M.S.A.R
مجلة دراسات وبحوث إعلامية
Journal of Media Studies and Research
مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الاعلام بالجامعة العراقية
ISSN: 2308 - 0728

Dr. AHMAD SHABAN

E-Mail :
ahmad.shaban@duhokcihan.edu.krd

Phone Number :
07752238256

Teaching in the Department of General Education- Cihan University- Dohuk- Iraq

Keywords:

- The new media.
- Communication techniques.
- Social media.
- Authority.
- Alternative media.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 2 / 7 /2023
Accepted : 22 / 8 /2023
Available Online : 15 / 9 /2023

THE RELATIONSHIP BETWEEN POWER DISCOURSE AND THE FEEDBACK:

An Analysis of Mechanisms Transforming Contemporary Media Discourse

ABSTRACT

The relationship between interactive media and technological advancements in the media environment has a significant impact on increasing public freedom and reducing the influence of the power discourse. With the emergence of the communication revolution, the public has been empowered to freely express their opinions and engage with the media. This has led to a decrease in the monopoly of government-controlled media, allowing for a more diverse and independent range of voices to be heard. Interactive media has created a feedback loop that has transformed the media landscape into an open and free space that promotes public participation and democracy. This shift has emphasized the need to adapt to new technologies to remain relevant in the media industry and maintain a meaningful impact on society. This study examines how new media has altered communication, analyzing their impact on communication mechanisms, audience behavior, and the quality of discussions on social media.

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

© 2021 M.S.A.R, College of Media | The Iraqia University

العلاقة بين خطاب السُّلطة ورجْع الصدى قراءة في آليات تحوّل الخطاب الإعلامي المعاصر

أ.م.د أحمد عبد الكريم الشَّعْبان

الإيميل :

ahmad.shaban@duhokcihan.edu.krd

رقم الهاتف :
٠٧٧٥٢٢٣٨٢٥٦

عنوان عمل الباحث:
تدريسي في قسم التربية العامة- جامعة جيهان- دهوك- العراق

الكلمات المفتاحية:

- الإعلام الجديد.
- تقنيات الاتصال.
- وسائل الاتصال الاجتماعي.
- السلطة.
- الإعلام البديل.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢ / ٧ / ٢٠٢٣
القبول : ٢٢ / ٨ / ٢٠٢٣
التوفر على الانترنت: ١٥/٩/ ٢٠٢٣

المستخلص

ينظر هذا البحث إلى الخطاب الإعلامي المعاصر بمنظور تحليلي نقدي يتناول فيه تنوع وثراء الرؤى والمنابر التي تنطلق منه، والتي تعكس انفتاح الجمهور على وسائل الإعلام التفاعلية التي كانت سابقاً قد مهّدت الطريق لهيكلة جديدة في صناعة الرسالة الإعلامية المعاصرة، وتفوقها على نمط الرواية الواحدة التي اعتمده إعلام السلطة في الماضي، يركز هذا البحث على ثلاثة جوانب رئيسية، يتمحور مبحثها الأول حول أهمية الدور الذي تلعبه ثورة الاتصال الرقمي في تحويل البنية المعرفية والاتصالية للمجتمعات العربية، كما يطرح عدّة فرضيات عن علاقة الاعلام البديل بالسلطة. في حين يحلّل المبحث الثاني العلاقة الجدلية بين السلطة والإعلام البديل الذي تنامت أهميته وتأثيره في الفترة الماضية، كما يناقش المبحث الثالث تراجع دور الإعلام السلطوي في ضوء البيئة المفتوحة التي أتاحت تشاركية الاتصال بين القائم على الرسالة الإعلامية والجمهور عن طريق ميزة التغذية الراجعة التي تقدمها وسائل الإعلام البديلة، يعد هذا البحث محاولة لفهم الخطاب الإعلامي المعاصر وتقديم وجهات نظر معاصرة لهذا التحول الهام.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

المقدمة : أصبحت مواكبة الإعلام الرقمي اليوم ضرورة حتمية يصعُب التّخلي عنها في ظل ما بلغته الحالة الاتصالية الراهنة من نضج حقيقي يرتقي بها لأن تكون علامة مفصلية في التاريخ الإنساني، فما أفضل من أن يصبح رجع الصدى الذي كان يرهن له الإعلام التقليدي موازنات ضخمة أمراً تتيحه التقنيات المعاصرة كميزة آنية ومباشرة وتسهم في إضفاء قيمة جديدة على عملية الاتصال.

إن بيئة الإعلام الجديدة التي أوجدت هذا التدفق الحر نتيجة للتزاوج ما بين تكنولوجيا الاتصال والحاسبات الآلية ذات القدرة الفائقة خلقت عالماً افتراضياً تغلب عليه سمة العولمة التي تتجاوز

أبعاد الزمان وحدود الجغرافي[١]، وأنتجت بيئة جديدة تفوق البنية الإعلامية التقليدية في تأثيرها وتنزع فيها التفاعلية والأفقية وديمقراطية الاتصال صفة الجلالة والقداسة من الإعلام التقليدي[٢].

