

## الإعلام الجديد كفضاء عمومي في البيئة العربي

- مقارنة مفاهيمية -

حفصة كوبيبي - حليلة رقاد

باحثة في طور الدكتوراه، تخصص ميديا و مجتمع، جامعة مستغانم.

### مقدمة:

العربية، نجد أن هذا الاعلام الجديد أخذ يلعب أدوارا مهمة في الحراك الاجتماعي، وفي تشكيل علاقة الفرد بمحيطه ككل، و أصبح يشكل فضاءا عموميا " افتراضيا".

وعليه نطرح الإشكال التالي: كيف يتمظهر المجال العمومي في المنطقة العربية؟ وفي ظل البيئة الإعلامية -التواصلية الجديدة؟ يتفرع عن هذا السؤال عدة أسئلة فرعية أهمها: ما هو مفهوم المجال العمومي؟ كيف تشكل وسائل الإعلام مجالا وسائطا فاعلا؟ كيف يشكل الإعلام الجديد شكلا جديدا للمجال العمومي؟

يمثل " المجال العمومي" أحد أهم المفاهيم التي تناولتها علوم الاعلام و الاتصال ، ومن بين الإشكاليات التي ما زالت توصف بـ"العويصة" والقليلة الدراسة والبحث في المنطقة العربية ، على إعتبار أن مفهوم المجال العمومي نشأ في المجتمعات الغربية التي تبنت نموذج الحداثة، بل تجاوزه.

وبعض النظر عن التعارضات التي نشأت بين مختلف المقاربات التي تناولت مفهوم المجال العمومي (الهابرماسية والجمالية وغيرها)، فإنها تتفق على أنه تلك الفضاءات العامة كالمقاهي والصالونات والنواد الثقافية، التي يناقش فيها الأفراد قضايا الشأن العام ، أين تلعب وسائل الإعلام والاتصال من الكتب، الصحف، المجلات والتلفزيون دورا وسائطا في هذا المجال، يساعد على تشكيل الرأي العام وبلورته.

ومع تطور الأنترنت - كوسيط اتصالي- و ظهور الجيل الثاني من الواب web.2.0، ظهرت أشكالا جديدة من التعبير وفضاءات جديدة للنقاش والحوار - افتراضيا - كالمنتديات forums والشبكات الاجتماعية réseaux sociaux (الفايس بوك facebook، التويتر twitter ، وغيرها) والمدونات Blogs، التي أصبحت تعرف بـ"الاعلام الجديد"، فظهر فاعلون جدد يقومون بإنتاج المضامين الاتصالية في المجال العمومي "الافتراضي". وبالرجوع إلى المنطقة

1- حول الفضاء العمومي:

### 1-1- مفهوم الفضاء العمومي

الفضاء العمومي espace public وأحيانا يترجم بالمجال العمومي ، فكرة طرحها الفيلسوف الألماني يورغن هايرماس Jürgen Habermas في كتاب له صدر سنة 1962 L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise ، على أنه فضاء للنقاش الحر والنقد العقلاني يسمح بإثارة القضايا العامة من طرف الأفراد ويسمح بأن يتحول الرأي الخاص في الشأن

العام والنقد الشخصي إلى فكرة عامة تصل لعموم الناس (1) .

ويضيف أنه عبارة عن دائرة وسطية تكونت تاريخياً في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة. وهو المجال المتاح لجميع المواطنين، حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن رأي عام وكان بذلك من ربط مفهوم الفضاء العمومي بالفعل التواصلي، (action communicationnel).

ويحيل مفهوم المجال العمومي الهايرماسي إلى الفضاءات العامة (مقاهي، صالونات، مكاتب، نواد ثقافية جمعيات فكرية) التي ظهرت في القرن الثامن عشر في أوروبا الغربية (فرنسا، ألمانيا، وبريطانيا) والتي كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون داخلها في مسائل تتعلق بالفن والأدب في المسائل السياسية بعد الثورة الفرنسية، يعتمد على الحجاج و المناقشة و الحوار.

وإبتداء من تسعينيات القرن الماضي، ظهرت إجتهدات نظرية أخرى طورت مفهوم الفضاء العمومي، تأسيساً على بحوث هابرمس، لكن في علاقته بالتواصل وبالإعلام الجماهيري تحديداً. في هذا السياق، يرى برنارد ميج Bernard Miège أن هابرماس يعتبر أن الفضاء العمومي السياسي يمثل جوهر شروط التواصل ما دام أنه المفهوم المركزي لنظرية معيارية للديمقراطية(2).

ويعرفه ميشال فوكو Michel Foucault بالقول: "الفضاءات العمومية هي أماكن عمل، وبالتالي هي فضاءات لإستمرار أو بقاء الجماهير وهي متواجدة في مركز الصراعات الحادة والمتكررة بين مختلف السلطات التي تسعى لإستعمالها كأداة تعليمية بغاية سياسية أو دينية أو كرهان إقتصادي"(3).

وحسب فرانسيس بال Francis balle في كتابه Lexique d'information

communication، يشير المجال العمومي إلى الأماكن والفضاءات و المؤسسات التي تحتضن المناقشات العلنية التي تدور بحرية حقوق القضايا التي تهتم الجميع، وذلك بإستعمال المنطق و الحجج العقلية، والواقع أن فهم ما هو عمومي يتبلور و يتحدد من خلال وضعه في مقابل الحياة الخاصة التي تثير إلى ما هو فردي وعائلي.(4)

هذا المفهوم نفسه نجده في قاموسه dictionnaire des médias(5)، ومن جهته يرى دومنيك فولتون D. Wolton أن المجال العمومي الذي يميز المجتمعات الديمقراطية هو نتاج لصيرورة تاريخية تشكلت من خلال قيم ولغة مشاركة، إذ يقوم المجال العمومي على قيم الاعتراف المتبادل لمختلف الشرعيات الاجتماعية، فللمجال العمومي شروط منها استقلالية الفرد و نبد العنف كطريقة لحل الصراعات السياسية والفكرية، فهو نتاج لضرورة التحرر السياسي والثقافي التي تسمح للأشخاص بالجمهور بخياراتهم الحياتية الخاصة وآراءهم السياسية من منطلق مبدأ يمكن الحديث في كل شيء في الساحة العامة.(6)

وظهر اتجاه آخر لا يولي إهتمام بالحجاج والنقاش العقلاني لقيام الفضاء العمومي، ويعرف هذا الاتجاه بالمقاربة الجمالية (الإستيتيقية)، ونجد في هذا الطرح جون مارك فيري j.M.Ferry، والذي ينظر إلى الفضاء العمومي من خلال إظهار الآراء والأحداث الإجتماعية وكيفية تمثيلها، فالمجال العمومي يتجسد من خلال ذلك الاطار الإعلامي التمثيلي (إعتبار وسائل الإعلام ناقلا للأحداث، وتعبر عنها وتنقلها للجماهير،

فهي تمثل الكل) فالمجال العمومي حسب هذا الإتجاه هو تلك الأفكار والأحداث التي ينقلها المجال الإعلامي ويناقشها، وبهذا يصبح المجال العمومي " النظام التي تتمثل الجماعة من خلال ذاتها" (7).

فالمنظور الجمالي للفضاء العمومي ينطلق من قدرة الانسان على إطلاق الأحكام على مختلف الأحداث والخطب والآراء التي تتجلى في الساحة، ونجد في هذا المنظور أيضا "أرندت حنا" H. Arendt والتي تعتبر المجال العمومي مجال تجلي الإنسان للآخرين، هو مشهد عام يتجلى فيه الأفراد والجماعات لبعضهم البعض، من خلال مختلف آليات الإشهار، ومن منظور حنا أرندت، المجال العمومي لا يرتبط ببعد مكاني، فهو ليس مجالا معطى و إنما من إنجاز الانسان وأنشطته، وعلاقاته، من خلال الكلام، يقتضي إذا الديمومة بالضرورة، ويقتضي ثنائية التعدد والمشارك، وحسب تعبير " أرندت" يشبه المجال العمومي الطاولة التي تتوسط الناس فتجمعهم و تفصلهم في الوقت ذاته، وبذلك يؤسس طابعه المتعالي.

