطار الفضائيات الاتصالية العامة ككل والتي تبدو الوسيلة فيها جزء بل فضاء إتصاليا قبل أن تكون وسـيلة إعلامية. هذه الفرضـية تحيلنا إلى ضـرورة البحث في هل يوجد مجال عمومي عربي قبل الحديث عن فرضـية وجود إعلام عربي بحكم أن الاتصـال هو فضـاء ورموز وأنسـاق وبني اجتماعية وقيم إنسـانية يحتوى الإعلام وسـيلة ورسـالة ويتجاوزه.

يشـير عبد الرحمان عزي بشـكل مقتضـب لكن مكثف إلى مقولة المخيال الإعلامي والذي يعتبره تعبيرا عن الرأي العام العربي وهو حسـب رأيه "حالة تتضـمن المشـاعر النفسـية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما، يتعرض لـه الجمهور (العربي الإسـلامي عـامة) من محتويات وسـائل الاتصـال من جهة، بفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى" ويضيف "ويعكس تعبير "المخيال" نمطا من التصورات الذي هو في طور التكوين، ومن ثم لا يمكن تحديد طبيعته، ومراحل تطوره بسـهولة، إذ تتداخل فيه الذاكرة التاريخية بصـورة مشـوهة، بفعل حضـور الأنماط والظاهرة الاسـتعمارية، مع محاولة وسـائل الاتصـال القفز فوق التاريخ والواقع، خاصـة في المجتمعات العربية الإسلامية."[21]

أصبح الإعلام العربي يتبلور أكثر وبشكل مثير فكريا وإمبيريقيا في تجليات الإعلام الجديد هذا الاتصال الافتراضي للجيل جديد من الشباب العربي عبر شبكة الإنترنت. إن الإنترنت هو الرمق الأخير لأمة عاشت المخاضات الكبرى لتشكل الحضارات خارج معركة الوسائطية، وأن الأمل في التدارك يأتي من هذه الشبكة العنكبوتية المجانية والتحررية والتي يمكن للعرب إن أحسنوا التعامل الفكري معها أن يؤمنوا لأنفسهم قسطا في عالم الوسائط بوصفها وعاء التقدم والتحضر والتفاعل مع الحضارات. لكن إذا ما عدنا إلى ما جاءت به الاستراتيجية الإعلامية العربية لسنة 2013 وماذا قالت عن تكنولوجيات الاتصال الجديدة لعثرنا في باب المرجعيات على ما يلي :"المواكبة المتواصلة، من جانب مؤسسات الإعلام العربي وأجهزته، للثورة الهائلة والمتواصلة في مجال الإعلام والاتصال من خلال الأقمار الصناعية (البث الفضائي والشبكة العالمية للمعلومات) والتي جعلت من العالم قرية إعلامية واحدة زالت فيها الحدود والمسافات، وامتلأ فضائها السمعي-البصري والإلكتروني بالعديد من القنوات العالمية ذات التأثيرات الإعلامية والثقافية والحضارية المختلفة." وتضيف الاستراتيجية في نفس الجزء وفي الفقرة (ب) "الاستفادة من التطورات التقنية المتسارعة التي طرحت على العالم وسائل وعلاقات جديدة وطرقا غير مسبوقة في العمل لم تعرفها البشرية من قبل وهي ما يشار إليها بالثورة التكنولوجية الحديثة، وهي تطورات تحتم على الوطن العربي أن يعمل على تحديث وترسيخ إمكانيات التكنولوجيا في أقطاره تمهيدا للمشاركة في صنعها فيما بعد." وتختم الاستراتيجية الحديث عن هذا الموضوع بالفقرة (ج) حيث تقول "تسريع التحول إلى الإعلام الرقمي لتمكين الوطن العربي من الاستفادة من الموارد الرقمية المتاحة عالميا، وتشجيع الإقبال العام على الإعلام الرقمي بأشكاله كافة.. وتسهيل التداول الرقمي للإنتاج الإعلامي والثقافي العربي."[22] إن كل هذه العناصر التي جاءت في باب المرجعيات ورغم نبلها لا نجد لها امتدادا في عنصر الآليات أي قابليتها للتنفيذ والإجابة على السؤال كيف؟ إلا في مقترح يتيم لم ينفذ بعد ألا وهو "إنشاء مركز قومي للبحوث والمعلومات المعلوماتية يتابع التطورات المتلاحقة في علوم الإعلام والاتصال وتكنولوجيات الاتصال ويوفر لأجهزة الإعلام العربية الدراسات والبحوث والبيانات التي تحتاج إليها."

ويمكن لبيان الاختلال بين الاستراتيجية الإعلامية العربية وواقع الإعلام العربي العودة إلى كل تلك الدراسات التي تناولت بالبحث أثر الإعلام الجديد في حراك ما قبل الربيع العربي وبعده. إن تواصلية الإعلام الجديد لا رقابة عليها ولا حدود توقفها ولا اعتبارات سياسية تلونها. هكذا علينا قبل الإقرار بماهية مكونات الإعلام العربي أن نثير كل هذه الأسئلة والتي نعتبرها أسئلة فكرية مفصلية لتحديد مكونات الإعلام العربي التي من الممكن أن نقر بها ونجمع عليها حتى نعبر هذه المرحلة الفكرية الحساسة فينعكس الإعلام العربي على صيرورة المجتمع. كما أن من بين مميزات الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت والحواسيب صعوبة مؤسسته حتى يتحول مثله مثل الإعلام العربي الرسمي كما جاءت به الاستراتيجية الإعلامية العربية إلى جهاز يتحكم فيه النظام الرسمي العربي. إن الإعلام الجديد هو بذلك منتج لإعلام عربي جديد، وذلك انطلاقا من خصائصه اللامكانية واللازمانية والتحررية والتي تناقض مرجعيات الإعلام العربي الرسمي التقليدي المؤسس حتى وإن تبنى رسميا مقولات الإعلام الجديد.[23]

3- الإعلام الجديد والإعلام العربي : من الحتمية التقنية إلى الحتمية الاجتماعية :

أثبت حراك الربيع العربي مقدرة الناس على توظيف تكنولوجيات الاتصال في الحراك الاجتماعي بالعودة إلى حتميتها الاجتماعية، كما أثبت أيضا قصور الأنظمة العربية على توظيف تقنيات الإعلام الجديد بالعودة فقط إلى خلفيتها التكنولوجية، ويمكن الاستدلال بعجز النظام في تونس ومصر زمن احتجاجات سنة 2011 في الحفاظ على وجوده رغم ملكيته لكل الترسانة الإعلامية الرسمية وغير الرسمية الرقمية والتقليدية. لذلك نعتقد أن على بحوث الإعلام والاتصال أن تصب اهتماماتها البحثية في الإعلام الجديد من خلال إبراز المنزع الاجتماعي والبعد الإنساني في التقنية الاتصالية وذلك من خلال زوايا الاستعمالات والتمثلات الاجتماعية. إن الاتصالات (الفضائية، الخلوية،...) والتي تبرز البعد التكنولوجي في الاتصال كظاهرة اجتماعية يتمثل دورها في نقل واستقبال وبث الأفكار والآراء والمعلومات التي تشغل بال المواطن في علاقته بقضايا الشأن العام. فهي بذلك فضاء ميدياتيكي (Espace médiatique) وجزء من المجال