مكنت التفاعلية الجمهور من المشاركة في إنتاج مضامينه الإعلامية وتوزيعها على مستويات عدة ما جعله ممارساً إيجابياً للأدوار الاجتماعية والسياسية ومساهماً فعالاً في تقرير مصيره من خلال مشاركته في المنصات الاجتماعية كتعبير عن مشاعره وتطلعاته المكبوتة في ظل واقعه المتهالك والمعزول عن أبجديات الحياة المعاصرة الأساسية والذي تحكُمه عولمة التواصل الإنساني، حيث وجدت الجماهير في تلك "المنصات" البديلة ضالتها الوحيدة التي يمكنها أن تبقيها حيةً في ظل هذا العالم المفتوح الذي أصبح يلفظ أي تباطؤ أو رتميّة في إيقاعه كما يلفظ البحر جثث موتاه.

على الصعيد الآخر ترى العنزي أن وسائل التواصل الاجتماعيّ كانت وسيلة هامة للمثقَّفين العرب في التعبير والمطالبة بالقضايا المستحقَّة حيث مكنتهم هذه المنصات من فرض أنفسهم كجماعات ضاغطة على صانعي القرار في مؤسَّسات الدول الَّتي ينتمون إليها[٣]. ساعد هذا التفاعل في إعادة توزيع القوة بين الأفراد والمجتمع ومؤسساته المختلفة والدولة وهو ما يجسد فعلياً سلطة الإعلام الاجتماعي وقوته التأثيرية المنتجة لأولويات وأجندات وإخبارية أفقية بعيداً عن تفرد القائم بالاتصال بسير الرسالة الإعلامية. وبفعل هذا الانفجار المعلوماتي والتقني قلب الإعلام الرقمي الطاولة رأساً على عقب وجرّد إعلام السلطة من عصاه السحرية.

ونتيجة لعدم قدرة إعلام السلطة على احتواء تلك التغيرات ونتيجة أيضاً لتغير نوعيّة الجمهور المتلقي ضعفت مقدرته التأثيرية، مما جعل المتلقي يجنح إلى المواقع الاجتماعية كقناة بديلة لممارسة حقه في التعبير؛ وهو ما تَنَبَّه إليه العديد من أصحاب السلطة والنفوذ على صعيد المستوى العربي والعالمي وجعلهم يتهافتون لإحكام قبضتهم على تلك المنصات الاجتماعية، ما يعد أكبر دليل على مقدار الأهمية التي تحظى بها تلك المنصات.

ويُؤشِّر لنا كباحثين في ميدان الإعلام وعلوم الاتصال بضرورة قراءة هذه المتغيرات وقياس تأثيرها على الشعوب في ظل تنامي تأثير الإعلام الرقمي وانحسار قدرة إعلام السلطة على موائمة نفسه مع هذه البيئة الجديدة، لذلك فإنَّ الدراسات المتعلقة بالتغيّر الاتصالي الذي حصل بعد دخول الإعلام التفاعلي والرقمي تُعدُّ من الأبحاث الهامة في مجال الإعلام وتعتبر من الأسس الرئيسية في فهم أهمية هذا التغيير وتحليل تأثيره على المجتمعات والعلاقات الإنسانية.

---

(١) مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، (عمّان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص٣٣.

(٢) جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، سلطة الإعلام الاجتماعي وتأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٧م)، ص ٢٥-٣٨.

(٣) سعاد العنزي، الإعلام الرقمي بين الدكتاتورية والديمقراطية، (موقع حكمة،٢٠٢١م، تاريخ الاسترجاع: 11.2.2023). Link

المبحث الأول: منهجية البحث

أولا: إشكالية البحث:

تكمن إشكالية البحث في دراسة الدور الذي تلعبه التقنية الاتصالية في مجتمعات المعرفة والمعلومات والتي تساهم في قلب موازين الخطاب الإعلامي وتوجيه دفته نحو الجمهور. وتسلط الضوء على أبرز جوانب التغيير الاتصالي الحاصل في بيئة الإعلام الجديدة أو "البديلة" في ظل الانفجار المعلوماتي والوقوف عند آليات الخطاب الإعلامي هذه في تقويض دور سلطة الدولة لحساب الجمهور.

ثانياً: فرضيات البحث:

يقوم البحث على الفرضيات التالية:

- توجد علاقة عكسية بين انفتاح الجمهور العربي على الإعلام الجديد "البديل" وسيادة السلطة التقليدية للدولة.
- الإعلام الجديد "البديل" في العالم العربي سلاح موجَّه بيد الجمهور ضد المرسل التقليدي "الدولة".
- لايزال الإعلام السلطوي يمارس دوره كمصدر رئيسي للمعلومات بالنسبة الجمهور.

ثالثا: تساؤلات البحث:

يهدف البحث للإجابة على الأسئلة التالية وهي كما يأتي:

- هل تُقوِّض تقنيات الاتصال من تأثير السلطة في العالم العربي؟
- هل يمكن اعتبار حرية منصات التواصل الاجتماعي مساحة حقيقية للتعبير وصناعة الرأي؟
- ما الذي غيّره التواصل الرقمي في بِنية المجتمعات العربية؟
- هل تستفيد السلطة من الإعلام الجديد في إعادة تموضعها وفرض هيمنتها كما كانت عليه في ظل الإعلام التقليدي؟

رابعا: أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في أنه يسلط الضوء على التغيرات الحاصلة في المجتمعات المعرفية والإعلامية، وخاصة في ظل الانفجار المعلوماتي والتحول الرقمي الذي يشهده العالم. فهو يساعد على فهم أبرز جوانب التغيير الاتصالي الحاصل في بيئة الإعلام الجديدة، وماهية تلك الآليات الخطابية التي يستخدمها الإعلام الجديد لتوجيه دفة الاتصال، وكيف تؤثر هذه التغييرات على العلاقة بين الجمهور والسلطة التقليدية. وبالتالي، يمكن أن يساهم هذا البحث في إيجاد حلول وتوصيات لمواجهة التحديات التي تواجه الإعلام والسياسة في العالم العربي، وتعزيز دور المجتمع المدني والحريات الإعلامية في هذا السياق.

