

دور الإعلام الجديد في صناعة التغيير السياسي بالوطن العربي

-شبكات التواصل الاجتماعي في التجربة التونسية والمصرية نموذجا-

The role of the New Media in political change making in Arab world

-social networks in Tunisian and Egyptian experience as a model-

أ. يوسف أزروال-جامعة تبسة - الجزائر

أ. ليلي لعجال-جامعة تبسة - الجزائر

ملخص: يؤدي الإعلام الجديد بمختلف وسائله دورا واضحا في التغيير السياسي العربي، حيث أصبح قطعة أساسية في بناء قواعد اللعبة السياسية، بالإضافة إلى أنه جزء من تاريخ التغيير السياسي والاجتماعي مقابل تراجع دور الإعلام الحكومي الرسمي، لذلك نهدف من هذا المقال إلى توضيح مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في صياغة تصور واضح للتغيير السياسي بالوطن العربي، وكيف كان تأثيرها في عملية التغيير السياسي من خلال تجربة كل من تونس ومصر.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، التغيير السياسي.

Abstract: The new media, in its various forms, has played a clear role in Arab political change. It has become a fundamental element in building the rules of the political game, in addition to being part of the history of political and social change. Therefore, the aim of this article is to clarify the contribution of the social networks to the formulation a clear vision for political change in the Arab world, and how its impact on the process of political change through the Tunisian and Egyptian experiences.

Keywords: *New Media, social networks, political change*

مقدمة:

لقد عرف العقد الأخير من القرن المنصرم حركة تكنولوجية متسارعة، ونزعة تطويرية فريدة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، هذه الأخيرة ارتدت ثوب الإنترنت، والتي بدورها اختزلت الحدود الزمان مكانية، كما ألقت بظلال تأثيرها على مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وبطريقة جوهراية في حياة الأفراد، أين مكنتهم من المشاركة والاتصال وتقوية الروح التفاعلية بينهم من خلال مواقع الكترونية، هذا فضلا عن أنها أفرزت أسس وبُنى تنظيمية اجتماعية جديدة. وقد امتد تأثير النهضة المعلوماتية أيضا إلى الحياة السياسية، ففي الوقت الذي تتسارع فيه الأحداث، وتتعاظم وتتدفق فيه المعلومات بشكل تراكمي رهيب يجعل من الصعب التحكم فيها، احتلت في هذا الشأن شبكات التواصل الاجتماعي موقعا متميزا في سياق تحرير الفرد من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي، والحد من ثقل الجهاز البيروقراطي، وتفعيل روافد المجتمع المدني، بتوفير المادة المعلوماتية وكسر قيود الاحتكار الممارس عليه. هذه الغايات والمقاصد أهلتها بأن تؤدي دورا مركزيا في إدارة عملية الحراك الديمقراطي-السياسي العربي- وتوجيه الرأي العام بشكل سلس وفعال، يفسح المجال للمطالبة بالإصلاح السياسي العميق، ووضع حد لتعسف منظومة القيم التسلطية، والمساهمة في تعبئة وتجديد المجتمع المحلي، من أجل إنتاج نظم حكم جديدة تتوافق والفلسفة الديمقراطية. والعمل على خلق وعي تراكمي يقتضي التغيير ومحاسبة الأنظمة.

كما أن الإعلام الجديد بمختلف وسائله وأشكاله أدى دورا لا يستهان به في الحراك السياسي العربي، حيث أصبح قطعة أساسية في بناء قواعد اللعبة السياسية، بالإضافة إلى أنه جزء من تاريخ التغيير السياسي والاجتماعي مقابل تدهور وتقهقر دور الإعلام التقليدي الرسمي. لذلك جاءت هذه الورقة لتبحث في تساؤل حول؛ كيف ساهمت وسائل الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي) في صناعة التغيير السياسي لا سيما في مصر وتونس؟

ونهدف من خلال هذه الورقة إلى التوقف عند حقيقة مفادها، مدى فعالية وفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الديمقراطي، ومد جسور التواصل الافتراضي، وتحويل الفضاء السياسي العربي إلى ساحة للاصطراع والمطالبة بتغيير الوضع القائم، وتوسيع هامش الحريات، كما التخلص من الشبح الرهيب للفكر الأزموي المميز لإدارة شؤون الدولة في الوطن العربي. وللإجابة عن الإشكالية، ارتأينا أن تضم الورقة ثلاثة محاور، هي كالتالي:

أولاً: الإعلام الجديد من تعدد المضامين إلى تعدد الاصطلاحات.

ثانياً: أشكال الإعلام الجديد.

ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي العربي.

أولاً: الإعلام الجديد من تعدد المضامين إلى تعدد الاصطلاحات.

إن الإعلام الجديد أو البديل لم تتضح معالمه بعد من حيث المفهوم الموحد، فعلى الرغم من أنه أحدث نقلة نوعية مقارنة بالإعلام الرسمي التقليدي، على اختلاف أشكاله من مواقع الكترونية ومواقع اجتماعية ومدونات الكترونية وبوابات ومواقع المحادثة وغيرها، كما أنه

أضاف تغييرا في مفهوم الإعلام القديم وتطوير وسائله المعتادة من صحافة مرئية، مكتوبة ومسموعة. فقد عرفت جميع هذه الأدوات تحولات مفاهيمية واستخدامات متنوعة. لكن لم يتم الاتفاق إلى غاية الآن على مفهوم موحد للإعلام الجديد أو البديل، وبالتالي البنية المصطلحاتية له.

