

"الإعلام الجديد ومدى مساهمته في إنكاء روح التفاعل مع الهم الجمعي"

بقلم الباحث في سوسولوجيا الإعلام :

حسن تاج

Email :houssa25@hotmail.com

ملخص الدراسة :

في الوقت الذي توجهت فيه الأنظار إلى تأثير التكنولوجيا على الحياة المجتمعية في مناحي عديدة ، تبدى الإعلام الجديد أو ما يصطلح عليه "الإعلام البديل" كآلية اتصالية تسعى إلى أن تتجاوز عثرات وعقبات الإعلام الكلاسيكي في محاولة إلى خلق التميز المبني أساسا على خلق نوع من التفاعلية والإشراكية، بما يعزز تبادل الأدوار في فلك العملية التواصلية ، وهذا ما وسع من دائرة حضوره على مستوى دائرة اهتمام المتلقي الذي يساهم نفسه في إنتاج المادة الإعلامية بما يعزز البنية التفكيرية للمجتمع الطامح إلى تغيير واقعه ، وإصلاحه إيجابا بما يتماشى ووعيه الاجتماعي ، الناتج عن ذاك التفاعل بين مكونات المجتمع ، المستغل لخصوصية الإعلام الجديد الذي يُمكن المبحر فيه من هامش الحرية والاشتغال خلف الآلية التقنية وخارج الحدود المكانية لتمير مواقفهم والمساهمة في شحذ همم أفراد مجتمعه الذين يلتقي معهم في الهم الجمعي .

إن الإعلام الجديد بما هو نتاج للتطور التكنولوجي ، المُعزَّز بالإيمان بأهمية العملية التواصلية فإنه استمد مكانته من قدرته على الاستثمار في الصوت والصورة والكتابة في نفس الآن ، الشيء الذي يضيف الأنية والنجاعة على مستوى تغطية الحدث وبسط الفكرة ، وهذا ما كان المواطن في حاجة إليه ، بل استهوته هوامش الحرية والتفاعلية فبدأ مساهما في إعادة تشكيل الرأي العام والالتفاف حول بنى تفكير جديدة عمادها مساءلة السلطة حول ماهية العدالة الاجتماعية التي تعني فيما تعنيه أسس الكرامة والهوية .

من هنا بدأت تتوالى الدراسات التي تقارب ارتباط الإعلام الجديد بمنظومة التفكير الجديد المبني على المساءلة وبسط رؤية جمعية نابعة من الوعي الاجتماعي بضرورة تغيير الواقع الاجتماعي.

تقف الدراسة أيضا على ظهور بعض الأصوات التي تقزم الدور الذي يمكن للإعلام الجديد أن يقوم به ، معتبرة بأن الواقع الاجتماعي هو العامل المحرك لأي تحرك جمعي ، وهذا الطرح لا يمكن إلا أن نتفاعل معه بتحفظ ، خصوصا إذا استحضرنا مفهومي " الوعي الاجتماعي" و "الوعي الاجتماعي" وحدود اشتغال كل مفهوم على حدة في ارتباطه بالإعلام الجديد كآلية ، وبالمواطن كمتلقي للرسالة موضوع اشتغال المنظومة الإعلامية .

الكلمات المفتاحية : الإعلام الجديد ، الشباب ، الوعي الاجتماعي ، الواقع الاجتماعي ، الهم الجمعي ، خصائص الإعلام الجديد .

1- مقدمة:

الحديث عن الإعلام الجديد هو حديث عن جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني التي من شأنها السماح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومة. الإعلام الجديد بهذا المعنى يؤسس لبيئة سائحة لإسراع الصوت مرفوقاً بالصورة للمتلقى ، حيث " تزداد درجات التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وسيعلو 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 " .

إننا أمام مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني بما يخدم ويعزز التفاعلية بين الملقى والمتلقي ، اللذان يتبادلان الأدوار خلال سيرورة المنتج الإعلامي ، إذ من يكون في محطة ما مستقبلاً ، قد يتحول إلى ملقى للمعلومة وفق منظومة تواصلية تدور حول فلك الرسالة باعتبارها أس العملية الاتصالية ومركزها .

إن فهم الإعلام الجديد والوقوف عند إمكاناته يقتضي بالضرورة الجزم بفرص متساوية من درجات التحكم يلتقي حولها المرسل والمستقبل على السواء انطلاقاً من قدرتهما على إجراء عملية اتصال بينهما في وقت واحد اعتباراً لحصولهما على زخم من المعلومات تسمح للطرفين بالتموقع والتحكم في العملية الاتصالية . لقد أصبح الإعلام الجديد من هذا المنطلق مؤسسة كبيرة وواسعة ، وفتحت كل الآفاق للعديد من التفاعلات مع الآخرين بشكل يؤسس لمستقبل تفاعلي شبكي بلا قيود وبلا حدود ، الشيء الذي مهد لرفع مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي والسياسي .