خامسا: أهداف البحث:

تكمن أهداف البحث فيما يأتي:

١. التوصل لنتائج وتوصيات توضح كيفية التعامل مع آليات الخطاب الإعلامي الجديدة.

٢. دراسة تأثير الخطاب الإعلامي الجديد ودوره في تحديد مصير الشعوب في ظل تشظي الاتصال وتشظي المعرفة.
٣. قراءة التغيرات التي تطرأ على نوعية الجمهور وتحليل سلوكياته الاتصالية.
٤. تسليط الضوء على نوعية القضايا التي يتداولها الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: العلاقة بين خطاب السلطة ورجع الصدى:

المطلب الأول: ثورة الاتصال الرقمي وانكسار عزلة الجمهور.

إن المتطلع إلى التغيرات الاتصالية المتلاحقة عبر التاريخ الإنساني يدرك تماماً مقدار التطور الذي أوجدته التقنية الحديثة في إعادة تعريف مفهوم الاتصال بشكل جذري ورسم أقطابه الاتصالية.

حيث إن قدوم التقنية واتساع فضاءات الإنترنت مكّن المتلقي من إيجاد مكانه كمشارك إيجابي في صناعة المحتوى الإعلامي والتفاعل مع محيطه الاجتماعي والسياسي بشكل يضمن له مشاركة أكثر حريةً.

لم يعد خافياً أن كلاً من التفاعلية ورجع الصدى اللتان كانتا مفقودتين في وسائل الإعلام الجماهيري هي السبب وراء انكسار سلبية الجمهور وعزلته هذا بعد أن كان القائم بالاتصال يسيّر مجرى الرسالة الإعلامية ويضبط إيقاعها لوحده إلا أن التدفق الحر للمعلومات في فضاء الإنترنت المفتوح أسس لحقبة جديدة يصبح فيها الجمهور مستقبلا وصانعاً للرأي في ذات الوقت.

المطلب الثاني: دور الإعلام الرقمي في تغيير بنية المجتمعات العربية:

- إن التدفق الحر للمعلومات والاتصال المفتوح له الفضل في تفجّر المعارف وما لها من تطبيقات جديدة ليس فقط على صعيد تبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد بل أصبحت مرتبطة بكل مناحي الحياة، فالمثير في حضارة مجتمع المعلومات أنها لا تُختزل في الجانب التقني فحسب، أو أنها مجرد تطور في تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال فحسب بل هي ثورة أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة على مستويات كثيرة مغيرة أنماط الاتصال السائدة والكثير معها من القيم والثقافات المترسخة إضافة للذهنيات وأساليب التربية والتعليم، كما ساهمت في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لالتقاء الأفراد كمنتديات النقاش والمدونات على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها، فهي أعادت تشكيل بنية المجتمع من جديد، حيث عملت على تهديم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي بين الأفراد، فلم تعد الأسر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسمانياً، بل يكاد ينعدم هذا التواصل الفيزيقي ليتيح المجال أمام التواصل الافتراضي[1].

- إن تأثرنا بهذا الإطار الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في

(١) يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، (عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ١٥٩.

الجمهور، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع ، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، لذلك يصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال، ونظرية الاعتماد لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط اجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تمكن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام. والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً مهماً من التركيب الاجتماعي للمجتمع الحديث، ويرى مؤسسا النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات، وقد تكون هذه العلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة، قوية أو ضعيفة، فهي بيئية، بمعنى أنها تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، وتنظر إلى المجتمع باعتباره مجتمعاً مركباً من مجموعة من الأفراد وليس من فرد واحد، وهي تبحث في العلاقة التي تربط هؤلاء الأفراد مع بعضهم البعض،[١] في النهاية يتوقف حجم تأثير الإعلام الرقمي على ما يتمتع به الجمهور فرداً أو جماعة من قدرات إدراكية، ووعي وثقافة وقيم راسخة إلى جانب المناخ العام، وهذه العوامل تتحكم في توظيفه السلبي أو الإيجابي للمنصات الرقمية التي تقود الإعلام الاجتماعي الجديد.

المطلب الثالث: علاقة الجمهور بإعلام السلطة:

- تقع وسائل الإعلام بين السلطة التي تمثلها المؤسسات الاجتماعية وبين المواطن الذي يمثله جمهور وسائل الإعلام، فالعلاقة بين كل من السلطة والإعلام والجمهور والإعلام هي علاقة ثنائية؛ تعكس هذه خطي تواصل ذهاباً وإياباً، ويعكس كل خط وظيفة مختلفة عن باقي الوظائف الأخرى، حيث توجد أربع وظائف تعكسها هذه العلاقات هي: وظيفة الصحافة كسلطة رابعة، ووظيفة للإعلام التوجيهي، ووظيفة الإعلام المدني، ووظيفة الإعلام الإقناعي.