يعرف الإعلام الجديد حسب قاموس التكنولوجيا الرفيعة بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" (Dictionary, 2015)، وفي تعريف ليستر أيضا "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير والصوت والفيديو" (lester, 2015)، أي أن الإعلام الجديد (New media) تبلور أساسا من خلال التحول الذي طرأ في العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، من إعلام الجماهير إلى جماهير الإعلام، ويشير إيد الدليمي في تعريفه للإعلام الجديد من خلال وسائل الاتصال الحديثة بقوله "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بالفيديو وتويتر ويوتيوب، يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، إعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا، لا يمس الحدث فحسب وإنما أكثر قربا من الناس أيضا، وهذا هو جوهر الموضوع" (إيد، 2015)، كما يعد "ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستعمل بإنتاج مضمين إعلامية ونشرها عبر وسائل وتطبيقات الاتصال الجديدة أو إرسالها إلى القنوات والمؤسسات الإعلامية لتقوم بنشرها" (إبراهيم، 2011).

ويضيف الكاتب صادق عباس "إن الإعلام البديل هو الإعلام الرقمي (Digital media) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تدمج مع الكمبيوتر، ويطلق عليها الإعلام التفاعلي (interactive media) طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة" (شيخاني، 2010)، ومن زاوية أخرى، يقصد بالإعلام الجديد "إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين، عرف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد" (مصطفى، 2007).

وجاء في تعريف موسوعة "ويبيديا (webopedia) حول الإعلام الجديد أن العديد من الأشكال المختلفة المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، والتعبير أيضا مرتبط بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تنتصف بحالة السكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد، نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغيير المستمر الذي تتصف به، التعبير أيضا يشير إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض"، ويقول موقع القناة الإلكتروني عن الإعلام الجديد بأنه "الرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو، التي تسير

الكثرونية من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، وفق ما لديه من رقابة ذاتية".

وصفوة القول، من خلال عرض المفاهيم المتعددة للإعلام الجديد، فإنه يعتمد أساساً على استخدام الكمبيوتر والاتصالات في إنتاج المضامين الإعلامية وتوزيعها، بشكل أيسر وتكلفة منخفضة، وبوتيرة تفاعلية عالية، تعبر في مضمونها عن قدرة وسائل الإعلام الجديد على الاستجابة لحديث المستخدم، الذي يتحول بدوره من متلقي ساكن تقليدي إلى متلقي نشيط وفعال، ويشارك بطريقة مباشرة في صناعة المادة الإعلامية والترويج لها. لكن بالمقابل، فالدور المنوط بالإعلام الجديد يعتبر فعال، غير أن هناك من يرى أنه مبالغ فيه، باعتباره يؤدي دوراً مضللاً، "فالمشكلة الكبرى في ما يتعلق بالإعلام الجديد هي أنه بات يقدم صورة غير واقعية عن القدرات التي يملكها، فهو يملك أدوات رائعة غير مسبوقه في تداول المعلومات وتبادل الرؤى والأفكار والربط بين أصحاب القضية الواحدة، لكنه يظل في النهاية كما هو في الأصل وسيلة وأداة إعلامية غير قادرة على صنع الحدث كما يروج الكثيرون، وإنما قدرته تكمن في نقل صورة شديدة الصفاء عن هذا الحدث" (الرحمن، 2016) وعلى الرغم من تعددية المفاهيم حول الإعلام الجديد فإنه يمكن أن نحدد أهم ما يميزه باستخراج القواسم المشتركة من المفاهيم السابقة، وهي كالتالي (شبخاني، 2010):

التفاعلية: ويقصد بها الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة التبادلية أو التفاعلية، وهناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع فيها الفرد (أ) أن يأخذ موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال مشاركين بدلاً من مصادر.

تفتتت الاتصال: أي أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن توجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة.

اللاتزامنية: أي إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشاركين كلهم استخدام النظام في الوقت نفسه.

الحركية: إن وسائل الاتصال تتميز بصغر حجمها مما يجعل إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء تحرك مستخدميها.

قابلية التحويل: يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس.

قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأجهزة أخرى.

الشيوع والانتشار: يعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم، وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع. فكل وسيلة جديدة تظهر، تبدو على أنها ترف ثم تحول إلى ضرورة.

الكونية: أي أن البيئة الأساسية لوسائل الاتصال الحديثة هي بيئة عالمية. وقد امتد تأثير التعدد المفهوماتي للإعلام الجديد ودوره في الحياة الاجتماعية للأفراد، إلى التعددية المصطلحاتية، فعرف بـ"صحافة التطوع" (حسام، 2009) و"الصحافة الشعبية"

(Shirky، 2011) و"صحافة الهواة" و"إعلام النحن" و"صحافة النقاش المفتوح" (إبراهيم، 2011). وتعدت حدود التأثير المفاهيمي الاصطلاحي إلى تعددية أشكال ووسائل الإعلام الجديد، وهو محتوى العنصر الموالي للورقة البحثية.

