إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي

أ. د مبارك بن واصل الحازمي*

ملخص الدراسة:

إن ما ساعد الإعلام الرقمي على الانتشار ارتباطه بالتقنية المتطورة بسرعة فائقة، والتي أصبحت تطورات مذهلة، وبطبيعة الحال ستشهد البشرية تطورات أخرى في المستقبل القريب، قد تطغى على الإعلام الرقمي الحديث من خلال بوادر بدأت بالظهور تتجسد بالإعلام الافتراضي التصوري، والوسائل التفاعلية الشاملة.

إن بقاء أو انقراض أية وسيلة إعلامية مرتبط بمستويات تطور المجتمعات الإنسانية في الجوانب الاقتصادية والعلمية والثقافية، كما إن ارتفاع مؤشرات الفقر والأمية سيدفع طبقات واسعة من المجتمعات الدولية إلى أن تبقى بعيدة عن الاندماج بثورة التقنية التي تتسارع وتيرتها يوماً بعد آخر، وسيبقى اعتماد تلك المجتمعات الفقيرة على الإعلام التقليدي. كما أنه لا يمكن الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات لأسباب عديدة سوف تقوم الدراسة بإبرازها.

أن وسائل الإعلام الرقمية تمثل بحد ذاتها تطوراً كبيراً ومتفوقاً على وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، وأدى ذلك إلى ثورة هائلة في نمط الاتصال ليقود عالمنا إلى مجتمع معلومات اتصالي ولتقود تكنولوجيا الاتصال الرقمي ثورة في مجموعة من الميادين التي حولت المجتمع الى معلومات رقمية. كما أن ما يميز الإعلام الرقمي أنه متاح لجميع البشر مهما اختلفوا كما أنه لا يعترف بقيود الإعلام التقليدي، كما يتميز بتدفق المعلومات ويقوم بتوفير فرص للحصول على المعلومات بطريقة لم تتوفر للمتلقي من قبل، لا من حيث الوسائل أو النوع أو الكمية.

لقد أصبح للوسائل الإعلامية التقليدية مواقعها على الإنترنت، لأنها أدركت ضخامة التحديات والمنافسة التي تواجهها من النشر الإلكتروني والبث الإلكتروني. أن الإعلام التقليدي يقود قاطرة الإعلام الحديث، وهناك تكامل بينهما، واستفادة متبادلة إن جاز التعبير ولا يمكن القول إن هناك صراعاً ينتهي باختفاء أي منهما كما سنوضحه في الدراسة.

ومع ذلك فقد حوت وسائل الإعلام الجديد في ثناياها العديد من الإشكاليات والتي إن كانت موجودة من قبل لكن هذه الوسائل حفزت من ظهورها بشكل واضح وزادت من اختناقاتها وتأزمها وتتعدد هذه الإشكاليات لكن سوف تركز هذه الدراسة على بعض منها كالهوية والأمن القومي والمعلوماتي إضافة للثقافة السياسية وجميعها لم يكن لها تأثير كبير في الإعلام التقليدي وسنتناول ذلك بشيء من التفصيل كل منهم على حده وغيرها في صلب الدراسة.

* أستاذ الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز – جدة

The problematic relationship between digital and traditional media

Abstract

What has consistently helped in the spread of digital forms of media is how it is related to evolving technologies, where the developments have become spectacular; the human race is still to await further advancements in the technological world which may even overshadow digital media with virtual, fully inclusive, and interactive forms of communication.

The remain or extinction of digital media is mainly related to the development of communities in terms of economic, scientific and cultural developments within the society. Also, the rise in levels of poverty and illiteracy will unfortunately not allow many segments of society to participate in the upcoming technological revolution which is increasing in pace day by day; therefore leaving this segment dependent on traditional forms of media.

Digital Mass communication has surpassed traditional forms of media outlets greatly and in many aspects which has thus driven our generation towards digital media and changed the pace of society completely including in many different fields. What makes digital media unique is that it is available to everyone no matter how different they are and thus limitless not as traditional media. It also presents many ways to obtain information that has not been available before traditionally, in terms of ways, types or quantity.

Traditional media have also secured a spot digitally, because they have come to realize the greatness of the challenges and competition they face when changing to a digital platform. Traditional media is merely following modern media platforms, there is of course mutual benefit and it cannot be said that a struggle between traditional and digital forms of media will end by the disappearance of any of the sides, both complete each other, so to speak.

Even though the presence of digital media forms have solved many of the problems present with traditional media forms; it has not been able to solve everything and perhaps has even highlighted a few problems even more. In this study, the focus will be on some of the problems as identity, national and information security as well, where traditional media did not face these problems. Each of the problems will be discussed separately and in detail in this study.

المقدمة:

إن ما ساعد الإعلام الرقمي على الانتشار ارتباطه بالتقنية المتطورة بسرعة فائقة، والتي أصبحت تطورات مذهلة، وبطبيعة الحال ستشهد البشرية تطورات أخرى في المستقبل القريب، قد تطغى على الإعلام الرقمي الحديث من خلال بوادر بدأت بالظهور تتجسد بالإعلام الافتراضي التصوري، والوسائل التفاعلية الشاملة.