الإعلام الجديد في أبعاده الكبرى إذن يعتمد التفاعلية في اشتغاله ، ومن هذا المنطلق صعب على الدارسين إعطاء تعريف محدد له ، بل تم ربطه بالتطور التكنولوجي المعتمدة على آليات الصوت والصورة والرقانة لمعالجة مواضيع ترتبط بهم اليومي وبانشغالات المجتمع بمختلف فناته . وتشكل المواقع الاجتماعية الركيزة الكبرى للإعلام الجديد انطلاقاً من إتاحة الفرصة للتواصل وطرح مجموعة من القضايا المشتركة وبسط وجهات النظر في الوقت الذي تراجع فيه الارتباط الواقعي بين الأفراد لصالح علاقات افتراضية تجتمع حول الهم المشترك ، بل وأحياناً تشتغل المواقع الاجتماعية كراعية لتجمعات مفترضة على أرض الواقع مستقبلاً انطلاقاً من الالتفاف حول الموضوع المشترك .

من هذا المنطلق مكنت المواقع الاجتماعية متصفحها من فرص تبادل الرؤى والملفات والصور ومقاطع الفيديو بشكل يعمق الفكرة موضوع الالتفاف لبسط تطورات الأحداث حولها.

موضوع الدراسة :

وبالنظر إلى التطورات والأحداث التي عرفتتها مختلف الشعوب ، حق لنا أن نتساءل عن الدور المفترض للإعلام الجديد من خلال منصات المواقع الاجتماعية ودرجة مساهمتها في إنحاء روح التفاعل مع الهم الجمعي الذي يهم كل شعب على حدة . ولعل ما وقع في العديد من البلدان من ثورات وانتفاضات لخير دليل على الحجم النوعي للوعي الجماعي بأهمية الانخراط في تحسين الوضعية المجتمعية وإصلاح الاديولوجيات المعتمدة بشكل يعمق الحس الديمقراطي ويشعر الفرد بانتمائه إلى وطن يراعي كرامته وهويته الوطنية .

السؤال هنا هو إلى أي حد ساهم الإعلام الجديد في بلورة وعي أعمق بالحق في اعتماد الانتفاضة الشعبية كألية لتحقيق مبتغى الشعوب في الكرامة والعدالة الاجتماعية بالعديد من البلدان العربية التي عرفت ما يسمى بالربيع العربي؟ .

أهداف وأهمية الدراسة :

تتبدى أهمية هذه الدراسة من خلال سعيها إلى طرح العديد من الأسئلة المستفزة بهدف اعتماد تجليات موضوعية لمشروع إجابات منطقية تتوخى أساسا التساؤل حول مدى صحة ربط الانتفاضات الشعبية التي رأت النور بالعديد من البلدان العربية بمتغير أساسي متمثل في الإعلام الجديد على اعتبار أن هذا الأخير يحتكم إلى آليات تواصلية تمارس تأثيرها في المتلقي انطلاقا من سهولة تمرير خطابات تحريضية أو لنقل تشجيعية على تبني قناعة حشد همم المتلقين والدفع بهم إلى تقييم أوضاعهم استئناسا طبعاً بمقررات حقوق الإنسان ومخرجات المنتديات الدولية القاضية بالحق في العيش الكريم ونبذ التسلط واستنزاف الخيرات من طرف أقلية مستبدة . إنها بهذا المعنى تسلط الضوء على مدى تفاعل المتلقي مع الخطابات المنتشرة في كل منصات التواصل الاجتماعي المتاحة ودرجة تحول المتلقي نفسه إلى منتج لأفكار تحريضية مبنية على حشد الهمم ، وبالتالي الانتقال من مرحلة التلقي إلى مرحلة المزاجية بين التلقي وإرسال رسالة بشكل يعزز الأسس التي يقوم عليها الإعلام الجديد والمتمثلة أساسا في التفاعلية وردود الأفعال القادرة بدورها على إنتاج وإعادة رسم معالم خارطة طريق في درب الاتصال الأفقي الذي بموجبه يتموقع المتلقي في محطة من المحطات كمنتج للخطوط العريضة التي تهم الرسالة ، أي الموضوع المشترك الذي يلتف حوله جمهور ما .

إن الحديث عن أهداف الدراسة هو ما يكسبها الأهمية المرجوة ، ومن هذا المنطلق فالأهداف الكبرى للمشكلة للخطوط العريضة يمكن بسطها على شكل نقط أساسية من قبيل :

- الإجابة عن سؤال محوري يتبدى من خلال التساؤل عن مدى أحقيتنا كباحثين في ربط الانتفاضة الشعبية بالعديد من البلدان العربية بتأثيرات الإعلام الجديد.

- تقييم أداء الإعلام الجديد ومدى حضوره في ساحة الاتصال والتواصل .

- الوقوف عند درجة تجدر الإعلام الجديد مقارنة مع الإعلام الكلاسيكي في التربة العربية ، ومدى استفادته من مقومات النجاح بالنظر إلى حجم تأثيره .

- الوقوف عند العوامل التي تؤثر في الإعلام الجديد سواء تعلق الأمر بالعنصر البشري ودرجة وعيه ، أو تعلق الأمر بطبيعة اشتغاله وتفاعله مع الحدث .

- الوقوف عند صيغ تفاعل المسؤولين والقادة مع هذه الموجة الإعلامية الجديدة ، ودرجة وعيهم بأهمية الإيمان بقوة حضورها في الساحة المجتمعية.