- في الإجمال، يمكن الحكم على أن الصحافة أو الإعلام تندرج تحت مظلة من مظلتين رئيستين هما: إعلام السلطة، سلطة الإعلام؛ وإعلام السلطة يعني أن الإعلام هو أداة في يد السلطة تحركه لتحقيق سياساتها وبرامجها، وسلطة الإعلام تعني أن الإعلام يمتلك سلطة فاعلة في المجتمع تهيئه لدور يعكس صوت المواطن ويحقق في الشأن العام باستقلال وشفافية بعيداً عن تأثير وضغط المؤسسات الاجتماعية[٢] .

- هناك علاقة سببية بين الإعلام والسلطة، كما أن هناك صراعٌ مستمر بين وسائل الإعلام وبين السلطة الحاكمة، هدف كل منهما السيطرة وتحكّم الواحد بالأخر، وهنا يجدر السؤال حول هل ستنجح السلطة بالسيطرة على وسائل الإعلام أم أن وسائل الإعلام ستنجح في الحفاظ على استقلاليتها والتمكن من نقد السلطة بحرية ومن ثم التأثير على الأحداث السياسية في العالم؟

(١) صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ٥٠.

(٢) محمد كيلاني، الإعلام والصحافة السياسية، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ٢٠١٤م)، ص ٢٤٨.

لذلك لا بدَّ من وضع جهاز ينظم العلاقة ما بين الإعلام والسلطة لإظهار حقوق وواجبات كل منهم[١] .

المطلب الرابع: الخطاب الإعلامي المعاصر:

- الخطاب الإعلامي نسقٌ تفاعليٌ مركبٌ ومتشابكٌ، يجمعُ بين اللساني والأيقوني وتتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، ويشترك بهذه الميزة مع خِطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، مثل الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي ولاسيما الشحن الإيديولوجي، وكل ذلك يمر عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه؛ مما يجعل الخطاب الاعلامي نسقاً سيميائياً دالاً قابلاً للقراءة والتأويل وعابراً للتخصصات ومعارف عديدة، موظفاً ومستثمراً إياها حسب ما تقتضيه الأوضاع.

- ويجب التسليم بأن الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية متغيرة ، تتعرض دائماً للتغير والتطور، لكن الأمر الأكثر أهمية هو أن نفهم أن الخطاب الإعلامي ليس شيئاً واحداً بل هناك عدد من الخطابات الإعلامية المتصارعة أو المتعاونة، كما أن هناك تداخلاً أو تعايشاً بين أكثر من خطاب، إذ تعكس هذه الخطابات المتداخلة حقائق اجتماعية متباينة ومصالح متعارضة، ومع ذلك فقد تحدث استعارات في المفاهيم والأطروحات في إطار محاولة كل خطاب أن يواكب الواقع ويحظى بقدر أكبر من التأثير الاجتماعي، فعلى سبيل المثال قد يتبنى الخطاب الإعلامي لحكومة ما بعض المقولات والمفاهيم لحزب معارض ويدمجه في إطار بنيته الخطابية[٢].

المطلب الخامس: جدلية العلاقة بين السلطة والإعلام الجديد:

- إن تأثير السلطة على الإعلام، والإعلام على السلطة هو تأثير متبادل، فالسلطة أدركت منذ فترة مبكرة من التاريخ البشري حاجتها إلى تبرير هيمنتها على المجتمع وإكساب تصرفاتها وقراراتها الشرعية في مواجهة معارضيها وخصومها، فكان الإعلام أداة في يد السلطة تبرر وتدعم وجودها ضد خصومها، ولكن وجود نمط إعلامي سائد في مجتمع ما، لا يعني بالضرورة غياب أنماط أخرى من الإعلام في المجتمع فكل المجتمعات التي عرفت إعلام السلطة عرفت في الوقت ذاته الإعلام المناوئ للسلطة، ففي مقابل الإعلام الرسمي، وُجِدَ الإعلام المناوئ، وإذا كانت المصادر التاريخية تقدِّم لنا عبر العصور المتلاحقة العديد من الشواهد الدالة على إعلام السلطة، فإننا لا ننفي وجود قليل من الشواهد على الإعلام المناوئ للسلطة، رغم كل محاولات طمسه من قبل السلطة القائمة.

- من الملاحظ أن الإعلام في كلتا الحالتين إعلام السلطة والإعلام المناوئ لها، كان مجرد أداة سواء في أيدي السلطة أم في أيدي المناوئين لها، وتكتمل الصورة في حالة نجاح القوى المناوئة في قلب السلطة القائمة أو تغييرها، حيث يتحول الإعلام المناوئ إلى إعلام للسلطة الجديدة، ويبدأ في القيام بنفس المهام السابقة؛ أي يلعب دور الأداة في تبرير وجود السلطة الجديدة وإكسابها

---

(١) سالي عبد المنعم، الإعلام الاقتصادي، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ٢٠١٤م)، ص ١٣٢.

(٢) أكرم الربيعي، الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٢٣.

الشرعية والتنديد بمعارضيها، وفي الوقت ذاته ينشأ الإعلام المناوئ للسلطة الجديدة، وهكذا تتكرر القصة مع كل سلطة جديدة.

