

الإعلام الجديد وإدارة الأزمات في الوطن العربي

مقدمة

على مر العصور شكلت ثلاثية (وسائل الإعلام والاتصال/الجمهور/الأزمات) تلازما حضوريا في الأحداث الإنسانية، وعندما يقع التهديد بأنواعه، أوفي ظل ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي ووقوع الكوارث والأزمات التي تمس النظام العام، يجد الجمهور نفسه محاطا بهالة من الغموض تدفعه دفعا نحو الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال لخلق مكانة ثابتة لهذه الملمات وإيجاد التفسير المناسب لها.

من هذا المنطلق جاء مصطلح "إعلام الأزمات" الذي يراد به تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها واحتواء الآثار السلبية لها مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور بالقدر الكافي، من خلال وضع أسس لتغطية إعلامية رشيدة واضحة المعالم تعتمد على التخطيط والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية لتوحيد الخطاب وإنتاج رسائل متوافقة في إطارها العام من أجل التصدي لأي شائعات تجدد في هذه الأزمات تربة خصبة لانتشارها.

وإن رجعنا إلى واقع الإعلام والأزمات في الوطن العربي إلى وقت ليس ببعيد كانت وسائل الإعلام الحلقة الأشد ومصدر التوتر الكبير والقلق الدائم في الصراع والأزمات والكوارث والأوبئة والحروب القائمة، وكان المشهد الإعلامي - العربي منه خاصة - معها يضحي أشد حلقة وقاتمة، حين يكبل الإعلام ووسائله بأغلال الرقابة الصارمة والتعطيل والمصادرة والمعاقبة التي تستهدف تجريم الرأي، وتقيد بقيود ذات منطلق غريب وناموس عجيب أوشكت أن تصبح الحقيقة معه مسخا مشوها وهلاميا إلى حد مخيف

غير أن ميلاد الإعلام الجديد، أو الإعلام الشعبي... على اختلاف تسمياته، كسر القاعدة واسقط احتكار الفاعلين ونجح في إنشاء فضاءات جديدة لممارسة إعلامية واتصالية أكثر ديمقراطية لم تكن موجودة من قبل، زحزحت سقف التعبير الضيق الذي كرسته مؤسسات النظم الحاكمة وثقافة المجتمع التقليدية، وأنشأت معها نوعا من الليبرالية التضامنية التي يقف أصحابها في تماسك وتلاحم قويّ ضد ممارسات التقييد، والمؤسسات التي كانت تستمد قوتها وسلطتها ضمن الفضاء السياسي والاجتماعي والثقافي التقليدي، وجدت نفسها مخرجة وتواجه تحديا كبيرا أفقدها الكثير من أهميتها ومركزيتها .

إن قوة الإعلام الجديد ونجاحه المتواصل مستمد من قدرته على منح الأفراد أدوات عصرية لفرض ذواتهم وبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم عن الآخرين دون أدنى إكراه أو مضايقة أو قيد ، ولم يعد بذلك الحديث يقتصر عن إعلام الجماهير بل كذلك عن جماهير الإعلام إن صح التعبير فغرف الدردشة وصفحات الفاييس بوك، واليوتيوب، والتويتز... الخ. غدت اليوم امتدادا طبيعيا لحواس كثير من الأفراد، وارتبطت بهم ارتباطا حميما أوصلت واقعهم الجديد(الافتراضي) بواقعهم المعيش بكل أبعاده الاجتماعية والثقافية والسياسية والرياضية وغيرها.

ولم يكتف الإعلام الجديد وتقنياته الباهرة بالسماح لكل من المرسل والمتلقي بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي تصنعه للجماهير وتشارك في إنتاجه ونشره في ذات الوقت إلى الملايين من المتلقين في كامل المعمورة، أيا كان هذا المحتوى نصا مكتوبا، أو صورا ملتقطة، أو أفلاما مسجلة قصيرة وطويلة ... من غير رقيب أو قيد أو وازع كان.

لقد أسس هذا النمط الإعلامي الجديد مفهوم "الجمهور النشط" بكافة أبعاده، ومفاهيم أخرى جديدة لم تكن من قبل كما "الديمقراطية الالكترونية"، و"إعلام المجتمع"، و"صحافة المواطن"، و"إعلام النحن" we media أو "الإعلام الشعبي" الذي يقوم فيه المستخدمون أنفسهم بإنتاج وتحرير مضامينهم الإعلامية المصورة بكاميراتهم الشخصية أو المقتبسة من وسائل ووسائل إعلامية أخرى ونشرها للملايين من دون أي تكلفة مالية.

إن هذه الاستحقاقات التقنية المذهلة والتحويلات الثقافية والاجتماعية النوعية التي أحدثها الإعلام الجديد، لا ينبغي بأي حال من الأحوال أن تعفينا من الوقوف والتفكير في الإشكالات والتحديات القيمية والقانونية والأخلاقية التي فجرها وكان لها عظيم الأثر على الكيان المجتمعي والبناء القيمي في الحياة وفي أشكال السلوك، وبخاصة في مجتمعاتنا العربية الإسلامية - ذات الخصوصية القيمية والعقيدية والتي تبدو أنها مازلت تعيش تحت وقع الصدمة والانبهار بهذا المولود، وهي مكرهة ومجبرة أكثر فأكثر على اعتماد تقنياته وتملكها كشرط أساس لوجودها وبقائها... - التي لن تكون دون شك بمعزل عن هذه التحويلات والتحديات.

ولعل " أزمة مباراة مصر والجزائر" التي اخترناها كأنموذج للوقوف على حجم وخطورة هذه التحديات، وما دار إثرها في صفحات الفيس بوك، والتويتر، وغرف الدردشة، وتنزيلات اليوتوب، والمدونات من انفلات خطير وغير مسبوق في السلوك والأفكار وخروج على جادة الصواب وكل الضوابط والقيم، وصل ببعض فئاتها إلى فقدان البوصلة بين البلدين الشقيقتين، خير دليل وشاهد على ذلك .

لقد شكلت ولا تزال هذه المباراة، سابقة لا مثيل لها في تاريخ العلاقة بين البلدين على جميع الأصعدة والمستويات الشعبية والسياسية والنخبوية.

بدأت بمناوشات بسيطة بساطة وسائلها ومنفذيها، لتتطور في ظرف قصير جدا بفعل رواسب دفيئة ومواقف غير مسؤولة- من الطرفين- كان للإعلام دورا بارزا إن لم نقل حاسما في تعميق شرخها ومد شرارتها، فتحوّلت إلى سباب وشتيم وعدوان (...). وتناول نال أقوم مقومات الهوية الإسلامية والعربية التي جمعت الشعبين أزيد من خمسة عشر قرنا خلت.

لقد تمخضت على إثر هذه الواقعة الكروية تداعيات وآثار لا تزال إلى اليوم تبعاتها قائمة بين البلدين، شملت ممانعة سياسية وصلت حد استدعاء السفراء، وقطيعة علمية طالت مقاعد الجامعة والأساتذة الباحثين (...). وتتابع آثارها وتوالت تداعياتها لتسقط بأكبر الشركات المصرية المستثمرة في الجزائر مؤخرا، تحت ما أصبح يعرف إعلاميا بـ " قضية أوراسكوم".

وفي هذا السياق نورد بداية ملمحا بارزا مفاده، إن كان المحللون والمراقبون والأكاديميون وغيرهم يكادون يجمعون أن إعلام (البلدين) الفضائي والمكتوب بمواقفه السلبية كان الحلقة الأضعف، وبؤرة التوتر الحقيقي، ومشعل فتيل الأزمة، ومؤججها بل حلبة الصراع التي حوت المعركة، فإننا بدورنا اليوم نوجه الرؤية إلى أرض موازية أوسع وأكبر وأخطر دارت ولا تزال في جنباتها، حربا شرسة ضروسا أشد وقعا وخطورة وضراوة من سابقتها... بل ربما كانت السبب في تأجج الأولى لما لها من خصوصيات اتصالية وفنية جديدة وجريئة غير سابقة.

إنها ارض "الإعلام الجديد"، أرض "إعلام المواطن" و " صحافة المواطن" عبر مدونات المدونين، وتنزيلات اليوتوب، وصفحات الفيس بوك، والتويتر، وغيرها... ارض لا تشتري بمال ولا يحكمها قانون ولا تضبطها قيمة كانت.