### 1-2- أبعاد الفضاء العمومي :

بالرجوع إلى نشأة الفضاء العمومي بالمفهوم الهابرماسي عند تحليله للأوضاع السياسية (السلطة) في القرن الثامن عشر في فرنسا وبريطانيا، واللذان شهدتا تطورات عديدة بعد الثورة الصناعية على مختلف الأصعدة الإجتماعية والإقتصادية، فظهرت طبقة البرجوازية المرتكزة على "الأفكار التنويرية"، وانتقلت مركزية الحياة الاجتماعية من الريف إلى المدينة، التي انتشرت فيها ظاهرة الصالونات والنوادي والمقاهي، وانتشرت الكتب ومختلف الدوريات والمطبوعات، مشكلة بذلك فضاءا عموميا، مشكلا بذلك ما يوصف بـ"البرزخ" الفاصل بين الحياة الخاصة والدولة الملكية

القائمة على التكنم والسرية، والذي يقوم - أي البرزخ/الفضاء العمومي- على أبعاد ثلاثة هي (8):

1- **البعد السياسي:** هذه الفضاءات كانت تحت سيطرة الملك، تحاول النخبة الجديدة الإستحواذ عليها، وتعمل على تحويل مجرى النقاش للنقد تجاه القصر.

2- **البعد الاجتماعي:** تنتمي النخبة التي تثري النقاش في الفضاءات العمومية إلى كونها لا تنتمي إلى حاشية الملك، ولا إلى عامة الناس، إنما فئة تعتنق أفكار عصر التنوير.

3- **البعد الثقافي:** يتحدد من خلال وسائل النشر، وخاصة الطباعة، (كتب، جرائد)، مما سمح للفئة المتعلمة فقط- **النخبة** - من نشر أفكارها وتبادلها مع نظرائها، غير أن وسائل الإعلام تطورت بشكل كبير ومتسارع و لم تقتصر فقط على الكتابة.

فظهرت وسائل أخرى لا تتطلب مستوى عال من الثقافة، كالإذاعة التي تتطلب السمع والتلفزيون، الذي يعتمد على الإثارة والخصائص البصرية، وحاليا الأترنت.

### 1-3- متطلبات تشكل الفضاء العمومي:

لا يتشكل المجال العمومي حسب هابرماس دون وجود أية أرضية تسمح له بالظهور، وحسب دانيا بونيو **Daniel bounoux** من بين العوامل التي تسبق ظهور المجال العمومي، أو التي تمهد لظهوره، وجود تهيئة مادية للإقليم وشق الطرقات، وشبكات توزيع السلع، وبالإضافة إلى هذه العناصر المادية نجد عناصر رمزية كاللغة الوطنية الرمزية. (9)

وانطلاقا من مفهوم البنية لابد من توفر العناصر التأسيسية لـ "قاعدة مبادئ الفضاء العمومي" يمكن أن تكون متمحورة حول عشرة إقتراحات أساسية هي (10):

1. **وجود فضاء فيزيقي**، بوصفه مكانا حقيقيا أين يتجلى ضمنه "العمومي"، وتجتمع داخله الجماعات، الأفراد،

إن هذه العناصر السابقة الذكر التي تمثل الأرضية لتشكيل المجال العمومي، تتفاعل مع بعضها البعض مفرزة ما يعرف بـ: "الدولة- الأمة"، ويقوم المجال العمومي على التنوع، تنوع الآفاق والمواقع والرؤى، التي تجسد العالم والتي لا يمكن تصور إنتاج المعايير المشتركة دونها، فالفرد يحتل في المجال المشترك موقعا مغايرا عن الآخر، فثراء المجال العمومي يستبعد التماثل .

#### 4-1- أهمية الفضاء العمومي:

أما عن أهمية الفضاء العمومي، يقول **كالهون كراغ Calhoun CRAIG**<sup>(12)</sup> إن أهمية الفضاء العمومي تكمن في تجاوزه المعاني العامة للمجتمع المدني والإنطلاق من طبيعته من أجل تفسير الأسس الاجتماعية، والثقافية، بهدف تنمية خطابا فعليا عقلاانيا نقديا يسعى لحل النزاعات السياسية. على هذا الأساس يمكن اعتباره مفهوما ثريا، لأنه يستوعب الاختلافات المكونة للمجتمع المدني الجمعيات، تنظيمات خاصة، جماعات سياسية، حركات اجتماعية، ويهتم بديناميات المشاركات في الفعل السياسي والاجتماعي بصفته مفهوما سيورياتيا .

كما يساهم المجال العمومي من خلال الخطاب الحجاجي في بلورة الرأي العام ، فأساس تشكيل هذا الأخير هو وجود فضاء مكاني، وجود قضية معينة تهم الشأن العام، بالإضافة إلى النقاش العلني، هذه العناصر الثلاثة الأساسية يوفرها الفضاء العمومي، كما تلعب وسائل الاعلام دورا مهما في هذا الفضاء .

#### 5-1- أهمية وسائط الإعلام في الفضاء العمومي:

يعتبر فضاء وسائل الاعلام **média sphere** ذلك الفضاء الذي تترابط فيه وسائل الإعلام بمختلف العمليات الاجتماعية وكل العوامل التي تؤثر في هذه

الأشياء، المواضيع (الأجهزة، النصوص، الكفاءات، البنى،...)، وأشباه الأشياء(كائنات هجينة على حسب قول برينو لاتور **Bruno Latour**).

**2. وجود فضاء رمزي** تتجلى ضمنه المواقف والآراء والقناعات التي تساهم في وضع الأسس للفعل أو الالتزام والتأسيس للعبة السياسية.

**3. وجود فضاء للكلام** أو الخطاب، أي مكان للتبادل، التفاعل، النقاش، الإحتجاج والنقد. يمكن أن تكون هذه الأماكن ممثلة في المقهى، السوق، المسجد، الجمعية، الجرائد، وسائل الإتصال، الشبكات الاجتماعية...

**4. وجود "جمهور"** متمثل في جمع من الأفراد المتفاعلين فيما بينهم، يعرضون أفعالا وأشكالا من الالتزام الجماعي.

**5. وجود خطابات** تمثل تعبيرا عن حالات التفاعل المتبادل، عن النقاشات والانتقادات وعن الآراء المتبادلة.

**6. وجود صيرورة** من الممارسات المحددة لطبيعة الأفعال، المطالب، التنظيمات والقرارات.

**7. وجود الرؤية و الإعلان** بصفتهما توضيحا لطريقة التجلي في الفضاء العمومي.

**8. وجود دينامية للمشاركة** تشتغل تبعا لنمط الاندماج/ الإقصاء (النساء، الأقليات، المهاجرون،...)، أي وفق علاقات للقوة والسلطة.

**9. وجود تفاضل و تنافس** بين الفاعلين يفترض هرمية وتقسима للأدوار والمهام والنشاطات.

**10. وجود مخيال اجتماعي** (حسب رأي كاستورياديس **Castoriadis**) يمثل أساس الصيرورة الإبداعية للتجلي في الفضاء العمومي وأساس بناء العالم المشترك ونمط المشاركة الجماعية<sup>(11)</sup>.

العلاقة بصفة مباشرة أو غير مباشرة. وبما أن الفضاء العام حركة إدماج وتمجيد الحريات الفردية والتعبير عن الآراء وتمكين الفاعلين السياسيين والإجتماعيين والدينيين، والثقافيين من الحوار والنقاش والإختلاف أمام الجميع، فمن خلاله يقوم الأفراد بقراءة الصحف، تبادل الكتب، ومناقشة القضايا العامة في النوادي والمقاهي، ليشهد بعدها المفهوم إمتدادا من المكتوب إلى الاتصال السمعي البصري و مجتمع الأترنت في عالم اليوم.(13) ويرى برنار مياج Bernard Miège أن المجتمعات الديمقراطية مرت في علاقتها بوسائل الإعلام منذ القرن الثامن عشر بأربعة نماذج هي:

1- النموذج الأول: تمثل في صحافة الرأي في النصف الثاني من القرن الثامن عشر.

2- النموذج الثاني : مثلته الصحافة التجارية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، انفصلت هذه الصحافة عن الآداب وفرض الإعلان نفسه كقوة فاعلة في الصناعة الإعلامية، وأصبحت الصحافة حلقة وصل بين الطبقة السياسية والجماهير مشكّلة بذلك الرأي العام.

