

تحولات القيم الإنسانية في ظل الإعلام الجديد

دراسة القيم التواصلية والسياسية على ضوء ثورتي تونس ومصر 2011

**Transformations of human values in the light of the new media
Studying communicative and political values in light of the 2011
Tunisian and Egyptian revolutions**

عبد الرحمان صالحى*

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

سويقات لبنى

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

L.souigat@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/12/01

تاريخ قبول النشر: 2020/08/13

تاريخ الإستلام: 2020/06/21

ملخص:

يثير استخدام الإعلام الجديد اليوم العديد من الإشكاليات المعرفية والأخلاقية والتقنية التي تنعكس على القيم والتي قد تتضخم لتصبح معيقات تحول دون شيوعه في المجالات خصوصا العربية منها، وبات الإعلام الجديد يظهر كجال واعد ينبؤاً من خلاله المستهلك مكانة هامة حيث تتعدد الاختيارات لديه، وبالتالي أصبح شريكا فاعلا في صناعة المحتوى الإعلامي وتداوله، ولا يتوقف عن ذلك فقط بل يمتد ليجدد الممارسات الإعلامية القائمة ويدفعها نحو مزيد من التواصل مع الجمهور. من هنا تهدف هذه الدراسة الى تناول موضوع تحولات القيم الإنسانية في ظل الإعلام الجديد من خلال دراسة القيم التواصلية والسياسية على ضوء ثورتي تونس ومصر 2011.

الكلمات المفتاحية: القيم الإنسانية ؛ الإعلام الجديد ؛ القيم التواصلية ؛ القيم السياسية ؛ ثورتي تونس ومصر 2011

Abstract:

The use of new media today raises numerous cognitive, ethical, and technological issues that reflect on values, which may escalate to become obstacles hindering its prevalence in various fields, especially in the Arab world. New media now emerges as a promising field where the consumer occupies an important position, with a multitude of choices available to them. Consequently, new media has become an active partner in the creation and dissemination of media content, not only renewing existing media practices but also driving them towards further engagement with the audience. Hence, this study aims to address the topic of shifts in human values in the context of new media by studying communicative and political values in light of the 2011 revolutions in Tunisia and Egypt

Keywords: Human values; new media; communicative values; political values; Tunisia and Egypt revolutions 2011

1. مقدمة:

لا شك أن قيمة وأهمية الإعلام الجديد لم تعد خافية على أحد وذلك من خلال ما يقدمه للجمهور الكبير و الغير المتجانس من خدمات متنوعة ومهمة وتبرز تلك الأهمية من خلال مجموعات عديدة من الخدمات التي أصبحت تتجاوز خدمات الاعلام التقليدي من الترفيه و التثقيف و الإخبار إلى تزويد المتلقي بقدر غير محدود من المعلومات و مصار الترفيه.

ويثير استخدام الإعلام الجديد اليوم العديد من الإشكاليات المعرفية و الأخلاقية و التقنية التي تنعكس على القيم والتي قد تتضخم لتصبح معيقات تحول دون شيوعه في المجالات خصوصا العربية منها، و بات الإعلام الجديد يظهر كمجال واعد يتبوأ من خلاله المستهلك مكانة هامة حيث تتعدد الاختيارات لديه، وبالتالي أصبح شريكا فاعلا في صناعة المحتوى الاعلامي وتداوله، ولا يتوقف عن ذلك فقط بل يمتد ليجدد الممارسات الاعلامية القائمة ويدفعها نحو مزيد من التواصل مع الجمهور.

ويظهر جليا الاقبال الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي بشكل متنامي ومتسارع وله عدة دلالات قيمة تواصلية من جهة و سياسية من جهة أخرى.

ومن المعلوم أن وسائل الاتصال ليست السبب الوحيد في التغييرات التي تطال الجمهور فهناك مؤثرات اجتماعية أخرى تعمل إلى جانبها، والشئ الملاحظ أن وسائل الاتصال الجديدة ومن بينها وسائل الاعلام الجديد أصبحت منافسا حقيقيا للمؤسسات التقليدية حينما يتعلق الأمر بالتنشئة الاجتماعية من خلال دمج الأفراد في فضاء اتصالي افتراضي عام و حقيقي صار منسجما مع الاعتقاد الايجابي الذي يخدم توجهات المجتمعات على العموم.