لا يمكن الاعتقاد بزوال أي وسيلة إعلامية تحت أي ظرف من الظروف، لأسباب منها، أن ظهور الإذاعة لم يلغ الصحافة، كما أن الإذاعة المرئية لم تلغ الصوتية، ولذلك فإن ظهور الإعلام الرقمي لن يلغي الإعلام التقليدي.

ومن جهة ثانية، فإن بقاء أو انقراض أية وسيلة إعلامية مرتبط بمستويات تطور المجتمعات الإنسانية في الجوانب الاقتصادية والعلمية والثقافية، وإن ارتفاع مؤشرات الفقر والأمية سيدفع طبقات واسعة من المجتمعات الدولية إلى أن تبقى بعيدة عن الاندماج بثورة التقنية التي تتسارع وتيرتها يوماً بعد آخر، وسيبقى اعتماد تلك المجتمعات الفقيرة والمتخلفة على الإعلام التقليدي.

كما أنه لا يمكن الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات لأسباب عديدة. أبرزها أن مصادر الأخبار والمعلومات في الصحافة التقليدية تحظى بمصداقية وثقة أكبر، لأنها تصدر من مؤسسات قانونية معلومة ومعروفة لجمهورها، وأنها تعتمد على وكالات ومراسلين متخصصين مؤهلين لممارسة العمل الصحفي، مؤكدا أن هذه المعايير غير متاحة لمواقع التواصل الإلكتروني، لغياب الرقيب أو ضعف دوره، ولظهور ما سمي (بالصحفي المواطن) الذي هو شخصية غير متخصصة.

أن وسائل الإعلام الرقمية تمثل بحد ذاتها تطوراً كبيراً ومتفوقاً على وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، وأدى ذلك إلى ثورة هائلة في نمط الاتصال ليقود عالمنا إلى مجتمع معلومات اتصالي ولتقود تكنولوجيا الاتصال الرقمي ثورة في مجموعة من الميادين التي حولت المجتمع الى معلومات رقمية.

كما أن ما يميز الإعلام الرقمي أنه متاح لجميع البشر مهما اختلفوا كما أنه لا يعترف بقيود الإعلام التقليدي، كما يتميز بتدفق المعلومات ويقوم بتوفير فرص للحصول على المعلومات بطريقة لم تتوفر للمتلقي من قبل، لا من حيث الوسائل أو النوع أو الكمية.

لقد أصبح للوسائل الإعلامية التقليدية مواقعها على الإنترنت، لأنها أدركت ضخامة التحديات والمنافسة التي تواجهها من النشر الإلكتروني والبث الإلكتروني.

كما يبدو أن هذه المساحات الشخصية على الإنترنت مكنت الناس العاديين من طرح أفكارهم وإسماع آرائهم للعالم، وهذا ما أزعج الحكومات غير الديمقراطية التي رأت في المدونات خطرا كبيرا قد يساعد على التواصل والحوار ونقد الأوضاع السياسية والمطالبة بمزيد من الحرية والديمقراطية، وهو ما تخشاه هذه الحكومات غير الديمقراطية.

أن الإعلام التقليدي نجح بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته لذلك فإن شكل الإعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة، وأن حروب الغد لا يكسبها من يملك القنبلة الأكبر، بل يربحها ذلك الذي يصنع الرسالة الرقمية الذكية.

وستكون حروب المستقبل متمثلة بالإعلام وليس بالأسلحة التقليدية أو بأسلحة الدمار الشامل أو حتى بالأسلحة الذكية وسيواصل الإعلام الجديد بوسائله الحالية والقادمة، وبأشكال متعددة، وعلى مستويات مختلفة، إعادة تشكيل النظم السياسية الوطنية والدولية وحياة الأفراد عبر مختلف أنحاء العالم.

أن المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة تميل لمصلحة وسائل الإعلام الاجتماعية و«المواطنين الإعلاميين المحترفين في المجالات المختلفة»، حيث لم يعد بإمكان وسائل الإعلام التقليدية تجاهل العاملين في الإعلام الجديد ولا مقاطع فيديو «الهواة» على «يوتيوب»، أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية.

بل إن معظم الإعلاميين التقليديين المحترفين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع جمهورهم بطرق جديدة، كما أنه لا يمكن تجاهل نجاح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته.

ويرى إعلاميين وتربويين أنه يمكن وصف الإعلام الرقمي الحديث بأنه الابن الشرعي للإعلام التقليدي، فما زلنا نقرأ الخبر والمقال والتقرير والتعليق والتحليل والتحقيق ونسمع الحديث والمقابلة الإذاعية ونشاهد الأفلام والبرامج المنوعة التي انتقلت من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي الحديث.

