

ملف خاص بمشاركة البروفيسور مانويل كاستلز

شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيدولوجي (1)

03

آليات اشتغال دوامة
الصمت في البيئة
الاتصالية الجديدة

02

النموذج الإخباري
لقناة الجزيرة: بنيته
ودينامياته

01

الميديا الاجتماعية
وعوائق التحول
نحو مجال عمومي

الجزيرة

لدراسات الاتصال والإعلام ALJAZEERA FOR COMMUNICATION AND MEDIA STUDIES

دورية نصف سنوية محكمة تصدر عن مركز الجزيرة للدراسات

السنة الأولى - العدد 2 - يوليو/تموز 2023

رئيس التحرير

د. محمد المختار الخليل

نائب رئيس التحرير

د. عز الدين عبد المولى

مدير التحرير

د. محمد الراجحي

هيئة التحرير

العنود أحمد آل ثاني

أ.د. لقاء مكي

د. فاطمة الصمادي

د. سيدي ولد الأمير

د. شفيق شقير

د. عبد الله العمادي

د. الحاج محمد الناسك

الحواس تقيّة

محمد عبد العاطي

يارا النجار

المراجع اللغوي

إسلام عبد التواب



مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

آراء الباحثين والكتاب لا تعبر بالضرورة عن اتجاهات
تتبنها المجلة أو مركز الجزيرة للدراسات

ترتيب الدراسات يخضع لاعتبارات فنية فقط

جميع الحقوق محفوظة

مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES



الدوحة - قطر

هاتف: 40158384 (+974)

فاكس: 44831346 (+974) - البريد الإلكتروني: E-mail: AJCM@aljazeera.net

ISSN: 2958-1397 (Online)

ISSN: 2958-1400 (Print)

تصميم الغلاف: قطاع الإبداع الفني بشبكة الجزيرة الإعلامية

الطباعة: مطابع قطر الوطنية - الدوحة - قطر - هاتف: 8452 4444 974+

Contents المحتويات

Special Dossier: Social Media and Ideological Polarisation (1)

ملف خاص: شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي (1)

Manuel Castells

مانويل كاستلز

Social Media and Political Polarisation

21

شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي

Nabil Dajani

نبيل دجاني

Ethical and Legal Structure for a Just Social Media Public Sphere

31

البنية الأخلاقية والقانونية لمجال عام عادل لشبكات التواصل الاجتماعي

Noureddine Miladi - Anwar Alorfe

نور الدين الميلادي - أنوار العرفي

The War on the Palestinian Narrative: Obstructing Palestinian Content on Social Media

47

الحرب على السردية الفلسطينية: محاصرة المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي

Mohamed Er-raji

محمد الراجي

The Strategies of Social Media in Producing Ideologies and Discursive Domination: A Study of Israeli Discourse on Twitter and Facebook

73

إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية: دراسة بنية الخطاب الإسرائيلي على تويتر وفيسبوك

Mutasim Babiker Mustafa

معتصم بابكر مصطفى

The Impact of Social Media on the Growth of Populist Discourse and its Ideologies: Sudan as A Case Study

123

شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الخطاب الشعبوي وأيديولوجياته: السودان نموذجًا

Fatma Elzahraa Elsayed

The Aspects of Ideological Polarisation between Muslims and Hindus on TikTok (September 2021- December 2022)

175

فاطمة الزهراء السيد

أوجه الاستقطاب الأيديولوجي بين المسلمين والهندوس على منصة تيك توك (سبتمبر/أيلول 2021- ديسمبر/كانون الأول 2022)

Nacer-Eddine Layadi

Social Media and Political Polarisation: Obstacles to the Shift to a Public Sphere in the Arab World

205

نصر الدين لعياضي

الميديا الاجتماعية والاستقطاب السياسي: عوائق التحول نحو مجال عمومي بالمنطقة العربية