وفي المجال السياسي فالتأثير في عناصر تغيير الاتجاه صار واضحا للعيان فغالبا ما يرتبط التفكير بنوع من التأثيرات في المجال السياسي حيث تعمل وسائل الاتصال الجماهيري على إقناع جمهورها بتغيير اتجاهاته نحو جهات وقضايا معينة.

كما تظهر عدة تأثيرات على مجالات أخرى كتغيير السلوك نتيجة لنجاح وسائل الاتصال الجماهيري في تغيير طريقة التفكير ومعايير التقييم عند جمهورها يسلك الجمهور بطرق مختلفة عن السابق نتيجة للمعلومات الجديدة التي اكتسبها من وسائل الاتصال أو نتيجة لنجاح هذه الأخيرة في إقناعهم بتغيير موقفهم من قضية معينة.

وعلى العموم فإن تأثيرات الإعلام الجديد على القيم يمكن حصره في ثلاث عناصر أساسية وهي:

- خلق قيم واتجاهات جديدة
- تدعيم القيم والاتجاهات السائدة والموجودة أصلا
- تغيير القيم والاتجاهات الموجودة

وتتعدد دلالات القيمة وتعريفها تبعا للمجال والتخصص الذي تدرس فيه، فتأخذ القيم دلالات بقدر التخصصات البحثية كالفلسفة و علم الاجتماع و علم النفس والاقتصاد و الدين و علوم الاعلام والتربية ... وفيما يخص العلوم الاجتماعية تحديا فإن القيم تمثل عموما أحكاما أو تصورات معيارية يؤمن بها الفرد و المجتمع وتعد الإطار العام الذي يحدد سلوكه. وبالنسبة لمجال العلوم السياسية فقد اهتم

الأستاذ رونالد إنغلهارت Ronald Inghelhart مدير المسح العالمي للقيم بتغيير القيم في السياق الاجتماعي والثقافي وذلك بالتحول داخل المجتمعات من القيم التقليدية إلى القيم العلمانية العقلانية من جهة، ومن القيم الحياتية التي ترتبط بالعيش اليومي إلى القيم التعبيرية التي تحيل على علاقة الإنسان بالمجال الطبيعي والاجتماعي والسياسي من جهة أخرى التوسع والتغير نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة، ولا يقتصر الأمر عند هذا الحد بل يمتد نحو الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب و الصحف والهواتف الذكية... وهو مجال ينمو بسرعة وتنشأ من أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة.

هذا التوسع المفرط لأشكال ومجالات الإعلام الجديد يطرح معه صعوبة تحديد مجال الاشتغال خصوصا وأن لكل مجال من هذه المجالات منطقته الخاص وتقنياته وجمهوره ومحتوياته المتميزة، بل إن هذه المجالات الأربع بدورها في تطور مستمر نظرا لارتباطها بالثورة الرقمية التي تعرف تطورا تكنولوجيا هائلا.

وفي هذا السياق يقول الباحث المستقبلي « Derrick de Kerchhove » : في مجتمع الشبكات يكون الانتقال السريع الحقيقي من المنتج إلى المستهلك ويكون ثمة إعادة توزيع للسلطة والقوة، نظام الشبكة حقق حلم كارل ماركس: أن تكون أدوات الإنتاج ووسائل الإنتاج بيد العمال.

فقد تحول استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وامتلاك العتاد التكنولوجي الملائم لذلك الهواتف الذكية إلى شرط أساسي لتعزيز المكانة الاجتماعية والاندماج في المحيط الاجتماعي خصوصا لدى الشباب المراهقين.

وفيما يتعلق بتحويلات القيم في الشأن السياسي فإن الملاحظ هو عزوف الشباب العربي عموما عن المشاركة السياسية بأشكالها التقليدية المعروفة مقابل اهتمامه بالاطلاع على الشأن السياسي ومناقشته والتعبير على رأيه في مختلف القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد.