3- النموذج الثالث: ظهر في منتصف القرن العشرين متمثلا في الوسائل السمعية البصرية، إعتد هذا النموذج على التسلية والتشويق وطرق التسويق والترفيه و"الشو بيز" على حساب الجدل والنقاش والحوار المقنع.

4- النموذج الرابع : ظهر في السبعينات من القرن الماضي مع الإنتشار الواسع للعلاقات العامة التي أصبحت جزءا استراتيجيا من المؤسسات والإدارات والجمعيات حيث تقوم على فنون ومهارات إقناع وإغراء المستهلكين.

فهذه النماذج الأربعة تحكمها علاقات مركبة، نظرا إلى إختلافها وتنوعها وتطورها المستمر، فالمجال

العمومي الذي تشكله يبقى محكوما بالتناقضات وخاصة مع تطور الوسائط الإعلامية.

يضيف مياج Mieg نموذجاً خامساً ما زال في طور التشكل، يرتبط بتكنولوجيات المعلومات و الاتصالات الجديدة، و يتميز هذا النموذج الأخير بطغيان طابعه الإجتماعي على السياسي.

في حين يرى ريجيس دوبريه R. Debray أنه يمكن تقسيم المجال الوسائطي إلى ثلاثة مجالات حكمت التاريخ ، حيث يؤدي تغير الوسائط إلى الإنتقال من مجال إلى آخر، كما أنه يتم الإنتقال وفقا لمنطق التدرج والاستمرارية وليس وفق مبدأ القطيعة والثورة، بمعنى أن الوسيط السابق يتعايش مع الجديد، فهذا الأخير لا يلغيه، وهذه المجالات هي:

1- المجال الخطابي الوسائطي: **logosphere** :و ساد في هذه الفترة الإتصال الشفاهي والكتابة .

2- المجال الوسائطي الكتابي: **graphosphere**: هذه الحقبة التي دشنتها المطبعة ومختلف الوسائط التي إرتبطت بحروف الطباعة(مختلف المطبوعات والمنشورات كالكتب والصحف ) كما ظهرت فيها مؤسسات نخبوية كالمدرسة و المؤسسات الصحفية، كما برزت وسائط من نوع آخر كالمدرسين والمثقفين.

3- المجال المرئي: **videosphere** : أين هيمنت الصورة بمختلف الوسائط، و في مقدمتها التلفزيون، كما أصبح الصحفي بمثابة الوسيط المركزي لهذا المجال.

هذه النماذج والمجالات ساهمت بطرق مختلفة في إتساع رقعة الجماهير في الفضاء العام وإبتعادهم من مراكز إتخاذ القرار، أصبحت وسائل الإعلام تتحكم في

نشر التباين وعدم العدالة في الوصول إلى النقاش العام: حيث نجد أقلية من صناعات القرار والرأي والقائمين بالاتصال يسيطرون على فضاءات الإتصال والتعبير عن آرائهم و أطروحاتهم وأغلبية ساحقة تجد صعوبات كبيرة في إسماع صوتها وإيصاله إلى وسائل الإعلام ومن ثم إلى الفضاء العام<sup>(14)</sup>.

### 1-6- أثر وسائط الاعلام في المجال العمومي:

يتضح من خلال هذه الكرونولوجيا التاريخية مساهمة تكنولوجية وسائل الإعلام والاتصال في إتساع وإثراء الفضاء العام حيث أدت بصفة عامة إلى تأثيرات أربعة تمثلت فيما يلي<sup>(15)</sup>:

1- "تقنية": العلاقات تقوم على استخدام الآلات والأجهزة حيث أصبحت العلاقات تقوم عن طريق الهاتف النقال أو الانترنت بصفة سريعة وعملية جدا.

2- "تسليع": جعل الاتصال سلعة وتجارة تقوم على مبدأ العرض والطلب والإغراء ومختلف تقنيات التسويق والإعلان والبيع والشراء.

3- "تجزئة": الجمهور حيث أصبحت هناك وسائل إتصالية جد متخصصة تهدف إلى تلبية الاحتياجات الخاصة بكل فئة محددة من فئات الجمهور العريض.

4- "عولمة" الإعلام: والتي أدت إلى توحيد الخطاب والقيم والمعايير على حساب خصوصيات الدول والثقافات والحضارات.

فلم يعد المجال العمومي واحدا، بل تشظى بفعل تعدد وسائط الاعلام، وتوسيع دائرة "البرزخ" بزيادة عدد الفاعلين فيه، حيث تغيرت ملامح الفضاء العمومي

كثيرا- مقارنة بالمفهوم الأولي "الهابرماسي". وفي ذات السياق يرى فرانسوا باستون **François Bastien** أن هناك أربعة فاعلين في المشهد المتشظي، أصبحوا ينافسون أبطال السلطة التقليديين وهم<sup>(16)</sup>:

1- **المدنسون: les profanes**: من بين البرامج التي تعمل القنوات التلفزيونية من خلالها على إثارة اهتمام المشاهدين، تلك القضايا الخاصة كالاعتراف بالحياة الحميمية، وبذلك أصبحت الحياة الخاصة تختلط و تتداخل مع الحياة العامة، وهذا التغيير يشكل تعتيما على القضايا التي تشغل عامة الناس، وتلهيهم بقضايا هامشية جزئية بعد تحويلها إلى قضايا مركزية.

2- **الخبراء: les experts**: تعتمد وسائل الاعلام على ما يسمى بالخبراء عند إثارة قضية معينة، تقوم باستضافة متخصصين كعلماء الاجتماع، وعلماء النفس، الإقتصاديين، وغيرهم للرد على الاسئلة وتقديم تحليلات لإقناع الناس، وبذلك حلت "المشاهدة التلفزيونية محل النقاش البرلماني".

3- **المثقفون: les intellectuels**: صنعت وسائل الإعلام الجديدة مثقفين خاصين بها، مهتمون بتحليل القضايا الآنية، كالتعليق على الأفلام والمعارض والمسرحيات، في حين أن المثقفين الملتزمين لم يعد من يرغب في ظهورهم على الساحة.

4- **رجال جدد للسياسية: les homes politiques**: ظهر للسياسية رجالات جدد، كالرياضيين والممثلين بفضل التسويق السياسي، الأمر الذي أدى إلى فقدان السياسيين التقليديين السيطرة على المجال العمومي.

يظهر جليا من خلال ما تم عرضه بروز 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)** جزءا من الفضاء العام

**(Espace public)** الذي فيه يتفاعل المواطن بشكل حر ومستقل عن أطر الدولة التي تنظم حياة الأفراد كتلة ووحدة متماسكة انطلاقا من محددات عامة مثل الدستور والهوية والتاريخ والمصير المشترك.

ومن أن أجل أن يبقى الفضاء العام ظاهرا للعيان وحاضرا في دفع قضايا أي مجتمع من خلال تكنولوجيايات الإتصال فإنه يجب الإقرار بإمكانية هذه التقنية في نقل المعلومة وتبادلها وتخزينها داخل سياق سياسي وثقافي لماهية الإتصال الإجتماعي.

إن الإتصالات من خلال التكنولوجيا الرقمية الحديثة تبدو منسجمة مع طبيعة الفرد التحررية وقاعدة المجتمع المتعدد عندما تقع هيكلتها وتنظيمها من خلال تقديم البعد الاتصالي الثقافي وليس الإتصالي التقني الذي قد يقع إخضاعه إلى قواعد التسويق أو الاحتكار. فبفضل وسائل الاتصال التفاعلية، والتي تتمثل في الهاتف النقال والأترنيت استطاع الفرد أن يكون عنصرا **فاعلا** يؤثر ويتأثر داخل الفضاء العام الذي يعيش فيه. كانت وسائل الإعلام في الماضي تدعم التغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية، ولقد رأينا ذلك جليا في تأثير الصحافة المطبوعة على الثورة "البروتستانية" في أوروبا، وفي استخدام جمال عبد الناصر للراديو لنشر أفكاره في أنحاء الوطن العربي، وعند استخدام الناشطين الصينيين في ميدان "تيانمن" لجهاز الفاكس، ورأينا أيضا عندما حاول الشعب الأندونيسي إسقاط حكومة "سوهارتو" حيث كان البريد الإلكتروني هو وسيلة التواصل في ذلك الوقت. كما فازت جودي وليماز في عام 1997 بجائزة نوبل للسلام بعد نجاح حملتها ضد استخدام

الألغام كسلاح حرب من خلال استخدامها للبريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل .

أما اليوم فقد تجاوزنا "وسائل الاتصال الجزئية" ليتشكل لدينا اليوم ما يسمى بالإعلام الجديد المتمثل في الفيس بوك وتويتر واليوتيوب، المدونات وغيرها من تطبيقات الأترننت في جيلها الثاني، مكونا بذلك فضاءا عاما افتراضيا.

## 2- الفضاء العمومي الافتراضي:

### 1-2- في مفهوم الفضاء العمومي الافتراضي :

الفضاء الافتراضي **cyber espace** هو ذلك الفضاء الذي تتواجد فيه المعلومات الإلكترونية ، و تتم فيه مجمل الأعمال الإلكترونية من تبادل الملفات والحوارات والأفكار والمعلومات بين المستخدمين، مشكلين بذلك مجموعات افتراضية **communauté virtuelle**، ويتحقق الفضاء الافتراضي من خلال الأدوات الإعلامية-الإتصالية التالية:

### 1- الشبكات الاجتماعية: ظهرت أدوات جديدة

للإعلام الجديد، أهمها مواقع الشبكات الاجتماعية **les réseaux sociaux** ، حيث استطاعت هذه الشبكات أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح و التفاعل و سرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وأبرز هذه الشبكات:

- الفيس بوك : **Facebook** : تم اطلاقه في فيفري سنة 2004، يتبع لشركة تحمل الاسم نفسه، مؤسسه يدعى **Mark Zuckerberg** ، قام بتأسيسه حين كان طالبا بجامعة هارفارد، وكان الموقع عند إطلاقه مخصصا لطلبة الجامعة المذكورة فقط،

ومن ثم تم توسيعه ليشمل جميع الجامعات بمختلف القارات، ليصبح الموقع العالمي الأكثر شهرة. يسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، و الإنضمام إليها، من نفس الموقع وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عادة في دائرة فئة معينة، مثل كونهم من مهنة محددة، أو منطقة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة، وغيرها من التجمعات والأماكن التي تساعد المستخدم على التعرف على المزيد من الأصدقاء و الأشخاص الذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة. أما عنوان الموقع فهو [facebook.com](http://facebook.com). (18)

● التويتر **Twitter** : شبكة إجتماعية تمكن مستخدميها من إرسال وقراءة النص القائم على المشاركات، والمحدد بمائة وأربعين حرف كأقصى تقدير، وتسمى الرسالة بـ : **tweets** أي التغريدة .  
أنشأ الموقع في مارس 2006 من قبل "جاك دورسي"، يتمتع الموقع بشعبية كبيرة هو الآخر ، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم عام 2011 (19).

2- المدونات **blogosphere** : يضاف إلى أدوات الاعلام الجديد المدونات المتخصصة على الأنترنت لأنها مصدر أساسي للمعلومات والنقاش، وتعرف المدونات **blogosphere** بصفة عامة على أنها مواقع خاصة بالأشخاص أو المؤسسات تتضمن تعليقات وآراء وأخبار، وغالبا ما تتضمن روابط فائقة **links** لمعلومات متاحة على مواقع أخرى على الشبكة .

وهي ما تعرف بـ **les sites à faire-soi-même**، أو "do it your self" والتي تسمح للأنترنيتيون **les internautes** بإنشاء مواقع

خاصة ، تتيح حرية التعبير في أي موضوع أو عدة ميادين، حسب إختياراتهم، مثل "جريدة حميمية **un journal intime**" ، على أمل الإلتقاء بجماهير يتشاركون نفس الاهتمامات، وهناك عدة أنواع للمدونات (20). قد تحمل اسمه الحقيقي ويروج لها للحصول على القراء والزوار، وهي أقرب إلى الصحيفة الإلكترونية، غير إن المواد المنشورة في المدونة توضع في ترتيب زمني تصاعدي( بمعنى ظهور المعلومات الأكثر حداثة)، وأخذت المدونات شهرة واسعة بسبب المدونات السياسية والعسكرية ودورها في الخطاب العام على المستوى السياسي والإعلامي، وأصبحت توصف بأنها ثاني ثورة في عالم الأنترنت بعد البريد الإلكتروني، والويكي **wiki**، وتعتبر اليوم من أبرز خدمات وتطبيقات الواب 2.0، ومن بين أهم مميزاتهما:

- حداثة معلوماتها باستمرار، وخلوها من الرسائل المزعجة **spam**.

- قد تنشأ للنشر الشخصي أو المهني و يمكن أن تكون متخصصة أو تجمع عدة مواضيع.

- تشكل تجمعات إلكترونية بين محرريها و المستخدمين منها.

- توفرها على أرشيف سهل الحصول عليه مقارنة بالشبكات الاجتماعية .

3- مجموعة دردشة: **groupe de discussion**

هي عبارة عن موقع يسمح لأي زائر بكتابة رسالته حول موضوع معين، ويتم عرضها على هذا الموقع الخاص، والدردشة الإلكترونية **chat** هي عبارة عن محادثة نصية على الأنترنت بين شخصين أو عدة أشخاص مربوطين بالشبكة، وتكون عبر عدة مواقع توفر هذه الخدمة.



#### 4- مجموعات الأخبار: News groups :

وتعرف أيضا بالنوادي الافتراضية وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها البعض، ويمكن وصف مجموعة الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد، بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر، ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي والصور الثابتة والمتحركة، ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الاخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به، وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات وأخبار وبيانات وغيرها في إطار اتهاماته. (21)

تشير الإحصائيات أنه في مطلع 2011 أصبح في العالم نحو 1.5 مليار مستخدم لشبكة الأنترنت، يرسلون يوميا 02 مليار رسالة بريد إلكتروني، وأن 90% منهم أي حوالي 940 مليون يتواجدون بشكل مستمر في المواقع الاجتماعية و أن 72% منهم يتواجدون في أكثر من موقع اجتماعي، وبالطبع يحتل الفاييس بوك أعلى معدل استخدام من قبل إجمالي مستخدمي الأنترنت بنسبة 51% حيث يشترك نحو 610 مليون، و يأتي بعده ماي سبيس بنسبة 20% و تويتر بنسبة 17%. (22)

#### 2-2- مميزات الفضاء العمومي الافتراضي :

قد غيرت الأنترنت كثيرا في المجال العمومي باعتبارها إمتدادا له، حيث شكلت نموذجا تواصليا جديدا يتميز بـ:

**1- فاعلون جدد:** تخضع وسائط الإعلام الكلاسيكية التقليدية، والتقليدية هنا تعني القدم في التعامل والإعتياد - وبالرغم من وفرتها وكميتها - للمركزية، فعلى سبيل المثال مؤسسة التلفزيون تحكمها عادة أطراف محددة سواء مؤسسات إقتصادية، أحزاب، حكومات، الأمر

الذي يتيح معرفة اتجاهاتها واستراتيجيات خطابها، أما المجال الإلكتروني، فلا يخضع لمبدأ المركزية، فطبيعة الأنترنت المفتوحة على الجميع، أتاحت وجود خطابات متعددة للمستخدمين، بمختلف الوسائط. فغياب الموزع المركزي أحد أهم سمات الظاهرة الجديدة مما يسمح بفتح المجال العمومي أمام مجموعات جديدة كالنشطاء السياسيين والعائلات والمجموعات الشبابية. (23)

فالنموذج التواصلي التقليدي قائم على التمثيلية، بمعنى أن الذين يخاطبون في المجال العمومي يمثلون الجماهير الصامتة التي لا تتمتع بالحق في الكلام، على العكس تماما من النموذج الجديد القائم على التشاركية، مبدأ الكل يتكلم كما يريد، فهو أكثر إنفتاحا، فهذا النموذج التواصلي الجديد يقوم على إنهاء الحدود الثابتة الفاصلة بين البث وإنتاج الخطابات وتلقيها، بمعنى تشكيل نموذجا أفقيا " أكثر ديموقراطية"، يتحول بذلك المستخدم إلى مشاركا فاعلا نشطا في المجال العمومي، فأزاحت البيئة الجديدة إحتكار النخب الثقافية والسياسية و مختلف المؤسسات الأخرى على المجال العمومي.