المنهج المعتمد في الدراسة :

من أجل تحصيل نتائج موضوعية لهذه الدراسة ارتأينا اعتماد منهج المسح الوصفي انطلاقا من المحددات التي وضعها الدكتور راسم جمال في كتابه "مناهج البحث في الدراسات الإعلامية " حيث يعتبر بأن هذا المنهج يعتمد في " البحوث

التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات خاصة بعينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة ، ولكن على الرغم من أن منهج الوصف يلعب دورا وصفيًا ، إلا أنه يمكن أن يلعب دورا تفسيريًا بشرح الأحداث أو الظواهر التي تدرس"

وقد تم توظيف هذا المنهج من أجل بسط علاقة الإعلام الجديد بإذكاء الهمم لدى الشعوب – خاصة من فئة الشباب – التي كانت مسرحا للربيع العربي.

2- الدراسات السابقة :

لا يمكن حصر الدراسات التي حاولت بطريقة أو بأخرى الربط بين المتغيرين ، إلا أننا يمكن الإشارة الى بعضها ، والتي حاولت جاهدة توصيف الأدوار التي أنيطت إلى الإعلام الجديد من أجل تحريك الشعوب . ومن بين تلك الدراسات نشر إلى:

- دراسة جامعة واشنطن " دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية " والتي أجريت سنة 2011 حيث وقفت الجامعة على الدور الذي قامت به وسائل التواصل الاجتماعي من أجل التشجيع على انطلاق وإنجاح الثورات العربية في مختلف الأرجاء . وقد أخذت بعين الاعتبار ملايين التعليقات على " تويتر " و " الفيسبوك " بالإضافة إلى ساعات كثيرة من أشرطة الفيديو موثقة لتحركات الشباب وجعلتها كألية لتقييم مدى إسهام الإعلام الجديد في تفعيل ذلك الحراك . وقد أظهرت الدراسة أن تلك المواقع شكلت منفرجا للحرية والتعبير عن الرأي بكل حرية وبدون إسقاط رقابة ذاتية على فحوى التعليق ، ولا أدل على ذلك انتقال عدد التعليقات من 2300 تعليق على تويتر في اليوم إلى ما يقارب 230000 تعليق في اليوم الواحد ، الشيء الذي ينتج أفكارا جديدة تؤخذ على محمل الجد وتعطي شحنات للمتلقي ويتفاعل معها بشكل ايجابي انطلاقا من الاستجابة لكل خطوة حراكية . وهنا أكد " فيليب هوارد " الأستاذ بجامعة الاتصالات بواشنطن أن وسائل الاعلام الجديدة استطاعت فعلا أن تتحدى الحكومات وكانت أساسا لعملية التغيير بصورة مدهشة .
- دراسة لشركة تكنووايرلس معنونة ب " 1,9 مليون مستخدم جديد للانترنت في مصر بعد الثورة " والتي أجريت سنة 2011 ، حيث أكدت على ارتفاع نسبة المتعاطين مع وسائل التواصل الاجتماعي مباشرة بعد ثورة 25 يناير ، ويفسر ذلك الارتفاع بزيادة الوعي بأهمية تلك المواقع كألية لإسماع الصوت الجمعي ، الشيء الذي دفع المجلس العسكري حينها إلى إنشاء صفحات رسمية على الفاسيبيوك للتواصل مع الشباب ومص غضبهم من أجل الحد من شرارة الثورة . هنا نتحدث عن وعي الطرفين بأهمية تلك المواقع في إعادة توجيه الشباب بالشكل الذي يتماشى وأجندة اشتغال كل طرف على حدة . وأشارت الدراسة الى أنه وبالرغم من قطع السلطات المصرية لخدمات الانترنت في جميع أنحاء البلاد من 28 يناير الى 1 فبراير ، إلا أنه تمت مشاهدة ما يقارب 8,7 مليون صفحة على موقع اليوتوب كلها توثق لأحداث الانتفاضة الشعبية . كما أشار التقرير إلى أن عدد مستخدمي الفيسبوك قبل 25 يناير كان 4,2 مليون شخص ، ليرتفع الى 5,2 مليون بعد ذلك التاريخ بنسبة تقارب 23,8 بالمائة . كما رصدت الدراسة تغير نظرة المصريين لتلك المواقع وحل هاجس البحث عن المصادقية والسعي الى المتابعة الحية والمباشرة مكان الترفيه والدرشة السطحية غير ذي أهمية .
- إن هذه الدراسات على قلتها تساهم إلى حد ما في وضع الباحث على المسار الصحيح من أجل تعميق البحث والتقصي للوقوف عند ماهية الإعلام الجديد ودرجة قدرته على إعادة تشكيل الرأي العام بالشكل الذي يخلق

تغيراً في النظرة إلى آليات الحق والواجب ، ولو أن بعض تلك الدراسات تناولت الإحصائيات المعتمدة بعد الثورة ، وكان أحرى بها اعتماد إحصائيات قبلية وآنية للوقوف فعلياً عند درجة تأثير التعاطي مع تلك الوسائل على مستوى تغير بنى التفكير . أما وقد تناولت ما بعد الثورة فذاك لا يخدم لب البحث بقدر ما يحيل إلى تداعيات الثورة وليس محرك الثورة في ذاتها .
إن أية دراسة لابد أن تقف عند الجوانب الإيجابية وكذا السلبية للتعاطي مع أي متغير ، وهنا كان على الدراسات السابقة أن تتماهى مع روح البحث العلمي الموضوعي وتشير إلى الجوانب السلبية إن وجدت في التعاطي مع وسائل التواصل الاجتماعي .