ثانياً: أشكال الإعلام الجديد.

إن الإعلام البديل يمثل انعكاساً مضاداً للإعلام التقليدي، فقد اتخذ منه المواطن الجديد (المواطن الافتراضي netizen) أداة لتحرره من القيود التسلطية، وكسر أغلال احتكار الأنظمة لمختلف وسائل الإعلام، والتعبير عن رفضه للسياسات المتبعة، وتختلف وسائل التعبير عند المواطن الافتراضي من مدونات الكترونية، مواقع الفيديو التشاركي، ومواقع التشبيك الاجتماعي، وغرف المحادثة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

1- المدونات الإلكترونية (weblogs): إن مصطلح المدونة مركب من كلمتين (log) و(web)، ويشير معنى المدونة إلى منتدى يستطيع من خلاله الأفراد مناقشة أفكارهم وآرائهم حول مختلف الموضوعات، كما يستطيع أي مستخدم أن يطرح الموضوع الذي يريده ويعرضه للحوار، فضلاً عن تمتع المستخدم بحريته في الكشف عن هويته الشخصية وصورته الحقيقية أو التنكر وراء اسم مستعار.

وتتنامي أهمية المدونات لكونها متحررة من كافة الضغوط السلطوية، ومختلف أشكال الرقابة، فيشعر المواطن عبرها بتحقيق ذاته، وينعم بنشوة التفوق في عالم افتراضي، يستفرغ من خلاله جميع الشحنات النفسية السلبية. كما يرى الباحثون أن المدونات ترتبط ببعضها البعض بصورة مكثفة، تعيد دمج مجموعات منفصلة متنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالاً عاماً، لذلك فهي "من خلال مواصفات هيكلية في بنيتها تكون مجالاً عاماً مثالياً من حيث سهولة التصميم، وانتشار برامجها ومن محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص، وكل ذلك يتم في دقائق معدودة، كما أنها تمنح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع" (عطية، 2010).

ويرجع ظهور التدوين على الإنترنت إلى عام 1999، حيث أخذ في الانتشار والشبوع سنة 2003-تحديداً مع بداية الحرب على العراق- كما ظهرت على المستوى العربي سنة 2004، وامتد تأثيرها سنة 2005. ونلاحظ أنها قد تزامنت مع تطور وتزايد الحركات ذات الطابع الاحتجاجي، ومطالبة الأصوات المختلفة بالتعبير في مجالات عدة، منها السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، التي همشها بالأساس الإعلام الحكومي. فأصبحت المدونات منبراً موعوداً للمواطن، يفجر عبره المواطن الجديد مكنوناته، لا سيما منها المكنونات السياسية، الأمر الذي أدى إلى ظهور المدونات السياسية الرامية إلى التغيير السياسي لأنظمة الحكم، هذه الأخيرة أدركت موقع وثقل مكانة المدونات السياسية في تهديد بقائها في سدة الحكم، مما جعلها تمارس الحضر والمنع ومباشرة عمليات التوقيف لأصحابها، وتعد عمليات تأجيج وتحريك روح الثورة لدى الشباب في تونس ومصر من خلال المدونات دليل دامغ على ذلك، ومن أشهر المدونات في العالم العربي (مدونة أكتب، مدونة جيران، مدونة حفار، مدونة مكتوب، مدونة تدوين، مدونة البوابة)، نظراً لما توديه

المدونات الإلكترونية من دور في تفعيل العلاقات الاجتماعية، وتغيير الأوضاع السياسية عبر مقرات افتراضية، فقد خصصت لها جوائز لأفضل مدونة من طرف منظمة "مراسلون بلا حدود"، لاسيما مدونة المصري وائل عباس صاحب مدونة "الوعي المصري" والذي استطاع من خلالها أن يلفت الأنظار إليه بمشاركاته في أحداث المعارضة المصرية، أين وصل عدد زوار مدونته إلى أكثر من مليون زائر شهريا، حيث اتجهت المدونة أساسا إلى نقل صور نادرة لأحداث العنف التي قامت بها الشرطة ومنعت من نشرها بعض وسائل الإعلام، فضلا عن اعتماد بعض الفضائيات العربية والأجنبية في نقل بعض الأحداث الواردة على صفحاتها.

2- مواقع الفيديو التشاركي: قامت مواقع الفيديو التشاركي بدور فعال في تحريك مختلف الأطياف المجتمعية في الوطن العربي. فتعتبر بمثابة مادة خام تتضمن نقل الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المعاشة من طرف المواطن العربي. ويتم ذلك عن طرق نقل ما يحدث في الواقع باستخدام الهاتف النقال في التصوير والتسجيل وإيصال الحدث عن كذب. ومن أبرز وأشهر المواقع المستخدمة أثناء الحراك الشعبي العربي موقع (اليوتيوب youtube) الذي تأسس سنة 2005 من طرف شركة باي بال (pay pal)، عن طريق الثلاثي (تشاد هيرلي Chad Hurley، ستيف شن Steve Chen، جاود كريم (G)، 2009).