إن خطورة الإعلام الجديد في مثل هذه المواقف الصعبة تزداد حدة بما يوفره لكل من "المرسل" و"المتلقي" من مساحة واسعة للحرية، فلا رقابة رسمية، ولا قيود مالية أو سياسية أو دينية أو أخلاقية ولا حتى قانونية يمكنها أن تكبح الأفكار أو

تكبل الممارسات أو تحجب عن الجمهور ما ينشر خارج الحدود عن طريق المصادر والإغلاق، بل بما يوفره من أدوات جديدة استطاعت أن تحدث إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر المدعم بالصورة الحية والمعبرة، من هذا المنطلق آثرنا معالجة موضوع " الإعلام الجديد" ودوره في إدارة الأزمة في الوطن العربي، مستغلين أزمة مباراة مصر والجزائر وما تعقبها من تداعيات كأنموذج للدراسة والتحليل، وذلك انطلاقاً من التساؤل الرئيسي الآتي :

ما الدور الذي لعبه " الإعلام الجديد" - وبالضبط تنزيلات المدونين على موقع يوتيوب كرافد أساس من روافده - في إدارة أزمة مباراة مصر الجزائر؟

وبرؤية أكثر استبصاراً ومسؤولية آثرنا في ضوء الإشكال المطروح أن نقارب دراسة أبعاد هذه الأزمة وفق التساؤلات العلمية الآتية :

- 1- ما طبيعة الأزمة بين البلدين الشقيقين كما حددها المدونون في تنزيلاتهم على موقع يوتيوب ؟
- 2- ما هي (الأسباب، طرق المعالجة،الحلول، الرؤى) التي أثارها المدونون من خلال تنزيلاتهم على موقع اليوتيوب ؟

- 3- ما القيم التي ركز عليها المدونون في سياق إدارة تفاصيل الأزمة بين البلدين ؟
- 4- ما حجم تفاعل الجمهور مع الموضوعات المثارة ؟ وطبيعة اتجاه هذا التفاعل.
- 5- ما نوع المادة الإعلامية التي فضل المدونون توظيفها لإدارة تفاصيل الأزمة عبر تنزيلاتهم على موقع يوتيوب ؟
- 6- ما هي القراءة النقدية- قيمية وإعلامية- التي يمكن أن توجه لهذا الدور الذي لعبه الإعلام الجديد في ظل الأزمة؟

ضبط المفاهيم الإجرائية

أ-الإعلام الجديد :

نميز بداية ضرورة الفصل المنهجي بين المفاهيم التقليدية للإعلام التفاعلي أو ما بعد الجماهيري التي برزت في التسعينيات تزامناً مع ظهور الانترنت والفضائيات¹، وبين الإعلام الجديد الذي رافق ظهور الجيل الجديد من الانترنت أو الويب 2.0، وهي تقنية ذكية أدت إلى تغيير جذري في سلوك الشبكة العالمية"انترنت" وساهمت في تطوير الجماعات الافتراضية والخدمات المستضافة عبر ها، ونحن في دراستنا نركز في المفهوم على هذا الأخير.

فالإعلام الجديد (New media) أو إعلام المجتمع (Social media)، أو إعلام المواطن (media citizen) مصطلحات تشير إلى مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيا الحديثة، التفاعل الاجتماعي، صناعة المحتوى، والتي تستخدم الذكاء الجماعي في جو من التعاون على الشبكة، حيث يقوم المستخدمون بصناعة محتويات الويب وتنظيمها وفهرستها وتعديلها والتعليق عليها، أو دمجها مع إبداعاتهم الخاصة.

¹ الانترنت القديمة بنيت على أساس التركيبة العلائقية " one many relationship " " واحد -متعدد " أو ما يعني موقع انترنت واحد لعدد كبير من المستخدمين، وعلى هذا المفهوم تم بناء أغلب مواقع الانترنت منذ تأسيسها ينظر : أشرف أبو جلالة : web 2.0 تقنية جديدة ترمز للجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية .(على الخط) . http://www.elaph.com/technology/2009/6/453190.htm الأحد 21

ويقوم الاعلام الجديد على حاليا على مجموعة من التطبيقات الرئيسة وهي : (الشبكات الاجتماعية social network)، (المدونات blogs)، (الويكي wikis)، (البود كاست podcasts)، و(المنتديات forums).

الإعلام الجديد: هو مجموعة من التطبيقات والأرضيات "Platforms"، ووسائل الإعلام على الشبكة والتي تهدف لتسهيل التفاعلية، التعاون على بناء المحتويات ومشاركتها لذا فالإعلام الجديد يمكن التعبير عنه كما يلي :

الجديد الجانب الإعلامي من الويب 2.0، وهو ليس بثأ أحيادي وتلقائيا إجباريا مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديمة، ولكنه تفاعل يتيح للمستخدم مشاركة المحتويات ليس بالرأي فقط بل بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة، عن طريق التطبيقات مفتوحة المصدر.

ب- إدارة الأزمة:

تعرف إدارة الأزمات بأنها" فن إدارة السيطرة من خلال رفع كفاءة وقدرة نظام صنع القرارات سواء على المستوى الجماعي أو الفردي للتغلب على مقومات الآلية البيروقراطية الثقيلة التي قد تعجز عن مواجهة الأحداث والمتغيرات المتلاحقة والمفاجأة وإخراج المنظمة من حالة الترهل والاسترخاء التي هي عليها"¹.

كما تعرف بأنها العملية المنهجية التي يتم بموجبها إعداد الاستجابات المطلوبة للأحداث والكوارث التي لا يمكن التنبؤ بها لمنعها من التصعيد أكبر².

ونحن هنا نساير تلك التعاريف مؤكدين على المراحل الأساسية الآتية لإدارة أي أزمة 1- تشخيص دقيق وفهم سليم للأزمة ، وأسبابها.

2- تحديد إستراتيجية التعامل مع الأزمة في مراحلها المختلفة.

3- ضبط آليات ووسائل الحد من تفاقم الأزمة.

4- تحديد الحلول والبدائل الممكنة.

5- اختيار أفضل البدائل.

ج- الوطن العربي :

مصطلح سياسي يطلق على منطقة جغرافية ذات تاريخ ولغة وثقافة ودين مشترك تمتد من المحيط الأطلسي غرباً إلى بحر العرب والخليج العربي شرقاً، شاملاً أغلب دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التي تنضوي في جامعة الدول العربية.³

د- المدونون :

¹ أبو مروان : خطوات إدارة الأزمات(دورة التفاعل مع الأحداث).مجلة الجزيرة، الثلاثاء 2002/10/30/(على الخط)،

<http://ikhwanwayonline.maktoobblog.com/1454301/>، في 18 نوفمبر 2008 الساعة: 18:51 .

² Dr. Zeenat Ismai : social) social psychology crisis management.(en line) ,

www.scribd.com/doc/13135198/Crisis-Management.28/09/2010.10:30 h

³ ويكيبيديا الموسوعة الحرة: (على الخط)، <http://ar.wikipedia.org/wiki>، الاربعاء 2010/10/29، 10:00 سا.

نسبة إلى فعل التدوين وهم الأشخاص الذين يقومون بفعل التدوين من خلال كتابة التعليقات ونشر المواضيع وتنزيل مقاطع الفيديو والصور والأفلام وغيرها عبر الانترنت باعتبارها وسيلة النشر للعامّة ، ووسيلة للتعبير والتواصل ، واشتقاق المصطلح يرجع بنا إلى الحديث عن المدونات التي تعرف بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل على من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورته صفحة ديناميكية يقوم صاحبها بتسجيل يومياته فيها، تصحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة وتتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة، والموضوعات التي يتناولها الناشر في مدوناتهم تتراوح ما بين تنزيل مقاطع الفيديو، وسرد الخواطر، والإبداع الأدبي، والعلمي والتقني وغيرها.

هـ- موقع اليوتيوب YouTube:

وهو الموقع الأول التخصص عالميا في مشاركة مقاطع الفيديو ، وثالث أكبر موقع عالمي استخداما من طرف الجماهير على شبكة الانترنت بعد كل من "ياهو" و"جوجل"¹، يقوم على فكرة بسيطة هي : بث بنفسك او دع نفسك(broadcast yourself)، يتيح محتوياته للجميع ، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من مقاطع الفيديو التي يصورها المستخدمون بكاميراتهم، أو هواتفهم، أو ربما ينزلونها من مواقع الكترونية أخرى ... وكثير منها وقع إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسائل شخصية ... ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصور ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليه الفيديو بلوغينغ video blogging.

رابعا: نوع الدراسة ومنهجها

دراستنا تندرج ضمن الدراسات الاستكشافية وهي " تتمثل كما يعبر عنها اسمها في استكشاف مسالك البحث على غرار ما يفعل المغامر تقريبا الذي يستكشف بيئة لا يعرف عنها شيء"² ألزمتنا خصوصية الدراسة وإجراءاتها المنهجية ضرورة التزام منهج المسح الإعلامي، الذي جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين³.

واعتمدت الدراسة بشكل أساس في جمع بياناتها على استمارة أسلوب تحليل المحتوى الإعلامي، أو تحليل المضمون كما يحلو للبعض تسميته، والذي يعرف بأنه "تقنية بحث للوصف الموضوعي، منظم وكمي، لمضمون واضح للاتصالات هدفه التفسير" يسمح بدراسة "من يتكلم؟" أو "ماذا قال؟" أو "كيف قال؟"، أو "لمن قال؟" أو "بأي نتيجة؟" أو "في أي سياق".

سادسا: مجتمع الدراسة وعينتها

شكل مجتمع الدراسة كل مقاطع الفيديو المنزلة على موقع اليوتوب من خلال المدونين الجزائريين أو المصريين أو حتى غيرهم من العرب، والمتعلقة بمعالجة أزمة مباراة الإخوة الأشقاء الجزائريين والمصريين في الفترة من 14 نوفمبر 2009 إلى 30 ديسمبر 2009. وتم ضبط هذا التاريخ لعدة اعتبارات لعل أهمها :

¹ ينظر رضا عبد الواحد أمين : استخدام الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009، ص 520.

² أ.لارامي، ب.فالي : البحث في الاتصال عناصر منهجية . (تر) ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة قسنطينة الجزائر، 1425 هـ-2004 م، ص 239.