العمومي (Espace public)[24] الذي فيه يتفاعل المواطن بشكل حر ومستقل عن أطر الدولة التي تنظم حياة الأفراد ككتلة ووحدة متماسكة انطلاقا من محددات عامة مثل الدستور والهوية والتاريخ والمصير المشترك. حجة استقلالية الفضاء الاتصالي تأتي من كون هذا الفضاء يجب أن يكون متعددا فلذلك لا تملك الدول في الديمقراطيات الغربية صحفا أو مؤسسات إعلامية وإن كان لها ذلك فهي مستقلة وتمول من الضرائب وهو ما يدفعنا إلى ملاحظة غياب وزارات إعلام في الأنظمة الديمقراطية لأن الإعلام يجب أن يعبر عما في المجتمع من تعدد وثراء فكري سياسي وديني وعرقي. إن الاتصالات من خلال التكنولوجيا الرقمية الحديثة تبدو منسجمة مع طبيعة الفرد التحررية وقاعدة المجتمع المتعدد عندما تقع هيكلتها وتنظيمها من خلال تقديم البعد التواصلي الثقافي وليس الاتصالاتي التقني الذي قد يقع إخضاعه إلى قواعد التسويق أو الاحتكار. نقول كلما عزل الثقافي في الاتصالات همش التواصل الإنساني وكسبت التقنية أسبقية فرضية قدرتها على صياغة أنساق ثقافية قد لا تبدو منسجمة مع طبيعة المجتمع، وكلما كان التواصل أكثر حضورا مجتمعيا كان توظيف تقنيات الاتصالات الحديثة خاضعا إلى مرجعية فكرية وثقافية إنسانية.

على خلفية ما تقدم وجب التفريق إذن بين الاتصال أو التواصل الاجتماعي والثقافي والاتصالات التي نجد لها حضورا أكثر في قاموس علوم التقنية والهندسة أكثر من قاموس ومنجد العلوم الإنسانية والاجتماعية. هكذا يمكن مثاقفة الآلة الاتصالية انطلاقا من فهمنا القائم على اعتبارها وسيلة لنقل الأفكار ذات الصلة بقضايا الصالح العام، تساهم في دعم التجربة الديمقراطية وتحمي حرية التعبير من التوظيف أو من الاحتكار السياسي أو الاقتصادي أو الفئوي. كما تساهم الاتصالات من زاوية التواصل الثقافي في دعم مسيرة التنمية الإنسانية وخدمة التعليم والمرأة والصحة والمهمشين. من جهة أخرى فإنه وكلما كان سياق فهم وتنظيم وهيكلة الاتصالات يحدث وبعيدا عن التواصل الاجتماعي والثقافي كلما برزت الخلفية التقنية والتي تتصدرها نجاعة فمردودية الوسيلة لتقع في أسر الاحتكار الاقتصادي لقوى الضغط الجديدة التي أفرزتها العولمة. يمكن أن تحول هذه المقاربة الاتصال عبر القراءة الضيقة التقنوية والفنية للاتصالات إلى مفهوم متوحش وناقص ثقافيا يهمش البعد الإنساني الكامن في التواصل بوصفه

مفهوما ثقافيا واجتماعي تطور إلى مجال اتصـــالي عمومي وهو جزء من كل العناصـــر المشكلة للفضاءات العمومية (الجمعيات، المنظمات، الأحزاب والنقابات...).

ويعود التجذر الفكري لعلاقة التقنية بالوسـيلة الاتصـالية إلى ما أصـطلح البعض على تسـميته بمدرسـة تورنتو بكندا والتي كانت تجمع عددا من المهتمين والمؤسـسين اللامعين لعلوم الإعلام والاتصال ومن بينهم مارشال ماكلوهان صاحب المقولة الشهيرة : "الوسيلة هي الرســالة"[25]. وهي مقولة تؤكد أن لكل وســيلة اتصــال المقدرة على إحداث -وبشــكل مســتقل- بنى ونماذج معرفية وبشــكل أوســع أشــكال من التنظيم الاجتماعي[26]. وتعود أصــول الثورة التقنية في تتبع تاريخ وســائل الإعلام إلى إشــكالية المرور من المعرفة المنســوخة إلى المعرفة المطبوعة والتي قلبت مقاييس الفكر الإنســاني ظهرا على عقب وباتت أحد علامات ميلاد مجتمع الحداثة[27]. غير أن القراءات الحديثة لأثر التقنية في تاريخ وســائل الاتصــال تؤكد أن التقنية ما هي إلا عامل من بين بقية العوامل المنتجة للوسـيلة وأن عوامل أخرى سـياسـية واقتصـادية وفكرية سـاهمت بشـكل مباشـر أو غير مباشــر مثلا في ظهور الطباعة كتقنية. فالقراءة التقنوية للوســيلة تبقى دائما محدودة لأنها تقطعنا عن الإطار العام الذي فيه ظهرت ومورسـت تلك التقنية عبر التقاء أكثر من فكرة وأكثر من فاعل اجتماعي أو مرجع ديني أو صـاحب قرار. فمع ظهور الطباعة ظهرت إلى الوجود جدلية جديدة اسـمها أحادية تقنية بث الفكر الإنسـاني (الطباعة) وتعدديته (حرية التعبير).

يمكن التأكيد أنه إلى يومنا هذا لم يحســم الخلاف حول الآلة الاتصــالية وتلقيها عربيا حتى فيما يتعلق بتكنولوجيات الاتصــال الحديثة مثل الإنترنت والبث الفضــائي. ففي عديد الدول العربية شــهد البث الفضــائي تعثرا خاصــة فيما يتصــل بالمتلقي وصــدرت قوانين تعاقب بالسـجن أي مواطن يشـترى لاقطا هوائيا ويعمد إلى التقاط بث فضـائي لقناة أجنبية. كان هذا الحال في العراق وسـوريا وعاشـته أغلب الدول العربية لتنصـاع وبعد عشــرية من المنع والرفض والتقنين الاداري إلى أحقية انتصــار تقنية الاتصــال كثقافة على أســلوب الرقابة. ألم يصــاحب بروز كل تقنية اتصــالية في العالم العربي صدور فتوى في البداية تحرم وبعد فترة تحلل من بينها على سبيل الذكر لا الحصر تحريم اســتعمال الهاتف الجوال بكاميرا. ألم يحرم اســتقبال ومشــاهدة التلفزيون عند بداية

ظهوره وأدى ليس فقط لظهور فتاوى بل لمظاهرات هنا وهناك. لا يمكن حصر نشأة الإعلام والاتصال في الوطن العربي في قضية الحلال أو الحرام أو في كونها مسألة تتعارض مع الدين. إن مثل هذه المقاربة تعزل تلقي التقنية الاتصالية أو الآلة الاتصالية لتركن في بوتقة تعارضها مع ما هو ديني. في الأصل فإن عديد العوامل الأخرى السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية كان لها أيضا دور ما في رفض أو في تأجيل أو تعطيل دخول وسائل الإعلام الحديثة عند العرب وتلقيها السليم كوسيط اتصالي ثقافي في المستوى الأول.[28]

إن الصيغ المعرفية والإجرائية في تعامل العرب مع الآلة الاتصالية عطلت مجالات تلقي الوسيلة والرسالة معا وعطلت معها تبلور فكر اتصالي يبحث في التجليات الثقافية والسوسيولوجية للآلة والرسالة. فتقدم البحوث والاهتمام بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية للآلة الاتصالية يتأكد أكثر عندما توجد مساهمة تقنية في بلورة الآلة وبما أن العرب مستهلكون لها وليسوا مساهمين لا في نشأتها ولا في تطوير نجاعتها التكنولوجية أو الإلكترونية لذلك جاء التعامل دائما مع الآلة الاتصالية في نسختها الأصلية وليس في نسختها المستحدثة.