3- فحوى الدراسة :

1-3 : الإعلام الجديد...نافذة على زخم المعلومة

يرتبط الإعلام الجديد أيما ارتباط بزخم المعلومة انطلاقاً من توفيره الأرضية الخصبة لانتقال المعلومة بدون قيود ولا شروط مكانية ، الشيء الذي يعمق الفعل التأثيري لذلك الإعلام انطلاقاً من سهولة انتشار الفكرة بين الناس وعمق التأثير في حياتهم على مختلف مستوياتهم وأجناسهم وتوجهاتهم ، وهذا من شأنه تعزيز الجانب المعرفي للمتلقي ، ولو أن هذا الطرح يجب التعاطي معه بنوع من الحذر على اعتبار إمكانية اعتماد معلومات وأفكار ذات شحنات سلبية أو مغلوطة، ولا تخدم الرقي الفردي ومن خلاله المجتمعي في شيء .
إن المتلقي الذي هو في نفس الآن ملقياً وفق دائرة تواصلية متمحورة حول الرسالة ، يستقبل ويرسل العديد من المعطيات التي تشكل في أبعادها آليات إعادة تشكيل الرأي العام .
إننا بهذا المعنى أمام عملية التأثير والتأثر بشكل يتم معه استحضار معطيات مرتبطة بالخلفية الثقافية والادبولوجية التي تحرك أي فعل تواصلية .
إن المفروض هنا هو الاحتكام إلى آلية الأخلاق واستحضار الضمير في التعاطي مع الإعلام الجديد من موقع إنتاج المعلومة ، حتى لا يكون هذا الأخير مرتعاً للانتهاكات ، خصوصاً وأن الإعلام الجديد يتميز بالفاعلية التواصلية في زمن قياسي بناءً على مبدأ اختصار المسافة ، بالإضافة إلى القدرة على تخزين المعلومة وأرشفتها

2-3 : الإعلام الجديد يتحدى قرار منع التجمهر.

إن مختلف الدراسات السابقة المرتبطة بالإعلام الجديد من خلال أحد أهم أعمدته والتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى أنه استطاع أن يشكل له أذرعاً واقية، تصون مكانته وتوجهه في صفوف المتعاطين له وخاصة من صنف الشباب، ذلك أنه في الوقت الذي كانت فيه محطة التجمهر وإعلان الإضراب ضداً في قرارات غير متماشية وتطلعات الشريحة المتظاهرة تمر بمراحل تعجيزية في أغلب الأحيان ، بشكل يصعب معه التجمهر وتنفيذ برنامج الاحتجاج ، جاء الإعلام الجديد بما يعتمده من آليات تواصلية متضمنة للصورة والصورة والأيقونات والمقالة أيضاً ليعلن التحدي مع السلطات المسؤولة ، ليفسح المجال لمزيد من حشد الهمم انطلاقاً من سهولة التجييش ، وتنظيم اللقاءات والإعلان عن التجمهر عن بعد ، دون أن تتحدد بالضرورة هوية الداعين إلى ذلك ، فيكون المتلقي هنا يضع له هامشاً لاستقبال الرسالة وإعادة تنقيحها وإرسالها ، وهذه تشكل قوة الإعلام الجديد الذي أضحي مقراً إلكترونياً للتجمهر إن صح التعبير .

إن الإعلام الجديد بهذا المعنى استغل هامش التفاعل بالإضافة إلى التفاف الشباب – بالخصوص- حوله لاعتماد أرضية صلبة تمكن من التحرك وإنتاج أفكار جديدة تمتح من واقع الحال وطبيعة الرؤية التي يرسمها الملقى الراغب في تمرير رسالته بناء على ما يشكل رؤية جمعية تهم العديد من الفئات. وهذا ما حدا بالسلطات الى اعتماد الإعلام الجديد في محاولة لتوظيف نفس السلاح من أجل تثبيت الرسالة المرغوبة وإقناع الشباب بها في سعي تام الى حملة مضادة اعتبارا لما لمسوه من قوة عظيمة يحتكم إليها الإعلام الجديد أو ما يسمى أيضا بالإعلام البديل في إشارة إلى ظهوره كبديل عن كل القرارات المانعة لكل تحرك منطلق من إبداء الرأي وتشكيل قوة جمعية قادرة على بسط المشاكل وترجمة أحلامها المبنية على الرغبة في تعزيز كيانها وهويتها المبنية على وضع إطار مفسر لثنائية الحق والواجب .