وتشير الإحصائيات إلى تطور عدد المستخدمين المستفيدين من هذا الموقع خصوصا في العالم العربي، فخلال سنة 2005 تجاوز عدد المقاطع المشاهدة 8 مليون مقطع يوميا، وفي سنة 2012 بلغ عدد المقاطع المشاهدة 3 مليار مقطع فيديو يوميا، أما الحجم الساعي المحمل يوميا بلغ سنة 2010 تحميل 24 سا/د، أما سنة 2012 وصل إلى 48 سا/د أي ما يعادل 70 ألف ساعة يوميا و8 سنوات من المحتوى يوميا. وقد كان لمواقع الفيديو التشاركي واضح الأثر في إنجاح الحركات الاحتجاجية، وشحذ همم الجماهير وتجنيدها، وكذا تزويد المحطات التلفزيونية والقنوات الفضائية بمختلف الأحداث اليومية، فعلى سبيل المثال لا الحصر، ما نشر على موقع اليوتيوب في تونس الذي جاء بعنوان "يحيا الشعب... بين علي هرب" حيث شاهده حوالي نصف مليون مشاهد، وكان مضمون المقطع المشاهد، حادثة مغادرة الرئيس الهارب بن علي لدولة تونس، وقد اعتمد هذا المقطع كأداة ومادة تسويقية للثورة التونسية عبر قناة الجزيرة الفضائية.

3- شبكات التواصل الاجتماعي: عرف العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء افتراضي، قلص المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج الثقافات وعددها، وأطلق على هذا النوع من التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعددت هذه الشبكات واستأثرت باهتمام واسع من الجمهور. وكان للأحداث السياسية عالميا دور في التعريف والتشهير بهذه الشبكات. فشبكات التواصل الاجتماعي تعرف بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب (2.0)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام، أو شبكات انتماء (عبدالله، 2013)، وهي أيضا "منظومة من الشبكات الإلكترونية يسمح المشترك فيها

بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات" (مازن، 2013)، ويقصد بها أيضا حسب Mayfield " مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الإنترنت تشترك بالخصائص التالية: المشاركة والانفتاح والتجمع والمحادثة" (Mayfield, 2010). وظهرت شبكات التواصل الاجتماعي إلى الواقع من خلال الفضاء الإعلامي المفتوح والاجتماعي الطامح إلى التحرر، في منتصف التسعينات من القرن 20، حيث كان وراء ظهورها الطبيعة الاجتماعية، ويعتبر أول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي (classmates.com) الذي انطلق سنة 1995، غير أنها لم تكن معروفة بالكيفية التي هي عليها اليوم، خاصة سنة 2003 مع إنشاء موقع (myspace) وأهم هذه الشبكات هي كالتالي:

-**الفييس بوك:** يعني به شبكة اجتماعية نالت اهتمام وقبول وتجاوب عدد كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها مارس 2004، بجامعة (هارفارد)، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرغ)، وكانت مدونته محصورة في البداية في نطاق الجامعة وبحود أصدقائه فقط وتخطت مدونته شهرتها حدود الجامعة وانتشرت بمدارس الولايات المتحدة الأمريكية/ وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار فقط ولو أنها في زيادة مستمرة، إذ قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرغ) "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفييس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانني تنفيذ أفضل منهم في أسبوع واحد" (تش، 2011).

-**تويتر Twitter:** تويتر هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية، في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الأونة الأخيرة ثلاث مواقع رئيسية، لعبت دورا مهما جدا في إحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي وهي "فييس بوك، تويتر، يوتيوب"، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح Tweet الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نسا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة" (المنصور، 2012).

-**اليوتيوب (youtube):** يعد اليوتيوب موقعا خاصا بمقاطع الفيديو ، وهو متفرع من شركة غوغل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعي المهمة (المنصور، 2012).

وترى Rebecca Rowell في كتابها Youtube.the company and its founders أن ظاهرة اليوتيوب والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة، وكيف بدأ من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي (Rebecca، 2011).

ثالثا: شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي العربي (قراءة في التجربتين التونسية والمصرية).

إن الحركات الاحتجاجية التي اجتاحت بعض دول العالم في الآونة الأخيرة لاسيما دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط، عرفت اختلافا من الجانب الاصطلاحي وعدم الاتفاق حول تسميتها من ثورة فيس بوك، الربيع العربي، الثورات العربية، ثورة الفراعنة، ثورة الياسمين، الثورة الخضراء، وثورة الكرامة وغيرها، لكن الشيء الذي يميز طبيعة هذه الحركات: أولا: على الرغم من التعددية المصطلحاتية، فإنها تنطوي بداخلها على مكونات كامنة بنفسية الشعب الذي رفض كل واقعه أو بعض من واقعه، ويسعى إلى الانعتاق والحرية، والانتقال نحو مرحلة جديدة تمثل هدف عملية التغيير (محمود، 2007). ثانيا: كان لشبكات التواصل الاجتماعي دورا رائدا في تفعيل وإنجاح الحركات التغييرية، حيث تولت إدارة دفة قواعد التغيير مجموعات تمثل جيل الشباب المحروم، والذي يعاني الإقصاء والتهميش وقمع الحريات، المتطلع إلى التحرر السياسي ومستقبل أفضل، وتأسيس أنظمة حكم شرعية.