³ سمير محمد حسين : بحوث الإعلام الأسس والمبادئ . عالم الكتب، القاهرة، (دت)، ص 127.

- 14/ 11/ 2009 هو تاريخ بداية الأزمة فعليا

- بعد 30 ديسمبر تمت لقاءات أخرى بين البلدين بدورها شكلت أزمة أخرى.

- كإجراء منهجي لضبط العدد والتحكم بالتالي في نتائج الدراسة.

نظرا لخصوصية الدراسة وخصوصية مجتمعها وتعقده وغياب معالنه الدقيقة فقد تم استخدام العينة العشوائية البسيطة.

فلسفة الإعلام الجديد... وفضاءات الواقع العربي

أولا: مقارنة للتأسيس والفهم:

يشير مفهوم الإعلام الجديد بحسب قاموس ليستر إلى أنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير والصوت والفيديو، وبالرغم من صعوبة الوقوف على مفهوم دقيق وجامع وواضح المعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة باستمرار إلا أن الحقيقة المؤكدة أن كثيرا من الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد -الانترنت- التي قامت بدمج الوسائل الإعلامية المختلفة القديمة والجديدة في مكان واحد، وغيرت كثيرا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين.

لذا فالملح الأول الذي ينبغي الإشارة إليه زيادة على ما ذكر في التعريف السابق (قاموس لستر) هو ذلك التحول في العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، من إعلام الجماهير إلى ما يمكن أن نطلق عليه جماهير الإعلام أو ما يسميه محترفو الإعلام اليوم "بإعلام النحن" الذي يبدأ من قاعدة الشبكة الاجتماعية وينحوا قدما نحو القمة، مما ينذر بانتهاء ما كان يعرف إعلاميا بحارس البوابة Gate Keeper.

إن وسائل الإعلام التقليدية التي عاشت لسنين على وقع الاحتكار والتنافس بين مختلف القوى والنخب السياسية والثقافية، لأهميتها في صناعة الرأي العام والتأثير في مجريات الأحداث.. تجد نفسها اليوم مجبرة على التخلي عن تقليديتها لصالح نمط جديد أكثر ديمقراطية وجماهيرية في عملية الاتصال، فيه المتلقي يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعتقب ويستفسر ويعلق بكل حرية وجرأة.

إن صيرورة "الإعلام الجديد"، لم تسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات، بل أتاحت أيضا الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة -المدونات، وفضاءات الدردشة، ومنتديات الحوار... - تحول معها من "متلقي ساكن تقليدي" إلى "متلقي نشط" و"فعال" في العملية التواصلية، وهكذا ممارسات وخدمات ظهرت مصطلحات جديدة من قبيل الديمقراطية الإلكترونية، وصحافة المواطن (citizen journalism)، والإعلام الشعبي (society media)... وأخرى تحولت معها الشبكات الاجتماعية إلى وسائل للإعلام البديل.

وفي سياق التحولات التي مهدنا إليها يشهد الفكر الاتصالي المعاصر نقاشا وتحليلا جدليا حادا -في أدبياته- حول الدور الوظيفي والاستراتيجي الذي أضحى يؤديه الاتصال -الجديد- في تجسيد الطموحات، والمشاريع الحضارية من جهة، وقدرة الإطلاقات النظرية الحديثة -يقصد بها عملية التقييد والتنظير- على استيعاب وتأطير كل هذا الكم من الممارسات الاتصالية النوعية ومستقبلها، وفي هذا يشير جوديت لازار (Lazar Judith) أنه في ضوء اكتشاف نظم الاتصال ذات التأثير

التبادل يصبح من الضروري إعادة النظر في جميع النماذج والأساليب النظرية القديمة،¹ لذا نجد في ذات السياق طروحات الفلسفة النقدية المعاصرة وبخاصة افتراضات "هابر ماس" في تناوله مجال التواصل من الفضاء العام وكيفية تشكّل الرأي العام، حيث يرى أنّ الفضاء العام قد كان مجالاً أو ميداناً للتعبير عن الرأي الفكري والنقدي، ثم جاءت وسائل الإعلام لتحتله وتشوّهه، وتسيطر على مضمونه جاعلة منه دعامة للإيديولوجيا والمصالح. فبات من الضروري، مع تحوّل العلم والإيديولوجيا إلى أدوات للهيمنة، مساءلة الفضاء العام والتفكير من جديد في التواصل، وذلك من خلال تأسيس نظرية اجتماعية وثقافية في التواصل تسمح بالشروع في تفكير عقلي ونقدي جديد ومستقلّ في قضايا عصرنا، وهو أمر لا يتمّ إلا بواسطة نظرية "الفعل التواصلية" حسب هابر ماس.

وبتشديدها على أهمية "الفعل التواصلية الأفقي" بعيداً عن إرادة مؤسسات السلطة والهيمنة، تمثّل افتراضات هذه المدرسة اليوم إطاراً نظرياً مشجّعاً تمتد في ضوئه الفضاءات الافتراضية والشبكات الاجتماعية التي يمكن إدراجها ضمن سمات عصر ما بعد الحداثة المعاصرة .

لذا نفهم فلسفة الإعلام الجديد على اعتبار أنّها امتداد لسياق فكري -غربي- تجسد إما في طروحات المناهضين للثقافة المؤسساتية المهنية، والإعلام الموجه، والنظم الاستبدادية... وهم الذين ما فتئوا أن قدموا مشاريع فكرية موازية على غرار "الثقافة المضادة" في فرنسا على سبيل المثال التي تبلورت وعلى المستوى الإعلامي في مؤسسات مناهضة جديدة متعددة كصحيفة ليبراسيون و اتجاهات "سينما الموجة الجديدة"، والعديد من دور النشر المستقلة والإذاعات الهاوية والصحف والمجلات النقدية. أو في طروحات الأمريكيين - (Underground Medias فترة السبعينات) - المناهضين لمؤسسات الإعلام التقليدية الثقيلة والمهيمنة على الواقع السياسي والثقافي وحتى الذوق العام في المجتمع. وإجمالاً سواء كانت فلسفة الأوربيين أو الأمريكيين والرافضين من غيرهم أو حتى العفويين كما يحلو للبعض إدراجها فإن روح "الما بعد" والتحرر عن الالتزامات والقيود الأيديولوجية أو الاقتصادية أو حتى القيمة تبقى هي السمة الغالبة في بناء المشهد الإعلامي الجديد.

ويعتقد العديد من المهتمين بالاتصال أن الإعلام الجديد يشكل موضوعاً حديثاً يؤطر ضمن الارتدادات الفكرية ل"إيديولوجيا الاتصال" وآياتها كما يؤكد على ذلك كلا من فيليب بروتون ومثال ماتلار ، بل إنه يبدو في تعارض تام مع ما تبشر به هذه الإيديولوجيا. وبعيداً عن النظرة القيمة إزاء هذا الصنف من الإعلام حري بنا أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية والاعتراف بها بحثياً وتطهيرها ضمن تحولات المثل الجماعية التي تشقها العديد من الإفرازات- كما يشير إلى ذلك بارت- أو منتجة لسلطات رمزية خصوصية (L`Habitus) كما يذهب إلى ذلك بوردي².

فالإعلام البديل انعكاساً مضاداً للإعلام السائد، ورؤية تلخص جهود دعائه والمؤسسات العاملة على دعمه وتشريع حضوره في الحياة العامة والخاصة، وهنا نؤكد أن هذه الافتراضات إن كانت مقبولة على علاقتها في الفضاء الفلسفي والثقافي الغربي الساعي دائماً نحو التحرر والانفلات من كل المسؤوليات والقيود المؤسساتية والقيمية وغيرها، فهي غير

¹ محمد البشير بن طبة : الانترنت والبحث العلمي في العلوم الإنسانية (دراسة استكشافية بكليات العلوم الإنسانية بجامعة قسنطينة و ورقلة)، مذكّرة ماجستير(غير منشورة)، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2002/2003، ص 37.

² ينظر : جمال الزرن : صحافة المواطن عندما يصبح المواطن مرسلًا . المجلة التونسية للاتصال ، العدد 15-25 سنة 2009 .

مستساغة ولا تكفي وحدها لتشكيل إطارا للفهم والتفسير في مجتمعاتنا العربية الإسلامية - بخصوصيتها القيمية والعقدية - ما لم تتكامل مع افتراضات مقاربات أخرى أكثر تأصيلا، تساهم في تبيئتها ولعل نظرية الفيلسوف المغربي (طه عبد الرحمن)¹، الداعية إلى تفعيل بعد "التعبد في استعمال التقنية" والتي انطلق مؤسسها أساسا من نقد نظرية الفعل التواصلية لهاير مارس المشار إليها آنفا ، إلى جانب مقارنة "الحتمية القيمية في الإعلام" لأستاذنا الفاضل "عزي عبد الرحمن" القائمة على "التوجيه الثقافي والقيمي" للتقنية والتكنولوجيا تشكلا موحها هاما ثقافيا وقيما وإطارا مكملا للفهم نحو بلوغ - ما أسماه الأستاذ الدكتور عزي - "الكفاءة القيمية" التي تستدعي دمج التقنية في المنظور الثقافي القيمي للمجتمع، من خلال إدخال الثقافة في التقنية وليس تحويل الثقافة إلى تقنيات، ذلك أن ثلاثية الثقافة والقيمة والمعتقد تشكل الإبداع حينما تحضر بالتفاعل المبدع مع الوسائل المستحدثة².