إن شبكة الإنترنت في الأصل ما هي إلا نسخة مستحدثة لتقنية سابقة هي التلفزيون والإذاعة والمطبعة في نسخة مستحدثة تكنولوجيا واتصاليا. خير مثال على ذلك هو خضوع تأسيس مطبعة والتي مر على اختراعها خمسة قرون -إلى يومنا هذا- إلى ترخيص مسبق من وزارات الإعلام في أكثر من دولة عربية في حين أننا نعلم أنه بإمكاننا تبادل المعلومات والأخبار والآراء دون طباعتها (الإنترنت)[29]. أما رفض البعض للتلفزيون فلم يوازيه مثلا رفض مستقل للإذاعة من جهة وللسينما من جهة أخرى رغم الجدل الذي أثارته أيضا هاتان الظاهرتان الاتصاليتان. ربما يعود الأمر إلى أن الإذاعة أدخلها الاستعمار أولا، إذ لا خيار لأحد في مسألة القبول أو الرفض وأن السينما أيضا كان وراء دخولها السلطات الاستعمارية. لكن ما نريد التأكيد عليه هو أنه يقع رفض للتلفزيون دون معرفة أن التلفزيون ما هو إلا تطور تقني للإذاعة والسينما، أي التقاء الصورة والصوت. فلماذا لا نرفض الصوت منفردا أو الصورة منفردة ونرفض الصوت والصورة مجتمعين.

يعود هذا التداخل إلى عدم المساهمة في التراث التقني الإنساني ويمكن الذهاب بعيدا للقول ماذا لو اخترع العرب آلة الطباعة هل كان سيتم رفضها وإصدار فتوى في شأنها كحلال أم كحرام؟ يصعب القول أن بإمكان العرب رفض تقنية كانت من إبداعهم وتلبية لحاجة محلية وامتدادا لبحوث وتجارب تقنية ساهموا في بلورتها. فلماذا ترفض وسائل الاتصال عندما تأتي من الغرب وعندما لا يساهم العرب في بلورتها العلمية والتقنية وتطوير كفاءة أدائها التكنولوجي؟ يصعب كيف يمكن شرح وتفسير لماذا يمنع فتح قاعات للسينما في بعض الدول العربية ويشرع التلفزيون؟ أليس التلفزيون والسينما في علاقة تكامل وتواصل كان ذلك على المستوى التقني أو الثقافي وأنهما أساس تعريف الاتصال الجماهيري. تعرض الأفلام السينمائية على شاشة التلفزيون في كل الدول ولا تأسس لها في بعض الدول قاعات سينما لعرضها، إنها مفارقة إبستيمولوجية. قد يذهب البعض إلى إطلاق بعض الأحكام المسبقة ليحملوا الدين أو من يمثله المسؤولية، وهذا حكم خاطئ إذ لا يمكن تفسير ظاهرة رفض السينما وقبول التلفزيون فقط بالعودة إلى العامل الديني. إن عرض كل هذه الأمثلة يدفعنا إلى استنتاج أن الإعلام عامة والإعلام الجديد تحديدا ليس مجرد بحث في تكنولوجيات الاتصال بل إنها قضية ماهية الجديد في مجتمع عربي يعيش مخاضا تحديثيا على كل الأصعدة ولعل الإعلام أهمها.

4- الإعلام الجديد والإعلام العربي الجديد :

يمكن الإقرار بأن الإعلام الجديد قد ساهم في إنتاج ما يمكن أن نسميه اليوم بالإعلام العربي الجديد. ويتجلى ذلك على عدة مستويات مؤسساتية، سوسيولوجية، وأيضا تكنولوجية، فلم تعد العديد من البلدان العربية متمسكة بوزارات الإعلام بل ألغيت وعوضت بهيئات عليا للاتصال أو للإعلام. فقد ألغيت وزارة الإعلام في تونس وفي قطر وفي الأردن وفي المغرب[30]. كما بعثت العديد من الهيئات التعديلية للإعلام والاتصال مثل الهيئة العليا للإعلام في تونس والهيئة العليا للاتصال في المغرب، وهيئة الإعلام الأردني، ومجلس الإعلام في الجزائر وهيئة السمعي المرئي في السعودية. وقد جاءت هذه الهيئات بعد صدور وتعديل قوانين إعلام في العديد من الدول العربية والتي كانت تعبر عن فكر قروسطي في تنظيم حرية التعبير والإعلام، ويمكن ذكر المرسوم رقم 116 لسنة 2011

والذي عوض قانون الصحافة في تونس الذي يعود إلى سنة 1975ونفس الأمر ينسحب على الجزائر وقانون الإعلام الجديد لسنة 2014. وربما يكمن التميز على المستوى العربي في كل هذا المخاض دسترة الإعلام وخاصة دسترة المؤسسات الساهرة على الإعلام وتنظيميه مثلما هو الحال في الدستور التونسي لسنة 2014.

فقد ظهر في المنطقة العربية مع نهاية التسعينات تداخلا جليا في الاستعمالات الوظيفية والدلالية لمصطلحي الإعلام والاتصال إذ يلاحظ التأخر والإحجام في استعمال مصطلح الإعلام والتقدم وحتى التفاخر باستعمال مصطلح الاتصال، وذلك من خلال التخلي مثلا عن تسمية وزارات الإعلام وظهور وزارات الاتصال، كما هو الحال مع وزارة الاتصال بالمغرب. أصبح كل شيء اتصال من الاتصال الثقافي إلى الاتصال السياسي إلى الاتصال التكنولوجي والافتراضي إلى التعلم عن بعد والجامعة الافتراضية والحكومة الإلكترونية ومن ثورة الاتصالات وتكنولوجيات الاتصال وغيرها من المصطلحات التي تستهلك يوميا بل تفرض عبر وسائل الإعلام الرسمية في أغلب الدول العربية كمفاهيم جديدة وبوتيرة متوحشة في بعض الأحيان. في ذات السياق وعندما نتابع الإنتاج الفكري الغربي الحديث لا نجد صدى تأليها لمصطلح الاتصال، هذا المصطلح الذي تحول في الوطن العربي إلى منقذ للدولة والمجتمع ومفتاح التقدم والرقي واللحاق بالدول المتقدمة وذلك حتى لا تفوت الفرصة التاريخية. فكأن بالدول العربية أصبحت منشغلة بالاتصال كاهتمامها بالبطالة والتخلف والفقر والديمقراطية والتعليم[31].