كما أصبحت إنتاجات المستخدمين هذه تمثل قيمة جديدة بالنسبة للمعنيين، الذين إنتبهوا إلى سوق افتراضية جديدة يستهدفونها متمثلة في الأذواق والأنماط المشتركة للمستخدمين الافتراضيين.

#### 2- الخلط بين العام والخاص: يعتبر الشباب أكثر

استخداما للميديا الجديدة، وأكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا معها. حيث تعبر ظاهرة إنتاج المستخدمين عن رغبة الشباب في المشاركة في النقاش العام بشكل نشط، ومن جهة أخرى فان إنتاجات المستخدمين تتصل بشكل عام بإعادة تشكل العلاقة بين المجال العمومي

والمجال الخاص، بين الأنا والعالم، يفتح الشباب عوالمهم الخاصة للعالم الافتراضي و لمشاهدين لا يعرفونهم، هكذا تصبح غرفة النوم منفتحة على العالم الخارجي (24)

وأكد برنار ميج *Miège* أن الطابع السياسي للمجال العمومي قد تضاعف لصالح أشكال تعبيرية جديدة ترتبط "بالمشاكل الشخصية"، فهو - حسب تعبيره- إلى الآن فضاء عام سياسي، يمكن قبول هذه الفكرة بشرط إضافة خاصة أخرى مجتمعية، إذ أن إشهار الآراء لم يعد مقتصرًا على المجال السياسي بل إنضفت إليه الآراء المتعلقة بالحياة الشخصية والجماعية، وهذا التغير يشير إلى فردنة العلاقات الاجتماعية، وأضعاف ذلك الطابع الجماهيري الذي كان سائدًا، والذي لا يمكن إرجاعه فقط إلى الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث تتداخل عدة سياقات أخرى في هذا التغير.

ولا تنحصر الأدوار الجديدة للشباب في التعليق على ما يكتبه الإعلام فقط أو في الحوار حول البرامج أو تبادلها افتراضيا (مناقشة تجارب المشاهدة)، بل تتجاوز هذه الأدوار حين يتجسد الخطاب الثالث في أشكال أكثر جذرية تتجاوز إبداء الرأي في إطار المناقشة إلى المناهضة الصريحة، وهنا الفيس بوك يحتضن كل هذا التناس.

### 3- الفضاء العمومي في البيئة العربية:

#### 3-1- تطور المجال العمومي العربي :

المجال العمومي العربي مسألة معرفية أكيدة، إذ لم ينتج البحث العلمي العربي السائد حول الاعلام- نظرا إلى خضوعه لنماذج خطية - إلا خطابا تقنيا مهووسا بدراسة مضمون وسائل الإعلام، وتأثيرها أو خطابا تقنيا أو إيديولوجيا، هاجسه البحث عن طريقة ما للتحكم في

" الغول" الإعلامي المنفلت و إخضاعه لمعايير أخلاقية ، في حين تبدو مشكلية البحث في المجال العمومي الأكثر قدرة - نظريا- على أن تكون الإطار الذي يمكن الحديث فيه، حيث يسمح المجال العمومي بفهم استمرارية بعض النماذج الاتصالية وتغير البعض الآخر وظهور نماذج جديدة، بمعنى فهم الآليات المرتبطة بعمليات إنتاج الآراء والأفكار والمعتقدات الفردية والجماعية وتبادلها وإشهارها وأنماط الوسائط التي تحكم الإنتاج والتلقي. (25)

حجة استقلالية الفضاء الاتصالي تأتي من كون هذا الفضاء يجب أن يكون متعددًا 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 عن ما في المجتمع من تعدد و ثراء فكري سياسي وديني وعرفي.

لكن في المقابل، بغض النظر عن تباين أشكال الأنظمة السياسية في الوطن العربي، ملكية كانت أو جمهورية، تعاني هذه الأنظمة من إشكال يسمى "الديموقراطية"، حيث تعاني الدول العربية وبدرجات متفاوتة من أنظمة توصف بـ "الاستبدادية" أو "شبه استبدادية" *semi-authoritarian regimes* ، لا تولي أهمية للرأي العام ، في الوقت ذاته تعمل على تحشيد لصالحها.

غير أن هذه السيطرة بدأت تفقد معناها الحقيقي في ظل تداعيات الميديا الجديدة. فالقنوات الخاصة و شبكة الأنترنت لا تخضعان لإدارة الدولة، فهي تمثل الفضاء الذي تتجلى فيه إرهابات النموذج التواصلية الجديد التي تحيل على جملة الممارسات المتعلقة بالتعبير الاجتماعي عن الآراء والمعتقدات وتداول

الخطابات في المجال العمومي.(26) الذي يمكن تصنيفه إلى ثلاثة نماذج في المجتمعات العربية، وذلك بالاستناد إلى منطلقات ترجع إلى التحولات التي يشهدها المجال الإعلامي العربي عبر ظهور أشكال جديدة، في ظل تعاظم أهمية الإتصال القائم بين الدولة و المجتمع، وتراجع تلك الأنماط الإدارية المجتمعية التقليدية، القائمة على الإكراه والعنف. كما أن الرجوع إلى السياقات التاريخية ضرورة، لأن الاتصال ظاهرة ديناميكية، وهذه النماذج هي (27):

**1- نموذج صحافة الرأي:** ويمتد هذا النموذج من دخول الطباعة إلى الوطن العربي حتى مرحلة الاستقلالات الوطنية من الاستعمار-الانتداب، ظهرت الصحافة في الوطن العربي بعد ثلاثة قرون من انتشارها في أوروبا، انتشرت الطباعة وتطورت في ظل العهد العثماني، لتتطور الصحافة في خضم الحركات التحررية الإستقلالية، التي أسستها النخب الفكرية النهضة، فكانت صحافة رأي حاملة لرسالة فكرية ضد قوى الاستعمار، توعوية، معبرة عن مطامح الجماهير، تشكلت في ظل سياقات تهيمن عليها الثقافة الشفوية، حيث شكلت الكلمة المكتوبة سلاح المثقف المناضل- كعبد الرحمن الكواكبي و جمال الدين الأفغاني و محمد عبده و غيرهم- ضد الاستعمار، وأبرز الصحف التي ظهرت في تلك الحقبة جريدة العروة الوثقى، فظهرت نخبة مستنيرة مغايرة تماما للنخبة التقليدية السائدة المرتبطة بأجهزة السلطة والمؤسسات الدينية والإجتماعية، نخبة دون الطبقة الأرستقراطية و فوق الشعب المغيب عن المعرفة بعيدين عن الشأن العام ، كما انتقلت اللغة " الفقهية المسجوعة" إلى لغة الصحافة الراقية.

ويمكن القول أن عصر النهضة العربية بمثابة العصر الليبرالي، الذي ظهر فيه المثقف العربي، و الذي شكل أنوارا ثقافية كونت مجالا عموميا عربيا، زواج بين نظامين إتصاليين في الوقت ذاته: أفقي (تلك المناقشات العامة بين المثقفين حول مختلف قضايا الشأن العام)، وعمودي (من النخبة إلى عامة الجماهير المتعلمين الجدد بغية تشكيل رأي عام)، والملاحظ هنا أن الصحافة لم تقم على نظام اقتصادي تجاري.

## 2- نموذج الإعلام الوطني الجماهيري السلطوي:

وساد منذ الإستقلال إلى منتصف التسعينات، ومع ظهور الدولة الوطنية - القطرية- التي تمثل إمتدادا للحركات التحررية، و أقامت شرعيتها عليها، و كانت هذه الدول الحديثة العهد بالإستقلال ذات طابع سلطوي، بما فيها المجال الإعلامي، وإقتصر وظائف المجال الإعلامي المحتكر على ثلاث وظائف: التثقيف، الترفيه و الإخبار، وتحول الصحفي المثقف إلى موظف تابع للحكومة، ويمكن وصف المجال الاعلامي الذي زواج بين الوسائل المكتوبة والسمعية بصرية في هذه الحقبة بالجهاز السياسي الذي أوكلت له مهمة التنمية، يحمل الخطابات السياسية وإقتصر نموذج الإتصال على النموذج العمودي السلطوي، كما هيمن التلفزيون على المجال الميدياتيكي.