- ظهر شكل جديد من العلاقة بين الإعلام والسلطة، حيث بدأ يتحول دور الإعلام من أداة في خدمة السلطة إلى أداة لنقد ومراقبة السلطة ومحاسبتها، وقد أضاف هذا التطور قانوناً ثالثاً يُضاف إلى القانونين الآخرين اللذين يحكمان العلاقة بين الإعلام والسلطة، وهو "عندما تتعدد قوى السلطة في مجتمع ما، وحين تستمد هذه القوى وجودها من الإرادة الحرة للمواطنين، لا يعود الإعلام أداة في يد سلطة واحدة، وإنما يصير أداة لسلطات متعددة في المجتمع، بحيث لا يقتصر دور الإعلام على الدفاع عن السلطة الحاكمة، وإنما يمتد دوره ليكون أداة للسلطات الأخرى في نقد ومراقبة السلطة الحاكمة ومحاسبتها".

- نتيجة للنمو الديمقراطي والتطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته المجتمعات الغربية، أصبح الإعلام والصحافة سلطة مثل باقي السلطات الأخرى، مثلها مثل سلطة الحكومات والأحزاب والنقابات، فهي تتدخل وتؤثر في تشكيل الرأي العام، ولعله من المستحيل أن يمارس الإعلام سلطته ودوره الاجتماعي التنويري في ظل أنظمة سلطوية قمعية، تكمم أقلام الصحفيين ولا تؤمن بحرية الكلمة[١].

المطلب السادس: الانفتاح الإعلامي في ظل ذوبان قيود السلطة:

- إن التنافس الإعلامي العالمي والتطور الخطير في وسائل الاتصالات سوف يقضي تماماً على قيود وإجراءات السلطة العربية تجاه حرية المثقف، فالعالم يعيش الآن حالة انفتاح إعلامي ومعلوماتي خطير لم تدركه بعد السلطة العربية، بل تريد أن تتجاهله وهذا ما يسمى بالغباء الإعلامي، فهو لا يخيف المثقف ولا يهتز له، لكنه يحترم كل علامات الحدود بينه وبين السلطة ولا يحب تجاوزها خشية ألا يقع في مأزق سياسي معها[٢].

- يمثل الإعلام الجديد بقنواته المتعددة ووسائل اتصالاته الحديثة هاجساً أمنياً أو ربما يكون ثقافياً أو حتى سياسياً لأي دولة، حتى لو كانت هذه الدولة تمتلك التقنيات الحديثة لرصد الخطر الذي يهدد استقرارها، فهذا الإعلام يتحكم فيه غالباً أفراد ينتمون لحزب معين أو فئة معينة، يمارسون نشر رؤاهم الفكرية وإسقاطاتهم الموجهة لرموز الدولة بدعم من جهات حكومية تمويلية خارجية تشكل إقصاء لتلك الرموز، أو أن هذا الدعم المتواصل يكون عبر تمويل شخصي من قبل أولئك الأفراد أو ممن ينتمي لفكرهم بغرض هدم قانون سياسي أو إبطال صيغة ثقافية أو تعطيل بنية أمنية، ومن هنا يأتي قلق السلطة من هذا الإعلام الذي لا تتحكم فيه أجندة الدولة السياسية بقدر ما يخضع إلى أفراد تغفل السلطة عمَّن يقف خلفها ويتحكم فيها.

- إن مواقع التواصل الاجتماعي (التويتر، الفيس بوك، اليوتيوب) كمواقع أولى على شبكة الإنترنت تمثل إعلاماً جديداً للمرحلة الحالية لها تأثيرٌ كبيرٌ جداً على فكر المتلقي باعتبار أن هذه

---

(١) خالد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، (الجيزة: دار الكتب المصرية ٢٠١٨م)، ص ٢٥٢.

(٢) محمد عناني، المثقف والسلطة، (مصر: مؤسسة هنداوي للنشر ٢٠٢٢م)، ص ٤٩.

الوسائل ذات نزعة جدلية مثيرة، إضافة إلى سهولة الوصول إليها، ومن هنا يكمن الخطر الأكبر على السلطة السياسية؛ حيث يجد المعارضون مساحة لنشر ثقافة العنف والفوضى وإسقاط النظام الرسمي في البلاد، أضف إلى ذلك أن هذه المواقع غالباً ما تجد الأرضية الخصبة لإثارة النعرات الطائفية والقبلية وتعرية الآخر من موروثه الديني والثقافي، هذا لا يمكن أن نغفل ما أضافه هذا الإعلام الجديد من تذويب بعض الصراعات والتقليل من منسوب الفتن عبر أفراد ومجموعات تتبنى الجيل الجديد بوعي كبير لا يُسيس لجهة أو طائفة بقدر ما يؤسس لثقافة متزنة تتطلع لعقليته الفكرية وتبعده عن مخاطر المرحلة القادمة(١).