Hicham El Makki

Social Media: From Content Ethics to Ethical Design: Facebook as an Example

241

هشام المكي

شبكات التواصل الاجتماعي: من أخلاقيات المحتوى إلى التصميم الأخلاقي.. فيسبوك نموذجًا

Studies and Research

دراسات وأبحاث

Abdeslam Razak

The News Model of Al Jazeera Channel: Structure and Dynamics

285

عبد السلام رزاق

النموذج الإخباري لقناة الجزيرة: بنيته ودينامياته

Jamel Zran - Abdullah Bakhsh

The Spiral of Silence in the Context of the New Communication Environment: A Study of the Formation of Public Opinion towards the Political Crisis in Yemen

315

جمال زرن - عبد الله بخاش

دوامة الصمت في سياقات البيئة الاتصالية الجديدة: دراسة في تشكل الرأي العام نحو الأزمة السياسية في اليمن

The Modern Media Dictionary

المعجم الإعلامي الحديث

Imad Bachir

Research Contributions to the Modern Media Dictionary

347

عماد بشير

مساهمة بحثية في مشروع المعجم الإعلامي الحديث

Book Review

Wael Abdelal
Digital Media Effects 375

Academic Theses

Youcef Kherfi
The Algerian Elite's Reception of Al
Jazeera News Channel: A Survey
Study on a Sample of University
Professors 395

Omama Mustafa Al Lawati
A Divergent Media Phenomenon:
A Reading into Al Jazeera's
Discourse during and after the Iraq
War 425

قراءة في كتاب

وائل عبد العال
تأثيرات الإعلام الرقمي

رسائل جامعية

يوسف خرفي
تلقي النخبة الجزائرية لمضامين قناة
الجزيرة الإخبارية والإشباع المحققة
لديهم: دراسة مسحية على عينة من
الأساتذة الجامعيين

أمامة مصطفى اللواتي
قناة الجزيرة ظاهرة إعلامية مغايرة:
قراءة في الخطاب زمن الحرب وما بعد
الحرب على العراق

افتتاحية العدد

الوظائف الإستراتيجية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الثقافية والسياسية

تنشر مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام في هذا العدد ملفاً بحثياً يُقارب دور شبكات التواصل الاجتماعي في الاستقطاب الأيديولوجي وانعكاساته الثقافية والاجتماعية وتنتجها السياسية. ويمثّل هذا العمل البحثي مخرجات المؤتمر العلمي الذي نظّمه مركز الجزيرة للدراسات بالشراكة مع قسم الإعلام بجامعة قطر، يومي 1 و2 مارس/ آذار 2023، بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي: علاقة القوة والتأثير الثقافي والاجتماعي"، بمشاركة نخبة من الأكاديميين والخبراء والباحثين المتخصصين. فكما شغلت شبكات التواصل الاجتماعي السلوك الاتصالي للمستخدمين (أفراداً وكيانات) - بعد أن غيّرت عاداتهم في استهلاك المحتوى الإعلامي وملأت المجال العام الرقمي - استأثرت أيضاً بانتباه الدارسين، وتعاضم الاهتمام البحثي بها في المجتمع العلمي والأكاديمي خلال العقد الأخير. جاء ذلك في سياق تتبّع تأثير الشبكات الاجتماعية في الاجتماع السياسي والعمليات الانتخابية في عدد من الدول، واستقصاء دورها في التحولات الجيوسياسية والصراعات والأزمات الدولية، حيث برزت مجالاً وميداناً للتنافس والصراع السياسي، وساحة للمعركة بين القوى الدولية لتحقيق أهدافها السياسية والأيديولوجية.