ويهدف الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي إلى التفاعل الإيجابي، وتبادل ونشر المعلومات والأخبار، وتحديد أماكن التجمع والانطلاق. حقيقة كانت فعالة إلى درجة كبيرة جدا في تنظيم التجمعات والتظاهرات والحركات الاحتجاجية، فعلى سبيل المثال لا الحصر، بتاريخ 2011 تمكنت شبكات التواصل الاجتماعي من المساعدة في إسقاط نظام الحكم الفليبيني وتولية رئيسه "جوزيف استرادا"، بعد التصويت مباشرة من طرف الكونغرس لصالح أدلة ضد "استرادا"، وانهال آلاف الفلبينيين ضد رئيسهم الفاسد، وتم ترتيب الاحتجاج حتى وصل عدد المتظاهرين إلى أكثر من مليون شخص، وفي 20 جانفي 2011، تنحى "استرادا" عن الحكم (Shirky، 2011)، كما أضحت العلاقة جد وثيقة بين التغيير الديمقراطي المنشود وشبكات التواصل الاجتماعي، فالديمقراطية الإلكترونية- التي تعتبر امتداد طبيعي للديمقراطية التقليدية- تحولت إلى ملاذ للشعوب المضطهدة، الرامية إلى التمتع والعيش في كنف حياة سياسية وديمقراطية معتبرة لطالما ناضلت من أجلها عبر التاريخ. وقد عرف الوطن العربي تحول كبير في استعمال شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة مع مطلع سنة 2011، فجعلت الشعوب العربية منها أداة لحشد الجمهور وتعبئته للمظاهرات المعارضة لنظام الحكم القائم، وتزامن هذا التحول مع تعاظم وتيرة المطالب المجتمعية، وكذا تجاوز الخطوط الحمراء المحددة من طرف النظام الحاكم، ولا أدل على ذلك أكثر من التجربتين التونسية والمصرية، كنماذج توضيحية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة عملية التغيير السياسي، وكيف ساعدت في تفكيك الأنظمة التسلطية؟، سواء كان هذا التفكيك ذو طابع كلاني شامل أو جزئي عن طريق مباشرة إصلاحات سياسية، دستورية واقتصادية.

1- شبكات التواصل الاجتماعي وثورة الياسمين في تونس: إن تاريخ ثورة الياسمين في تونس الخضراء يعود تحديدا إلى 2010/12/17، والذي يعد بدوره تاريخا مفصليا ومعلميا سياسيا لعملية التغيير السياسي. فالمميز بهذا التاريخ الذي انطلقت فيه الأحداث واشتعلت

شرارة الحرية، أين أقدم الشاب التونسي محمد البوعزيزي الحامل لشهادة جامعية، وراح يمتهن تجارة الخضر من أجل كسب قوته ووقوت عائلته على إضرار النار في جسده الذي أخذ شكل شعلة نارية ملتهبة، معبرا في ذلك عن رفضه الكلي لمصادرة عربته من قبل رجال الشرطة، بعدئذ أخذ مقطع فيديو البوعزيزي ينتشر ويذاع في جميع أرجاء إقليم تونس، وهذا ما أثر في نفسية الشباب ودفعهم إلى النزول إلى الشوارع، معلنين عن رغبتهم الجامعة في التحرر من شبح الخوف السياسي ورفض الممارسات التسلطية الممنهجة من طرف النظام القائم، في شكل حركة احتجاجية حبلى بالخصائص التالية (عبدالنور، 2012):

- قاد الحركات الاحتجاجية جامعيون وبطالون، حيث ساهم هؤلاء بشكل واضح في انتشارها وتوسعها.

- بداية الحراك بشكل عفوي وخارج الأطر الحزبية والمؤسسية المتعارف عليها، مثل الأحزاب والنقابات المالية والاتحادات العمالية والطلابية، بسبب حالة الجمود والانقسام الداخلي التي شابته أحزاب المعارضة.

- عدم قدرة القوى السياسية وغير السياسية على التواصل مع قوى الاحتجاج الاجتماعي، بسبب غياب التحالف، أو على الأقل نوع من التواصل بين الشباب والعاملين في المجال السياسي.

- الاعتماد على العمل الاحتجاجي المباشر، مثل التظاهرات والإضرابات والإعتصامات كبديل عن العمل السياسي، ومن دون الحصول على تصريح مسبق من السلطة ممثلة في الأجهزة الأمنية.

- التوزيع الجغرافي للاحتجاجات، حيث انطلقت من البلديات في وسط البلد وجنوبها إلى المدن في الشمال والمناطق السياحية حتى وصلت إلى العاصمة مركز المؤسسات الأمنية والإدارية والسياسية.

- عبرت الحركات الاحتجاجية عن نمط جديد من المطالب الاجتماعية والسياسية، وأظهرت والحاجة إلى الإصلاح السياسي.