المبحث الثالث: قراءة في آليات تحول الخطاب الإعلامي المعاصر:

- إن تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط، بل أيضاً نتيجة الشك في المصداقية العالمية لنموذج الدولة، وظهور العلاقات عبر القومية وأزمة الآلية التي تنظم العلاقات بين الدول، فهذا التراجع في دور الدولة عموماً وأدوارها الإعلامية خصوصاً قد كان لصالح دور ومكانة الشركات متعددة الجنسية، فبيئة النظام الإعلامي (الاتصالي) الدولي تتحول من الدول كأطراف فاعلة بشكل رئيسي إلى الدول والشركات الإعلامية متعددة الجنسية، ثم وبفارق كبير أيضاً مؤسسات المجتمع المدني ذات العلاقات والأنشطة عابرة القومية، ومثل هذا التحول في الأطراف الفاعلة في النظام الإعلامي الدولي ربما يفتح المجال لمراجعة كثير من مفاهيم ونظريات الإعلام أو الاتصال الدولي، ولعل أهم هذه المراجعات هل نحن بصدد إعلام دولي أم إعلام معولم؟ فإذا كان الإعلام الدولي هو الإعلام أو الاتصال العابر للحدود الدولية فإن الإعلام أو الاتصال الجماهيري أصبح في العصر الحالي وبغض النظر عن أهدافه؛ يعبر الحدود بين الدول والشعوب التي تعيش على أرضه(٢).

المطلب الأول: الإعلام الرقمي يعيد توزيع الأدوار:

- حدَثَ انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة تحوّلاً كبيراً في المجتمعات، من التفكير بعقلية القبيلة إلى التفكير بأسلوب الفيسبوك، كما أسهم هذا الانتشار على نحو غير مسبوق وبسرعة مذهلة، في تحقيق التواصل بين الناس الذين تجمع بينهم خصائص ثقافية ودينية وسياسية واقتصادية مشتركة في مشارق الأرض ومغاربها، وحين تلتقي مثل هذه الأعداد الهائلة من الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ تغدو المجتمعات التي كانت خيالية ذات مرة واقعاً حقيقياً؛ وتتسع رقعة العوالم الافتراضية التي تضمّهم، وتغرس في مواطنيها رغبة متبادلة في تحقيق مصالحهم المشتركة.

- إذ تثبت شبكة الإنترنت أنها قوة أو وسيلة تغيير أكثر فاعلية من بقية الوسائل الإعلامية، مع أن ذلك يقتضي مزيداً من الوقت؛ نظراً إلى المحدودية النسبية للوصول إلى الإنترنت في أغلب دول

---

(١) طاهر الزراعي، السلطة والحرية: قلق الكتابة وإقصاء المثقف، (عمّان: دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٣٧.

(٢) محمد علي حوات، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، (القاهرة: شركة مدبولي للنشر، ٢٠٠٥م)، ص٢٠.

الشرق الأوسط على وجه التحديد، حيث إن طبيعة الشبكة التفاعلية من شأنها إيجاد بيئة فكرية تفتح المجال أمام التغيير السياسي، إذ بإمكان الإنترنت أن تولد ضغوطاً سياسية؛ لأنها هي نفسها ذات طبيعة ديمقراطية قادرة على تحقيق المشاركة الشعبية، حيث لا توجد قيود أو محددات أو حجر على حرية التعبير على الإنترنت من ناحية، بالإضافة إلى أن طرح الآراء السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي تدفع أعداداً كبيرة وهائلة من المتابعين لتبنيها من ناحية أخرى، الأمر الذي قد يدفع الحكومات إلى تغيير سياستها لتتناسب مع متطلبات الرأي العام من ناحية ثالثة، لذلك فإن على أنصار التغيير السياسي ألا يخاطروا بالمشاركة الفعلية في التظاهرات التي تحدث، بل يمكنهم بدلاً من ذلك أن يحدثوا ضغطاً سياسياً افتراضياً لا يُستهان به باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث يمثل الحصول على المعلومات ونشرها دون واسطة أو رقابة ديمقراطية معلوماتية، وبما أن الحرية متاحة للجميع؛ بصرف النظر عن نياتهم ومقاصدهم، فإن انتهاكهًا من وجهة نظر أي طرف يظل وارداً.

- وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت قد أدت دوراً بارزاً في إشعال فتيل الغضب الاحتجاجي الذي قاد في النهاية إلى إحداث تغيير سياسي في دول معينة، فإن هناك وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى أيضاً، التي تستخدم تكنولوجيا الاتصالات مثل الهواتف المحمولة الذكية، وقد أثبتت فعالية استثنائية في حشد النشطاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي الإنترنتية، وخاصة تويتر والفيسبوك، لتنظيم التظاهرات بنوعيها الافتراضي والحقيقي، وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد أسهمت في جعلنا نعيش ما يمكن تسميته "حياة موثقة"، فإن من الضروري الإشارة إلى أن كل تقدم في وسائل الاتصال ينطوي بالتبعية على تأثير هائل في الكيفية التي يجري بها التفاعل بين الجمهور ذاته من ناحية، وبين الجمهور والسلطة من ناحية ثانية.

- غيرت المطبعة والصحف طبيعة النقاش السياسي وقت ظهورها ثم أتاح الراديو والتلفاز في وقت لاحق، للقادة السياسيين إمكانية التحدث بشكل مباشر وحميمي إلى الجمهور، وعلى نحو مماثل تجري تأثيرات طريق المعلومات بسرعة هائلة في المجال السياسي، فللمرة الأولى أصبح بإمكان السياسيين متابعة ردود أفعال المواطنين وما يجري على أرض الواقع دون النزول إليها[1].