## 3- نموذج المجال الاعلامي المتعدد الفضاءات:

والذي ساد منذ منتصف التسعينات إلى يومنا هذا، وارتبط هذا النموذج بالتحولات الناتجة عن تطور وانتشار التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، ممثلة بالكمبيوتر وشبكة الأنترنت، وشبكات الهواتف الخلوية ، و خلط هذا النموذج بين مختلف الوسائط الاعلامية والاتصالية (صحافة مكتوبة، راديو، تلفزيون، إنترنت)، وأنتجت الصورة التلفزيونية تداخل الأقطار الوطنية

ويلخص "الصادق الحمامي" تطور المجال العمومي في الوطن العربي في الجدول التالي:

المحلية (محلي-عربي- قومي)، كما تعربت فضائيات أجنبية ليضاف قطرا آخر عالميا، وتمثل الفاعلون في مختلف الفئات : شباب، مثقفين، نساء، معارضين، حركات سياسية ...

جدول يوضح التطور التاريخي للاتصال والمجال العمومي في المجتمع العربي (28)

النموذج الأول: صحافة الرأي	النموذج الثاني: الاعلام السلطوي	النموذج الثالث: المجال الاعلامي المتعدد الفضاءات
من دخول المطبعة إلى منتصف القرن العشرين	من بداية منتصف القرن العشرين إلى بداية التسعينات	من بداية التسعينات إلى الآن
الوطن	الدولة-الوطن	الوطن-العالم العربي-العالم
المطبعة-الورق	الشبكة الهيرتزبية-الإذاعية التلفزيون	التكنولوجيا الرقمية: فضائيات + إنترنت + الهاتف الجوال
الصحيفة	الإذاعة + التلفزيون	كل الوسائط إذاعة + صحافة + التلفزيون + الانترنت + الهاتف الجوال
المثقف	الزعيم + النخبة	الزعيم+ النخبة + المثقفون + الجمهور المؤسسات و الجماعات المنظمة و غير المنظمة
نخبوي: الجدل الفكري و السياسي	مركزي : التعبئة الإيديولوجية	غير مركزي: التعبير الفردي، الاتصال السياسي، الدعاية، الجدل الفكري
المتعلمون+ المثقفون	الشعب	الجمهور
التحرر+ الهوية	التنمية + بناء الدولة	الحرية+ الاختلاف
الرأي	خطاب الدولة	الأخبار+ الرأي+ الترفيه
الرقابة(المستعمر)	الرقابة(الدولة)	رقابة الدولة+ الحرية
خاص	عمومي	خاص + عمومي

### 3-2- "الاعلام الجديد" المجال العمومي "العربي" الجديد

أعدت الانترنت - وخاصة الواب 2 من خلال مختلف تطبيقاته أو ما إصطلح عليها الاعلام الجديد - التوازن- ولو نسبيا- في العلاقة بين المرسل والجمهور في ظل المفهوم الجديد للجمهور

الإيجابي، فتوصف المرحلة الحالية بـ " ما بعد التفاعلية" *post- interactivité* التي أعلنت عن إنتهاء عصر السيطرة، سيطرة رجالات السلطة والاعلام والإقتصاد على المحتوى الإتصالي، بظهور فاعلين جدد على الساحة الإعلامية من خلال الفضاء الافتراضي.

ففي غياب العلنية جاء هذا الوسط الذي يوصف بالجديد لتجري فيه مناقشة الحياة السياسية للدولة ، و أدوات هذا النقاش هي مختلف أشكال التعبير من خلال النصوص الفائقة والوسائط المتعددة *multimédia*، وهنا تطرح إشكالية " الأمية التقنية" ، فعدد الأميين الذي يفوق الربع يمثل عائقا كبيرا أثناء الحديث عن المعلوماتية والتكنولوجيات الحديثة وعلاقتها بالمشاركة السياسية في الوطن العربي.

وبالرغم من ذلك، تشير الإحصائيات إلى أنه يوجد حوالي 05 مليون مستخدم للفايس بوك في مصر، حيث زاد عدد المستخدمين بمليون مستخدم بعد ثورة "05 يناير" و 03 ملايين في السعودية ونحو 03 ملايين في المغرب و 02 مليون في تونس، الجزائر لديها حوالي 06 مليون مشترك في الأنترنترنت وحوالي 1.5 مليون مستخدم للفايس بوك. (29) بالإضافة إلى المدونات التي عرفت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة .

و يشير تنامي ظاهرة المدونات في العالم العربي إلى حركة التملك الإجتماعي للتكنولوجيات الجديدة للمعلومات والإتصال التي وإن كانت تخضع في عملية تشكيلها إلى البيئة الثقافية العربية وإلى محداداتها، فإنها تتوافق مع ثقافة الشبكة التي تقوم أيضا على أبعاد كونية، هكذا تشير ظاهرة المدونات إلى نوع جديد من الإستخدام الإجتماعي للشبكة، لا يقتصر على الممارسات الإستهلاكية (الإبحار ، القراءة...) ويحيل تعاطف ظاهرة المدونات من جهة أخرى إلى تنامي ثقافة سياسية جديدة تتيحها إمكانيات المشاركة الواسعة التي تسمح بها الشبكة التي تيسر ظهور الفرد في المجال العمومي. (30)

وأصبحت هذه المواقع فاعلا في الحراك السياسي وتشكيل الرأي العام، فعلى سبيل المثال أصبح المدونون في مصر قادرين على تسيير مظاهرات في شوارع القاهرة وهو ما تعجز عنه أحزاب المعارضة السياسية، حتى أن بعض الباحثين المصريين أطلق عليهم حزب الفيس بوك... (31) فالمجتمع المدني العربي المتعطش للحرية يجد في المواقع الإجتماعية والمدونات مقاهي وصالونات إفتراضية، أقل تكلفة.

حيث يسمح توظيف الأنترنترنت بخلق فضاءات النقاش العلني بعيدا عن استراتيجيات المشهدة، وتمثل التفاعلية آلية مثلى للكشف عن تنوع الخطاب والإنتفاخ على الآخر، وتبين تجربة المواقع الإعلامية العربية التي أدمجت آليات التفاعلية (منتديات الحوار، التعليق على المقالات...) أنها تضمن إمكانيات وافرة للحوار والنقاش، وتساهم

التفاعلية على هذا النحو في الحد من سطوة الآراء المسبقة والنمطية، كما تعطي الأنترنت صورة جديدة وغير منمطة عن المجتمع العربي بإعتباره مجتمعا متنوعا تتعدد داخله صورة الآخر وتمثالات العلاقة معه<sup>(32)</sup>.

لكن تغير أدوات النقاش و تعددها لا يضمن تعدد الآراء و النقاشات، حيث يرى "محمد قيراط" أن هذا "الإعلام الجديد" غير قادر على تحقيق ما فشل الإعلام التقليدي في تحقيقه، وهو إيجاد فضاء فكري لنشر الديمقراطية، موضحا بقوله: "صحيح أن الإعلام الجديد يقدم حلولاً كثيرة ووسائل و قنوات جديدة للاتصال والتواصل ومنابر جديدة للنقاش و الحوار، لكن هذا لا يكفي إذا لم تتغير العقلية" وأكد أن إنتشار الإعلام الجديد في العالم العربي بحاجة إلى بيئة تتفاعل بإيجابية مع هذا النوع الجديد من الإعلام، وبحاجة إلى جمهور متعلم ولديه الثقافة الإعلامية والثقافة التكنولوجية اللازمة...

فاستخدام تطبيقات الأنترنت لا يعني بالضرورة حسن توظيفها لتحقيق أهداف و غايات ذات مصلحة عامة، "فإذا كانت الديمقراطية غائبة فليس بمقدور التكنولوجيا الحديثة إرساءها"<sup>(32)</sup>، فنجاح "أوباما" في الانتخابات وتكوين تأييد عام، لم يكن بسبب التكنولوجيا، فهي مجرد وسيط مساعد.