لذلك اعتبرت بعض الدراسات شبكات التواصل الاجتماعي "فضاء إستراتيجياً" من أجل الهيمنة السردية بين المتنافسين والمتصارعين، خاصة في إدارة الصراعات والنزاعات والأزمات الدولية؛ الأمر الذي أنشأ حالة من الاستقطاب الأيديولوجي والسياسي بين هؤلاء المتنافسين والمتصارعين دولياً بل وداخل الدولة الواحدة. بينما لجأت أطراف وكيانات معينة في سياقات الصراع والحرب الرمزية والمادية إلى عسكرة هذا الفضاء الإستراتيجي، وهو ما اصطلاح بعض الباحثين على تسميته "العسكرة الرقمية"، لدعم الآلة العسكرية والجهد الحربي لأطراف الصراع في محاولة للهيمنة الخطابية على المجال العام الرقمي عبر إغراقه بسردياته. وتشير هذه المتغيرات إلى تأثير التحولات التكنولوجية، وفي صلبها شبكات التواصل الاجتماعي

وشركات التكنولوجيا العالمية، على العلاقات الدولية والشأن الداخلي للدول، سواء في الشرق أو الغرب. لذلك فإن بنية وأنظمة اشتغال شبكات التواصل الاجتماعي ليست محكومة بمنظور وسائط نقل المحتوى وتوزيعه فقط، وليست حاملاً إلكترونيًا/تكنولوجيًا محايداً، وإنما هي "كيانات قوة" - كما تصفها بعض الدراسات - تُنتج مضموناً ثقافياً خاصاً مثلما تنشر ثقافة المستهلكين والمنتجين، وتعمل على مراقبة عملية الإنتاج الثقافي و"التملك الاجتماعي للخطاب" عبر أنظمتها الخوارزمية. لكن في الوقت نفسه، فإن هذا التملك لا يعني "حتمية" تأثير الشبكات الاجتماعية، وإنما تشابك فيه عوامل مختلفة ومتعددة، كما يوضح البروفيسور، مانويل كاستلز، وغيره من الأكاديميين والباحثين المشاركين في هذا الملف. وقد انعكس ذلك على انتشار مساحات واسعة من التعصب والتطرف والعنف، وكذلك التطهير العرقي في بعض المناطق، فضلاً عن الأدلجة بأشكالها المختلفة، وتدني مستوى التسامح والتنوع الفكري والثقافي. وكانت لهذه المظاهر وغيرها تأثيرات سلبية على حالة الديمقراطية والاستقرار السياسي والتماسك الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي والعقلانية في اتخاذ القرار، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي أو الدولي.

وتبيّن حالة الانغمار الرقمي، التي أصبح فيها وجود الأفراد في المجال العام الرقمي أكثر أهمية من الفضاءات التقليدية، أن شبكات التواصل الاجتماعي ستزداد قوة ونفوذاً في الفترة المقبلة. وستدفع المجتمع البحثي والعلمي وجميع الفاعلين للتفكير في إشكاليات وقضايا معقدة ترتبط بجهات مختلفة تبدأ بالشبكات نفسها وأنظمتها الخوارزمية والذكاء الاصطناعي وآليات الضبط والتحكم في المحتوى، مروراً بالمستخدمين الأفراد والجماعات والمنظمات والدول وسياقات التوظيف الأيديولوجي لهذه الشبكات وعوامله وأسبابه ونتائجه، ثم علاقة هذا التوظيف بالاستقطاب الأيديولوجي والهيمنة الثقافية والاقتصادية. وسي تعمق البحث في دور شركات الاستشارات السياسية والوكالات الإعلانية في استغلال البيانات الضخمة التي توفرها هذه الشبكات للتأثير في الرأي العام المحلي والدولي عبر الدعاية السياسية والتلاعب الخطابى والتضليل المعلوماتي، ومحاولة هندسة المستخدمين لتكييف اختياراتهم مع أجندات الجهات الممولة ودور الذكاء الاصطناعي في ذلك. ونظراً لأهمية هذا "الفضاء الإستراتيجي" / "الكيان القوي"، ودوره المتعظم في