أكد الدكتور صالح أبو أصبع أن النشر الإلكتروني أضحى حقيقة واقعة ولم يعد ترفاً زائداً، وأصبح منافساً شرساً للنشر الورقي، فضلاً عن أن جيل الشباب الجديد مع استخدام الإنترنت ظل عازفاً عن القراءة الورقية، موضحاً أن النشر الإلكتروني أصبح بديلاً حقيقياً للنشر التقليدي.

فالكتب أصبحت متاحة على المواقع، وتسير الخطط سريعة نحو إنجاز الكتاب الإلكتروني الذي سوف يكون بديلاً عن الكتاب المدرسي المطبوع، وهكذا أصبحت صناعة الطباعة الورقية مهددة.

وعن إمكانية الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار فقط أم أن هناك ميزة للصحافة الورقية، أوضح أن الإنترنت وفرت للمستخدمين المشاركة في الصحافة البديلة كالمدونات والمنتديات وغيرها عبر بناء كيانات صحافية جديدة منافسة ومغايرة للصحافة التقليدية تميزت بالحرية والتنوع، والفورية في متابعة الخبر وتغطيته ونشره وقت حدوثه مع قدرة القراء على المشاركة والتعليق على الأخبار.

أوضح الدكتور مصطفى الطائي الأستاذ في كلية المعلومات والإعلام بجامعة عجمان، أن الإعلام التقليدي يقود قاطرة الإعلام الحديث، وهناك تكامل بينهما، واستفادة متبادلة إن جاز التعبير ولا يمكن القول إن هناك صراعاً ينتهي باختفاء أي منهما.

وأشار إلى أن الإعلام التقليدي اليوم هو من يستثمر وسائل الإعلام التقني الرقمي الحديث ويوظفه من أجل الوصول إلى جمهوره، فمن النادر أن تجد صحيفة أو قناة في الإعلام التقليدي لا تمتلك موقعاً على الإنترنت، وأصبحت قنوات الإعلام الحديث واسطة لنقل قنوات ومضامين الإعلام التقليدي إلى الجمهور.

ولفت الى أن العاملين في الإعلام التقليدي هم من يديرون معظم قنوات الإعلام الرقمي الحديث، ولذلك فقد استفاد الإعلام التقليدي من تقنيات الإعلام الرقمي الحديث لتطوير مضامينه وأساليب إخراجه.

قال الدكتور مصطفى الطائي إن الإعلام الرقمي الحديث هو الذي يتم نشره وإصداره على شبكة الإنترنت، ويشتمل على صحف وقنوات وصفحات ومواقع، وتتنوع مضامينه بين الصور وتسجيلات الفيديو والأخبار والمقالات والرسوم المتحركة، ويتميز بمرونة، لكونه مدعوماً بالصوت والصورة واللون والحركة، ما يسمح له بالتجديد والتطور التنوع والانتشار والقدرة على المنافسة، حتى أصبح مثار جدل ونقاش.

مرحلة تاريخية تشهد القادم الجديد:

يلاحظ أنه لم يحصل من قبل أن ألغت وسيلة أو أدى ظهورها الى اختفاء أخرى، وصحيح انه قد يحصل أن يتراجع الحيز الذي كانت تشغله هذه الوسيلة أو تلك ليتم تقاسمه مع القادم الجديد وهو ما حصل عندما ظهرت وسائل الإعلام تباعا، والحاصل أن الكثير من وسائل الإعلام تكيفت مع الوضع الجديد عبر تجديد نفسها وممارساتها فقد كان الحافز التكنولوجي كبيراً، فالتحدي التكنولوجي دفع الكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية إلى البحث عن صيغ تجديدية، سواء على مستوى المضمون أو الشكل لإرضاء جمهورها.

كما أنه لكي يتمكن الإعلام التقليدي مواكبة التطور الحاصل في أدوات الإعلام الحديث، فإنه يحتاج الى تجديد نفسه وممارساته وتوظيف التكنولوجيا في الوصول الى تحقيق هذا التجديد، على أن تكون هذه التكنولوجيا وسيلة وليست هدفاً في حد ذاته، مضيفاً ان وسائل التواصل الاجتماعي كباقي مصادر المعلومات فيها الغث والسمين، كما أن الصحافة لا تختلف عنها، فمنها الجاد الملتزم بالقيم والأخلاقيات المهنية، ومنها التي كانت ولا زالت أدوات للتضليل والدعاية.

وليس أدل على ذلك من أن تراجع بعض الصحافة يعود في جزء كبير منها الى تراجع مصداقيتها بسبب عدم ثقة الجمهور فيها، إذ إنها تحتل المراتب الأخيرة في الثقة، كما أنه من المهم القول إن وسائل التواصل الاجتماعي لن تكون بديلاً للإعلام عموماً وللصحافة الورقية خصوصاً لأنها لا تحتكم إلى نفس المعايير، فالعمل الإعلامي تحكمه معايير دقيقة إذا ما التزم بها، فمعركة الصحافة من أجل ربح رهان الحاضر والمستقبل تتمثل في جودة المضمون وموثوقيته.

الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

قال الدكتور ياس خضير البياتي وكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان، إن الإعلام الجديد أصبح يمثل نظاماً إعلامياً موازياً للإعلام التقليدي، الذي أنتجه ظرف اتصالي تنقصه الحرية، وتسيطر عليه الأنظمة بضوابطها السياسية، ويضغط عليه المال بسطوته، ما أبعده في كثير من الأحيان عن اهتمامات الجمهور وقضاياه الحقيقية، بالإضافة إلى انعدام الثقة في معظم المؤسسات الإعلامية الرسمية، وأصبح له دور فاعل ومؤثر في اختيار الرسالة الإعلامية وتحديد مساراتها.

وأوضح أن جهل الانسان بكيفية التعامل مع المعلومة واستثماره لها، وافتقاده المرجعيات التعليمية والمعرفية التي تؤهله لاستيعاب المعلومة وتقرير أهميتها ومصدرها يعتبر من إشكاليات الحاضر والمستقبل، وهي إشكاليات ستتضخم وتنمو مادامت تكنولوجيا الإعلام تتطور بسرعة هائلة كل يوم. وأخطر ما نواجهه اليوم هو العبث بالمعلومة، واللعب بمضامينها، وتحويل هذا العبث الى منهج حياة.

أن الإعلام الجديد (إعلام الفرد) يعتمد على آراء شخصية وليس على أخبار تُستقى من مصادر موثوقة، وأن تنافس المستخدمين لوسائل التواصل أفقد هذه الوسائل مصداقيتها وأسهم في انتشار أخبار عارية عن الصحة، منها أخبار موجهة من جهات ما لتحقيق غايات معينة.

كما نرى إن التأثير القوي لـ (الإعلام الجديد) لا يتطلب أموالاً كثيرة أو تقنية عالية، كما أنه يمنح الشباب المهمَّش إحساساً بالأهمية، فتدوينه صغيرة قد يقرأها المئات أو الآلاف عبر العالم، مما يشعر صاحبها بالأهمية ويفجِّر طاقاته ومواهبه، مشيرا الى أن الإعلام الجديد بتضاريسه الحاليّة يظلّ بعيدا عن السيطرة.

ويبقى من الصّعب التنبّؤ بتغيّراته واتجاهاته، ولذلك فنحن نستطيع القول بعدم جدوى الحديث عن صمود التقليدي أمام الجديد بل هي دعوة مفتوحة للتكامل بين الوسيلة الإعلامية وبين التكنولوجيا المعاصرة والاستفادة من هذا الابتكار التكنولوجي.

الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد:

ولفت الى أن الإعلام الجديد أخذ الكثير من التقليدي من خلال نشر المعلومة بسرعة كبيرة وبتأثير قوي من قبل مستخدميه في العالم، وكل الأحداث أكدت لنا أن قوة الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية كان لها الدور البارز في إيصال المعلومات بسرعة من الشعب نفسه من خلال تواجده القوي في «فيسبوك» و«تويتر».

ويتضح إقبال الكثير من الأفراد على استخدام الإعلام الجديد بمعظم تطبيقاته وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي والتي من أهمها الفيس بوك، حيث لوحظ كثرة استخدام الشباب لهذا الموقع من أجل التواصل مع الأخرين والتعارف ولاكتساب ومعرفة معلومات جديدة، كما أنها أتاحت حرية التعبير عن الرأي للجميع بعيدا عن أعين الرقباء سواء عن طريق البريد الإليكتروني أو المدونات أو المنتديات وساحات الحوار، هذا بالإضافة إلى أنها تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات

مختلفة، كما أنها تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال وتساعد على قبول القضايا الخلافية وتساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين وتوفر فرصة التعلم "بالرمزيات" والمحسوسات" أيضاً، وبالرغم من الكثير من المميزات التي توفرها هذه الشبكات إلى أنه لها أضرارا جسيمة على الأسرة والفرد والمجتمع، فقد تؤدي بأفراد الأسرة إلى الانطواء وعزلة كل فرد والخلوة بنفسه، أيضا قد تؤدي بالفرد إلى ارتكاب الجرائم عن طريق معرفة بعض أصدقاء السوء على تلك الشبكة مما قد يؤدي به للانحراف وارتكاب سلوكيات منافية لمجتمعنا وعاداتنا، وهنا وجب على كل أسرة مترابطة الأبناء أن يقوموا بدور إيجابي إزاء تلك الظاهرة لحماية أبنائهم وخاصة صغار السن من الأطفال والذين يحملون تليفونات محمولة وتابليت في جيوبهم وينتقلون به إلى كل مكان، على الأب والأم ترشيد استخدام أبنائهم لشبكة الإنترنت وشغل أوقاتهم بأشياء أكثر إفادة لهم كتعلم السباحة والرماية وغير ذلك مما حثنا عليه رسولنا الكريم.