إن فلسفة الإعلام الجديد مازالت تفتقد إلى كثير من التساؤلات النظرية المتعلقة بالبعد القيمي والثقافي في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، فضلا عن الإجابات المتعلقة بما يسمى إعلاميا "سوسيولوجيا المجتمع الرقمي" رغم وجود بعض المحاولات المهمة المقاربة خاصة في العالم الغربي ولعل أهمها دراسات "أنثروبولوجيا المجتمع الرقمي" عند كل من الأستاذان (Michel.Bauwens Salvino A.Salvagg) المشرفان على التكوين العلمي للباحثين في شهادة ماجستير تعدد الوسائط والتفاعلية بمعهد الدراسات العليا ببلجيكا، و اللذين خصصا جهودهما لمقاربة دراسة "سوسيولوجيا المجتمع الرقمي" من زوايا مختلفة على غرار (أنثروبولوجيا المجتمع الرقمي، الاقتصاد الرقمي، تأثيرات الثقافة الرقمية على كل من الهندسة والموسيقى، الدردشة وبناء العلاقات الإنسانية، بالإضافة إلى جمهورية الانترنت، وتحولات الكتاب الرقمي، وماهية العلاقة بين الروحي والرقمي، الصحة الرقمية، وغيرها من المواضيع).

ثانيا: الإعلام الجديد وجدلية الواقعي .. / الافتراضي :

يذكر الفيلسوف الفرنسي (بيار ليفي) - وهو أحد المولعين بموضوع أنثروبولوجيا الفضاء والمجتمع الافتراضي - في كتابه "الديمقراطية الافتراضية" أن تشبيك الحواسيب على المستوى الدولي أي في إطار اندماج تقنيات الاتصال وذلك بفضل لغة بروتوكول الانترنت الجماهيري، قد أدى إلى تبلور الاتصال الكوني بين البشر من كل أصقاع الأرض وانصهار المعرفة الإنسانية في إطار معرفة جماعية.

وقد أثار مشروع بيار ليفي الفكري في تصور مجتمع افتراضي قائم على تبني شبكة الانترنت، فضولا متناميا وجدلا حادا في أوساط الباحثين والأكاديميين بين ناقد ومتحمس، ولعل مؤلف المفكر الفرنسي فيليب بروتون "قدسية الانترنت" ردا من بين عديد الردود التي وردت على هذا المشروع الفكري والفلسفي المثير.

و من دون شك تطرح ثنائية "الواقعي والافتراضي" خاصة مع التطورات المبهرة لأدوات الإعلام الجديد توجسات كثيرة من حيث سلب الأوضاع الحياتية من الحواس والزج بها في عالم التجريد، والوهم وبالتالي محاولة تحرير المجتمعات والأفراد على

¹ وهي نظرية تخرج الانسان من طلب حظوظ السيادة إلى أداء حقوق العبودية لسيد الكون. للمزيد حول النظرية الأصلية ينظر : طه عبد الرحمن : سؤال الأخلاق مساهمة في النقد الأخلاقي للحداثة الغربية. ط3، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، 2006، ص- ص 143، 113.

² ينظر عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز -، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. 2004.

اختلافهم من كل المعينات التي لا يمكن التنبؤ بها في الواقع المادي. وهو ما يسميه "بول فيربليو" بعهد السرعة والسلطة المطلقتين، في الزمن الحقيقي أين يسمع ويرى كل شيء "الآن" (الزمن الحقيقي) رغم اختلاف "الها" (المكان الحقيقي).¹ وقد انتقدت آراء فيربليو كثيرا خصوصا من أولئك المشككين في حياد تكنولوجيا الاتصال الذين عمدوا إلى طرح جملة من الإشكالات المتعلقة بالجانبين الفلسفي والاجتماعي منها تشكيل العزلات تحت وهم الانتماء إلى الافتراض، وميلاد الفردانية، وتكريس التجزئة التعميمية (Fragmentation Generalisee) كما يصفها "بوازفيرت"² وغيرها.

ولكن بدت هذه المخاوف على قدر مهم من الوجاهة، فإن هناك من الاتجاهات النظرية التي تؤيدها دراسات ميدانية ما يؤكد أن الحياة الافتراضية اليوم ليست في تناقض مع حياتنا الطبيعية والواقعية أو بديلا عنها بل هي مكتملة لها. إذ أن المساحة التي تخلقها هذه الفضاءات الافتراضية والتي تطلق العنان للوعي ليتجول دون قيود الجسد، توفر فرصا إضافية للتواصل وللتعارف ولاستثمار القدرات الكامنة في الذات ولتنمية مهاراتها. يعد ذلك إضافة حقيقية للوجود الإنساني المعاصر، خاصة أن العلاقة بين الافتراضي والواقعي ليست منفصلة تماما، بل نجد في كثير من الأحيان تداخلا وتقاطعا بينهما من قبيل حالات الزواج في الواقع الناتجة عن تعارف افتراضي. ومن ثم يضاف إلى وجودنا بعد جديد هو البعد الافتراضي الذي يكمل وجودنا الحقيقي.

فضلا على أن الناس كما يري "جورج هومانس" يرون مشاعرهم وعلاقاتهم في كثير من الأحيان بمعيار الفائدة ويتجاهل ما ليس فيه فائدة طالما أن العلاقات الافتراضية في أصلها غير ملزمة، كما أنها في كثير من الأحيان تعاقدية عابرة داخل ما يسميه البعض بورشات الهوية Identity Work Shop.³

في هذا السياق استخدم المفكر الفرنسي جون بودريار في كتابه "النسخ الشبيهة والمحاكاة" مقولة توراتية تقول: "إنّ النسخة الشبيهة لا تحفي الحقيقي البتة، بل إنّ الحقيقي هو الذي يخفي واقع عدم وجود شيء حقيقي. إنّ النسخة الشبيهة هي حقيقية". ويعتبر بودريار من أوائل من لمحو تأثيرات الوجود الافتراضي على الإنسان، فشرح مفهومه عن "الواقع الفائق" Hyper Reality، الذي يصف العيش الحاضر المتمازج بين الافتراضي والحقيقي.

وعربيا شكل الواقع الافتراضي ملاذ آمنة لكثير من إكراهات الواقع، وفرصة للتنفيس السياسي والثقافي والاجتماعي، غير أنه في ذات الوقت فرض تحديا آخر خطيرا يتعلق بسلم القيم، وسوء الأخلاق وفساد الذوق العام والإدمان والإغراق في الترفيه واللهو وشيوع مظاهر الكذب والغش والانتحال في التواصل، فضلا على ضياع كثير من مقومات الواقع المعيش، خاصة في ظل غياب الوعي الجماعي وتهاوي السلطات التقليدية كالأُسرة، والجماعة والمدرسة والمسجد من جهة، وغياب الثقافة التي أنتجت هذا الواقع الجديد من جهة ثانية مما ينذر بتحويلات جوهرية تطل المجتمع الإسلامي والعربي قد يصعب تحديد ملامحها وآثارها السلبية مستقبلا ما لم تتخذ التدابير والاستراتيجيات المناعية الممكنة.

¹ Jean francois marcotte , les comminutes virtuelles . [en line] , url http://www.info.ovh.org.comminutes_virtuelles.htm 2001.

² Isabei renoud ,

³ Mario Poirier et Alexander simard, **pshycologie de l internet** url www.benhur.tequequebec.ca/mpoirier/index.htm

ثالثاً: الإعلام الجديد... وقيم الديمقراطية والمواطنة

أحدث الانتشار الواسع للفضاءات التواصلية الجديدة تغيراً مهماً فيما يتعلق أنماط سلوك الناس الاجتماعية والسياسية والثقافية، وحتى الطرق والوسائل التي يعبرون بها عن أفكارهم ووجهات نظرهم والدفاع عن مصالحهم، ومكنهم من الحرية الكاملة في التعبير عن الرأي، واحترام حقوق الإنسان والتقويم الحقيقي للأداء والفعالية في المحاسبة وتصحيح الأخطاء وبناء المشاركة الحقيقية في اختيار الحكام والمسؤولين واتخاذ القرارات.

لقد أبدعت هذه الإمكانيات التواصلية ميلاد مناخ جديد لممارسة أكثر ديمقراطية التي لم تكن موجودة من قبل، فإنتاج المضامين لم يعد حكراً على أصحاب رؤوس الأموال، بل أصبح متاحاً للمستخدم العادي بفضل تكنولوجيا الويب وما وفرته من نماذج معدة وجاهزة بشكل مسبق تقنياً للاستعمال الجماهيري، غاية في البساطة والسهولة واليسر فليس للمستخدم أو "المواطن الجديد" حاجة لمعرفة معمقة في البرمجيات أو علم الحواسيب حتى يتمكن من نشر أفكاره، والتعبير عن رأيه وبكل حرية وسهولة ولنقل لينعم بالممارسة الديمقراطية الجديدة أو الديمقراطية الإلكترونية (Internet Democracy) كما يحلو للبعض تسميتها.