ومن هنا يمكننا الانطلاق في رصد التحويلات القيمية في مجتمعاتنا العربية والمرتبطة بالمجال السياسي والتواصل حيث تبرز تلك التحويلات من خلال ما أفرزته ثورة الياسمين في تونس والثورة المصرية التي وفرت حالة تواصلية سياسية بامتياز عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وبالنسبة لهذه المداخلة فسنعتمد فيها على عدة عناصر بحثية ومنهجية ومقارباتية تتضمن: تحولات القيم الإنسانية، التغيير السياسي في الوطن العربي خاصة ما تعلق بأثره السياسي، الإعلام الجديد، والتطورات التكنولوجية لنخلص إلى تلك التحويلات التي باتت ملاحظة في مجتمعنا العربي عموما.

2. مدخل عام

أ. مفهوم القيمة:

القيمة في اللغة العربية: ثمن الشيء بالتقويم، وفي القرآن الكريم تعني الطريق الثابت المستقيم الذي لا عوج فيه. ويشير قاموس علم الاجتماع أن مفهوم القيم لم ينتشر في العلوم الاجتماعية إلا حديثا إذ يعد كل من توماس وزنانيكي أول من استخدم هذا المفهوم في كتابهما الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا (عكاك، 2014) حيث عرف القيمة الاجتماعية بأنها تعني أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة، كما أن لها معنى محددًا حيث تصبح في ضوءه موضوعا معينًا أو نشاطًا خاصًا. ومن بين التعريفات الهامة للمصطلح أيضا تعريف كلا من كهون فالقيمة هي تصور واضح أو مضمّر، يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ماهو مرغوب فيه بحيث يسمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل.

ويعرف محمد أحمد بيومي القيمة على أنها المرغوب فيه، بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية، و موضوع الرغبة قد يكون موضوعا ماديا أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو بصفة عامة أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع.

ويرى الدكتور عبد العالي رزاقى أن القيم تختلف من مجتمع لآخر وأنها تتعدد تعريفاتها داخل المجتمع الواحد، ولكل شعب قيمة، ولكن هناك فرق بين القيم المتغيرة والثابتة داخل المجتمع، فالقيم المتغيرة هو إجماع فئة أو شريحة أو مجموعة على اتخاذ موقف إيجابي أو سلبي إزاء فكرة أو قضية في ظرف معين، أما القيم الثابتة فهي القيم التي يتم دسترتها داخل أي مجتمع، والقيم المتغيرة التي يتم الإجماع حولها قد تصبح من ثوابت المجتمع إذا صارت عرفا أو قانونا، وهي تنتشر في جميع مجالات الحياة، ويتفاوت التعامل معها.

ويرجع عدم التحكم في ضبط وتحديد مفهوم التعريفات المختلفة التي تطرقت و تناولت الموضوع والتي حاولت تقديم تعريف لهذا المفهوم وذلك انطلاقا من وجهات نظر مختلفة، فإن كل هذه الأسباب و المعطيات دفعت ببعض الباحثين إلى التشكيك في كلمة القيمة ذاتها نتيجة استخداماتها المتباينة و المتناقضة، و الدعوى إلى استخدام مصطلح جديد بديلا للكلمة الانجليزية مثل مصطلح الاتجاهات المشتركة.

ومهما كانت طبيعة التناقض و الغموض الذي يحيط بمفهوم القيمة و تعدد الأسباب و المسببات وراء هذا التناقض و الخلاف بين الباحثين في تحديد مدلولها، فقد حدد عبد النبي عبد الفتاح انطلاقاً من واقع التعريفات المقدمة في هذا الشأن بعض المؤشرات حول مدلول لفظ القيمة وهي:

- إن القيم تعمل على توجيه السلوك الإنساني
- إن ما يرغب فيه الفرد أو الجماعة هو حجر الزاوية في تحديد مدلول القيمة.
- القيم تنطوي على سمة الانتقائية والاختيار، بمعنى أنها حكم يوجه الأفراد في اختيار بدائل البدائل في مجالات الحياة المختلفة.
- القيم يتم التعبير عنها صراحة بالكلام أو الكتابة، كما قد تكون ضمنية لا تفضح عن نفسها بطريق مباشر، ولكن قد نستشف من السلوك أحيانا.
- القيم ديناميكية بمعنى إمكانية تغييرها إذا ما تولدت صورة من صور التفاعل بين المرء بمحدداته الشخصية وبعض المثيرات الخارجية كان من شأنها أن تضع الفرد في مركز جديد من حيز القيم.
- إن القيم تتسم بالثبات النسبي أي المحافظة، إن القيم الرئيسية من موجبات السلوك الكبرى، فلو لم تكن تتصف بالثبات ولو كانت تتغير من حين لحين لاختلطت على الناس معاني الخير والشر والحلال والحرام.

ب. تصنيف القيم

تنطوي عملية تصنيف القيم على صعوبات كثيرة ترجع إلى تعدد التعريفات التي صاغها الباحثون حول مفهوم القيم، ومن ثم تعددت طرق التصنيف ونماذجه واختلفت المبادئ التي تنهض عليها التصنيفات والزوايا التي تتم من خلالها منها:

بعد المحتوى كالقيم الجمالية و الاقتصادية و السياسية والاجتماعية، وبعد المقصد كقيم وسائلية وهدفية أو غائية وبعد الشدة كالقيم الملزمة و التفضيلية و المثالية، و بعد العمومية كالقيم المنتشرة في المجتمع و القيم الخاصة بفئات اجتماعية أو مهنية معينة أو عامة أو خاصة، وبعد الوضوح حيث تصنيف القيم في هذه الحالة إلى قيم ظاهرة أو صريحة يعبر عنها بالكلام و أخرى ضمنية يمكن استخلاصها، و يستدل على وجودها بالسلوك و الاختبارات وتحليل المضمون، و بعد الدوان حيث تصنف إلى قيم عابرة (مادية وقيم دائمة روحية) نسبياً، كما أن هناك من يقسمها طبقاً للنظم الاجتماعية إلى قيم بيئية وإيديولوجية وسياسية وعائلية و تعليمية و تربوية و دينية (عكاك، 2014، صفحة 302).

ج. الاعلام الجديد

لم تتضح معالم هذا الاعلام الجديد أو البديل بعد بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام تمثلت بالمواقع الالكترونية و المواقع الاجتماعية و المدونات الالكترونية و مواقع المحادثة و الدردشة وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة و الإذاعة و التلفزيون فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد (الحميد، 2015، صفحة 65)

فيعرفه "أياد الدليمي": إنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب(الفييس بوك وتويتر و يوتيوب) يمكن أن تكون مكمله للإعلام التقليدي لينتج إعلاما يزاوج بين المهنية و صرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، و بين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضا وهذا جوهر الموضوع.

ويضيف الدكتور "صادق عباس" تعريفا آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: الإعلام الرقمي digital media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي و الراديو الرقمي وغيرهما أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر، و يطلق عليه الإعلام التفاعلي intactive media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت و التلفزيون و الراديو التفاعليين و صحافة الأنترنت و غيرها من النظم التفاعلية الجديدة (الحميد، 2015، صفحة 66)

يضاف إلى ذلك أن الإعلام الجديد أخذ صفة (الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال online media لارتباط هذا النوع من الإعلام بشبكة الأنترنت مثل الشبكات الاجتماعية، ونتيجة إلى ما تميز به الإعلام من تدفق هائل للمعلومات فقد أطلق عليه صفة إعلام المعلومات (info media) لتوافقه بين الكمبيوتر و الاتصال معتمدا على تكنولوجيا المعلومات، ويأخذ أيضا إعلام الوسائط المتشعبة (hypermedia) دلالة على استخدامه لبعض الوصلات التشعبية المتصلة به وهو أيضا إعلام الوسائط المتعددة (multimedia) الذي يعني التداخل الفعلي بين هذه الوسائط (النص و الصورة و الفيديو) (الحميد، 2015، صفحة 67)

ويمكن القول بأن الإعلام الجديد هو: إعلام عصر المعلومات فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات (information explosion) وظاهرة الاتصالات عن بعد (telecommunication) (شيخاني، 2010، صفحة 442).