يبدو أن الإعلام أمام عولمة الاتصالات الفضائية والرقمية والخلوية قد أستهلك ولم يعد يؤدى الوظائف الكلاسيكية لدولة ما بعد الاستقلال (الهيمنة) كما كان عليه الحال في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي والمتمثلة في الرقابة المطلقة والملكية شبه الكلية لوسائل الإعلام. قد يكون أيضا لسقوط جدار برلين ونهاية الحرب الباردة ولبروز الديمقراطيات الحديثة الفتية في مختلف دول العالم الثالث في آسيا أو إفريقيا أو أوروبا الشرقية دور محرج لعديد الأنظمة العربية، إذ ساهمت تلك التحولات العميقة وخاصة منها حراك الربيع العربي منذ 2011 في دفع عديد الدول إلى مراجعة رؤيتها للإعلام والاتصال كمقدمة للإصلاح السياسي. ربما تكون فرضية أن ضرورة المرور من الإعلام إلى الاتصال هي قضية تقنية بث الرسالة الإعلامية (ترددات، إنترنت، هاتف جوال...) من

أجل تطوير نظم الحياة الحديثة والتعامل مع كل مكونات التقنية الجديدة وتوطينها لا أكثر. نعم قد يكون كل هذا التغير ضـرورة ورؤية تقنية/تقنوية في المقام الأول، لا تعكس نهجا معرفيا في كون الاتصـال حق وجزء من الحقوق المدنية والسـياسـية كما دونته مواثيق اليونسـكو والتي نـادى بهـا المجتمع المدني وليس فقط في تكنولوجيـا يمكن أن نختصـرها في البث الفضـائي والترددات أو عبارة عن تحول في تقنيات بث الرسـالة الإعلامية من التناظري Analogique إلى الرقمي Numérique.

إن السياق الاجتماعي الذي تنزل فيه الإعلام الجديد عربيا سياق يتصف بالحظوة قياسا لبقية الوسـائط، فلا نحن نعيش أمية الثلاثينات من القرن الماضـي ولا فقرها المادي ولا وجود لاسـتعمار مباشـر جاثم علينا، فإن وجد إرباك في تلقى تكنولوجيات الاتصـال الحديثة واستيعابها فهو إرباك ذاتي داخلي سببه الفجوة التاريخية التي تعيشها المنطقة العربية منذ نهاية الحرب الباردة وعدم مقدرتها على خلق حراك وكتلة تاريخية جديدة. ومن خلال إقرارنا بهذا فنحن بذلك لا نعزل قيمة المثير الخارجي وحالة القطبية والاحتكار التي يعيشـها المشـهد الإعلامي الدولي وكيف أن الإعلام العربي ليس بمنأى عن كل تلك التحولات. يدفعنا هذا التوصـيف إلى القول بأنه من الصـعب فكريا وعمليا الجزم بحصـول قطيعة أبستمولوجية بين ما كان سائدا فكريا في تعامل العرب مع الوسائطية في شقها التقليدي والإفصاح عن حضور ثقافة جديدة في تعامل العرب مع تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديد. وللتدليل على ما ذكرنا يمكن وبشكل يسير ذكر تعامل العرب مع ملف الحريات وعلاقتها بشـبكة الإنترنت[32]، أو التوقف عند عنصـر مدى مسـاهمة العرب في مضامين شبكة الإنترنت، وهو استنتاج يشبه توصيفنا لتعامل العرب أي دول ما بعد الاستقلال مع وسائطية الكتاب والإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائط الأخرى.

في هذا الإطار البحثي أردنا أن نؤكد أن الاهتمام الفكري والعملي بالإعلام الجديد والإعلام العربي لم يؤسـس بعد لجسـور بحثية ومعرفية، ذلك أن مباحث الإعلام والاتصـال في العالم العربي هي عبارة عن أرخبيل أي جزر متناثرة لا رابط علمي ومنهجي بينها. في حقيقة الأمر فإن كلا من مبحث الإعلام الجديد والإعلام العربي يعتبران اليوم فكريا زوجين لا ينفصلان، وأن مستقبل الإعلام العربي على المستوى المعرفي كامن فيما للإعلام الجديد من إضافة منهجية وفكرية غير مسبوقة قياسا لوسائل الاتصال والإعلام التقليدي. إن

الخلل المعرفي في التعامل مع الطباعة والصحافة والتلفزيون والكتاب، يمكن تصحيحه من خلال إدخال آليات التفكير والبحث التي تثيرها وتقترحها مباحث الإعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي، دمقرطة النشر، فردانية التلقي، التفاعلية. إن الخصائص والمميزات التحررية لشبكة الإنترنت ستؤثر على ماهية الإعلام العربي، وإن مجانية وسرعة ولا مكانية الاتصال الإلكتروني ستغير من الجمهور المتلقي لرسائل الإعلام العربي التقليدية كما ظهر ذلك في ثورات الربيع العربي منذ 2011. إذن فدراسة الإعلام الجديد بعيدا عن موروث الإعلام العربي توجه عقيم وقاصر معرفيا ونتائجه قد تكون محدودة. كما أن استدعاء العناصر الكلاسيكية في الإعلام العربي والاعتقاد بأننا نبحث في قضايا الإعلام الجديد متجاهلين بذلك عنصر الشبكية والتفاعلية وتمثلات الهاتف الجوال واستعمالاته والإنترنت والبث الفضائي وتحرريته والتي كلها مفاتيح خاصة بتكنولوجيات الاتصال قابلة لأن توظف في إعادة دراسة الموروث الفكري للإعلام العربي التقليدي من منظور الإعلام الجديد يؤشر أيضا على هذا القصور.

5- إعلام عربي جديد ومواطنة جديدة:

أثر الإعلام الجديد في الحراك الاجتماعي والسياسي ليس بالأمر الجديد ويكفي العودة إلى هذه الحادثة التاريخية. ففي يوم 22 نوفمبر من سنة 1963 وتحديدا في مدينة دلاس أين كان أبراهام زبردار Abraham Zapruder المواطن من الأصل الأمريكي يصور مرور موكب الرئيس الأمريكي كندي فوقع ما لم يكن منتظرا : اغتيال رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر شعبية. بعد أيام قليلة باع هذا المواطن الأمريكي صوره تلك لمجلة لايف Life بـ150 ألف دولارا[33]. الفرق هو أن كاميرا أبراهام في ذلك الوقت كانت كبيرة الحجم وثقيلة ونوعية صورها متواضعة الجودة ولا يستطيع كل الناس شراؤها، أما اليوم فلا يشترط أن تكون معك كاميرا حتى تقتنص الخبر بل عليك فقط أن تكون في المكان المناسب وفي الزاوية المثلى لالتقاط أول وأفضل صورة. ربما هذا ما حدث فعلا خلال أحداث ثورة تونس ومصر فلم يبع أي مصور هاو صوره، لكن تمكن كل مصور لحالات القمع أثناء التظاهرات السلمية من نشر صوره وإيصال رسالته إلى العالم أي

التأثير في الآخر والتأسيس لرأي عام مضاد لما كن سائدا ما قبل ثورة تونس ومصر من رقابة وتهميش لحرية الإعلام.