علاقات الأفراد والجماعات والهيئات والدول وتأثيراته المختلفة في السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة والإعلام وقطاعات أخرى متعددة، كان طبيعياً أن يصبح مجالاً حيويًا للبحث والدراسة. وهو ما تشهد عليه غزارة الإنتاج البحثي والفكري وتنوع المؤتمرات البحثية والعلمية خلال الأعوام القليلة الأخيرة. وفي سياق هذا الجهد المعرفي والعلمي لدراسة إشكاليات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، واستقصاء دورها في إدارة الصراعات والأزمات الدولية، والبحث في العوامل والسياقات التي تحكم التوظيف الأيديولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي، ركز المؤتمر العلمي الذي نظمه مركز الجزيرة للدراسات بالشراكة مع قسم الإعلام بجامعة قطر - كما جاء في ورقته الخلفية (لماذا المؤتمر؟) - على القضايا الشائكة المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي ونتائجه الاجتماعية والثقافية والسياسية. وانشغل بتشريح وتشخيص الموقف الراهن للتوظيف المتعمد للشبكات الاجتماعية من قبل الدول العظمى في مواجهة الدول الضعيفة، والدول المتقدمة في علاقتها بالدول النامية، والأنظمة السلطوية المختلفة في علاقتها بالمحكومين المغلوبين على أمرهم. وكان الهاجس الأكثر أهمية لأهداف المؤتمر هو كيفية النظر في مناهج ومقاربات علمية ونظم رقمية مستحدثة لإدارة شبكات التواصل الاجتماعي بأسلوب يضمن أعلى درجة من العدالة والشفافية والنزاهة والأخلاق تحول دون التلاعب بعقول البشر، أو فرض نمط من التفكير الأحادي والنظرة العالمية الأحادية. وإجمالاً، كيف يمكن إحالة أسطورة تكنولوجيا الحرية إلى واقع يعيشه الجميع من أجل عالم آمن ومتحرر ومتقدم.

في إطار هذا الهدف، اهتم المؤتمر بمقاربة الحقل الاستفهامي كما حدّته الورقة الخلفية التي أعدّها الأستاذ الدكتور بسيوني حمادة، رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر، والدكتور محمد المختار الخليل، مدير مركز الجزيرة للدراسات: هل تُستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الصراعات الدولية في القرن الحادي والعشرين؟ وإلى أي مدى؟ ما القوى والعوامل الحاكمة للتوظيف الأيديولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وما النتائج الاجتماعية والثقافية لهذا التوظيف؟ هل الاستقطاب الأيديولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي يمثل موجة جديدة من الهيمنة الثقافية والاقتصادية للغرب؟ إلى أي مدى يمثل الاستقطاب الأيديولوجي نتيجة طبيعية للرأسمالية العالمية لشبكات التواصل الاجتماعي؟ لماذا يسعى الجمهور

إلى مشاركة المحتوى المُضللّ والزائف لشبكات التواصل الاجتماعي حتى في ظل بعض المعلومات الموثوق فيها على الإنترنت؟ إلى أي مدى يمثل الاستقطاب الأيديولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي تعبيرًا عن حالة عدم الثقة في النظم السياسية ووسائل الإعلام التقليدية؟ كيف يحدث الضبط والتحكم في شبكات التواصل الاجتماعي حتى في ظل لا مركزية الشبكة؟ ولماذا؟ إلى أي مدى يمثل الاستقطاب الأيديولوجي لشبكات التواصل نقلة نوعية للسلطة المعرفية من أيدي الصحفيين المهنيين إلى من سواهم من غير المهنيين؟ إلى أي مدى يمكن لدول الجنوب أن تعيد صياغة بنى وهياكل الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لإيجاد بديل جديد يحول دون استعمار هذه الدول رقميًا، وفي الوقت نفسه يضمن ألا يتحول المستحدث من نظم إلى أدوات في أيدي الحكومات المستبدة؟ ما مستقبل شكل العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي والهيمنة السياسية والثقافية والاقتصادية للغرب؟