ومن تأثيرات الأنترنت الكبرى فقدان الخطاب العربي عن الذات والآخر طابعة المؤسسي والنخبوي المحض، إذ ظهر خطاب متنوع وغير خاضع للضوابط الكلاسيكية (السياسية والفكرية). ذلك أن الأنترنت عاملا من العوامل الحاسمة في تغيير أنظمة الاعلام والاتصال في العالم العربي، ورغم الإستخدام الاجتماعي المحدود نسبيا للشبكة، إذ تساهم الأنترنت في تشكيل ما يمكن أن نسميه "مجالا عموميا عربيا"<sup>(34)</sup>

### 3-3- الفضاء الافتراضي العربي بين الحرية و الرقابة

تظهر تحولات المجال العمومي العربي في نهاية السيادة الإعلامية أو السيطرة (سيطرة الدولة على المضامين الإتصالية) و نهاية الجغرافيا بإلغاء التزاوج بين المجال الإعلامي و الجغرافي، إلا أن هذه التغيرات شكلت هاجسا بالنسبة للنظم السياسية العربية السلطوية وشبه السلطوية خصوصا في ظل تداعيات الحراك العربي وموجات التحولات تجاه الديمقراطية، حيث لجأت بعض الدول إلى فرض سيطرتها على الأنترنت، عن طريق الرقابة، من خلال حجب بعض المواقع أو التحكم الشديد في تدفق الأنترنت - ما يعرف بترشيح الأنترنت-، كما هو الحال في سوريا حيث تم حجب موقع الفيس بوك.

فالدولة -العربية- تريد من الأنترنت برنامجا لا فقط للتنمية والتطوير من أجل مجتمع المعرفة، بل تريده أيضا برنامجا لتشغيل أجهزة الدولة، لا نقصد هنا التشغيل الإداري، وإنما تفعيل رموز الدولة وتحديث خطابها كما كان للتلفزيون في الماضي دورا من هذا القبيل، إنها تريد الأنترنت تحت رقابتها وسيطرتها خاضعا لمؤسسات الرقابة الإعلامية التقليدية.<sup>(35)</sup>

### 4- مستقبل الفضاء العمومي في ظل الإعلام الجديد:

ألفت هذه الوسائل الجديدة للإتصال إحتكار المجال العمومي الذي مارسه البرجوازية في الدول الغربية لقرنين من الزمن، وإتسعت الدائرة لتضم فئات جديدة إستطاعت التعبير عن رأيها، وتبرز الإنترنت كوسيلة إتصال متعددة النماذج حسب بيتر دهاغرين Peter Dahlgren (36).

كما يصف بوديار هذا الواقع والتزواج بين الواقعي والإفتراضي بالواقع الفائق hyper-reality، هذا الواقع الذي غير محتوى الإتصال الفعال تغيير كثيرا بفعل وسائل الاعلام التي أصبحت تعتمد على الوسيلة بحد ذاتها، على حسب تعبير ماك لوهان MC Luhan "the message is the medium" الرسالة هي الوسيلة، وتغير هذا المفهوم إلى "the message is the message" بمعنى أن الرسالة تقوم بالتدليك، تدليك العقول.

وكما لاحظ دومنيك فولتن Domonique Wolton "أنه منذ خمسين سنة إختلط كل شيء وضاع الجوهر، فقد بات في إمكاننا الحديث في كل شيء تقريبا في الساحة العامة دون طابوهات، لكن من غير تبادل الحجج، حيث هناك إكتفاء بالتعبير الحر (37).

فالمصحافة والإذاعة والتلفزيون والأنترنت ما هي إلا منابر ووسائل لتبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع وهي بذلك القنوات الإستراتيجية للفضاء العام، إذ يعتبر هابرماس Habermas في نفس السياق أن الآداب كانت مسؤولة عن نشأة المجال العمومي، بفضل الصحف التي أنشأها المجال العمومي المتأدب؛ في إشارة كذلك إلى "الدور الجوهرية الذي لعبته وسائل الإعلام المكتوبة في الانتشار المبكر لنماذج إقتصاد السوق بعيدا عن مرتعها الأصلي، كما أن الطرق التجارية التي كانت تنقل مسافات بعيدة كان لها دور الريادة في نقل المعلومات والأخبار بنفس القدر الذي كانت تنقل فيه البضائع، كان التجار يحتاجون إلى المعلومة الثمينة بخصوص الأثمان والطلب، لكن الصحف التي كانت تستجيب لهذه الحاجة بدأت تقدم معلومات متفرقة أخرى، ساعدت نفس الصيرورة على توسيع القراءة بوتيرة سريعة وعلى إعتقاد وسائل جديدة؛ مثل الحروف المطبعية التي أصبحت قناة نشر معلومات عمومية في بورصة القيم" (38) وتطورت هذه الوظائف مع تطور وسائل الإعلام التي رأى أنها تساهم في عملية التلاعب بالحشود والجماهير وجعلهم مستقبلين سلبيين ومجرد مستهلكين وبذلك تحولت وظيفة الإعلام من إشراك الجماهير في المجتمع كمواطنين سياسيين وإدماجهم في العمل السياسي وفي الشأن العام والمساهمة في مناقشة قضايا المجتمع والمشاركة في صناعة القرار إلى مجرد وحدات استهلاكية في عالم معولم. وفي الإطار ذاته يقول جون بودريار Jean Boudriare في كتابه "نقد الإقتصاد السياسي" : إن تأثير وسائل الإعلام في العلاقات الاجتماعية لا يتأسس على اعتبارها حاملة لمضامين، بل هو قائم في تركيبها للعمليات التي تقوم بها، فهذه العلاقات لا تنتمي إلى سجل الإستغلال، بل إلى التجريد، والفصل، وإلغاء التبادل المجرد. فوسائل الإعلام ليست معاملات بل هي مستجيبات للأيدولوجيا. فهذه الوسائل ليست ثورية في غاياتها، بل أبعد من ذلك فهي ليست عمليا أو افتراضيا، محايدة أو غير مؤذلة، توهمات وضعها التقني، أو قيم الاستخدام الاجتماعي المرتبطة بها، إن ما يميز وسائل الإعلام الجماهيرية، هو أنها ضد التوسط مكتفية بذاتها، وتنتج

للإتصال إذا قبلنا بتعريض الإتصال باعتباره تبادلا وفضاءً تبادلياً قائما على الإرسال والتلقي أي بمعنى فضاءا للمسؤولية ، هذه المسؤولية ليست ذات طبيعة نفسية أو أخلاقية بل هي إرتباط تبادلي شخصي بين طرفي الإتصال ضمن عملية تبادل.

وقد تبنى هابرماس Habermas نظرة تشاؤمية بخصوص علاقة الفضاء العمومي بتكنولوجيات الغلام والإتصال، حيث يرى مصير هذه الظاهرة هو التآكل، وبالتالي تمييع الموضوع الأساس ألا وهو الديموقراطية. حيث تحولت الفضاءات العمومية -حسب هابرماس- إلى مجال للتأثير السياسي وللتسويق وللبحث والهيمنة، فإنتقل الإتصال من وسيلة للتفاهم والإتفاق والنقاش للوصول للحقيقة، إلى إتصال يكرس الهيمنة. كما اعتبر أن وسائط الإعلام تستقطب جمهور المشاهدين والمستمعين ولكنها في ذات الوقت تسلبهم المسافة التحريرية أي إمكانية الحجاج والكلام والنقض. إن إستعمال جمهور القراء للعقل يندثر لصالح " الآراء حول الأذواق والميول التي يتبادلها المستهلكون".

وعلى العكس من المتشائمين بسبب بروز الخطاب الحميمي في المجال العمومي، فإن دومنيك فولتون wolton يرى أن المجتمعات الغربية تواجه مسألة إعادة النظر في مكانة هذا الخطاب الذي كان حاضرا و لكن في شكل "عقلاني، لائكي، سياسي".

وبالنسبة للمنطقة العربية، لا يؤدي التنوع الإعلامي والميديا الجديدة إلى تشطي الجمهور فحسب، ولكن كذلك إلى تشطي المجال العمومي، حيث أتاحت الوسائط الإعلامية الجديدة وسائل التعبير العمومية لفئات كانت مهمشة ومحرومة كالشباب، وتمثل ميزة الحرية و غير المركزية للأترنت متغيرا أساسيا لإنهاء سيطرة الدولة والنخب المرتبطة بها على أنظمة الإتصال العمومي، وهكذا غيرت الإنترنت كثيرا في المجال العمومي، حيث يشهد وفرة لا مثيل لها في تنوع الخطابات السياسية، إيديولوجية، دعائية، فكرية، ثقافية، وحتى شخصية حميمية الصادرة من أطراف -منتجين- هي الأخرى متنوعة من أفراد مستخدمون، صحفيون مهنيون، جمعيات ، منظمات، حكومات، أحزاب، وغيرت الأترنت الخطابات والسياقات السياسية والفكرية الثقافية بشكل عام.