وفي هذا السياق كتب عزمي بشارة عن هذه الظاهرة قائلا : "لقد عممت شبكات الانترنت صورة البوعزيزي وهو يحترق، كما عممت صور الغضب والاحتجاج من سيدي بوزيد. ثم حصل التعاضد. رأي أهالي كل منطقة احتجاج المناطق الأخرى وصمودها في زمن حقيقي، فشعروا أنهم ليسوا وحدهم، بل جزء من شعب عظيم يتحرك. وهكذا نشأ "الزمن الوطني المتجانس". ويمنح الشعور بالانتماء إلى حركة شعبية عظيمة صاحبه من الشجاعة والإقدام ما يحرك الجبال. يمر الشعب التونسي بتجربة عظيمة اسمها التحرر. وهي تجربة يتسامى فيها الناس فوق ضيق الأفق والمصلحة الشخصية، وحتى فوق الجريمة. إنها لحظة اكتظاظ الحيز العام بالمواطنين، إنها لحظة التسييس الشامل، وشعور كل فرد انه مسؤول كمواطن، إنها لحظة المواطنة في تونس، التي قد تغدو دولة المواطنين العربية الأولى."[34] ولعل خير مثال على ذلك تصوير لينا بن مهنى وهي مدونة تونسية لشاب قتل بالرصاص في سيدى بوزيد يوم 10 جانفي 2011[35]. عند الحديث عن دور الإعلام الجديد في تحريك الإعلام العربي حري بنا التوقف عند ما كان قد ميز المشهد الاتصالي العربي وخاصة دخول المواطن/المصور والموثق مثلما هو الحال مع المواطن الصحفي إلى المشهد التقليدي الكلاسيكي للصورة والخبر وإرباكهما[36]. دخل المواطن وهو يمتلك تقنية التصوير والنشر الإلكتروني إلى توثيق تفاصيل الشأن العام، بعد أن أدرك أن الذاتية والحميمية لا قيمة لها إن لم تكن تتقاطع مع هموم الآخرين.

دوليا يمكن التوقف أيضا عند نموذج موقع ويكليكيس بوصفه احد تجليات ثورة الإعلام الجديد على المستوى الدولي وارتداداته عربيا، فهو لا يعبر عن مؤسسة بل عن "المواطن/الموثق" والذي هز بذلك الكم الهائل من الوثائق (250 ألف وثيقة تابعة للخارجية الأمريكية) العالم بأسره، كان ذلك سياسيا أو ديبلوماسيا. وويكيليكس ما هو إلا نهج وتيار فكري ذو أصول ليبرالية تدعو إلى حرية تلقى المعلومات والوثائق والصور ذات العلاقة بالشأن العام وتداولها بدون قيد، إنه تيار دعاة المصادر المفتوحة للمعلومات على شبكة الإنترنت.

قالت وثائق ويكيليكس عن تونس مثلا أن المحيط العائلي للرئيس التونسي زين العابدين بن علي "أشبه بالمافيا" وأن النظام التونسي "لا يقبل لا النقد ولا النصح". وذكرت إحدى البرقيات التي تم إرسالها في جوان/يونيو 2008 بعنوان "ما هو لكم هو لي" حيث ساقت السفارة الأمريكية أكثر من 10 أمثلة عن إساءة استخدام أقرباء الرئيس التونسي للنفوذ، وكتبت على سبيل المثال أن زوجة الرئيس، ليلى الطرابلسي، حصلت من الدولة على أرض كمنحة مجانية لبناء مدرسة خاصة، ثم أعادت بيعها. وفي صيف 2009 ذكرت برقية أخرى أن "الرئيس بن علي يتقدم في العمر" وأن "نظامه متصلب" وأنه "ليس لديه خليفة معروف".[37] لقد كان لكل هذه البرقيات أثرا لا يستهان به في الشارع التونسي وداخل شبكة الإنترنت وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، لقد هيأت تلك البرقيات أيضا لحالة من تبادل المعلومات والآراء حول الشأن العام التونسي لما قبل ثورة 2011.

هكذا أصبحت التكنولوجيا الرقمية للصوت والصورة والنص في متناول الجميع وعلامة على دمقرطة نشر وإرسال وتلقي المعلومة ونقدها. إنه إعلان عن عصر جديد أو بيئة إعلامية جديدة تتداخل فيها هواية الصحافة واحترافها مع تلقى المواطن للرسائل الإعلامية وإرسالها، إنتاج الشركات الكبرى للخبر والمعلومة واحتكارها لها وإمكانية أن يكون المواطن ممولا لها. كيف يمكننا إذن التعامل مع هذا السياق الجديد للإعلام العربي وعلاقته بالإعلام الجديد وكيف يمكننا تأطير كل هذه التحولات فكريا ومهنيا ؟

فكريا فإن مصادر الإنترنت المختلفة ونسقها التصاعدي ومن بينها ويكيليكس تمنح للشبكة صورة ومشهدا عن فائض في المعرفة الحديثة. إنها صورة عن كل ذلك المخزون وكل تلك الجماعات والأفراد والمؤسسات والقضايا وكيف بإمكانها أن تتحول إلى مرسلين وفاعلين في ذلك الفضاء السيبيري. إنه فيضان معرفي من المعلومات والوثائق غير قابل للنقصان فهو-مجازيا- حسب عبارة بيار ليفي عبارة عن "كارثة ثقافية"[38]. فلا سلطة منظمة ولا مركزية مهيمنة يمكنها إعادتنا إلى أرض اليابسة-الواقع-أي ما قبل الإعصار والانفجار المعرفي وهو ما يتطلب حالة من التأقلم والتعود مع حالة اللانظام هذه. مع ما بعد ويكيليكس سيكون مختلفا وسيصبح التحرش على تاريخ المؤسسة والدولة ووثائقها وصورها من قبل الفرد أمرا بديهيا.

في هذا السياق شهد الإعلام العربي تحولا من دمقرطة الرقمي إلى رقمنة الديمقراطية. كانت الدول العربية وبغض النظر عن الخلفية التي تقودها والتي كانت بالأساس اقتصادية تسعى إلى الاستثمار في رقمنة إعلامها وتبني شبكة الإنترنت وتمد خطوطها وهي بذلك تمكن أكبر عدد ممكن من الناس من الوصول إلى المعلومة والخبر والرأي الآخر. كما أنها بدمقرطة الإنترنت تسحب الانظمة العربية البساط من تحت إعلامها الرسمي لتدق فيه خنجر ثقافة الرقمي وديقراطيته الكامنة فيه. إن ديمقراطية الرقمي ومنذ تسعينات القرن الماضي وبداية الألفية بدأت شيئا فشيئا توسع من التفكير الديمقراطي والتفكير في الديمقراطية. غزا الرقمي والإعلام الجديد الديمقراطية ليدخل العرب عصر رقمنة الديمقراطية.[39]

6- الإعلام الجديد مدخلا لتبيئة الإعلام العربي:

يعتبر مبحث الإعلام الجديد من المباحث المركبة والتي يصعب حصر سياقها النظري والتاريخي وخاصة عندما يتعلق الأمر بالحالة العربية. فلا يكفي الحديث عن الإعلام الجديد بذكر مزايا التقنية التي فيه أو بنقد التفاف السياسي حوله أو أيضا بعزوف النخبة بالحديث عنه بل بالمسائلة التاريخية والمطارحة الفكرية. وتتمثل المسائلة التاريخية بتأطير الإعلام الجديد ضمن التطور التاريخي لعلاقة العرب تاريخيا بالمعرفة وأوعيتها بدأ بالشعر والترجمة والخطبة والمسجد وصولا إلى الطباعة والإذاعة والتلفزيون وشبكة الإنترنت. المطارحة الفكرية للإعلام الجديد هي عبارة عن مشروع تفكيكي لكل العناصر الفكرية المكونة له، فلا يجب عزل السياسي أو تبجيل التقني أو تجاهل الثقافي في الإعلام الجديد لأننا بذلك نكون قد حيدنا الإعلام الجديد معرفيا عن مضمونه الفكري المتعدد أو عن حقيقة كونه أيضا مجموعة من الأوعية والوسائط المعرفية التي عليها أن تنتج حالة تاريخية جديدة للثقافة العربية.