3. الثورة التونسية (ثورة الياسمين)

أطلقت تسمية (ثورة الياسمين) على الأحداث التي شهدتها تونس الخضراء بعد إقدام شاب يدعى "محمد البوعزيزي" وهو بائع للخضر و الفواكه و يحمل شهادة جامعية و عاطل عن العمل على حرق نفسه احتجاجا على مصادرة أحد رجال البوليس لعربة الخضار التي كانت مصدر رزقه و عائلته.

هذا الحادث المأساوي دفع بالشباب التونسي إلى النزول للشوارع متحدين قمع السلطة و جبروتها مستخدمين الفيسبوك سلاحا فعالا في تجمعاتهم واحتجاجاتهم السلمية مستغلين عدم وجود رقابة على شبكات التواصل الاجتماعي في تونس فأوصلوا صوتهم للعالم أجمع بالكلمة و الصوت و الصورة معتمدين على مختلف تطبيقات الإعلام الجديد.

وترى الكاتبة "أمال الصالحي" أن سلاح الإعلام الجدي هو أمضي من أسلحة الطغاة التقليدية فتقول: "ولى زمن الحرب الأسلحة وفتح المجال أمام الإعلام الجدي ليشن حربه ويقول كلمته، ولن أبالغ إذ قلت أنه أصبح سلطة أولى وأداة لتغيير المجتمعات، فوائده جمة يكفي أنه أسقط حاجز الخوف بين الشعوب تجاه الأنظمة وصارت الرقابة خارج السيطرة، وفي هذا رد الاعتبار للمواطن ولحقوقه كانسان، كما صار منبرا للدفاع عن قضايا الأمة الكبرى ونشر المطالب ورفع التظلمات ومساهما فعليا في التثقيف و نشر العلم و المعرفة (الحميد، 2015، صفحة 133).

كما أضحت العديد من المدونات الالكترونية و المواقع الاجتماعية وبعض الصحف الإلكترونية منابر لأشهر الصحفيين و النشطاء من أجل نشر آراءهم و تحليلاتهم بكل حرية و دون خطوط حمراء كان حراس البوابة حريصين عليها دوما على التذكير بها تلميحا أو حصرا (الصادق، 2010، صفحة 537)

4. الثورة الشبابية المصرية ثورة 25 يناير

كان الرأي العام العربي و الدولي يتوقع أن يحدث تغييرا ما في مصر بسبب الأوضاع المعيشية و السياسية الصعبة و تفكك العلاقات و الروابط الاجتماعية بين أطراف الشعب المصري منذ سنوات عديدة و سيطرة حزب السلطة (الحزب الوطني) الذي يقوده الرئيس المصري الأسبق (حسني مبارك) على مقاليد الحكم و لجوئه إلى تزوير إدارة الشعب المصري في الانتخابات النيابية و الإبقاء على قانون الطوارئ المفروض على الشعب منذ عقود طويلة.

لا يمكن لأي شخص أن يغفل تأثيره الثورة التونسية على اشتداد الحركة الاحتجاجية الشبابية في مصر فقد كانت حافزا ملهما لهم وأسلوبا ناجعا ومجريا في دعوة أصدقائهم وتحديد مواقع وأزمنة التحرك فانطلقت الشرارة المصرية الأولى يوم الثلاثاء (الخامس والعشرين من يناير 2011) ولم يكن أكثر المتفائلين يتوقع أن يتجاوز عدد المتظاهرين في ميدان التحرير الألف.

وحول أهمية الإعلام الجديد أو الالكترونى وتكييفه مع ما يحدث على الساحة السياسية و الاعلامية يرى الدكتور "شريف درويش اللبان" أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال " بكلية الإعلام بجامعة القاهرة أن الإعلام الجديد: لا يعد إعلاما مستحدثا بل هو إعلام متطور ومتجذر في تجربة الأمم و

الشعوب، ويتميز بجملة من الخصائص التي من بينها: القدرة على التكيف مع وسائل الاتصال وتطور أدوات الرقابة و الضغوط الاجتماعية و السياسية و ربما الاقتصادية، فكثيرا ما يظهر الإعلام البديل في الساحة الإعلامية في أشكال مختلفة وذلك حسب المرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع و نوعية الفاعلين الذين يستعملون الإعلام البديل (الحמיד، 2015، صفحة 39)