تُقدّم المجلة، في هذا العدد، الجزء الأول من مخرجات المؤتمر الذي شارك فيه نخبة من الأكاديميين والخبراء والباحثين المتخصصين، مثل البروفيسور ورئيس وليس أنبرغ لتكنولوجيا الاتصالات والمجتمع بجامعة جنوب كاليفورنيا في لوس أنجلوس، مانويل كاستلز، مؤسس نموذج المجتمع الشبكي في عصر المعلومات، والأستاذ المحاضر في الدراسات الإعلامية بقسم علم الاجتماع والأنثروبولوجيا والدراسات الإعلامية في الجامعة الأميركية في بيروت، نبيل دجاني، وأستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر، نصر الدين لعياضي، والمستشار في مجال الإعلام وسياسات الإنترنت والمدير السابق لحرية التعبير في اليونسكو، غاي برغر، وأستاذ سياسات الإعلام والاقتصاد السياسي في كلية أنبرغ للاتصال بجامعة بنسلفانيا، فيكتور بيكار، وباحثين آخرون.

يشتمل الجزء الأول على محاضرتين قدّمهما البروفيسور مانويل كاستلز، والدكتور نبيل دجاني، وست دراسات وأبحاث تناقش قضايا متعددة، وستنشر المجلة الجزء الثاني من مخرجات المؤتمر في العدد المقبل (يناير/ كانون الثاني 2024). وفي المحاضرة الأولى، وهي بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي"، يُراجع البروفيسور مانويل كاستلز العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي

والاستقطاب الأيديولوجي، ويُحدد أشكال التفاعل بين المتغيرين، وكذلك أهمية دور العامل الاجتماعي والاتصالي في عملية الاستقطاب؛ حيث فرضت شبكات التواصل الاجتماعي هيمنتها على فضاءات التواصل الجماهيري. ويرى كاستلز أن للاستقطاب جذورًا أعمق تكمن في أزمة الثقة والشرعية السياسية عبر العالم، وأن هذه الأزمة نفسها نتاج سمات السياسة الإعلامية والبيروقراطية وتعاظم الفساد. لذلك يفترض، مؤسس نموذج المجتمع الشبكي في عصر المعلومات، أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تخلق الاستقطاب السياسي والأيديولوجي، بل تعكس ما يحصل في المجتمع، وتُعزِّز دور الجهات المُستقطَبة في المجتمع، ولكنها ليست السبب الذي يدفع لتطُّرها. ومع ذلك، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تُضخُّم الاستقطاب وتُعزِّزه من خلال فضح المواقف المتطرفة على نطاق واسع، وأيضًا بسبب سرعة انتشار الرسائل في بيئة الإنترنت. ويتطلب هذا الوضع -بحسب كاستلز- تنظيم شبكات التواصل الاجتماعي، من ناحية، ثم مواجهة الاستقطاب، من ناحية أخرى، عن طريق إعادة ديمقراطية السياسات ورفع مستوى الشفافية في نظام الإعلام متعدد الوسائط لكل من الاتصال الجماهيري والتواصل الذاتي الجماعي.

في المحاضرة الثانية التي قدّمها الدكتور نبيل دجاني، بعنوان "البنية الأخلاقية والقانونية لمجال عام عادل لشبكات التواصل الاجتماعي"، يرى أن التطور السريع والعشوائي في مجال شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إدمان نوع جديد من الواقع الاجتماعي غير المفيد أخلاقيًا أو قانونيًا. وتُعزِّز ذلك مع الآثار السلبية لاستخدام الشبكات الاجتماعية عبر نشر المعلومات المُضلِّلة والأخبار الزائفة والتحييزات العرقية والدينية، وانتشار ظاهرة التنمر، فضلًا عن تفاقم الاستقطاب السياسي والأيديولوجي في العالم العربي.