وليس المقصود هنا الديمقراطية الإلكترونية - الافتراضية - كما يعتقد البعض ويتحدث عن إمكانية التصويت عن بعد وعبر شبكة الانترنت، بل المقصود الحديث عن فضاء للتواصل الحر الثقافي والاجتماعي والسياسي والديني... التفاعلي، الذي يمكن التمثيلات الاجتماعية ويدفعها نحو مزيد من فعالية التواصل الأفقي، حيث الجميع نحو الجميع، وبهذا يمكن الإقرار أن فلسفة الإعلام الجديد نحتت في زحزحة سقف التعبير الضيق الذي وضعته مؤسسات النظم الحاكمة وثقافة المجتمع التقليدية، وأبدعت نوعاً من الليبرالية التضامنية التي يقف أصحابها في تماسك وتلاحم قويٍّ ضد الممارسات التي تعمل على تقييد حقوق المواطن وحرياته الأساسية، لهذا شكلت الفضاءات الافتراضية عنصراً مهماً ومتناغماً لتسريع عملية الانتقال الديمقراطي (على المستوى السياسي، الثقافي، الاجتماعي، العلمي، الديني...) في عديد المجتمعات والثقافات المتردية ديمقراطياً، وذلك بما وفرته من فرص المساواة والاستقلالية باعتبارها مبادئ مؤسّسة للمجتمع الديمقراطي، وترسيخ قيم المواطنة والمشاركة رغم الاختلاف الاجتماعي والثقافي.

وفي عالمنا العربي والإسلامي نؤكد أن الديمقراطية الإلكترونية ليست بدعاً في الأمر بل هي امتداد طبيعي وحتمي للديمقراطية التقليدية ولكن بأدوات وآليات جديدة، أي لا بد من وجود ديمقراطية تقليدية أصلاً لكي يتم تحويلها إلى رقمية، وهي قيام المواطنين والحكومات معاً باستخدام منجزات ثورة المعلومات والاتصالات كوسيلة فعالة في تفعيل جوهر الديمقراطية والمواطنة. وهنا نجد أنفسنا باختصار أمام ظاهرة (سياسية - تكنولوجية) متنامية تفرض نفسها فرضاً.

لا شك أن هذه المصالحة المنشودة تشكل مصدر قلق كبير في كثير من البلاد العربية الإسلامية التي تفتقد إلى كثير من الثقة المتبادلة بين النظم الحاكمة ومحكومياتها، فلا غرابة بعد ذلك أن نجد بعض الدول العربية والإسلامية اعتلت منصة الرقابة الصارمة على الانترنت بدعاوى مختلفة أخلاقية وأمنية وسياسية...

لكن السؤال الذي يفرض نفسه ويبقى مطروحاً في عالمنا العربي والإسلامي اليوم هل تكفي الرقابة على الانترنت وحجب المواقع لكبح جماح هذا الديمقراطية القادمة؟ أم أن الأمر يحتاج إلى ضرورة التفكير في بدائل أخرى.

رابعاً: الإعلام الجديد بعض الإشكالات القانونية والأخلاقية

رغم القفزات المذهلة التي أحدثها الإعلام الجديد في الرقي بالواقع الإنساني من مختلف جوانبه إلا انه فرض من جهة أخرى كثير من الإشكالات الأخلاقية والقانونية نذكر منها:

- **حقوق الملكية الفكرية والقرصنة:** لقد أفرزت كثرة المعلومات المتداولة مع ميلاد الإعلام الجديد مشكلاً رئيسياً يتعلق أساساً بانتهاك حقوق الملكية الفكرية والقرصنة، خاصة مع البون الشاسع بين البلدان في التشريعات الخاصة بالملكية والحقوق.

- **مشكلات المضمون وما يمكن ان يحويه:** من مشاهد مثيرة، ودعايات مغرضة ومعلومات محظورة وتجاوزات أخلاقية وقيمية، تنافي معتقدات وثقافات الشعوب.

- **مصدقية الأخبار والمعلومات المتداولة:** ذلك أن تعدد زوايا فهم الواقعة والخلفيات والمواقف والإحكام الشخصية التي يحملها أي شخص عنها ، حتما ستؤثر على نوعية الأخبار، كما تسمح برجمات الإعلام الآلي بتعدلات متعدد على المشاهد مثل الحذف والقص والدمج ، والتعليق وكتابة العناوين على النص وهو بمثابة معنى إضافي على المعنى الأصلي. فقد أوجدت شبكة الإنترنت إمكانيات جديدة هائلة للتلاعب الواسع والخطير أحياناً بالمعلومات، وهو أمر يصعب، إن لم يكن من المستحيل، كبحه.

- **إشكالية التجسس والرقابة والتضييق على المعلومات المتداولة:** سواء من الحكومات أو الشركات المزودة بالخدمات أو الهاكرز أو حتى بعض الفضوليين من الهواة، وقد طالت مثل هذه الخروقات الكثير من المواقع الشعبية والجماهيرية في العالم على رأسها موقعي "اليوتيوب" و"الفايس بوك" الذين منعا ولا يزالان يمتنعان في كثير من البلدان-منهم العربية-. إن خطورة هذه الإشكالات تزداد حدة في مواطن الأزمات، والتقلبات الاجتماعية والأمنية، حيث يثار الجدل وتتضارب المعلومات وتصبح الانترنت فضاء رحبا للإشاعات والدعاية وتشويه الحقائق، والتلاعب بالرأي العام مما يؤزم الوضع أكثر وأكثر .

خامساً: اليوتيوب وتعزيز صحافة المواطن:

الإعلام الجديد في مجمل تطبيقاته، ومن ضمنها تطبيقات الفيديو والتلفزيون الجديدين، خلق ما بات يعرف بـ "إعلام المجتمع" أو "الإعلام التشاركي" الذي يشير إلى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاج هذا النوع من الإعلام مثل كاميرات الفيديو، والهواتف النقالة ... إلى جانب انتشار المواقع الاجتماعية التي تسمح بإرفاق وبث هذه المقاطع ولعل موقع اليوتيوب يشكل أحد أشهر المواقع الفاعلة في تقديم هذه الخدمة الإعلامية الجديدة، والتي كرست مفهوم "إعلام نحن" we media أو "الإعلام الشعبي" الذي يقوم فيه المستخدمون أنفسهم بإنتاج وتحرير مضامينهم الإعلامية المصورة بكاميراتهم الشخصية أو المقتبسة من وسائل ووسائل إعلامية أخرى ونشرها للملايين من دون أي تكلفة مالية ... ولا شك أن خصوصية الموقع الإعلامية- من المتعارف عليه إعلامياً أن رهانات جذب الجماهير تصوب دائماً لمصلحة الرسالة السمعية البصرية، فضلاً على اللاتزامنية، والتفاعلية، والانتشار... - والتقنية أضافت له الكثير لأن يتبوأ اهتمامات المستخدمين، ويستحوذ على ميولهم وفضولهم، بل لأن يؤدي دوراً فاعلاً ومتميزاً في إدارة تكريس "صحافة المواطن"، وهذه التسمية روج لها كلا من دان غليمور dan gillmor وكريس ويليس chris willis شين بومان shayne bowman وهي معروفة كذلك بالصحافة التشاركية

participatory journalism ، ويطلق عليها صحافة الجمهور التي يقوم بها قبل الناس العاديين، وهي تعمل على الاستفادة منهم، بمن فيهم الذين يعيشون على هامش المجتمع، وذلك للدخول في نشاط كان سابقا حكرا على المؤسسات الصحافية وحكرا على الصحافيين المحترفين¹.

وبحسب شاين برومان وكريس ويليس فإن صحافة المواطن هي "نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار. وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة، وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية" ويقدم الباحثان دياحة في موقع نحن الإعلام (we the media) (<http://www.hypergene.net>) نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة هي صحافة لم نعهدها من قبل وقد تنبأ

الكثير من الخبراء في مجال المستقبلات أن خمسين بالمائة من الانتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021.² لقد ألقى الاستخدام والانتشار الواسع لصحافة المواطن بظلاله على الصحافة التقليدية، سواء من حيث المفهوم والدور والبعد الاتصالي الذي تلعبه وحتى من حيث المعايير والقيم التي أصابها الكثير من التغير والتطور، حتى ذهب البعض إلى التشكيك في قيمة ونزاهة "صحافة المواطن" ومصداقية ما ينشره هذا الجيل من "الصحفيين الجدد". كيف يمكننا إذن التعامل مع هذا الأسلوب الجديد في العمل الصحفي وكيف يمكن تأطيره فكريا ومهنيا؟³

شق من أنصار الصحافة التقليدية لا يرى مستقبلا لهذا النوع من الصحافة، ويصعب بالنسبة له أن تلتقي الصحافة التقليدية بمؤسساتها وسياساتها التحريرية مع الكتابة الذاتية و صحافة المدونات. غير أن أصحاب المدونات يرون في تحالف كل من "صحافة المواطن" و "صحافة الصحفي" مكسبا للديمقراطية ولكلا الاتجاهين. فكل أسلوب صحفي بإمكانه أن يطور الآخر ويدفع به إلى المزيد من الكفاءة والنجاعة المهنية والأخلاقية.