إن خطورة هذه الآلية تتمثل أساسا في عدم تكهن إيقاع تحرك المحتجين المستقبليين للرسالة ، ودرجة تفاعلهم مع مضمون الرسالة ، وفي المقابل قد تشكل صيغ التجمهر المعدة قبالا ، تحفيزا على اعتماد قناعات قد تتخذ مناحي سلبية ضارب في الطبيعة المفروض تبنيتها خلال التعاطي مع الحق في التجمهر ، والتي قد تنحو نحو مناحي العنف والتخريب وعدم تقبل المواكبة الأمنية ، الشيء الذي يفتح الباب أمام احتمالات لمواجهة قد لا تكون مدروسة من طرف الطرفين في أول فرصة يتم فيها الاحتكاك أو المشاحنة .

ولعل ما وقع في مجموعة من الدول كمصر وتونس لخير دليل على مساهمة الإعداد القبلي للتجمهر ، والذي كان مؤطرا بخلفية مسبقة سواء من طرف المتجمهرين والنظام الأمني ، الشيء الذي ترجم من خلال مواجهات دامية بين الطرفين في أول فرصة . فلو كان إجراء التجمهر مؤطرا بتراخيص قبلية مستحضرة للزمامان ، تليها جلسات حوار بين الطرفين لكان حجم المواجهة مكسرا ، لأن آنذاك الطرفين يكونا قد هندسا بشكل جماعي وتوافقي لما يخدم الديمقراطية ، ويعزز الحق في التجمهر . والحالة هاته ، فإن التحرك بشكل انفرادي قد يضحك نظرة كل طرف لحجم التحرك المعتمد من طرف الطرف الآخر ، مع ما يمتزج من مشاعر غيضية نابغة من الشعور بوقع التحدي ، تضاف إليه إيقاع شحذ الهمم انطلاقا من الرغبة في تغيير الواقع وربما تحصيل ما كان قبل زمن يعتبر في حكم الأحلام البعيدة المنال .

3-3 : الإعلام الجديد وأسس الوعي الاجتماعي لدى الشباب .

خلال محطات الربيع العربي ازداد ارتباط الشباب – بالخصوص- بالإعلام الجديد انطلاقا من الإيمان بقدرة التكنولوجيا الحديثة على إيصال صوته ، والتعبير عن طموحاته ومسار تحقيق أحلامه وذلك اعتبارا لخصائص الإعلام الجديد المتمثلة في التفاعلية ، المشاركة والانتشار ، العالمية ، تجاوز الحدود الثقافية ، اندماج الوسائط والحفظ والتخزين والتي تنماهي كلها مع طبيعة الشباب التواقفة إلى حب الفضول والسعي إلى تجاوز الرتابة والملل ، والسعي إلى فرض الذات بشكل يكون فيه الشاب هو محور اهتمام المجتمع وأحد أسس التأثير والبناء. كلها خصائص ساهمت إلى حد بعيد في التأثير على البنية النفسية للشباب بشكل تتم خلاله مراجعة منظومة القيم من أساسها والدفع نحو تشكيل وعي اجتماعي لتلك الفئة في ارتباطها ببيئتها . ولكن بالنظر إلى تواضع المستوى الثقافي للعديد من الشباب فإن التأثير الثقافي المعرفي للإعلام الجديد قد يكون ذا وقع كبير على هؤلاء الشباب بشكل تتم معه إعادة صياغة طريقة التفكير وتقليد كل شيء مما يفقد القدرة على التمييز بين الصالح والطالح وبالتالي استحالة خلق وعي اجتماعي قادر على فهم واستيعاب ماهية الشباب لأنفسهم . كما أن إيقاع التأثير بالثقافة الغربية يتجذر بشكل ملفت لدرجة يصدق معها الشباب كل الإشاعات والأخبار الصادرة عن الغرب ، وفي المقابل ضرب الهوية التي تميزه في ارتباطه بموطن انتمائه وخصوصياته المستمدة من نسق القيم التي جبل عليها في البدء .

وبالتعمق في مفهوم الوعي الاجتماعي يتبدى لنا التحدي الموضوع على عاتق الشباب في ارتباطهم بالإعلام الجديد، على اعتبار أن الوعي كان محطة للدراسة من طرف العديد من الباحثين ومن وجهات ونظريات متعددة من قبيل:

- النظرية الوظيفية التي تؤكد على الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية والانطلاق من كون سائر العلاقات القائمة بين البشر إن هي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية تؤسس لوعي اجتماعي انطلاقاً من الثقافة الاجتماعية .
- النظرية الماركسية القائمة على الرؤية المادية للوعي الاجتماعي انطلاقاً من كون الإحساسات الواردة عن العالم المادي تؤسس للمدركات والأفكار والتصورات ، وعليها يشتغل العقل دون الاستقلال عن تأثيرات العالم المحيط به.
- النظرية الماركسية الجديدة ، والتي تعتبر بأن تطور الوعي الثوري رهين بالأفكار التي تعتبر الأساس في عملية تغيير الواقع الفعلي بعيداً عن المثالية أو باعتماد أفكار مظلمة تؤثت للقهر الاجتماعي وتخدم طبقات دون أخرى.
- الاتجاه النقدي الذي جاء ليقطع مع ما كان يعتقد من باب واجب رجل علم الاجتماع الكلاسيكي الذي كان يناط له الدفاع عن النظام الرأسمالي ، حيث تم التأكيد على أهمية الالتفاف حول المحور الإنساني في العملية البنائية للمجتمع البشري ، انطلاقاً من تشجيع العقل الإنساني الناقد المترجم لتحرر الإنسان ، كل ذلك بهدف التأسيس لوعي اجتماعي كبديل عن أزمة الواقع الاجتماعي ، بدل تغييب الوعي وتزييف معالم وأوجه تصريف رسالته كما كان معتمداً من طرف المجتمع الرأسمالي .