المطلب الثاني: الهيكلية السلطوية الجديدة في الخطاب الإعلامي:

- الإعلام وسيلة تزود الأفراد بالأخبار، والمعلومات والحقائق، التي تمكنهم من تكوين موقف ورأي حول مشكلة أو قضية أو واقعة أو ظاهرة محددة، عن طريق عمليات إطلاع وتواصل واتصال، ويصبح ناتج تفاعل الآراء سبباً في تكوين رأي جماهيري عام، حيث تعبر اتجاهات الجماهير عن قناعاتهم وآرائهم الجماعية. ويرى الباحث أن شرط الموضوعية في الخطاب الإعلامي هو الذي يجعل الرسالة الإعلامية تتسم بالحيادية، أما الخطاب الإعلامي فهو يعني: "تضمين الخبر الأفكار والآراء التي تناسب الموقف"، فالخطاب يتميز بالشمول والاتساع والتنوع ويخاطب الجماهير المستهدفة، ويقول روس هاورد Ross HOWARD من المعهد الكندي للإعلام والعلوم السياسية والمجتمع المدني IMPACS، أن الخطاب الإعلامي قد حول الإعلام

(١) جمال السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، (الإسكندرية: دار دروب المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ٤٤.

إلى أكثر القوى نفاذاً وتأثيراً في العمليات السياسية وعلى رأسها العملية الانتخابية، التي يجري تقديمها لصنع صورة لها من الخارج تكون سهلة الإدراك، حيث تكون الموضوعات الإعلامية حلقة الوصل الأساسية بين الحكومات وممثلي المجتمع المدني في مرحلة الصدام، وُيناط بالإعلاميين من الصحفيين والمراسلين مسؤولية تزويد المواطنين أو الناخبين بالمعلومات التي تمكنهم من اتخاذ قرار في عملية الاقتراع.

- إن دراسة مفهوم "الخطاب الإعلامي التغييري" مفيد في هذه المرحلة، فهذا المفهوم المعقد لا يتضمن حمولة متضاربة، فالإعلام والتغيير، يحيلنا إلى دراسة ظاهرتي الإعلام والديمقراطية، الإعلام والحريات، إذ إن لمهنة الصحافة تفرداً في كونها متغيراً تابعاً يتأثر بحالة الحريات، فكلما كان السياق الديمقراطي أكثر وضوحاً ونجاحاً وتفعيلاً؛ كانت مهنة الصحافة والرسالة الإعلامية السياسية التي تنشد التغيير أكثر نجاحاً، لكونها نتاجاً لمتغير وسيط على درجة عالية من الأهمية، وهو تطور الوعي السياسي والتثقيف السياسي للجماهير، التي تحتاج الدور الهام لوسائل الإعلام والتي تتحول بالضرورة إلى الوسيط الرئيس بين السلطة والمجتمع المدني.

- كما أن تقديم "الخطاب الإعلامي" التغييري" على أنه "رسالة تغيير" صرفة وبحتة، مها كانت كلفته أو طريقته أو مدى اكتسابه للشرعية، هو خطأ مفاهيمي، حيث أن الإعلام في سياق الديمقراطية والتغيير الديمقراطي؛ مفهومان متسقان وغير متضاربين، بل إنها على علاقة تأثير وتأثر مستمر، حيث يؤثر الإعلام في حلة الحريات الديمقراطية، ويمكن لسياق التحول الديمقراطي أن يكون سبباً في حدوث تحول يؤطر الانتقال الإعلامي نحو الصحافة الحرة، لكن بالرغم من ذلك، يمكن تأكيد ضمان السياق الديمقراطي لصفتين رئيسيتين في الخطاب الإعلامي الحديث، وهما: الاستقلالية والتنوع[1].

❖ النتـــائج:

١. أدى التطور في بيئة الاتصال والإعلام إلى ظهور آلية جديدة من الخطاب الإعلامي ترتكز على محورية دور المتلقي في تعامله مع مضمون الرسائل الإعلامية.

٢. إن الحرية التي تميَّز بها الإعلام الرقمي بمختلف أشكاله، سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة بين أوساط الجمهور كما حيزت بدورها تأثير الإعلام السلطوي نتيجةً لتحول المتلقي إلى مشارك إيجابي في صناعة المحتوى الاتصالي.

٣. نجاح الخطاب الإعلامي في تأدية رسالته بات مرهوناً بقدرة الوسيلة على تكيف نفسها في ظل البيئة الإعلامية الجديدة واحتواء التغيرات الحاصلة بنوعية الجمهور.

٤. نلاحظ خلطاً كبيراً بين مفهومي السلطة والدولة في وسائل الإعلام، فالسلطة لا تعني الدولة بالضرورة، كما أن الدولة ما كانت أبداً تلك الفكرة التي تفسرها بعض النظريات ضيقة الأفق والتي سعت إلى تبنّي أفكار غير منهجية في محاولة منها لإرضاء الحاكم.

---

(١) أحمد الأنصاري، الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، (عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ١٨٧.

٥. العلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي علاقة تأثير متبادل، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقاً لطبيعة العلاقة بينهما، وشكل النظام السياسي القائم.

٦. من الخطأ أن نتخذ مواقف كثيرة بناءً على متابعتنا لوسائل الإعلام، ونتناسى أن إعلام ما بعد الحداثة يصنع الحدث ولا ينقله فقط، فليس كل ما هو مكتوب حقيقة، وليست كل حقيقة تكتب.