فقد أثار صدور تقارير التنمية العربية منذ 2002 وغيرها من التقارير الدولية إلى الآن عن حالة العرب معرفيا عدة ردود فعل نقدية سياسية هي عبارة عن ضجة للاستهلاك الميدياتيكي عطلت إمكانيات بروز حركة نقدية فكرية أو ثقافية جادة ويعود هذا إلى الطابع الحمائي والدفاعي "البيولوجي" الذي تعيشه الأمة العربية منذ الحملات

الاستعمارية في القرن التاسع عشر. فقد تحول الخطاب الموجه عن وإلى الإعلام الجديد وخاصة أمام وقع الآلة الإعلامية إلى حقل اشتغال للأيديولوجيا. إن الضرورة المنهجية والفكرية تدفعنا إلى أهمية التعامل مع الإعلام الجديد من خلال إظهار الأبعاد الاجتماعية والثقافية التي يختزلها. ويمكن ترجمة حدود هذه المسألة في سباق أغلب الدول العربية مثلا في الاستثمار في قطاعات الإنترنت كأحد مكونات الإعلام الجديد والدعاية له على أمل الخروج من أزمة المديونية والبطالة وذلك دون عناء البحث عن مضمون ثقافي ووظيفة تنموية متكاملة لشبكة الإنترنت. هكذا يقدم التقني على الاجتماعي والإجرائي على الاستراتيجي باسم الإعلام الجديد. ويمكن الاستدلال بما دعا إليه المفكر المغربي مهدي المنجرة من ضرورة عقلنة خطاب الإنترنت انطلاقا من النموذج المغربي بقوله "ليس للإنترنت أن يقدم للمغرب إلا بالقدر الذي يقدمه المغرب للإنترنت"[40]. إن أثر هذا التسابق يبدو أكثر حضورا في الخطاب المعلن منه في مجال الممارسة، لنصوغ على هدي ذات المقولة ما يلي : ليس للإعلام الجديد أن يقدم للعرب إلا بالقدر الذي يقدمه العرب للإعلام الجديد، في إشارة إلى أهمية تبيئة شبكة الانترنت.

إن الغرض من الخوض في مسألة التبيئة هو الدفع بفرضية طموحة تتمثل في إمكانية التأسيس لبراديغم الإعلام الجديد وخلفياته التاريخية والفكرية عربيا. في هذا السياق علينا أن نأخذ من المفهوم ما يساعدنا على تفكيك خطاب الإعلام الجديد وعلاقته بالإعلام العربي، خاصة عندما نصطدم بأن الإعلام الجديد ظهر في الخطاب العربي من ضلع السياسي والتقني. وهو ما يحيلنا إلى بيان أن الإعلام الجديد في الغرب يعتبر تاريخيا امتدادا لتطور علمي وتكنولوجي لتكنولوجيات الاتصال والمعارف المصاحبة لها في حين نجد أن نشأة الإعلام الجديد في الخطاب العربي جاءت أسيرة الخطاب السياسي الداخلي المتأثر بالضغوطات الخارجية المطالبة بالإصلاح السياسي حينا وفتح السوق العربية إلى الشركات المتعددة الجنسيات المتخصصة في تكنولوجيات الإعلام الجديد أحيانا أخرى. وهنا يكمن الفرق التاريخي بين الغرب والمنطقة العربية في تعريف الإعلام الجديد وهو ما يدفعنا إلى الإفصاح أنه لا وجود لإعلام جديد كوني أو إنساني بل إن البيئة الثقافية والاجتماعية لهذا أو ذلك المجتمع هي التي تحدد طبيعة الإعلام الجديد وخصوصياته. من خلال متابعة الخطاب المنتج عن الإعلام الجديد كقضية فكرية يصعب العثور على

مراجعة للمفهوم، وإن توفرت بحوث عن هذا المصطلح فهي على شاكلة : "الإعلام الجديد والتجارة الإلكترونية"، و"الإعلام الجديد وثورة المعلومات"، و"الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي"...

على هدي ما تقدم نعتقد أن على أي باحث في العلوم الاجتماعية عامة وفي علوم الإعلام والاتصال خاصة أن يحمل وزر تنزيل مبحث علوم الإعلام والاتصال منزلة علمية ومعرفية رفيعة وذلك للقيمة المضافة لهذا المبحث في توازن علوم الإنسان والمجتمع، وكذلك لفعل هذا التخصص المتداخل في تطوير الجدل العام خاصة في المجتمعات التي تعيش حالة انتقال ديمقراطي كما هو عليه حال العديد من الدول العربية بعد الربيع العربي (تونس، مصر، المغرب، الأردن، الجزائر....). والترجمة الفكرية لهذه القاعدة تتمثل في تبيئة علوم الإعلام والاتصال وتلازمها المنهجي مع طبيعة النظام السياسي، البيئة والثقافة والموروث العربي الإسلامي.

من هذا المنطق يجب أن يمثل هاجس كيف يمكن القيام بعملية مراجعة وقراءة للموروث الفكري والمنهجي لموضوع علوم الإعلام والاتصال عربيا؟ محركا لإثارة عدة محاور لها صلة بالمجتمع والإعلام الجديد في واقعنا العربي اليوم. بحثيا على الجميع المبادرة بالغوص المعرفي في تشعبات هذا الحقل العلمي والذي يمكن تأطيره ضمن ترددات الفعل التاريخي والثقافي للوسائطية من زاوية تواصلية كما يذهب إلى ذلك ريجيس دوبريه[41]. يجب أن يتحول الفضول البحثي إلى مراقبة مستمرة للتحولات المهنية والفكرية المتسارعة التي تعيشها وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والإعلام الجديد أيضا باعتبار أن ما يعيشه المشهد الاتصالي المحلي والدولي المكتوب والمسموع والرقمي ليس بالأمر العرضي بل إنه كما يذهب إلى ذلك بيار ليفي إعلان ميلاد عصر الذكاء الجمعي وذلك بفضل شبكة الإنترنت والحواسيب والرقمنة[42]. في ذات السياق يقول المؤرخ الفرنسي روجيه شارتييه في منجد النشر الفرنسي "إن دراسة تاريخ الكتاب، تكاد تكون أفضل مدخل لدراسة التاريخ الثقافي للمجتمعات"[43]. ويمكن أن نضيف إلى هذه المقولة أن دراسة الإعلام الجديد يمكن أيضا أن تكون من بين أفضل المداخل الفكرية لدراسة تاريخ وسائل الاتصال ومعه دراسة تحولات الإعلام العربي.إذن كيف يقرأ الإعلام

العربي في علاقته بالإعلام الجديد تاريخه، صناعته وتلقيه في عصر ثورة الاتصال الرقمي؟