أمام هذه الدراسات المرتبطة بمرجعيات مختلفة تظهر لنا أهمية الوقوف عند الوعي الاجتماعي كمحدد لطبيعة تحركات الشباب وفق آلية إعلامية تساهم في إعادة تشكيل أفكارهم والتأثير في آرائهم وتكوين وعيهم . من هنا أشار عالم الاجتماع "ميلز" إلى خطورة وسائل الإعلام حيث أصر على أن " جانباً ضئيلاً فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا ، والجانب الأكبر عن طريقة وسائل الإعلام ، والاتصال الجماهيري " .

إننا إذن بهذا المعنى أمام إسهام كبير للإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي بأهم القضايا التي تهم المجتمع ، ذلك الوعي الذي ترجم إلى حركات احتجاجية ، سبقها تنسيق عبر المنصات الإلكترونية ، وطبعاً لم يكن للتنسيق أن يتأتى لو لم يكن هناك بسط للحالة التي يعيشها المجتمع والتي يتم فيها اغتيال الحق في العيش الكريم ، وتدعيم أسس الفعل الديمقراطي بما يخدم الهوية الوطنية والإحساس بالانتماء .كلها شعارات اشتغل عليها أصحاب المبادرة الحراكية ، والراغبون في إعادة تشكيل الوعي الاجتماعي ، بهدف استقطاب أكبر عدد من الشباب على اعتبار أن هذه الفئة دائماً هي وقود التغيير وكاسرة الرتابة بجميع أوجهها .

لقد اشتغل الإعلام الجديد على إعادة تحيين مقتضيات الاشتغال من أجل شحذ همم الشباب انطلاقاً من وضع قراءة لطبيعة الوعي المراد الاشتغال عليه ، فكان الرهان هو الوقوف أساساً عند ضرورة إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، وذلك من أجل إكساب الحراك قاعدة جماهيرية تمكنه من الاشتغال بصيغ محكمة قادرة على تحقيق المراد . طبعاً لكل تحرك جماهيري خلفية معينة ، وقد يتم وفقها استغلال بساطة المطالب التي يدعو إليها العموم واتخاذها مطية لتنفيذ أجنداث قد تكون خارجية ومحكمة باملاء خارج حدود الرقعة الجغرافية . ونحن هنا لا نتحدث عن هذا الشق بالتحديد، بل نتناول في الأساس حدود تفوق الإعلام الجديد في تهييج القواعد الشعبية والانتقال من مجرد فكرة على موقع التواصل الاجتماعي إلى أرضية للتحرك يتبناها الجميع، وينفذها الجميع.

الكاتب اللبناي الصحفي يقظان التقي في كتابه " الإعلام والعولمة والديمقراطيات " أشار الى فحوى ما سبق من خلال التأكيد على دور الإعلام في تعزيز الحرية والديمقراطية ، اعتبارا لرفض المواطن للسيطرة الفوقية الاعتبائية على حياته بمجرد تمكنه من حرية التعبير عن رأيه . طبعا السلطة - يشير الكاتب - بدورها تعتمد على آليات الإعلام الجديد لمراقبة الانتفاضة والسعي إلى تبخيس دورها وتحطيمها من الداخل بتأسيس شبكات للدعاية المضادة ، والتحكم في صبيب الانترنت من أجل الحد من انتشار الفكرة المعززة للحراك .

من هنا فالإعلام الجديد ساهم إلى حد بعيد في تمكين المعارضين والمحتجين وقادة الانتفاضات من إيصال أصواتهم إلى مختلف أرجاء العالم ، بما يؤسس لعولمة اتصالية تتحدى الحدود وتمارس تأثيرها في مسار شعوب أخرى . وهذا ما استقيناها من خلال تتبع تطور الحراك العربي ، التي تتبدى فيه اعتماد تحركات الشعوب السابقة كنموذج ومرجع لقي بظلاله على الشعوب المقبلة على تبني اختيارات حراكية ضد السلطة ، وطبعا يبقى مقياس نجاح حراكها من عدمه رهين بدرجة تفاعل المتلقي مع الدعوة ، ودرجة اعتماد استراتيجية دعائية ومدى القدرة على تسويق الحراك انطلاقا من استثمار الإعلام الجديد بتبني خطط ناجحة ذات طابع دعائي مبني على بسط استراتيجية الاشتغال والتركيز على الهدف الأكبر من التحرك .

الإبحار في صفحات الكتاب السابق للإعلامي يقضان التقي تحيلك الى مصطلح جديد يسقط على الانترنت ، ألا وهو " أخطر الأحزاب " ، فهو ظاهرة العصر وله القدرة على إجراء بعض التغييرات الديمقراطية وذلك انطلاقا من مركز قوته المتمثلة أساسا في تحول الجمهور إلى صناعة الخبر والمادة الإعلامية بدل الوقوف مقام المتلقي فقط ، الشيء الذي يثري الأفكار ويعزز حضورها .