وأهم ما أفرزته هذه الحركة الاحتجاجية المتعددة الأبعاد في مضمونها بعد حوالي 3 أسابيع- 23 يوم تحديدا- من التجمهر والإعتصامات، سقوط رأس النظام التونسي وفراره إلى السعودية. ولعل أهم ما كان وراء تأجيج وتحريك هممة الشعب التونسي دوافع بنيوية بالدرجة الأولى، تمثلت أساسا في مقاربة الاقتصاد السياسي الجديد الذي يفسر الأزمة من خلال التداخل بين ما هو سياسي وما هو اقتصادي، من انتشار جميع أشكال الفساد والبيروقراطية والقمع وتضييق الحريات، واتساع الهوة بين الخطاب السياسي للنظام والواقع السياسي المقيد. كما احتلت المشاكل الاجتماعية رأس الأجندة الاحتجاجية، من انتشار رهيب للغبن الاجتماعي وارتفاع نسبة البطالة، وتدحرج الطبقة الوسطى المؤدية لدور أساسي في تحقيق توازن المجتمع وبالتالي استقرار النظام السياسي. فضلا عن العوامل الاقتصادية أيضا فتطبيق سياسات التحرير الاقتصادي المفروضة من صندوق النقد الدولي، قد ألحقت ضررا كبيرا بالطبقة الفقيرة، وأثرت في توسع الفجوة بين الطبقات وتنامي حدة التناقضات الاجتماعية.

ومن أجل التصدي لهذه الوضعية المؤزمة استغلت فواعل الحركة الاحتجاجية وسائل الإعلام الجديد في الاعتصام والتظاهر قصد تغيير الأوضاع، فمن خلال شبكات التواصل الاجتماعي أوصل جمهور المعتصمين صوتهم للعالم قاطبة، صوتا وصورة، بنشر أهم ما يحدث على صفحات الفيس بوك ومقاطع الفيديو عبر اليوتيوب، أين أصبحت هذه الوسائل حقيقة فعالة في إدارة دفة الصراع بين الشعب والأجهزة الأمنية، وربما يعود السبب في ذلك إلى تسخيرها من طرف جهات فاعلة تتقاسم وجهات النظر وتتقاطع في كيفية التخلص من اخطبوط الفساد وشبح البطالة والفقر وارتفاع الأسعار. وترى في هذا الشأن الكاتبة أمال الصالحي أن سلاح الإعلام يعتبر أمضى وأحد من أسلحة الطغاة التقليديين فتقول "ولى زمن حروب الأسلحة، وفتح المجال أمام الإعلام الجديد ليشن حربه ويقول كلمته، ولن أبالغ إذا قلت انه أصبح سلطة أولى وأداة لتغيير المجتمعات، فوائده جمة، يكفي أنه اسقط حاجز الخوف بين الشعوب اتجاه الأنظمة" (أمال، 2011).

فهذه الوسائط الإعلامية على تعددها، عملت على تفعيل التواصل الأفقي بين المواطنين الافتراضيين، وضمنوا بذلك أول خطوة نحو التغيير الديمقراطي، ألا وهي تفكيك النظام الحاكم ووضع تصور نظري يحدد إعادة بناء نظام حكم سياسي ناضج شرعي وديمقراطي. ويمكن تلخيص موقع شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في عملية التغيير في أربعة أدوار مركزية (Bohler-Muller، 2011)، أولها، نجاحها في حشد الجمهور وتحقيق الشعبية، ثانيها، ساهمت في بروز المواطنة الفاعلة والايجابية، ثالثها، كانت أدوات مضادة للدعاية والإشاعات، كما ساعدت الناس في تحليل البيانات الصادرة عن الحكومة، ورابعها، ساهمت في تشكيل وعي جديد من خلال حركة التسييس السريعة والمكثفة وتنسيق حركة المواطنين الميدانية بخلق بيئة اتصالية تغيرت فيها أنماط التواصل الاجتماعي والسياسي.

وتعد الدلالات الإحصائية المقدمة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي حجة بينة على أهميتها وتأثيرها في قيادة الفعل التغييرى، فقد بلغ عدد مستخدمي شبكة الفايسبوك في غضون شهر أوت 2011 ما يقارب 2.641.060 مستخدم أي ما يعادل 24.94 بالمائة من مجموع الساكنة في تونس، وتحتل نسبة الشباب المستخدم لهذا الموقع 65 بالمائة من العدد الإجمالي للمستخدمين. وبهذا تكون تونس احتلت الصدارة في استخدام فضاءات التواصل الاجتماعي. وكان لنجاح الثورة التغييرية في تونس امتداد إقليمى ودولى، اتضح أساسا من تفاعل الشعب المصري بطريقة ايجابية جدا، وراح يؤيد انتفاضة الشعب التونسي ضد التسلط وتدهور الأوضاع الاجتماعية، هذا الذي كان له الأثر في تشابه الأنساق، لذلك قام الشباب في مصر بتبني ثورة 25 يناير 2011 من أجل تحقيق التغيير المنشود، وهو ما سنتطرق إليه في العنصر الموالي.