أ. تحديات القيم التواصلية:

يعتقد كثيرون أن الإعلام الجديد هو مجرد وسيلة يوظفها البعض للتأثير في آخرين، أو يستخدمها لدوافع ذاتية كالترفيه و التثقيف و التواصل، في حين أن الانترنت بكل تطبيقاته التي يشكل الإعلام الجديد أبرزها بين الحياة الاجتماعية، وعلى حد تعبير "بيير ليفي" ليست الإعلاميات مجرد أداة بل هي تقنية منظمة للبنىات فهي تحاول أن تغير تشكل الزمان و المكان الاجتماعيين و الحياة اليومية تبعا للتوازنات الجيوبوليتيكية فالإعلام الجدي يعيد تشكيل جغرافيا العلاقات الاجتماعية و يعيد تأنيها وفق قيم وأولويات جديدة (المكي، 2014، الصفحات 146-147).

فالإنسان الاتصالي يتحدد أساس بوجهه الاجتماعي: أي باندماجه في سيرورة الاتصالية، وهويته أيضا تتحدد باعتباره وسيطا لسريان المعلومة، لذلك يمكن القول أن الإعلام الجدي ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا تشكل تدريجيا عالما اتصاليا مغلقا يصبح فيه الاتصال أهم مضمون من مضمون الاتصال ضمن أفق قيم نفعية وأداتيه لا تنشغل بالبعد الأخلاقي، وهذا التحول التدريجي يظهر من خلال كثافة الاتصال التكنولوجي عن بعد بمختلف قنواته التكنولوجية وأشكاله مقابل تراجع الاتصال

ب. تحديات القيم السياسية:

كثيرا ما نلاحظ عزوف الشباب العربي على عزوفه عن المشاركة السياسية بأشكالها التقليدية المعروفة مقابل اهتمامه بالاطلاع على الشأن السياسي و مناقشته و التعبير عن رأيه وقضاياها عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الاعلام الجديد.

وفيما يتعلق بتحديات القيم المرتبطة بالمجال السياسي فيمكن الإشارة إلى أنضج مشاركة سياسية عرفها العالم العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها إلى حد الآن كمدال للتحليل ونقصد هنا "ثورتي تونس ومصر" تحديدا، فمن الواضح أن المؤسسات السياسية التقليدية وأعني هنا الأحزاب تحديدا لا تتوفر على امتدادات فاعلة على مواقع الإعلام والجديد و التواصل الاجتماعي ينذر توفرها بنفس الكثافة و الوضوح في يوميات الحياة السياسية العادية، لذلك تم تسجيل عدد الملاحظات بخصوص الثورتين ومن بينها ما يلي:

- ثورتا مصر وتونس شبائتان: ولعل هذه من أبرز الملاحظات التي ميزت الثورتين، فمن الملاحظ للجميع أن من أشعل فتيل الثورة وقام بالتعبئة لها هم شباب البلدين وأن أغلب المتظاهرين الذين ملؤوا الساحات و الميادين هم من الشباب إضافة إلى أن أغلب الشهداء الذين سقطوا هم من الشباب

• شهدت الثورتان توظيفاً محورياً لشبكة الانترنت وخصوصاً الاعلام الجديد بكل روافده من مواقع تواصلية، منتديات تفاعلية، ويعتبر هذا التوظيف أساسياً في تغطية أحداث الثورتين و التعبئة لهما وبلورة النقاش الاجتماعي والسياسي حولهما وذلك في غياب وسائل الاعلام التقليدية التي تحتكرها النخب الحاكمة، والتي عملت على التعميم على الأحداث وبث الدعاية المضادة وتقليص الحجم الحقيقي للثورة و مبلغ الإجماع الشعبي حوله (المكي، 2014، صفحة 160)

• لعل وجه التميز في هذا التوظيف هو ان الاعتماد على الإعلام الجديد قم تم بشكل أساسي إذ شهد ميلاد الثورة ومهد النقاشات الأولى حولها ثم مرحلة التعبئة وتغطية أحداثها، بل هناك من يربط نجاح الثورتين بلجوئهما إلى خدمات الإعلام الرسمي و حافظت على تأجيج شعلة الحماس و التعبئة بتغطيتها المستمرة لأحداث الثورتين إذ كانت منتديات الأنترنت و المواقع الاجتماعية بمثابة "مراكز قيادة الثورة".