يفرض مثل هذا التساؤل نفسه أكثر من أي وقت مضى لان المشهد الثقافي في علاقته بالأوعية الباثة في تغير جذري ثم إن ديمغرافية وجغرافية الإعلام الجديد في تنام وتغير مذهل وجب الانتباه إليه. من هذا المنظور مثلت ولازالت الإشكاليات المعرفية ذات الصلة بالرقمي محورا بحثيا مبجلا في أي تعامل مع مواضيع الظاهرة الاتصالية بوصفها منتجا ثقافيا محددا في ماهية الملامح السوسيوثقافية للإعلام العربي. ولقد كان من مزايا الثورة الرقمية والتطور المذهل لتكنولوجيات الاتصال والإعلام أن أعادت موضوع الإعلام العربي إلى الظهور كموضوع بحثي حيوي به نفسر حالة الفكر والثقافة والنخب والدولة وجل التحولات الرقمية الجديدة التي تشقها. أصبح الحديث عن الافتراضي لا يستقيم في غياب مسائلة الثقافي بمفهومه السوسيولوجي والاتصالي الجماهيري التقليدي كما عرفناه لدى الاتجاهات المؤسسة لعلوم الإعلام والاتصال في الستينات والسبعينات من القرن الماضي أي مع بروز مفاهيم الثقافة الجماهيرية، ونظريات التلقي، وأيضا القراءات الحديثة لرجيس دوبريه وبيير بورديو، ويورغن هبرماس. علينا لتبيئة بحوث الإعلام والاتصال مراجعة كل التحولات الأفقية والعمودية للإعلام العربي التقليدي وتضاريس الإعلام الجديد السوسيوثقافية في العالم العربي ومدى مقدرتها على تأسيس مجال عمومي عربي.

7- الخاتمة:

ختاما ومن خلال بحثنا في ماهية في الإعلام الجديد الذي يتصف بالانتقالية وهي حالة تميز جل الأنظمة العربية فإن العلاقة بين هذين المحورين الإعلام الجديد والإعلام العربي تبدو منتجة للتحولات الآتية:

- ثقافيا فإن الإعلام الجديد أصبحت تنتصر فيه أكثر المرجعية السوسيولوجية (الربيع العربي) على الخلفية التقنوية (قمع الحريات) والتي سادت الإعلام العربي طيلة نظام دولة ما بعد الاستقلال.
- الإعلام الجديد يفتح المجال الفكري واسعا لتشكل إعلام عربي جديد يتميز أكثر بحضور الفرد وضعف المؤسسة.
- سياسيا فإن الإعلام الجديد منتج لمواطنة جديدة وتفاعل جديد مع قضايا الشأن العام وذلك من خلال تبلور وعي برقمنة الديمقراطية شعبيا بعد أن تحقق الكثير من دمقرطة الرقمنة رسميا.
- فكريا فإن الإعلام الجديد تواصليا يمكن أن يكون بالفعل عدة معرفية لتبيئة الإعلام العربي وجعله أكثر انسجاما مع التحديات الفكرية والسياسية والاقتصادية التي يواجهها العرب في القرن 21.

عطفا على كل ما عرض يمكننا القول بأن ظاهرة الإعلام الجديد وعلاقتها بالإعلام العربي وبأوعية المعرفة ضمن مقاربة تواصلية عربية تعتبر حقلا فكريا على قدر كبير من التشابك والتركيب حتى نجزم بأنه من السهل أن تأتي نماذج سياسية أو اقتصادية أو فكرية قادرة بكل بساطة وبالاعتماد على التقنية الذكية للاتصالات والإعلام الجديد على إحداث تغيير وبشكل جذري في بنية المجتمع العربي انطلاقا فقط من كونها تقنية فعالة. لذلك علينا أن لا نعزل عنصر فعل الإنسان ككائن ثقافي وفعل الزمن والتاريخ في تلقى الوسيلة الاتصالية والإعلامية الجديدة، فتوجد التقنية وهي تتشكل في بعدها الظاهر والحيني وتوجد التقنية الاتصالية وهي تراث وحصيلة تفاعل تاريخي بين الناس ومشاكلهم. إن بين الظاهر تقنيا في الاتصال اليوم والنتيجة الاجتماعية المحتملة غدا تظهر اختلافات قد تصل في بعض الأحيان إلى حد التناقض. إن حركة المنظمات المهنية

والجمعيات الأهلية والمجتمع المدني والفرد وهي ما يمكن أن نطلق عليها بالفعل السوسيولوجي عنصر فعال ومحدد أساسي في مسيرة التقنية الاتصالية في علاقتها بالموروث الإعلامي. في الأصل فإن الإعلام الجديد ومعه الإعلام العربي في مفترق طرق بين الديمقراطية والرأسمالية، بين السوق الثقافية الاستهلاكية والخصوصية الثقافية المحلية، بين الرأي العام العفوي والرأي العام المعلب والمصطنع بين قضايا الشأن العام واشتداد عود الفردية الليبرالية، كل هذا بفعل الاتصال الرقمي الافتراضي الذي بدوره في حاجة إلى معايير علمية وقيم أخلاقية حداثية قد تأتي بها سيسيولوجيا المجتمع الرقمي العربي.

في هذا السياق يمكن أن نستحضر ما قاله يورغن هبرماس في كتابه "القول الفلسفي للحداثة"[44]، حيث يثير هبرماس ما اشتغل عليه في مؤلفه "نظرية الفعل التواصلي" فيتساءل عن كيف تحدث عملية الانتقال من الحداثة إلى ما بعد الحداثة على ما في الانتقال من تداخلات وصعوبات منهجية ومفاهيمية، شكلا من أشكال التواصل بالمعنى الأولي الذي سعي إلى بلورته في كتاباته عن المجال العمومي والإعلان والدعاية. وفي الحالة العربية وأخذا بالقراءة العقلانية النقدية لهبرماس فإن ما يعنينا هو كيف يمكن أن يتحقق المرور أو عبور طور المجتمع العربي من التقليدي إلى الحداثي وأين يكمن دور وسائل الاتصال والإعلام ومن ضمنها الإعلام الجديد في تحقق هذه القفزة بما يتوافق والبيئة الفكرية للثقافة العربية الحالية ومخزونها التاريخي كان ذلك على مستوى إدارة الحكم أو تمثل القيم، وهي المهمة الكبرى التي تنتظر الإعلام العربي الجديد في تفاعله البحثي والمعرفي مع الإعلام الجديد.