الإعلام الجيد والإعلام القديم تواصل أم تقاطع:

لا نفتأ يوما إلا ونقرأ ونسمع عما يسمى بالإعلام الجديد في مقارنة مع الإعلام القديم.

الإعلام الجديد: يقصد به وسائل التواصل الاجتماعي التي انتشرت عبر الشبكة العنكبوتية من فيسبوك، وتويتر، وانستجرام، ويوتيوب، وسواها من المحركات البحثية التي أصبحت تمثل فضاء واسعا أمام المجتمع ليشارك في العملية الإخبارية، والفكرية، والتواصل بين الأفراد، بل وأداة سياسية يستخدمها السياسيون «ليغردوا» ويضعوا آراءهم حول حدث معين، أو موقف، أو رد على تغريدة معادية أو منافسة.

مجتمعات الاستهلاك:

أما ما يوصف بالإعلام القديم، فهو كل وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة مكتوبة، وإذاعة- وتلفزيون. لكن هل يلغي الجديد القديم؟

إن تاريخ الإعلام وتطوره يؤكد أنه لم تحل وسيلة جديدة محل وسيلة قديمة وتلغيها، فكل وسيلة لها جمهورها المتمسك بها وإن كان منفتحا أيضا على وسائل أخرى. مصطلح وسائل الاتصال الجماهيري (mass media) الذي ظهر في ثلاثينيات القرن الماضي في واقع الأمر ظهر بسبب مجتمعات الاستهلاك التي بدأت تظهر وتتطور منذئذ بفضل ظهور طبقات وسطى قادرة على الاستهلاك، وتمتين وجودها الاجتماعي عبر رفع مستوى ثقافتها عن طريق الاستهلاك الثقافي أيضا أي شراء الصحف والمجلات، والكتب، ومشاهدة الأفلام السينمائية في الصالات.

وقد تعززت هذه الظاهرة مع اختراع آلة الراديو وظهور الإذاعات التي بات من الممكن لهذه الطبقات الاجتماعية اقتناؤها، بل سهل المنتجون اقتناءها لترتبط بالإعلان التجاري (marketing advertisement) لتصل إعلاناتهم لأعرض شريحة ممكنة خاصة وأنها موجهة لكل شرائح المجتمع وخاصة هؤلاء الذي لا يتقنون القراءة أو ليس لديهم الوقت لها فيكتفون بالسماع لما تقدم لهم الإذاعات وخاصة ربات المنزل.

وكان ذلك أيضا سببا في انتشار الصحف، والمجلات بشكل كبير بعد أن استفادت من عائدات الإعلانات. فبروز الإذاعة لم يلغ دور الصحافة المكتوبة وإن قضمت شيئا من عائدات الإعلان. ومع ظهور التلفزيون وانتشاره السريع تراجع دور الإذاعة قليلا، ولكنه لم يلغها بل بات دورها يتأقلم مع الوسيلة الجديدة وبحثت عن نفسها في بث برامج وأخبار سريعة في أوقات مختلفة خارج أوقات الذروة للبث التلفزيوني.

الصحافة الورقية:

مع بداية تسعينيات القرن الماضي بدأ المشهد الإعلام ي يهتز ويأخذ أشكالا جديدة مع إنشاء وسيلة جديدة قلبت الموازين التقليدية للاتصالات، والتواصل، والإعلام بشكل عام. فعلى مستوى الاتصالات أحدثت شبكة الإنترنت ثورة كبيرة فيما يخص تطبيقات عديدة للتواصل بدل الهاتف التقليدي (ما سينغر، سكايب، زووم. الخ). كما أن اختراع الهاتف المحمول جعل الهاتف المنزلي الثابت بدون قيمة فعلية حتى أن معظم البيوت ألغت امتلاكها لخط ثابت.

أما فيما يخص وسائل الإعلام فقد تلقت الصحافة المكتوبة (الورقية) ضربة قوية، بسبب خسارتها لعائدات الإعلان التي تحولت إلى الشبكة العنكبوتية (في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها اختفت حوالي ٣٠٠ صحيفة ومجلة عن الصدور خلال العقدين الماضيين ومنها مجلة لايف وريدر دايجست أشهر مجلتين وأكثرهما انتشارا) بل أن معظم الصحف التي تصارع من أجل وجودها تحولت أيضا إلى الشبكة العنكبوتية (WEB) لإصدار نسخة إلكترونية إلى جانب نسختها الورقية كي تحافظ على مستوى عدد قرائها وبالتالي الحفاظ على بعض الإعلانات والتحفيز لجمع اشتراكات جديدة أقل تكلفة.