ويُفكّر الدكتور دجاني في الطرق الممكنة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي غير تلك التي تُستخدَم بها حاليًا، حتى يتمكن العالم العربي -على مستوى الأفراد وكذلك الدول- من الحفاظ على المزايا الإنسانية المختلفة وزيادة فرص تمكين الضعفاء والفقراء من المشاركة الفعالة في القرارات التي تؤثر في حياتهم، سواء على مستوى المجتمع أو المستوى الفردي. وأبرز دجاني أن معالجة مشكلات شبكات التواصل الاجتماعي المتزايدة تتطلب اعتماد مقاربة "العملية الاجتماعية" وليس، فقط،

إصدار تدابير تنظيمية. وتقوم هذه المقاربة على وضع إستراتيجيات اتصال هادفة من شأنها إحداث تغيير في التفكير والتصرف معاً.

تُسَهِّل دراسات الملف البحثي بالمشكلة التي أثارها الدكتور نور الدين الميلادي والباحثة أنوار العرفي، في دراستهما المعنونة بـ"الحرب على السردية الفلسطينية: محاصرة المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي"؛ إذ تخوض أطراف متعددة، بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الحرب على المحتوى الرقمي الفلسطيني. وهنا، تعالج الدراسة ما تُسمِّيه "العدوان" المسلط على المحتوى الرقمي الصادر عن الجهات الفلسطينية أو الداعمة لها، وذلك في أشكاله المتعددة، مثل: الحجر والمنع والإقصاء والحذف والحظر والتبليغ، وغيرها من أشكال العدوان الرقمي ومظاهره التي قد تستهدف الأفراد بمجرد أن يتضمن منشور ما أو تدوينة تعاطفًا أو ميلاً لتبليغ صورة منقوصة من سردية الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي. وتنبع المشكلة البحثية من أن ما اصطلح عليه بـ"العدوان الرقمي" فيه انتهاك للحقوق والحريات الرقمية، ومن ثم فإن حرية التعبير مهددة عالمياً. وتوصلت الدراسة بعد تحليل عينات مختلفة من منظور كمي وكيفي إلى أن الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي يعيش من منظور الرقمنة نقطة تحول خلقت وسائل تعبير جديدة وخطابات متنوعة، وأرسيت تقاليد مستحدثة للتواصل. هذا فضلاً عن أن شبكات التواصل الاجتماعي تشير اليوم استفهاماً حول علاقتها بحقوق الإنسان وحرياته.

بالموازاة مع الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في "العدوان الرقمي" على المحتوى الفلسطيني ومحاصرة السردية الفلسطينية، تبين الدراسة التي أعدها الباحث محمد الراجي، بعنوان "إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية: دراسة بنية الخطاب الإسرائيلي على تويتر وفيسبوك"، أشكال النزوع الهيمني للرواية الإسرائيلية عبر النفاذ التفضيلي لمنتجتي الخطاب الإسرائيلي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. ويُنْتَج عن هذا التفاوت في القدرة على النفاذ إلى الأحداث التواصلية تحكّم تلك المنصات في الخطاب العام عبر تحديد مجالاته وموضوعاته وقضاياها وأشكال تدفّقه وسياقاته، وتكريس الهيمنة الخطابية للذات الإسرائيلية من خلال حسابات بعض الصحفيين والباحثين والحسابات الرسمية الإسرائيلية على منصتي تويتر وفيسبوك. ويرى الراجي أن شبكات التواصل

الاجتماعي (تويتر وفيسبوك) أسهمت في "التملك الاجتماعي للخطاب" والهيمنة على سياقاته من قِبَل الذات الإسرائيلية عبر النفاذ التفضيلي؛ الأمر الذي أفسح لها في المجال واسعاً لإنتاج أنماط أيديولوجية تعكس تصوراً معيناً للقضية الفلسطينية (شيئاً خارج الزمن)، ورؤية لعلاقتها بالذات الفلسطينية (ذات إرهابية) ورؤية للعالم أيضاً. وكانت هذه الأنماط الأيديولوجية (السرعة والتفتيت والعسكرة..) تنصهر مع رؤية المؤسسات الإسرائيلية الرسمية، وتُبين انحياز شبكات التواصل للذات الإسرائيلية وعدم المساواة بين الطرفين في المشاركة في الفعل التواصلية.