الهوامش:

1. Michel SERRE : http://next.liberation.fr/culture/2011/09/03/petite-poucette-la-generation-mutante_758710
2. لئن شكلت حادثة انتحار البوعزيزي الشرارة أولى لانتفاضة تونس وسقوط نظام بن على بعد أكثر من 23 سنة من الاستبداد، فإن ذاكرة بعض شهود العيان تحتفظ بحادثة مماثلة لكنها لم تكن أمام مقر بلدية سيدي بوزيد بل أمام مقر قصر الرئاسية بقرطاج في 14-2-2007 المتزامن مع "عيد الحب" حيث أقدم الشاب محمد بن العروسي بن غرس الله من معتمدية الشراردة بولاية القيروان على الانتحار حرقا أمام قصر الرئاسة بقرطاج، غير أن ذلك الحادث ظل في طي الكتمان بعد طمس مسؤولي النظام القديم معالمه، وهو ما يوحي لنا بأن بين 2007 و 2010 تغير الكثير على المستوى ثورة الاتصالات ومواقع التواصل الاجتماعي التي كان لها دور متنام في نقل قضايا الشأن العمومي للرأي العام الوطني والدولي.
3. داون نونسياتو : **الحرية الافتراضية**، ترجمة أنور الشامي، مراجعة ، وفاء التومي، وزارة الثقافة والفنون والتراث ، قطر، الطبعة الاولى 2011. ص 11.
4. جمال زرن : " **الإرهاب والإنترنت : تجليات رأي عام افتراضي**" نشرت في كتاب عن أشغال الملتقى العلمي الذي نظمه معهد الصحافة وعلوم الأخبار عن "الرأي العام العربي" في نوفمبر 2008، سنة النشر 2009،24 صفحة.
5. جمال زرن : **"صحافة المواطن : المتلقي عندما يصبح مرسلا"** المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 53-52السنة 2009.
6. عباس مصطفي صادق : **الإعلام الجديد : دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"**، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد الثاني 2007.
7. سعيد صالح كاتب : **الاعلام القديم والاعلام الجديد : هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض** ؟ , المدينة المنورة للطباعة والنشر, جدة 2002 .
8. عباس مصطفي صادق : نفس المصدر.
9. آسا بريغر، بتر بورك : **التاريخ الاجتماعي للوسائط**، ترجمة : مصطفي محمد قاسم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 315ماي 2005 ص 410.

10. Pierre LÉVY: **L'Intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace, Paris, La Découverte,** Poche, 1994.

11. علي محمد رحومة : **الإنترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنتونمذجة منظومتها الاجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.

12. Mattelart Tristan, Parizot Cédric, Peghini Julie, Wanono Nadine, **« Le numérique vu depuis les marges. »**, Journal des anthropologues 3/2015 (n° 142-143), p. 9-27

URL : www.cairn.info/revue-journal-des-anthropologues-2015-3-page-9.htm..

13. راجع موقع مختبر بيار ليف بكندا www.ieml.org, information, économie, meta language :

14. LEVY Pierre. World Philosophie. Odile Jacob 2000.

15. Philippe Breton : **Le culte de l'Internet, Une menace pour le lien social** ? Paris,La Découverte, 2000, 128 pages, collection : Sur le vif.

16. عصام سليمان الموسى : **العرب وثورة الاتصال الأولى**، وزارة الثقافة، الأردن، 1999.

17. أطلقت فكرة مشروع القمر الصناعي العربي سنة 1969 في قمة الخرطوم لنفذ وينطلق أول مرة في سنة 1984 وقد تعطل بثه لخلافات عربية-عربية وكذلك لسباب تتعلق بالوازنة ونسبة مساهمة كل دولة عربية.

18. راسم محمد الجمال : **الإعلام والاتصال في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991.

19. جامعة الدول العربية، الاستراتيجية الإعلامية العربية بتاريخ 2-2013/5/4 ، راجع موقع الجامعة، تاريخ الزيارة 10 فيفري 2016، http://www.lasportal.org/ar/councils/ministerialcouncil/Pages/MCouncilDocuments.aspx?RID=6

20. Thouraya GUAAYBESS: Télévisions arabes sur orbite. Un système médiatique en mutation (1960-2004), CNRS Éditions, Paris, 2005, p 264.

21. عبد الرحمن عزي : **دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إتصالي** ، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثالثة بيروت، 2013 ص.69-70.

22. جامعة الدول العربية، الاستراتيجية الإعلامية العربية بتاريخ 2-2013/5/4 ، راجع موقع الجامعة، تاريخ الزيارة 10 فيفري 2016، http://www.lasportal.org/ar/councils/ministerialcouncil/Pages/MCouncilDocuments.aspx?RID=6

23. **Gregory** Kent **et Jerry** Palmer : **Mondes arabophones et médias** ; Questions de communication ; n 5, année 2008.

24. Jürgen HABERMAS :**L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise.** Payot 1993 (5eme édition française).

25. Éric LETONTURIER, **« LA GALAXIE GUTENBERG, livre de Marshall McLuhan »,** Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 16 février 2016. URL : http://www.universalis.fr/encyclopedie/la-galaxie-gutenberg/

26. Patrice FLECHY :**La question de la technique dans les recherches sur la communication**, Réseaux, numéro, 50, 1991.

27. Elisabeth EISENSTEIN : **La révolution de l`imprimerie dans l`Europe des premiers temps modernes** - Paris, La Découverte, 1991.

28. جمال زرن : **"الثقافي في تكنولوجيات الاتصال والفضاء العام"** : في إطار كتاب جماعي أشغال ملتقى نورالدين سريب عن "أنسنة التكنولوجيا"، تونس-جرجيس 2006.

29. راجع قوانين المطبوعات في عدة دول عربية.

30. جمال زرن و معز بن مسعود : **إعلام الخدمة العامة في العالم العربي : الخصائص،والرهانات، والتحديات : هيئات الإذاعة والتلفزيون مثالا**، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، 2014. 176 صفحة.

31. جمال زرن : **"الإعلام الجديد والإيكوميديا بعد الربيع العربي : المراجعات"** : المجلة العربية الأوروبية لعلوم الاتصال ، العدد الأول، صفحة 25، تونس 2015.

32. مركز حماية وحرية الصحفيين : راجع التقرير حول حماية الصحفيين في الوطن العربي لسنة 2015 على الموقع http://cdfj.org /تاريخ الزيارة 7-02-2016.

33. جمال زرن : "البيئة الجديدة الاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن"، مجلة الباحث الإعلامي كلية الإعلام جامعة بغداد 2013. ص 25. http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=65911

34. عزمي بشارة :**الإعلام الجديد:** زمن الثورات وسرعة الضوء وتونسة العرب http://www.dohainstitute.org/Home/Details?entityID=5d045bf3-2df9-46cf-90a0-d92cbb5dd3e4&resourceId=80b11590-87bf-4247-921d-fa7dc67e6a45

35. **Romain** Lecomte, « **Révolution tunisienne et Internet : le rôle des médias sociaux** », L'Année du Maghreb [En ligne], VII | 2011, mis en ligne le 01 janvier 2013, consulté le 16 février 2016. URL : http://anneemaghreb.revues.org/1288 ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.1288.

36. راجع : جمال زرن، **صحافة المواطن : المتلقي عندما يصبح مرسلا**، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد، 51°52 تونس 2009.

37. راجع موقع https://search.wikileaks.org/?q=tunisie تاريخ الزيارة 2 فيفري 2016.

38. Pierre Lévy : **l`intelligence collective, pour une anthropologie du cyberespace**, Paris, La Découverte, 1994.

39. Yves Gonzalez-Quijano. A la recherche d'un Internet arabe: d'démocratisation numérique ou démocratisation du numérique?. Maghreb-Machrek, 2003, pp.22-35.https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00646377/document

40. مهدى المنجرة : **خطاب التواصل** : منشورات شراع، طنجة؛ 1996.

41. Regis Debray **: Cours de médiologie générale**, Collection Bibliothèque des Idées, Gallimard, 1991.

42. Pierre LEVY **: l'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberespace**, Paris, La Découverte, 1994.

43. Roger CHARTIER : H.J. Martin : histoire de l`édition française, Editions Fayard, 1990.

44. يورغن هبرماس : **القول الفلسفي للحداثة**، ترجمة فاطمة جيوشي، منشورات وزارة الثقافة السورية، 1995.