وفي عالمنا العربي والإسلامي رغم أن صحافة المواطن لازالت لم تستقر بعد ملاحظها في المشهد الإعلامي إلا أننا نجد لها حضورا مميزا واقبلا ملحوظا من المدونين ، خاصة في ظل غياب حرية الإعلام والتعبير فشكلت بذلك بديلا ومنتفسا لممارسة النقد الاجتماعي والسياسي والثقافي والديني.

ومع ذلك فهي تجربة تحتاج إلى ثقافة مجتمع بأكمله ومناخ سياسي نزيه وديمقراطي يتيح مجال الحركة، ذلك أن التجربة حتى اليوم بينت وقوع صدمات عنيفة بين المدونين أو بالأحرى المواطنين الصحافيين والنظم السياسية الحاكمة فنجد في الجزائر مثلا في الجزائر المدون "عبد السلام بارودي" (38 عامًا) صاحب مدونة "تلمسان ليست للبيع" أول مدون تم محاكمته في الجزائر، حيث وجهت له محكمة محافظة تلمسان (800 كلم غرب العاصمة) يوم 17 سبتمبر/أيلول 2007، تهمة القذف إثر رفع أحد المسؤولين المحليين دعوى قضائية ضده واتهمه بالقذف، على خلفية موضوع "السيستاني يظهر بتلمسان" المنشور في شهر فبراير من السنة ذاتها⁴

¹عباس مصطفى صادق، التلفزيون الجديد من إعلام المكان إلى الإعلام المتحرك، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 2008، ص ص 89 90

²عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فنر بوش ألي نيكولاس نغرويونتي، أبحاث المؤتمر الدولي اعلام جديد

تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، ط1: 2009، ص 34

³ ينظر جمال الزرن، مرجع سابق.

⁴مدونة تلمسان ليست للبيع " <http://www.bilad-13.maktoobblog.com>

والحال مماثل في كثير من الدول العربية تونس و السودان التي انضمت إلى قافلة الدول التي حجبت موقع اليوتيوب، إلى جانب كل من سوريا وإيران وباكستان وتركيا والتي حجبت للمرة الثانية في غضون هذا العام والرابعة منذ انطلاقه، حيث قامت السلطات التركية بفرض الحظر على الدخول إلى "يوتيوب" بعد اتهامات بالإساءة إلى مؤسس تركيا الحديثة مصطفى كمال أتاتورك... لذا فالتجربة العربية في هذا المجال لازالت تفتقر إلى كثير من الثقة المتبادلة كما تحتاج إلى كثير من الدراسة والنقد للرقبي بها، بما يمكنها من مواكبة الأحداث والتطورات العالمية .

نتائج الدراسة التحليلية :

- **طبيعة الأزمة كما يراها المدونون :** بداية بينت القراءة الوصفية لتنزيلات المدونين أن المدونين العرب يستخدمون موقع اليوتوب بشكل مكثف جدا خاصة في الأزمات، قد يفوق عند البعض التعرض للفضائيات وهذا ما لحنه من خلال مراجعة زمن التنزيل والمشاهدة والتعليق، وهذا يشكل بحد ذاته ملمحا جديدا لم يكن يعرف قبل في أدبيات الإعلام والاتصال، فقد شكلت الانترنت ومواقع التدوين بشكل خاص وموقع اليوتوب بالأخص مصدر السبق الإعلامي بكل المقاييس. وشكلت في ذات الوقت -مواقع التدوين- متنفسا كبيرا لفئات كثيرة غدت تجهر بما لم تكن تقدر على الجهر به خاصة في فضح خبايا السياسة والسياسيين.

أما عن تحديدهم لطبيعة الأزمة بين البلدين فقد اتفق غالب (60%) المدونون أن طبيعة الأزمة إعلامية/ سياسية بدرجة أولى وكروية بدرجة أقل، فقد لعبت وسائل الإعلام والاتصال إلى جانب السياسيين من البلدين دورا كبيرا في حبك خيوط الأزمة وتقوية نار فتيلها في وقت لم تكن الكرة إلا القطرة التي أفاضت الكأس. في ما لم ير جل المدونين أن الأزمة ثقافية أو اقتصادية واعتبر (5%) منهم فقط ان ليست هنالك أزمة أصلا.

- **أسباب الأزمة في نظر المدونين :** أرجع غالب المدونين أسباب الأزمة بين البلدين إلى وسائل الإعلام والاتصال (54.38%) بما فيها التقليدية والجديدة، وقد فاق اعتبار الوسائل التقليدية سببا في الأزمة كل اعتبار آخر مما ينذر بأن تنزيلات المدونين كانت ردود أفعال في كثير من الأحيان على ما نشر في الفضائيات والصحف وغيرها. وهنا نؤكد بطلان النظرية القائلة بان الوسائل الإعلامية الحديثة تلغي القديمة، بل العكس تظل كل وسيلة تعمل في سياقها وربما تدعم وتكمل وتعتمد كل منها على الأخرى، كما نؤكد على ضرورة ضبط وسائل الإعلام في الأزمات تفاديا لتعميق جراحها واطالة عمرها.

وأرجع (19,30%) من المدونين سبب الأزمة إلى النخبة المثقفة من فنانين وممثلين وأساتذة... ركبوا موجة الحملة ضد الآخر ربما بمواقف وعبارات وشعارات لا تليق مما زاد الأزمة تعقيدا في الوقت الذي كان ينتظر منهم عين العقل، وليس ببعيد من ذلك أكدت نسبة مهمة (12,28%) من المدونين أن سبب الأزمة يعود للسياسة ومواقف السياسيين وهنا نؤكد على ملامح مهم إن كانت وسائل الإعلام التقليدية ملحمة ومكبلة عن قول الحقيقة فإن الإعلام الجديد كسر كل الحواجز، وتخطى كل القوانين ليفصح ويفضح بكل جرأة المسؤولين أيا كان مركزهم أو نفوذهم.

وهي نفسها نسبة المثهورين من الطرفين، مما يعني أن الأزمة تقاسم سببها الجميع وبدرجة أكبر الإعلام بمختلف وسائله، والنخب المثقفة والسياسيين مما يحتم على العالم العربي والإسلامي في القادم القريب ضرورة التفكير بإستراتيجية ناقدة ومسؤولة سبل ضبط وتفعيل هذه الجهات الأساسية في كل أزمة.

- **تداول المدونون على رموز الدولة وشخصيتها** : بقدر ما أتاح الإعلام الجديد من ديمقراطية وحرية في تحميل المسؤولية بقدر ما فتح المجال أمام المستخدمين ليمارسوا مختلف التجاوزات ويتخطوا كل الخطوط الحمراء خاصة في مثل هذه الأزمات المتعلقة بالعلاقات البينية، فنجد تنزيلات المدونين طالت بشكل عالي جدا أقوم مقومات الدولة على رأسها "النظام السياسي للدولة" الذي نال الحظ الأكبر بنسبة (32.26%) من السب والشتم والوصف بالعمالة، يليه الطعن في "المسؤولين والمثقفين" بنسبة (22.58%).

وبنفس النسبة السابقة (22.58%) حرص المدونون على نشر مقاطع حرق أعلام البلدين والدوس عليهم بالأقدام وتلطيخهم تعبيرا عن امتعاضهم من الآخر، وهي صورة تبرز بشكل واضح خطورة الأزمة التي أدارها المدونون عبر الإعلام الجديد، كما (19,35%) طال المدونون بالتجريح والإهانة للتاريخ الوطني وشهداء الواجب "متناسين طهر هذه الدماء، والنشيد الوطني للدولة هو نال حظه كذلك من التجاوز والطعن فيه وان كان بنسبة أقل بلغت (3,23%).

- **طعن المدونون في هوية الآخر وأصوله** : في سياق إدارتهم لأزمة العلاقة مع الآخر ركز المدونون السب والشتم المشين بنسبة (32,14) إلى جانب الطعن في شرف وأصالة الآخر بنسبة (19,64) زيادة على وصفه بالعمالة للعدو الصهيوني بنسبة (14,29%) ثم نفي عروبة الآخر ووصفه بالبربري أو الفرعوني أو غيرها انتقاصا وإذلالا وربما آخر نفي العروبة عن نفسه اعتزازا بأصول أخرى رأها أكثر اعتزازا، كما شهدنا حرص (7,14%) من المدونين على ربط مسمى "الإرهاب" والقاعدة وما شاكلهما بالآخر، فيما أعرب (5.36%) أصلا الانتماء للإسلام إما عن نفسه أو عن الآخر تنصلا من كل رابط قد يجمعهما معا.

وفي الحقيقة هي كلها مؤشرات خطيرة تنذر بحول الوجه الموازي- إن صح المصطلح- للإعلام الجديد وخطورته على جميع الأصعدة في عالمنا العربي والإسلامي..

شكل اليوتيوب أرضا خصبة للدعاية لدى كثير من المدونين فاستغلوه منبرا للدعوة إلى العنف والتحريض والإنفصاح عن المواقف ضد الآخر، فقد أشار (53.13%) من المدونين إلى رفض مبادرات الصلح، وردها بل إن (5.63%) يدعو إلى قتل الآخر أينما كان وحيثما وجد، فيما شدد الآخرون (12.50%) على ضرورة تضييق الخناق على الآخر وتخريب ممتلكاته، وأشار (6.25%) منهم إلى ضرورة طرد السفير.