أما القنوات الإذاعية والتلفزيونية فقد سلكت نفس طريق الصحافة المكتوبة بإنشاء مواقع إخبارية وبث مباشر على الشبكة أيضا. بيد أن الثورة الحقيقية والتي اصطلح على تسميتها بالإعلام الجديد هي تمكين الفرد العادي من المشاركة الإعلامية عبر تطبيقات عديدة (بلوغ، يوتيوب، فيسبوك، تويتر، إنستغرام.. مواقع الكترونية خاصة.). هذه الفضاءات جعلت من الفرد مرسلا، ومستقبلا، ومنتجا في آن معا بعد أن كان مستقبلا فقط، ومستهلكا. بل وعازفا عن استهلاك وسائل الإعلام الرسمية، وخاصة القنوات التلفزيونية والإذاعية. (خاصة الشريحة العمرية ١٥-٣٠ سنة). بل برزت محركات بحث هامة (غوغل، ياهو..) التي تعطيك المعلومة بيسر وسرعة سهلتا على الباحث الكثير من الجهد.

وظهرت موسوعات (ويكيبيديا) أيضا تعطيك الوافر من المعلومات العامة. هذا الوضع الجديد والقائم حاليا والسريع التطور، خلق مهنا جديدة (إنفوغرافا، مصمم مواقع، دي فلوبر، مواطن صحافي.) ولكن هذا لا يعني أن الحياة في الإعلام الجديد وردية دون شائبة، فوسائل التواصل الاجتماعي تعج بمهاترات وشتائم بين المتناقشين حول قضايا معينة، بل وترويج أخبار مزيفة، وبعض الأنظمة أنشأت أجهزة مراقبة وترصد، وجندت جيوشا الكترونية للمتابعة والردود، وبث الأخبار المضادة وبعضها مفبركة.

الفيديوهات المضللة:

وأعداد كبيرة من الفيديوهات على يوتيوب مضللة، وهناك ظاهرة الألعاب الخطيرة التي تغري لاعبيها وتدفعهم حتى للانتحار. وكذلك استدراج المراهقين والمراهقات والتغرير بهم. وهناك من يستغلها للدعوة للعنصرية والدعارة. وانتشرت المواقع الإباحية بكثرة. ولا بد إزاء هذه الظواهر أن يتم سن ميثاق أخلاقي رادع لاستخدام وسائل التواصل يمنع الدعوة للعنصرية، والدعارة، والترويج للمخدرات، وخطاب الكراهية.

بعض المواقع تقوم بدور المراقبة والحظر ولكن يبقى ضمن إطارها ولا بد من أن تكون عامة.

حوت وسائل الإعلام الجديد في ثناياها العديد من الإشكاليات والتي إن كانت موجودة من قبل لكن هذه الوسائل حفزت من ظهورها بشكل واضح وزادت من اختناقاتها وتأزمها وتتعدد هذه الإشكاليات لكن سوف تركز هذه الدراسة على بعض منها كالهوية والأمن القومي والمعلوماتي إضافة للثقافة السياسية وسنتناول ذلك بشيء من التفصيل كل منهم على حدة.

١-إشكالية الهُوية

لفظ الهُوية ليس واضحًا فهو مفهوم أيديولوجي أكثر منه مستندًا على أسس علمية وإن كان التعبير عن الهُوية يتم من خلال خصائص تشترك فيها الجماعة الواحدة كالدين واللغة والتاريخ والمعتقدات والثقافة الواحدة، وقد أصبحت الهُوية في وضع بالغ الصعوبة اليوم نظرًا للتطور التكنولوجي الذي اختزل بشدة العلاقة بين المجتمعات وخلق لغة خاصة وهُوية مختلفة تسلك طريقًا آخر غير الذي اعتادت عليه ومن ثم أصبح من اليسير أن يخسر الفرد هُويته وشخصيته ويصبح الفرد في هذه البيئة الجديدة بدون هُوية أو ثقافة مميزة له بل أصبح يتحدث باللغة العالمية، وللهُوية مستويان الأول شخصي والآخر جماعي ويخلق الأول التنوع بين الأفراد داخل المجتمع الواحد أما الآخر فيخلق التنوع بين الجماعات والمجتمعات المتعددة.

وكان للإعلام الجديد بصمته الواضحة على الهُوية حيث أدت هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة إلى خلق مجتمعات افتراضية بشكل ضخم إلى حد لا يمكن الإلمام به وتقييده وبالتالي كان لذلك تداعيات واضحة على تغيير نمط تفكير الأفراد والجماعات وأصبحت المسافات والحدود الجغرافية أشكال وهمية لا تستطيع إيقاف هذا الغزو التكنولوجي الافتراضي وأضحت هذه المجتمعات الافتراضية هي الواقع الجديد الذي يُشكل حياة الأفراد وأصبحوا مرتبطين إلى حد كبير بالأجهزة الحديثة كالحاسوب والهاتف المحمول والأدوات الأخرى وذلك أنتج ما يُسمى " بالفرد الحاسوب" وذلك إشارة لكونه أصبح مبرمجًا وأفرز نوعًا جديدًا من الهُوية لم يكن موجودًا ولا يتم تحديده فهو خليط ناتج عن مزيد من الانفتاحات والتداخل وتظهر الهُوية الافتراضية أو فضاء السايبر Cyber Space والذي يجعل الأفراد أشخاص " أنترنيت" تنزوي في ثقافات غيرها حتى وإن كان على حساب هُويتها وإن كان هذا قد يتشبع رغبات وحاجات نفسية لدى الأفراد إلا أنه يخلق قلق الانتماء لكونهم متشرذم في ثقافات وأفكار وهُويات مختلفة غير قادرين على تحديد ذاتهم الأصيلة التي يجب الانتماء لها.