#### خاتمة

تعتبر عملية البناء المفاهيمي ضرورة للتأسيس العلمي لكل عمل يسعى أن يحفز ملكة الغرابة في إتجاه تجاوز الأحكام المسبقة والعادات التفكيرية، فالنشاط العلمي "إرتباط نظري وثيق" كما يؤكد ذلك شلانغر . SCHLANGER .

ويعتبر مفهوم الفضاء العمومي من خلال هذا الطرح من المفاهيم ذات الأهمية النظرية في بحوث الإعلام والاتصال الفرنكوفونية والأنقلسكسونية على حدّ سواء، رغم أنه لا يزال مسلكا بحثيا مهجورا لصالح المسالك البحثية التقليدية ذات المردودية السياسية والمنفعة العاجلة. هذا المفهوم الذي يعد إكتشافا كانطيا وإستراتيجية فكرية لدى مدرسة فرانكفورت عرف العديد من التحولات خاصة مع ثورة الإتصالات والإعلام التي شكلت فتحا جديدا في المفهوم لأنها وسعت من هذا الفضاء وسمحت بإثرائه وتنوعه مما عزز قيم المشاركة والتفاعل في



المجتمع وساهمت بإنبثاق فضاء يسمح فيه للمواطنين بإنتاج روابط إجتماعية وسياسية و يعيدون صياغته من جديد، منتجون بذلك ممارسات جديدة للمؤانسة .

إن إسقاط مفهوم الفضاء العمومي بما يحمله من تحولات ورهانات على المنطقة العربية التي تتميز بدورها بجملة من التراكمات الفكرية والثقافية وتراث يزخر بمقومات النقاش والمشاركات الفكرية التي يجب أن تضع الحفاظ على هوية المجتمع وتماسكه الثقافي أهم أهدافها، وفي ظل هشاشة العناصر الأساسية التي تشكله، مثل: المجتمع المدني، المواطنة، الحرية والديمقراطية، والمشاركة السياسية، والخدمة العمومية في مجال الإعلام، والفصل بين ما هو خاص وما هو عام، شكل صعوبة في تبلور فضاء عمومي بالمفهوم الهابرماسي من حيث هو ناتج عن العقل، ولكن مع مجيء الفضاء العمومي الافتراضي في تجلياته الواسعة كالمنتديات والشبكات الإجتماعية وفي مقدمتها الفاييس بوك، أعطاهم راهنية وحيوية خاصة بعد الأحداث المهمة التي وقعت في المنطقة، أين تحولت هذه الفضاءات إلى أماكن للتحرر والإلتزام الجماعي ومساحات للتعبئة من أجل الإنتقال الديمقراطي، وعلى إمتداد الوطن العربي من المحيط إلى الخليج تبدو إنعكاسات الإعلام الجديد واضحة للعيان، فهو باختصار مرحلة إنتقالية من الركود إلى الحركة، من الإنسيابية إلى القيادة، وبالتأكيد مرحلة إنتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني .

يمكن القول إننا نشهد في زمن الإعلام الجديد و الوسائل السوسيو-تقنية ميلاد فضاءات عمومية جديدة أثبتت قدرتها على أرض الواقع في المنطقة العربية، و نجحت كمنابر في التفاعل الإيجابي مع مختلف سياقات الحراك العربي الراهن .

الهوامش:

1. عاشور فني، تحولات الفضاء العمومي ،مدونة فضاءات الكترونية متاح على :

[http://www.fenni-dz.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=73:2012-07-02-19-31-43&catid=53:2012-06-24-00-05-03](http://www.fenni-dz.net/index.php?option=com_content&view=article&id=73:2012-07-02-19-31-43&catid=53:2012-06-24-00-05-03) سا 13:42، 2014-3-26، شوهده يوم

2. محمد نور الدين افايه:الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة . نموذج هابرماس"، ط. 01، إفريقيا الشرق، ص94 .
3. Foucault Michel: surveiller et punir , naissance de la prison , Gallimard , Paris, عن: عفاف زقور: الفضاء العمومي وأبعاده بمدينة الجزائر، منشورات CRASC، الجزائر ، 2013 ، ص123 .
4. Fancis Balle :lexique information commuication, Dalloz, paris,2006,p.170 عن: أدريس بولكعييات، ليلي بولكعييات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي،(الاتصال السياسي في الجزائر)مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة،قسنطينة،2010،ص.57.
5. Fancis Balle: dictionnaire des medias, la Rousse, Paris, 1998,p.92.
6. الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، الميديا الجديدة(الابستمولوجيا والاشكاليات والسياقات)، المنشورات الجامعية ،منوبة-تونس،ط.01،2012،ص.231.
7. : المرجع نفسه،ص.261.

8. : أدريس بولكعييات، ليلي بولكعييات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي،(الاتصال السياسي في الجزائر) ، مرجع سبق ذكره، ص.59
9. Daniel Bougnoux: introduction aux sciences de la communication ,casbah éditions, alger,1999,p.90.
- 10.محمد ناشي، الفضاءات العمومية ضمن السياق المغاربي : عناصر من بناء إشكالية سوسيو تاريخية، منشورات CRASC، الجزائر، 2013، ص 26.
- 11.المرجع نفسه ، ص 27 .
- 12.Calhoun Craig: civil society and public sphere, public culture, 1993, p 269.
- 13.Daniel Bongnoux ,introduction aux sciences information et de communication, op. cit. , p 90.
- 14.محمد قيراط، بين وهم الرأي العام ونهاية الفضاء العام، بوابة الشرق متاح على : <http://www.al-sharq.com/news/details/184089> ، شوهده يوم : 3-03-2014 ، 11:45 سا
15. المرجع نفسه.
- 16.: Remy Rieffel: sociologie des médias, ellipses, Paris 2° édi.,2005, p.46.
- 17.جمال الزرن، "أنسة" أو الثقافي في تكنولوجيايات الاتصال والفضاء العام، متاح على <http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2007/4/192019.htm> ، شوهده يوم 27-3-2014 ، 09:45 سا .
- 18.عامر ابراهيم القتندلجي: الاعلام و المعلومات و الانترنت، الطبعة العربية، عمان،الأردن،2013،ص.350<sup>1</sup>
- 19.:المرجع نفسه، ص.358.<sup>1</sup>
- 20.:Francis balle: médias et société, Montchrestien ; L extenso, Paris, 15° édi., 2001, p.260.
- 21.صلاح محمد عبد الحميد: الأعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة، ط.01،2012، ص. ص. 96-97.
22. محمد لعقاب: المواطن الرقمي، دار هومة، الجزائر، ط.02،2013، ص.11.
23. الصداق الحمامي : الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره،ص.196
24. المرجع نفسه، ص.195.
25. المرجع نفسه، ص.229.
26. المرجع نفسه، ص.236.
27. المرجع نفسه،ص.244
- 28.المرجع نفسه، ص.254 .
- 29.محمد لعقاب: المواطن الرقمي، مرجع سبق ذكره،ص.11.
30. الصداق الحمامي: الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره،ص.238.
31. مي العبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره ص.188
32. المرجع نفسه، ص.217.

33. زهير كرور: الاعلام الجديد و الديمقراطية،(الاتصال السياسي في الجزائر) مخبر علم إجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،فسنطينة،2010،ص.53.
- 34.الصادق الحمامي: الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص.213.
- 35.صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، مرجع سبق ذكره،ص.152.
- 36.Remy Rieffel: sociologie des medias, op. cit. ,p. 43.
- 37.Dominique Wolton: penser la communication, Flammarion, paris,1997,p.164
- عن أدريس بولكعبيات، ليلي بولكعبيات : التكنولوجيا الجديدة للاتصال و إعادة بناء المجال العمومي، مرجع سبق ذكره،ص.67.
- 38.محمد المصباحي، فلسفة الحق كانط و الفلسفة المعاصرة"، مفهوم الفضاء العمومي بين كانط وهابرماس " منشورات كلية الآداب . الرباط، 2007، ص94 .