2- شبكات التواصل الاجتماعي وثورة 25 يناير 2011 المصرية: إن ثورة التغيير في مصر-كما سبق وأن أشرنا-تأثرت بشكل ايجابي بثورة الياسمين في تونس، فقد كانت حافزا ملهما لهم وأسلوبا ناجعا ومجربا في دعوة أصدقائهم وتحديد مواقع وأزمنة التحرك، حيث يرى بعض الباحثين أنها الثورة الأقوى والأكثر تأثيرا في تاريخ مصر الحديث، فانطلقت الشرارة الأولى لـ"ثورة الغضب" من ميدان التحرير في وسط العاصمة المصرية، لتعم عددا

من المدن والمحافظات المصرية، أين خرج الشباب المصري تحديدا إلى ميدان التحرير يوم عيد الشرطة الموافق لـ25 يناير 2011 مطالبين بالإصلاح السياسي واستئصال برائث الفساد. والشيء المميز لهذه الثورة أن الشرارة الأولى بعثت من مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في العالم (سيد، 2012)، ولم تكن الحركات الاحتجاجية وليدة عوامل بسيطة، بل تعود أساسا إلى دوافع ومسببات مختلفة تراوحت بين عوامل اجتماعية، واقتصادية، وسياسية. ويلخصها الكاتب محمود إبراهيم بقوله "قبل الثورة كانت مصر جائعة، وكانت فقيرة، وكانت مؤشرات البطالة والأزمة الاقتصادية عالية ومجنونة، لكن كان هناك نظام قوي يدير البلد بقبضة من حديد، التاريخ يسجل أنه طوال ثلاثين عاما هي فترة حكم الرئيس المخلوع حسني مبارك عانى فيها الشعب المصري من نظام فاسد خلق حالة من الصراع والارتباك، وأغرق الشعب المصري في بحر من الفقر والمعاناة من المعيشة، حيث تدهورت أحوال الغالبية العظمى من سكان مصر وارتفعت الأسعار وتدنّت الخدمات وانتشرت معدلات البلطجة والتسول والجريمة، رغم وجود جهاز أمني متوحش قبض على البلد بيد من حديد بواسطة قانون الطوارئ الذي استمر أكثر من ربع قرن يحكم شعب مصر دون وجود أدنى احترام ودون خجل وانتشرت الرشوة والمحسوبية في كل أرجاء مصر" (المنياوي، 2012).

فكل هذه الظروف مجتمعة، تعبر عن أزمة هيكلية عميقة تمس أركان النظام المصري، الذي عقد قران بين الأموال والحكم، وكذا المزاجية بين التوريث والسلطة. بالمقابل تخليه عن تحقيق الوظيفة المحددة له أساسا ألا وهي خدمة الوطن والمواطن، الأمر الذي أدى بالشباب المصري إلى النهوض ضد القيود المنهجية الموضوعية من طرف الزمرة الحاكمة، حيث عرفت المطالب الشعبية تحولات على مستوى المفهوم، فقد انتقلت تطلعات الحركات الاحتجاجية في مصر من أهداف سوسيو-اقتصادية إلى مطالب سياسية بالدرجة الأولى، شعارها في ذلك التغيير السياسي الشامل والديمقراطي.

وفي سياق حركة التغيير المنظمة من طرف الشباب المصري، تموّعت فيها وبصفة محورية وسائل الإعلام الجديد لاسيما منها شبكات التواصل الاجتماعي، التي قامت بدور المنظم الموجه، المحرك والمحفز، وغالبا ما كانت تحفز لإنشاء عدد من الكيانات السياسية الفضفاضة (loose political networks)، وبرزت كلاعب أساسي في مفاصل المعترك السياسي المصري، فقد خرجت إلى الواقع في عدد من المسيرات والمظاهرات التي انطلقت للاحتجاج على الممارسات الحكومية، والمطالبة بالإصلاح وتحقيق الديمقراطية منذ 2004، أين ظهرت الحركة المصرية من أجل التغيير "كفاية" و"حركة شباب السادس من أبريل" و"الحملة الشعبية لدعم الدكتور البرادعي"، كما خرجت تظاهرات للاحتجاج ورفض ممارسات الأجهزة الأمنية ضد المواطنين، وتلتها في ذلك نشر مقاطع فيديو على موقع اليوتيوب لحالات من التعذيب التي أفضت إلى الموت (سيد، 2012).

ويقول الكاتب فتحي حسين عامر عن دور الفايبيوك باعتباره أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي له بارز الأثر في الحياة السياسية المصرية "قد أثر الفايبيوك في الحياة السياسية أيضا في مصر خاصة بعد ما أنشأه مجموعة السادس من أبريل، وهذا الجروب دعا فيه

مؤسسيه إلى المشاركة مع عمال غزل المحلّة في اضراب 6 أبريل 2008، وشارك في هذا الجروب أكثر من 71 ألف شخص، وقد سبب هذا الجروب أزمة سياسية عامة، وأزمة مع مؤسسة الجروب خاصة ومع الفايسبوك عامة، وكان له تأثيره غير المتوقع في حياتنا السياسية، والتي تخطى بها عصر التدوين والمدونين الذين كانوا يمثلون أول طرق الحرية والتعبير عن الرأي"، ويدل عدد المستخدمين للفايسبوك وشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى على مدى تغلغل وتجدر دورها في تأجيج وتحريض همم الشباب نحو التغيير، فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت حوالي 20.136.000 أي ما يعادل 24.5 بالمائة من عدد الساكنة. وعدد المشاركين في الفيسبوك حوالي 7.295.24. وأغلبهم شباب تتراوح أعمارهم بين 15 و29 سنة (حسين، 2011).