- **استغلال الحقائق المختلفة في الإساءة إلى الآخر** : وفي دعوتهم إلى العنف والتحريض ضد الآخر استغل المدونون كل ما يمكن أن يهيج العواطف ويحرك الأحاسيس ويلهب المشاعر ويصعد فتيل الأزمة في نفوس الجماهير تجاه الآخر، فكان للصراع العربي-الإسرائيلي النصيب الأوفر من الاستغلال بلغ نسبة (68.00%) يليه استغلال الأزمات والمحن التي مر بها الوطن الشقيق-على غرار الأزمة الأمنية التي عصفت بالجزائر- بنسبة (36.00%)، ثم الحقائق والمواقف التاريخية بنسبة (32.00%)، فيما استغل (16,00%) من المدونين الدين لتدمير رسالتهم الدعائية ضد الآخر، إلى جانب استغلال تصريحات المسؤولين للإساءة والانتقاص من الآخر.

- **الدعوة إلى الصلح والإخاء** : بداية إذا ما قارنا دعوات العنف والتحريض بدعوات الصلح وجدنا أن الأخيرة لم تحض بحضور بالغ في معالجات المدونين، ذ شكلت نسبة (03.70%) فيما تجاوزت نسبة دعوات العنف والتحريض (96.30%)، مما يعني أن موقع اليوتيوب شكل أرضية خصبة وحلبة صراع قوية بين الطرفين .

وعن تفاصيل دعوات الصلح فقد توزعت بين "ضرورة نذ كل مظاهر وصور العنف" كيف ما كانت بنسبة (30%)، و"ضرورة التعامل بعقلانية" بنسبة (20%)، إلى جانب "عدم نسيان الماضي المشترك"، في ما أشار (15%) إلى "الحذر من الانسياق وراء المهولين".

وأكد (10%) من المدونين على ضرورة "الاعتراف بالخطأ" في حال ثبوت التقصير من دون مكابرة، والنسبة الباقية من المدونين أشاروا إلى ضرورة "دعم مبادرات الصلح" الداخلية والخارجية بين الأخوين الشقيقين.

-الحلول التي قدمها المدونون لتجاوز الأزمة : لما كانت دعوات العنف والتحريض ضد الآخر هي الغالب في تنزيلات المدونين على موقع اليوتيوب، فإن الحلول كانت في نفس السياق حيث غابت عنها الحكمة، فكانت الدعوة إلى القطيعة الشاملة مع الآخر و "رد المثل بالمثل" هي أولى دعوات وحلول المدونين، ليأتي بعد ذلك وبنسبة (12.31%) "الحوار الهادئ والبعد عن العصبية"، فيما أعرب (9.23%) عن أن المسؤولية الكاملة في الحل تعود إلى "الحكومات التي عليها أن تأخذ زمام المبادرة" قبل الشعوب والنخب ووسائل الإعلام والاتصال، وأشار (7.92%) من المدونين إلى أهمية "ضبط وسائل الإعلام والاتصال" ومحاسبتها على تجاوزاتها، وأخير (3.08%) من المدونين تكلموا عن "ضرورة السعي لمصالحة شاملة".

رؤية المدونون لمستقبل العلاقة مع الآخر : في نفس السياق دائماً-الدعاية والتحريض السلبي- أعرب غالب المدونين بنسبة (69,23%) وهم يعالجون إشكالية المستقبل في العلاقة مع الآخر إلى "أن لا حاجة لنا به" فيما تمنى (15.38%) منهم رجوع العلاقات إلى سابق عهدها بين البلدين، واعتبر (11.54%) أن "الأزمة مرحلة عابرة" لا أكثر.

وحمل (3.85%) من المدونين نظرة سوداوية عن الوضع بين البلدين، وبلغت اليأس من الحياة أكدوا أنه "لا مستقبل منظور بين البلدين" والرقع أصبح أوسع من الراقع في هذه الأزمة. وهي بلا شك رؤية غير مسؤولة وغير مقبولة

- اتجاه المادة الإعلامية : بينت الدراسة أن المادة الإعلامية المنشورة عبر موقع اليوتيوب في سياق إدارة الأزمة بين البلدين الشقيقين جاءت في غالبها (96.93%) تحمل اتجاهها سلبيا يغلب عليه رسائل العنف والتحريض ضد الآخر ، ودعوات المقاطعة ورد المثل...فيما أن المادة الإعلامية الايجابية التي تدعو إلى الحلم وتحكيم العقل وإقرار الأخوة والمصالحة لم تتعد (3.07%).

وهي في الحقيقة نتيجة خطيرة جدا تنذر عمق المأساة التي أضافها الإعلام الجديد بروافده السحرية إلى المشهد الإعلامي العربي والإسلامي في أبعاده المختلفة، بل إلى الواقع السياسي والثقافي والاجتماعي والديني.

- اتجاه تفاعل المدونين مع المحتوى الإعلامي : بنفس اتجاه المادة الإعلامية المنشورة اتجهت تعليقات المدونين عليها، ذلك أن الفعل كما يقول الفيزيائيون يحدث ردة فعل مساوية له في القوة ومعاكسة له في الاتجاه، مع الإشارة أننا جمعنا تعليقات الاتجاه الموجب مع تعليقات الاتجاه المحايد لنؤكد، أن في مثل هذه الأزمات والملمات قد يكون من الحكمة الحياد فيصير بذلك الحياد موقفا ايجابيا.

أشارت نتائج التحليل أن (96.83%) من التعليقات كانت في الاتجاه السلبي الراض المحرض فيما اتسمت (3.07%) فقط من التعليقات بالإيجاب، وهذا ما يعكس بحق دور الإعلام الجديد في التحريض وإثارة الفتنة وتكريس خطورة الأزمة بين البلدين.

وإن كانت النتائج المهمة المتعلقة بالاتجاه تعكس من وجهة نظر أخرى بحق حجم التفاعل والتواصل القائم بين المدونين، إذ نجد أن 60 مقطعا حاز على أكثر من 700 تعليق مختلف مؤثر هام لإمكانية الاستفادة من هذه الاستحقاقات التواصلية في المستقبل خاصة في رأب الصدع وإعادة بناء العلاقات من جديد.

3- فئة القيم : جدير بالملاحظة أننا حددنا سلفا رفقة الأساتذة المحكمين، وبعد مشاهدة كثير من تنزيلات المدونين جملة من القيم الأساسية المتقاربة تفاديا لتشتت القيم من جهة، ولضبط العد والقياس من جهة ثانية، وصنفناها كما هو معتاد في كثير من تحليل المحتوى الإعلامي إلى قيم إيجابية وقيم سلبية ، والملمح الأول من التحليل للقيم من حيث الحضور والغياب يظهر الحضور المكثف للقيم السلبية بلغ نسبة 71.84 ، في حين بلغ حضور القيم السلبية نسبة 28.16 %، وهذه النتيجة منطقية بلا شك في ضوء النتائج المشار إليها سلفا في التحليل، إذ استغل المدونون الموقع للرد وبث كل أنواع الدعاية ورسائل التحريض ضد الآخر.

وعين تفاصيل القيم السلبية التي أشاعها المدونون نجد على الترتيب والنسب :

- دعوات القتل والعدوان على الآخر غلبت تنزيلات المدونين . 20.97%

- يليها بث قيم الكراهية وبغض للآخر 17.82 %

- الدعوة إلى الحرب وحشد الجيوش لإذلال الآخر وإحقاق الهزيمة به 14.85 %.

الدعوة إلى القطيعة بكل أنواعها الثقافية والسياسية والاقتصادية والإعلامية وحتى الإنسانية.

وهذه النتيجة تعكس بصدق كيف مكن الإعلام الجديد بخصائصه الفنية والقانونية المدونين من تجاوز كل الحدود، وتخطي كل الاعتبارات ضارين عرض الحائط الأخوة الإسلامية، والعربية والتاريخية بل وحتى الإنسانية، لنؤكد كما كل مرة على أهمية البحث عن إستراتيجية فاعلة في تضبط مثل هذا التجاوزات الخطيرة مستقبلا .

أما القيم الإيجابية : على قلتها ومحدودية نسبتها في تنزيلات المدونين فقد ترتبت كآآتي :

القيم الداعية إلى ضرورة انتهاج الحوار بين الإخوة الأشقاء(4.95 %)، القيم المكرسة لمفهوم ومبدأ الأخوة(4.95 %)، قيم

الصلح(3.96%)، قيم التحلي بالروح الرياضية 3.96%)، قيم الاحترام المتبادل(2.97%)، قيم التعاون في تخطي

الأزمة(1.98%)، قيم الوحدة(1.98%).

- فئة مصدر المادة الإعلامية : أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن أكثر من نصف التنزيلات(نسبة 59.26%) على

موقع اليوتيوب في سياق معالجة الأزمة كانت من مصادر ذاتية إما مدونة خاصة أو كاميرا خاصة أو هاتف نقال مما يؤشر بحق إلى ازدهار ونشاط ثقافة التدوين في الوطن العربي، بغض النظر ان اتجاه أو فعالية ومضمون هذا التطور.

كما اعتمد المدونون في تنزيلاتهم على الفضائيات بدرجة ثانية، وبنسبة معتبرة كذلك بلغت 40.74 %، إذ يختار المدونون مقاطع من برامج الفضائيات أو التي بثتها الفضائيات وربما أضافوا عليها بعض التعديلات والتحريفات ليعتثوا بها من جديد على الموقع، وهذا مؤشر آخر على أن وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة تفاعلت ما بينها، واعتمد كل منها على الآخر في تبليغ الرسالة المنشودة.