الكاتب في محطة من كتابه ينتقل بنا إلى الخروج باستنتاج ضمني مفاده كون التأمل في الانتفاضات القائمة بالعالم العربي وأساسا بكل من مصر ، تونس وليبيا لا يمكننا إرجاعها وبشكل قطعي إلى تأثيرات الإعلام الجديد ، رفضا لصاق تلك الحركات بتسمية " ثورة الفاييسبوك " منطلقا من كون الواقع الاجتماعي الذي تتخبط فيه تلك الشعوب هو المحرك لتلك الانتفاضات الشعبية . وهنا نتساءل - في تعقيب على الكاتب- عما إذا لم يكن ذلك الواقع الاجتماعي قائما منذ قرون ؟؟ طبعا الواقع ظل ولعقود كثيرة قائما وملتصقا بالجسم العربي ، وكثيرة هي تلك المقالات والندوات واللقاءات والمؤتمرات التي يوثق فيها الواقع الاجتماعي أراضية النقاش ويعتلي منصة الرأي والرأي الآخر ، فالبطالة وارتفاع الأسعار وارتفاع تكلفة المعيشة وتراجع الدخل الفردي ، كلها تداعيات واقع اجتماعي تتخبط فيه تلك الدول وغيرها منذ عقود من الزمن ، ولكنها لم تدفع المواطن إلى الخروج منتفضا ومحتجا . الأمر أبعد من مجرد "واقع اجتماعي" بل يتعداه إلى " وعي اجتماعي" فرض نفسه، ذلك الوعي الذي يعتبر الإعلام الجديد محركا له، وهذا ما دفع بالإعلام الكلاسيكي إلى مراجعة دوره وتقييم أدائه ، وفي نفس الوقت الاعتراف بأن الإعلام الجديد يتفوق بإيقاع حضوره اعتبارا لاحتكامه إلى آليات يتم وفقها إشراك المتلقي في صناعة الخبر ليكون ملقيا ومتلقيا في دائرة محورها الرسالة ، وهذا ما يعمق أسس الوعي الاجتماعي ، ويخلق قناعة بضرورة تغيير المناحي الفكرية التي تقوم عليها أسس المجتمع ، والانتقال إلى مجتمع غير خانع ، بل متصالح مع ذاته ، ومقتنع بكل خطواته بما يؤسس لتحرك جمعي نحو هدف واحد .

4 - نتائج الدراسة :

- بسببنا لأغوار هذه الدراسة يمكننا اعتماد النتائج التالية :
- يجب بدء التفريق بين الواقع الاجتماعي والوعي الاجتماعي . الواقع الاجتماعي بما هو تشخيص للحالة الاجتماعية المعاشة بالنظر إلى اكراهات المعيش ومعيقات الإحساس بالانتماء ، والوعي الاجتماعي بما هو بنية تفكيرية يمتزج فيها الشعور بالفكر من أجل بلورة تصورات تخدم هاجس التغيير المرغوب في تحقيقه.
 - الإعلام الجديد ، اعتبارا لخصوصيات اشتغاله ، والتي تجعله معتمدا لمبدأ القرب من البنية النفسية للمتلقي ، كل ذلك يساهم في بلورة آليات للاشتغال ، وبسط الأفكار التي تراود كل فرد على حدة ، وبشكل تفاعلي يتم توليد أفكار جديدة قد تصب كلها في اتجاه الهم الجمعي الذي يهم المتلقين جميعهم .
 - يستثمر الإعلام الجديد في أحد أهم مرتكزاته والمتمثلة في حرية التعبير من أجل إنتاج المادة الإعلامية من طرف الملقى والمتلقي على السواء واللذان يتبادلان الأدوار في تفاعل تام مع منظومة التواصل .
 - تعتمد السلطات على الإعلام الجديد -على غرار المتظاهرين - من أجل تقزيم حضور الجمهور وقمع رغبته في الدفع قدما بالحراك ، وهنا قد تلجأ الى توظيف كتيبات متواطئة ، وخلق صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي ، وهذا اعتراف ضمني للحضور القوي الذي يرتبط بالإعلام الجديد كآلية لإعادة تشكيل الرأي . ولكن الملاحظ هنا أن الإعلام الجديد يتقوى بإيقاع حضوره وتتعزز قيمته ، ويتبدى دوره انطلاقا من الوعي الاجتماعي ، هذا الأخير لا يمكن للسلطات أن تخلقه ، إلا انه قد يسقط أمام أول مرافعة موضوعية من طرف المحتجين الذين يستقون دفاعاتهم من الواقع الاجتماعي .
 - الإعلام الجديد بما هو آلية تواصلية محتضنة للمعلومة ، فهو لا يعترف بالقيود الزمكانية ، الشيء الذي يعمق فعله التأثيري انطلاقا من سهولة انتشار المعلومة ، خصوصا إذا كانت مؤطرة برصد للواقع الاجتماعي بكل أمانة وعفوية .