خاتمة:

إن الإعلام الجديد يحظى بأهمية بالغة الأثر على المستوى العالمي، نظرا لما يؤديه أولا، من دور في تفعيل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وذلك من خلال الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي الرسمي من قدرة على التكيف مع تطور وسائل الاتصال، وتحرره شبه الكلي من الرقابة السلطوية، وكذا الضغوط السياسية للأنظمة. ثانيا: التحول الذي حدث على المستوى الوظيفي للإعلام الجديد حيث انتقل من أداة للتعرف والتواصل بين الأفراد إلى أداة فعالة في التغيير السياسي والتوعية الديمقراطية، لاسيما الدور الذي نجح في أدائه على مستوى التغيير الديمقراطي العربي.

قائمة المراجع:

1. إبراهيم بعزبز (2011)، دور وسائل الاتصال الجديد في إحداث التغيير السياسي في البلدان، المجلة العربية للعلوم السياسية العربية، العدد 31، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
2. ألسالحي آمال (2011)، الإعلام الجديد وصناعة الثورات، مدونة آمال http://www.amalsalhi.net/2011/09/blog-post_23.html
3. اياد الدليمي (2015)، الإعلام الجديد: ثورة وثروة. <http://www.alarab.qu/details.php?issued=1447article=161413>
4. حسام عبد القادر (2009)، جراءة النشر وحرية التناول في الصحافة الالكترونية، ميدل ايست أونلاين، ديسمبر 2009.
5. رمزي المنياوي (2012)، الفوضى الخلاقة: الربيع العربي بين الفوضى والثورة، الطبعة الأولى، دار الكتاب العربي، دمشق.
6. سميرة شيخاني (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1، دمشق، سوريا.
7. الشهري فايز عبدالله (2013)، الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين. صحيفة الرياض العدد 14776.07 ديسمبر.
8. الشوبكي بلال محمود (2007). التغيير السياسي من منظور حركات الإسلام السياسي في الضفة الغربية وقطاع غزة "حركة حماس نموذجا"، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة النجاح الوطنية.

9. صادق عباس مصطفى(2007)، الإعلام الجديد:دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، العدد02، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.
- 10.الضراب مازن(2013)، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها. <http://knol.google.com/k/>
- 11.عامر فتحي حسين(2011)، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 12.عبد المقصود هشام عطية(2010). دراسة لخطاب المدونات العربية: التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 13.محمد المنصور(2012)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال قسم علوم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.
14. مزري تش، بن(2011). قصة فيس بوك: ثورة وثروة، الطبعة الأولى، إصدارات سطور الجديدة، القاهرة.
- 15.مكاوي مرام عبد الرحمن(2016). تضليل الإعلام الجديد. موقع الوطن أو لاين. <http://www.alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleId=5795>
- 16.موقع القناة(2015)، ما هو الإعلام الجديد؟، <http://www.aalkanhal.com/?p=394>
- 17.ناجي عبد النور(2012)، الحركات الاحتجاجية في تونس وميلاد الموجة الثانية من التحرير السياسي، الطبعة الثالثة، مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت.
- 18.نرمين سيد(2012)، الإعلام الجديد وفرص التحول الديمقراطي في الأنظمة السلطوية: دراسة في رؤى وممارسات الشباب الناشط سياسيا بالتطبيق على مصر نموذجا، في: مجموعة مؤلفين، الثورة المصرية الدوافع والاتجاهات والتحديات ، الطبعة الأولى، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات بيروت.
- 19.Bohler-Muller ,N and der MerweCharl .V (2011). "The potential of social media to influence socio-political change on the African Continent", AFRICA INSTITUTE OF SOUTH AFRICA Briefing NO 46 MARCH 2011, available :<http://www.ai.org.za/media/publications/Policy%20Brief>
20. High tech dictionary(2011), Definition for new media, <<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html>.
- 21.Jarboe. G (2009)."You tube and video marketing", Available, http://books.google.com/books?id=09kzFe5roMUC&printsec=frontcover&se=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- 22.Mayfield, A (2010) . " What is Social media " , e-book, iCrossing.com, United Kingdom ,Available: <http://www.pdfio.com/k-75620.html>
- 23.Paul Martin lester(2011),california state university, <<http://www.commonfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum.newmedia.html>.
- 24.Rowell, Rebecca. (January 2011), Youtube: The Company and Its Founders, UK
25. Shairy Bowman and Chris willis(2003),.new media, how audiences are shaping the future of news and information. The media center at the American press institute, USA.

-
26. Shirky, C.(2011). “The Political Power of Social Media, foreign affairs”,http://www.gpia.info/files/u1392/Shirky_Political_Poewr_of_Social_Media.
27. [www.youtube.com/static ?hl=ar&template=press-statistics](http://www.youtube.com/static?hl=ar&template=press-statistics).