والحديث عن إشكالية الهُوية لا ينفصل عن اللغة فلا نجد جماعة من البشر لها نفس الهُوية إلا ولها نفس اللغة وفي كثير من الأحيان تسعى لفرض لغتها هذه ولعل النموذج الشهير على

ذلك الكرد فرغم أنهم يتوزعون على أكثر من دولة إلا أنهم ينتمون فقط لقوميتهم وهويتهم ويتحدثون لغة واحدة رغم اختلافها عن باقي أقاليم الدول المتواجدين فيها ، فاللغة هي التي تصون وتحمي الهوية وهى تحيا بالاستعمال والتداول ونتيجة للوسائل التكنولوجية الحديثة هذه تبعثرت الهُويات ليسود نموذج ثقافي وحيد ويصيح هو المركز وهو ما يُعرف باسم المثاقفة حيث انحسار الهويات المختلفة في ثوب جدبد وهذا بالتأكيد سلبي حيث ما هو إلا قضاء على ثقافة لصالح أخرى ومثال على ذلك نجد ضعف اللغة العربية بسبب هيمنة اللغة الإنجليزية على الشبكة المعلوماتية (الإنترنت) .

وتعد الهيمنة اللغوية أمرًا في غاية الأهمية حيث بذلك الهيمنة يتم بث أفكار تسيطر على عقول الشعوب ليصبحوا أمام معضلة وهي طغيان اللغة الأجنبية على معاملاتهم اليومية.

وهذا إضافة إلى انتشار ما يسمى باللغة الفيسبوك على مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب على وجه التحديد وهو ما جعل الهُوية في وضع أكثر صعوبة، ولقد ارتبط ذلك بإشكاليات أخرى تداخلت مع بعضها البعض.

٢-إشكالية الأمن المعلوماتي والأمن القومي

سابقًا كان مفهوم الأمن القومي مرتبط بشكل كبير بمدى القدرة على السيطرة على حدود الدولة وامتلاك أجهزة استخبارات قوية وأدوات عسكرية كبيرة ولكن في الوقت الحاضر ظهر مصطلح الأمن المعلوماتي والأمن السيبراني محوريًا في الدراسات الأمنية والاستراتيجية لما له من مركز ثقل وتأثير فأصبحت الوسائل التكنولوجية هي لغة الحرب المتعارف عليها وأصبحت حماية الأجهزة التكنولوجية ومعلومات الدولة أمرًا لا يقل شأنًا عن حماية الحدود الأرضية للدولة بل يعلوه خطورة.

أولاً-الأمن المعلوماتي:

وفي ظل الإعلام التقليدي نستطيع أن نضع الحدود الفاصلة بين كل من المعلومات المتاحة والأمن القومي والأمن المعلوماتي للدولة وبالتالي إمكانية إحجام المخاطر المحيطة ولكن تحت مظلة الإعلام الجديد أو الرقمي يختلف الأمر جملة وتفصيلًا حيث تسقط كل الجداريات الأمنية وتتلاشى كل الحدود الفاصلة وتصبح المعلومات متاحة بشكل ضخم مع عدم القدرة لمعرفة منبعها الأصلي هذا جنبًا إلى سيطرة الميول والمعتقدات في الحكم على حيثيات الحوادث القائمة فهو إعلام للفرد لا للمؤسسات يغلبه الطابع الأيدولوجيا والعقائدي مما يجعل لكل فرد حرية في أن يسلك طريقًا يختلف عن الباقية نتيجة لاتجاهاته وميوله وهنا نتنج مشكلة وهى أن وقت الأزمات لا تُتاح الصورة بشكل كامل للأفراد ولكنه بناء على الأجزاء التي يراها وميوله وأيديولوجيته يبدأ في تشكيل رأي ووجهة نظر ربما تكون صائبة وربما لا ويبدأ في التعبير عنها عبر وسائل مواقع التواصل الاجتماعي وتتداخل آراء الأفراد ويحدث جدال مما يسبب اختناقات اجتماعية وبالتالي يصبح الرأي العام الإلكتروني مكشوفًا للجميع ويتم استغلال ذلك وبالتالي هو إعلام رأي وأيدولوجيا.

ثانيًا – الأمن القومي:

يتم استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في إجراء بعد العمليات المهددة لسلامة وأمن المواطنين كنشر صور مخيفة أو بث لأعمال إجرامية مما تثير القلق لدى الأفراد ومن هذه العمليات: -

أ-انتشار الجرائم الإلكترونية: حيث تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التهديد والابتزاز الإلكتروني والقرصنة (الهاكر) والتهديد بإتاحة البيانات الشخصية للأفراد ونشرها وذلك للمساومة بمقابل مادي هذا إضافة إلى عمليات السرقة والقتل عن طريق الفيسبوك والإرهاب الإلكتروني.