5 - التوصيات :

إن الضرورة تفرض استحضار مفهومي الوعي الاجتماعي والواقع الاجتماعي عند معالجتنا للإعلام الجديد في ارتباطه مع الحراك الذي تشهده المجتمعات المنتفضة من أجل تغيير واقعها، وتعزيز الإحساس بالانتماء إلى وطنها. وهنا لا يمكن الحديث بشكل يفصل المفهومين عن بعضهما، وإلا فإن الدراسة ستكون مفتقدة للحس الموضوعي.

طبعاً لا ندعي المساهمة الكاملة للإعلام الجديد في تغيير بنية التفكير لدى المواطن المنتفض في تلك البلدان التي شهدت الربيع العربي، ولكن نقر بالمقابل بدوره الأكبر لأنه يحتمل إلى خصوصيات تميزه عن باقي الآليات التواصلية. وهنا لا بد من الاستمرار في تعميق الدراسة والبحث من أجل الوقوف على المزيد من الخصائص التي ينفرد بها الإعلام الجديد ، والتي تخاطب البنية النفسية للمتلقي بشكل يجعله منجذبا لتأثيرها متفاعلا مع المنتج الإعلامي المتداول عبرها .

من جهة أخرى يجب التوجه إلى الشباب في ارتباطه بالإعلام الجديد لنقف عند حدود تأثير الإعلام الجديد في البنية النفسية للشباب ، وفي المقابل لنقف عند القيمة المضافة التي يمكن للشباب إضافتها للإعلام الجديد حتى يفرض نفسه أكثر وبشكل يمكنه من لعب أدوار رقابية وتوثيقية للحدث بكل موضوعية بعيدا عن الرقابة الذاتية ، وفي نفس الوقت باعتماد التحليل الموضوعي و السليم لكل الأحداث التي تهم المجتمع من أجل إعادة تشكيل الرأي العام .

كما يجب اعتماد دراسة علمية تتوخى مقاربة القضايا المطروحة من طرف الإعلام الجديد ، والدعوات المعلنة من طرف رواد المواقع الاجتماعية من أجل تبني رؤى تغييرية قائمة على شحذ الهمم وتجيش النفوس ، من أجل دراسة الخلفيات التي تنطلق منها الرؤوس المدبرة للفعل الحراكي ومدى صدقها في النوايا المعلنة ومدى عدم خضوعها لأجندات وإملاءات خارجية قد تضرب في صميم الهوية الوطنية للبلد بما يكرس للكلونيالية في تجليات جديدة .

الضرورة أيضا تفرض عدم تعامل السلطات مع الإعلام الجديد كآلية منبوذة وغير مرغوب فيها ، بل يجب أن ينظر إليها كآلية تواصلية يمكن احتواء تداعيات مخرجاتها بالنظر إلى المطالب المسطرة ، فبالنظر إلى الحكمة القائلة بأن الممنوع يبقى مرغوبا ، فمحاربة الإعلام الجديد أو مجرد التفكير في الحد أو التقليل من الصبيب بغية تقزيم حدود اشتغاله كما حدث في مصر مثلا يمكن أن يؤدي العداوة والشعور برفع أوجه التحدي وبالتالي سيشكل محفزا لمزيد من الالتفاف حول الهم الجمعي بما يشعر المواطن بشرعية حراكه وبخوف الأنظمة من تحركاته . وهذا طبعا لن يخدم المقارعة الفكرية، في شيء ولا يعزز مبدأ المفاوضات كآلية لتطويق تداعيات الحراك بما يشمل التحركات الشاذة الساعية إلى التخريب والنهب والضرب في الأمن والسلم العام ، الشيء الذي يضرب الاقتصاد الوطني لتلك البلدان في مقتل. إننا بهذا المعنى أمام ضرورة التفاعل ايجابا مع خصوصيات الإعلام الجديد بما يجعل الطرفين يلتفان حول المصلحة العليا للبلد ، بقصد قطع الطريق أمام من له نية تنفيذ أجندات قد لا يكون للمواطنين نية بسطها ، وإنما كان اشتغالهم يحكمه بالدرجة الأولى هم جمعي يسعى الجميع إلى تطويق تداعياته وتبني مخرجات تخدم الهوية الوطنية والافتخار بالانتماء .

المراجع المعتمدة :

- د . راسم محمد الجمال " الإعلام العربي المشترك ،دراسة في الإعلام الدولي العربي " ، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الثانية 1986.
- د. صباح ياسين " الإعلام ، النسق القيمي وهيمنة القوة " ، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الاولى 2006 .
- علي حجازي ابراهيم ، 2018، المنطق الاعلامي بين العالمية والعولمة ،
<https://books.google.co.ma/books?id=EO1KDwAAQBAJ&pg=PA35&lpg=PA35&dq>
- موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي ، 2010، " دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني " ،كلية الاداب والعلوم الانسانية ، جامعة الازهر ، فلسطين .
- د.فرغلي هارون ، 2015 ، " حول مفهوم الوعي الاجتماعي "
<http://www.anfasse.org/2010-12-27-01-33-59/2010-12-05-18-31-21/5866-social-consciousness>
- ذ . يقظان التقي " الاعلام والعولمة والديمقراطيات الإعلام" لبنان ، دار رياض الريس للكتب والنشر 2016.
- د احمد قران الزهراني ، السلطة السياسية والاعلام في الوطن العربي " بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الاولى 2015.