• امتدت الثورتان لمدة زمنية قصيرة حوالي 18 يوماً في تونس وأربعة أسابيع في مصر، لكن رغم قصر هذه المدة فإن الثورتان توصفان بالكثير من الفاعلية والكفاءة.

• الشباب الذين اعتمدت عليهم الثورة هم الأكثر تمكناً من تقنيات الاتصال الحديثة ولذا كان توظيفهم للأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي متميزاً بقدر الكفاءة.

فقد تجاوزت الثورة المؤسسات التقليدية (الحزب) وأقامت مؤسستها الخاصة: حزب افتراضي على الشبكة، لا يطلب منك واجب الانخراط، ولا يلزمك بشيء... يكفي أن ترتبط بالشبكة وتلج الموقع الخاص لتصبح عضواً كامل الحقوق وهذا الحزب الجديد لن يقف دوره عند حدود نجاح الثورة فقط، بل وضع الأحزاب التقليدية أمام الكثير من التحديات ترتبط أساساً بكيفية استيعاب هذا الشكل الجديد وكيفية استقطاب شبابه وإمكانية خلق امتدادات افتراضية للأحزاب التقليدية وهي تداعيات لن تنتهي في مجتمعات الاتصال، نتحدث عن إنسان الاتصال الذي يتحدد أساساً بوجهه الاجتماعي أي باندماجه في السيرة الاتصالية.

وقد ساهم الإعلام الجديد في نمو معدل الحراك الذي قاد للتغيير جزئياً ويسعى إلى الانتقال به نحو مرحلة جديدة تمثل هدف عملية التغيير (الشوبكي، 2007، صفحة 29)

5. خاتمة:

لا شك أن بروز الإعلام الجديد بتقنياته المتعددة كان له وطأة الكبيرة على كثير من الدول و المجتمعات التي لا تزال تواجه مشكلات في مختلف المجالات التنموية والاجتماعية والسياسية والثقافية، افلكثير من الملاحظين يعتبرون ظهور تقنيات تكنولوجيا متاحة للجميع تهديداً للهوية القومية في ظل خاصة عبورها للحدود السياسية والجغرافية وإزالتها للحواجز والرقابة بمختلف أنواعها.

ومن خلال هذه المداخلة تم رصد بعض التحديات التي يثيرها الإعلام الجديد والتي تشمل القيم التواصلية و القيم السياسية بناء على ما تمخض من ثورتي تونس ومصر، فالإشكالات و التحديات متنوعة وعديدة و تقتضي الوعي بانفتاح الإعلام الجديد وتعقد مجاله، وهو وعي منهجي أساساً ينبغي أن

يزاوج بين المناهج العلمية المتبعة فيكون لنتائجه الصدق و الدقة المطلوبان وبين الرؤية الفكرية الواضحة فيختبر تلك القيم وما يتعلق بها.

6. قائمة المراجع:

بلال محمود الشوبكي. (2007). التغيير السياسي من منظور حركات الاعلام السياسي في الضفة الغربية وقطاع غزة، حركة حماس نموذجاً. رسالة ماجستير. جامعة النجاح الوطنية .

راجح الصادق. (2010). المدونات و الوسائط الاعلامية، بحث في حدود الوصل و الفصل. المجلة العربية للعلوم الانسانية(112).

سميرة شيخاني. (2010). الاعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق، 26(1-2)، صفحة 442.

صلاح عبد الحميد. (2015). الاعلام والثورات العربية. الجزائر: أطفالنا للنشر و التوزيع.

فوزية عكاك. (2014). أهمية القيم الخيرية في صناعة المادة الإخبارية. المجلة الجزائرية للاتصال(22).

هشام المكي. (2014). الاعلام الجديد في دول المغرب العربي. وزارة الثقافة.