ب-تهديد الأمن الاجتماعي: -الأمن الاجتماعي جزء لا ينفصل عن الأمن القومي بشكل عام وكان لوسائل التواصل الاجتماعي الأثر الواضح على الأمن الاجتماعي حيث بث الأفكار التي تحفز على الرغبات الانفصالية وبث الكراهية بين الأفراد مما يهدد الانسجام والتواصل الاجتماعي

وبالتالي يعد عامل التوعية الإلكترونية وآليات الاستخدام الصحيح هي الحل الأمثل للتعامل مع هذه الهجمات الثقافية ومؤخرًا اتجهت الكثير من الدول من إنشاء وحدات تُسمى (وحدات الأمن السيبراني) وذلك للتعامل بشكل سليم مع هذه العمليات الإلكترونية.

٣-إشكالية الوعي والثقافة

بداية لا ننكر أن الوعي لدى الأفراد ليس بنفس الدرجة بل مختلف من شخص لآخر نتيجة لعوامل عديدة وهذا الوعي هو الذي يُشكل ثقافته بشكل عام وثقافته السياسية بشكل خاص وهي عملية متداخلة فكما أن وسائل الإعلام تعمل على المتغيرات النفسية والاجتماعية والعمرية لدى الأفراد فإن في الوقت نفسه يتجه الأفراد للمادة الاتصالية التي تتناسب مع فكره واتجاهاته.

وتتعدد الوسائل التي تعمل عل تشكيل الوعي لدى الأفراد ويكون للإعلام الاستحواذ الأكبر لما يزوده من معلومات للأفراد وتشكيل الرأي العام وهنا تظهر إشكالية المعلومات المغلوطة التي يتم نشرها عن طريق وسائل الإعلام الجديد وهذا الغرق المعلوماتي التي لا نستطيع التحقق بشكل قاطع من مصداقيته، ومن ضمن الأساليب المتاحة لتكوين الثقافة السياسية للأفراد الصحف الإلكترونية وما فيها من حرية الممارسات بمعنى تدفق الأخبار وفي الآونة الأخيرة ازداد عدد الأفراد المستخدمين لهذه المواقع.

وفي هذا السياق نجد أن الإعلام الجديد قد جعل تشكيل الوعي والثقافة في أزمة فلا نعد نستطيع تحديد بشكل دقيق هل يكون الإغراق المعلوماتي على مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الآراء الدارجة يكون وعي الأفراد أم الاعتقادات والأيديولوجيات المعتنقة لدى الأفراد هي التي توجههم لانتهاج اعتقاد فكري معين وبالتالي المشاركة بمواد اتصالية معينة وأطروحة أخرى وهى هل هذه الآراء المتعددة تخلق مزيدًا من التناقضات الفكرية وإثراء الحوار المجتمعي واستغلال هذه الوسائل على تدعيم احترام وجهات النظر وجعلها طريقًا ممهدًا للسلام الاجتماعي أم أنها ترسخ مفهوم عدم التقبل والنقد الهدام .

كل هذه العوامل والأطروحات تم طرحها ولم نصل بعد لإجابة جامعة شاملة وما تزال لها تداعيات على المجتمع ككل.

- **المراجع العربية:**

١. عبد المحسن حامد أحمد غفيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، المنصورة المكتبة العصرية، الطبعة الأولى: ٢٠١٥، ص ص ١١-٥٢.
٢. بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٩، يونيو ٢٠١٧، ص ص ٤-٦.
٣. علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، الأردن، دار المعتز، الطبعة الأولى، ٢٠١٧.
٤. علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، اليازوري، ٢٠١٦م، ص ص ٧-١٤
٥. علي حجازي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص ٧٣-٧٩
٦. علي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٩-٢٣
٧. دعاء خضر، الهُوية-الاستدامة-الشراكة، دراسة مرجعية لتطور المفهوم، ص ص ٢، ٧.
٨. باديس لونيس، الإعلام الجديد والهُوية دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد ٣١، ديسمبر ٢٠١٤م ص ص ٢٨٤ – ٢٨٥.
٩. كريمة محمد كريبة، اللغة والهوية، مجلة الآداب، مجلد ٢٧، العدد ١، ٢٠١٥م ص ٦٥.
١٠. مها عبد المجيد، الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، ورقة علمية مقدمة إلى الملتقى العلمي، عمان: الأردن، ٢٥-٢٧ يونيو ٢٠١٢.
١١. أمل صقر، كيف يهدد "التواصل الاجتماعي" الأمن الوطني؟، مركز المستقبل ٨ يونيو ٢٠١٤م.

١٢. Digital 2019: Global Digital Overview، *Digital Report*, 31/1/2019، available at:
١٣. https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview
١٤. Siapera, Eugenia, *Understanding New Media*, SAGE, 2011, available at:-