٧. لا يمكن أن يُقبل الخطاب الإعلامي ما لم يتسم بالشفافية، لاسيما وأن المجتمعات تعيش في عالم مفتوح الفضاءات.

❖ التوصيات والمقترحات

١. إن استحواذ الدولة على قنوات الإعلام الرسمية قد يقلل من شفافيتها ويعرضها لأن تكون بوقاً إعلامياً يصدح في خدمة أجندات السلطة، الأمر الذي قد ينعكس على مدى اعتمادية الجمهور على تلك القنوات في حال عدم مواكبة الاعتبارات الحديثة في الإعلام وإتاحة مساحة من الحرية تسمح للمتلقي بالتعبير عن ذاته.

٢. إعادة النظر في طبيعة الخطاب الإعلامي والدعوة للارتقاء بأساليب صناعته بعيداً عن أسلوب الاتجاه الشاقولي الذي تنفرد فيه السلطة في تقديم رسائلها للجمهور.

٣. العناية بالعنصر البشري من خلال التأهيل والتدريب، علاوة على أهمية التخطيط الاستراتيجي في إيجاد توازن في تقديم الخطاب الإعلامي سواء من قِبل الإعلام الرسمي أو الخاص.

٤. إن ثورة الإعلام الرقمي أمر جديد لابد أن يعمل الإعلام الرسمي على مواكبته، لا سيما وأن مختلف مستخدميه من الشباب، وهي الفئة المعول عليها في طرح الفكر والرأي، ومطلوب تفاعلها ومشاركتها في صنع القرار.

٥. ضرورة تجديد الخطاب الإعلامي الرسمي حتى يستطيع مواكبة المراحل التكنولوجية المقبلة، وأهمية استقلالية الإعلام الرسمي، حتى يحقق التفاعل في مساحة تخدم كافة الأطراف من مجتمع وسلطة.

٦. تكثيف الجهود في مجال التدريب على مهارات الإعلام الرقمي وتطوير صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي، وإدارة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي.

❖ المراجع باللغة العربية:

١) أحمد الأنصاري، الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، (عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).

٢) أكرم الربيعي، الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).

٣) جمال السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، (الإسكندرية: دار دروب المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).

٤) جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، سلطة الإعلام الاجتماعي وتأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٧م).
٥) حوات علي محمد، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، (القاهرة: شركة مدبولي للنشر، ٢٠٠٥م).
٦) خالد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، (الجيزة: دار الكتب المصرية ٢٠١٨م).
٧) سالي عبد المنعم، الإعلام الاقتصادي، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ٢٠١٤م).
٨) سعاد العنزي، الإعلام الرقمي بين الدكتاتورية والديمقراطية، (موقع حكمة،٢٠٢١م، تاريخ الاسترجاع: ١١.٢.٢٠٢٣). Link.
٩) صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).
١٠) طاهر الزراعي، السلطة والحرية: قلق الكتابة وإقصاء المثقف، (عمّان: دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
١١) محمد عناني، المثقف والسلطة، (مصر: مؤسسة هنداوي للنشر ٢٠٢٢م).
١٢) محمد كيلاني، الإعلام والصحافة السياسية، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ٢٠١٤م).
١٣) مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، (عمّان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
١٤) يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، (عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ٢٠١٩م).

References:

1) Ahmad Al-Ansari, General Foundations for the Preparation of Media Professionals· (Amman: Yazouri Group for Publication and Distribution, 2020AD).
2) Akram Al-Rubaie, Media discourse and the tactic of using the puns, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2017AD).
3) Jamal Al-Suwaidi, Social Media and its Role in Future Transformations from the Tribe to Facebook, (Alexandria: Daroub Al-Maarifa for Publishing and Distribution, 2013AD).
4) Jamal Zarn, Traditional and New Media in the Context of the Expansion of Social Media and Its Networks, (Doha: Al Jazeera Center for Studies, 2017AD).

5) Khaled Ghazi, The Arab Electronic Press: Commitment and Distraction in Discourse and Assumptions, (Giza: The Egyptian Book House 2018 AD).
6) Muhammad Ali Hawat, Vision about Contemporary Media and Political Discourse (Cairo: Madbouly Publishing Company, 2005 AD).
7) Muhammad Anani, The Intellectual and the Authority (Egypt: Hindawi Foundation for Publishing 2022 AD).
8) Muhammad Kilani, Media and Political Journalism, (Cairo: Thebes Foundation for Publishing and Distribution 2014 AD)
9) Mustafa Youssef Kafi, Interactive Media, (Amman: Dar and Al-Hamid Library for Publishing and Distribution, 2016).
10) Salah Abdel Hamid, New Media, (Cairo: Thebes Foundation for Publishing and Distribution, 2011 AD).
11) Sally Abdel Moneim, Economic Media, (Cairo: Thebes Foundation for Publishing and Distribution 2014 AD).
12) Suad Al-Anzi, Digital Media between Dictatorship and Democracy, (Hikma website, 2021 AD, retrieved date: 11.2.2023), Link.
13) Taher Al Zeraei, The Power and Freedom: Anxiety in Writing and the Exclusion of the Intellectual, (Amman: Dar Al Khaleej for Publishing and Distribution, 2017AD).
14) Yamen Bodhan, Contemporary media transformations, (Amman: Yazouri Group for Publication and Distribution, 2019AD).