فئة شكل أو نوع المادة الإعلامية : بينت نتائج الدراسة أن برامج التلفزيون الفضائية حازت النصيب الأوفر من التنزيلات

إذ يعمد المدونون في ردودهم وإدارتهم لتفاصيل الأزمة على إعادة بث مقاطع معينة لتصريحات وربما صور وأحداث مجتزأة من برامج فضائية، وربما أدخلوا عليها بعض التعليقات أو غيروا بعض صورها وحتى عباراتها، مما يؤكد ما أسلفنا إليه في

مقدمة هذه الدراسة أن أرض الإعلام الجديد شكلت امتدادا وفضاء موازيا أوسع وأكبر وأخطر من الفضائيات في حذ ذاتها بل ربما كانت السبب في تأجج الأزمة فيها .

وبالرجوع إلى المصادر نشير إلى نوع آخر وظفه المدونون كثيرا في ردودهم وتبليغ رسالتهم، وحاز على نسبة لا يستهان بها 20.59% تمثل في أغاني ما يسمى "الراب" وهو نوع غنائي من أصل أمريكي يعتمد على نطق الكلمات دون الالتزام بلحن معين، مع الإشارة إلى أن معظم الأغاني كانت من إبداعات المدونين أنفسهم وتلحينهم مما يعكس بحق قوة الطاقات المبدعة الموجودة في عالمنا العربي لو وجدت الاهتمام والتوجيه الكافيين، واستغلت في خدمة الصالح العام.

كما استغل 17,65% من المدونين الفرصة في تبليغ رسائل خاصة، صوروها بأنفسهم عبروا بها من خلالها عن انفعالاتهم الشخصية، وموقفهم المباشر تجاه الأزمة، وبنفس النسبة عمد آخرون إلى تركيب صور ومقاطع صوتية وأفلام في الإفصاح عن مواقفهم.

واكتفى 5.88% من المدونين بتصوير أحداث واقعية كما هي من دون تعاليق أو تركيب أو تزييف.

استنتاجات الدراسة :

- بينت نتائج الدراسة بشكل عام أن صحافة المواطن وثقافة التدوين عموما لا تزال بكرا وظاهرة لم تستقر معالمها بعض، وتفتقر إلى الحنكة في التعامل مع الأزمات المختلفة في العالم، كما تفتقر مقارنة بالتجربة الغربية إلى كثير من الإعداد الفني والتقني، رغم أنها سجلت حضورا لا يستهان به كما أشارت الدراسة.

- يستخدم المدونون موقع اليوتيوب بشكل مكثف جدا خاصة في مثل هذه الأزمات، قد يفوق عند البعض التعرض للفضائيات وهذا ما لحنه من خلال مراجعة زمن التنزيل والمشاركة والتعليق، وهذا يشكل بحد ذاته ملمحا جديدا لم يكن يعرف قبل في أدبيات الإعلام والاتصال،

- شكل موقع اليوتيوب ملاذا آمنا لكثير من المدونين لممارسة الإعلام الحر.

- أثبت نتائج التحليل أن موقع اليوتيوب بخصائصه الفنية يشكل أداة فعالة لنقل المعلومات والأخبار وصناعة الرأي.

- كان موقع اليوتيوب مصدرا مهما للمعلومات التي لا تصل إليها وسائل الإعلام التقليدية أو تتجاهلها، وهذا ما ينذر بنهاية زمن الاحتكار.

- يشكل موقع اليوتيوب فضاء ومنبرا متميزا لتعزيز صحافة المواطن، والإعلام الشعبي في الوطن العربي.

- بفعل قيمة الحرية التي أضافها الإعلام الجديد للمدونين عموما والعرب خصوصا فقد استغله الكثير في تدمير القيم، والتأثير في مصالح الغير، والإساءة للأمة ومستقبلها. فالحرية المطلقة مفسدة مطلقة كما يشير إلى ذلك المفكرون.

- شكل موقع اليوتيوب لكثير من المدونين منبرا لتداول الإشاعة والتحريض والتلاعب بالرأي العام وبث الدعايات المغرضة عن طريق تغليط المتلقي.

- أغلب المقاطع التي أنزلها المدونون في سياق الأزمة مأخوذة من الفضائيات، وتحتوي هذه المقاطع على أجزاء من برامج حوارية، أو خطب أو تصريحات، إلى جانب ذلك وبشكل ملفت نلمح وجود تنزيلات من مصادر ذاتية خالصة تكشف فعالية كثير من المدونين العرب.

- غياب إستراتيجية وسياسة إعلامية رشيدة لدى المدونين العرب في سياق التعامل مع روافد الإعلام الجديد، وهذا راجع لفقدان ثقافة التملك التي تشكل أرضيتها فلسفة التلقي والتوظيف الواعي، المنتج للتحويل النوعي على المستوى الثقافي والتربوي والسلوكي.

هناك تلازم بين الثقافة والاتصال، إذ أن آليات التأويل تقوى كلما تقارب منتج الصورة من مستهلكها حضاريا، وجغرافيا.¹
- إن الحماية التي يوفرها الموقع وخصوصيته الفنية مكنت الكثير من المدونين تحطي جميع الحدود الأخلاقية والعرفية والعقائدية أثناء الردود، مما زاد في حدة الاحتقان والشحن.

- اظهر التعامل مع موقع اليوتيوب طيلة فترة الأزمة وجود طاقات جبارة متمكنة فنيا ومبدعة أدبيا وخطابيا قادرة على إنتاج مضامين إعلامية راقية وهادفة تخدم الصالح العام.

- وبالنظر إلى أن المستقبل هو للتوسع في استخدام هذا النوع من الإعلام الجديد، وبحكم الإقبال الواسع للأجيال الصاعدة على الانترنت ومختلف أدواتها، فإن الرهان يكون على تنمية أخلاقيات الاستخدام بجميع أبعاده لدى المستخدمين الشباب خصوصا في المراحل التعليمية الأولية، وكذا توظيف وسائل الإعلام التقليدية لبث ثقافة وأخلاقيات الاستخدام.

قائمة المصادر والمراجع

1-أ.لارامي، ب.فالي : **البحث في الاتصال عناصر منهجية** . (تر) ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة قسنطينة الجزائر، 1425 هـ-2004 م.

2- أبو مروان : خطوات إدارة الأزمات (دورة التفاعل مع الأحداث). **مجلة الجزيرة**، (على الخط)،

<http://ikhwanwayonline.maktoobblog.com/1454301> ، 18 نوفمبر 2008 سا: 18:51

4-أشرف أبو جلالة : **web 2.0** تقنية جديدة ترمز للجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية .(على الخط) .

<http://www.elaph.com/technology/2009/6/453190.htm>الأحد 21 يونيو 2009-

06:15 سا.

5-الموسوعة العربية الحرة: (على الخط)، <http://ar.wikipedia.org/wiki> .الأربعاء 2010/10/29، 10:00

سا.

6-جمال الزرن : صحافة المواطن عندما يصبح المواطن مرسلا . **المجلة التونسية للاتصال**، العدد 15-25 سنة 2009 .

7-رضا عبد الواحد أمين : استخدام الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، **أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام**

الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، البحرين،

2009.

8-سمير محمد حسين : **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ** . عالم الكتب، القاهرة، (دت).

9-طه عبد الرحمن : **سؤال الأخلاق مساهمة في النقد الأخلاقي للحدثة الغربية**. ط3، المركز الثقافي العربي، الدار

البيضاء المغرب، 2006.

- 10-عباس مصطفى صادق: التلفزيون الجديد من إعلام المكان إلى الإعلام المتحرك، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 2008.
- 11-.....: مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فنفر بوش ألى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي اعلام جديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، ط1: 2009.
- 12- عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز-، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. 2004.
- 13-مالك بن نبي : شروط النهضة . (تر) عمر كامل مسقاوي/عبد الصبور شاهين ، ط 9، دار الفكر العربي، دمشق ، 2009، ص 44.
- 14-محمد البشير بن طبة : الانترنت والبحث العلمي في العلوم الإنسانية (دراسة استكشافية بكليات العلوم الإنسانية بجامعتي قسنطينة و ورقلة)، مذكرة ماجستير(غير منشورة)، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2003/2002.
- 15-مدونة تلمسان ليست للبيع " <http://www.bilad-13.maktoobblog.com>
- 16-Jean francois marcotte , **les comminutes virtuelles** . [en line] , url http://www.info.ovh.org.comminutes_virtuelles.htm 2001.
- 17-Mario Poirier et Alexander simard, **pshyologie de l internet** . [en line] url [www.benhur.teque.quebec .ca/mpoirier/index .htm](http://www.benhur.teque.quebec.ca/mpoirier/index.htm).
- 18-Renaud, Isabelle , **Cogitation virtuelle: débats et enjeux sociaux sur Internet**. Department of Anthropology of the University of Laval Canada. 1997. [en line] url <http://www.ant.ulaval.ca/mir/cogitation.html>
- 19-Zeenat Ismail : **social psychology crisis management**. (en line) , www.scribd.com/doc/13135198/Crisis-Management.28/09/2010.10:30 h