وفي سياق استقصاء دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الخطاب الشعبي، بينت دراسة الدكتور معتصم بابكر مصطفى، بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجياته: السودان نموذجاً"، أن السياسيين الشعبويين يستخدمون مختلف وسائل التواصل في مخاطبة الجمهور، ويأتي في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي لما تتميز به من خصائص وسمات. كما أوضحت الدراسة تأثير هذه الشبكات في تنامي الخطاب الشعبي الذي تتمثل أبرز مقوماته في نشر الكراهية، وإعلاء شأن القبيلة، والدعوة إلى العنف والتمرد على وحدة أراضي الدولة. وللتقليل من مخاطر الخطاب الشعبي ومحاصرته في المجتمع السوداني، أوصت الدراسة بتعزيز الحوار وثقافة التعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية، فضلاً عن الاهتمام بالتربية الإعلامية في نشر الوعي بما تبثه هذه الشبكات، وتعليم المستخدمين مهارة التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي.

وركزت الدراسة التي أعدتها الدكتورة فاطمة الزهراء السيد، بعنوان "أوجه الاستقطاب الأيديولوجي بين المسلمين والهندوس على منصة تيك توك (سبتمبر/أيلول 2021-ديسمبر/كانون الأول 2022)"، على تحليل خريطة المحتوى الذي تنتجه أطراف الصراع الإسلامي-الهندوسي كأحد التجليات الممثلة لحقبة ما بعد الاستعمار من خلال عينة قصدية تتألف من 100 مقطع فيديو نُشرت على منصة "تيك توك"، تُعد الأكثر مشاهدة حول القضية محل الدراسة. وتشمل العينة الحسابات الأكثر متابعة من الجانبين، المسلم والهندوسي، والأكثر نشرًا حول القضية خلال الفترة الممتدة من سبتمبر/أيلول 2021 إلى ديسمبر/كانون الأول 2022. وكشفت الدراسة أن نسبة المحتوى الداعم للتفاهم والتعايش بين الجانبين هو الغالب على وحدات العينة،

يليه المحتوى المعبر عن الاضطهاد والصراع. بينما كان استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) أكثر في المحتوى المعبر عن موضوعات الحب والصداقة والزواج.

وفي إطار تحديد علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمجال العمومي، يتساءل الأكاديمي نصر الدين لعياضي في دراسته، بعنوان "الميديا الاجتماعية والاستقطاب السياسي: عوائق التحول نحو مجال عمومي بالمنطقة العربية": هل يمكن أن تتحوّل الميديا الاجتماعية إلى مجال عمومي؟ وإلى أي حدّ يُعد الاستقطاب السياسي والأيدولوجي عائقًا أمام تحول الفضاء العمومي إلى مجال عمومي بالمنطقة العربية؟ لمناقشة هذه المسألة، تعرض الدراسة مستندة إلى المنهج الجدلي الأطروحات والأطروحات النقيضة لاستخلاص توليفة لمناقشة المفهومين الأساسيين، وهما: "المجالات العامة الفسيفسائية" و"المجالات العمومية الشبكية" من أجل تقديم فهم أفضل لمكانة الميديا الاجتماعية والممارسات الإعلامية والأشكال المختلفة للتواصل السياسي في المنطقة العربية.

وتخلص الدراسة إلى أن هناك أسبابًا جوهرية وإجرائية تعيق تحوّل الميديا الاجتماعية إلى مجالات عمومية، فلا يمكن للعدّة التقنية أن تحلّ معضلة الاختلالات الاجتماعية والثقافية في المجتمع؛ إذ إن الكثير من الأنظمة السياسية والبنى الاجتماعية والثقافية تضيق ذرعًا بالحوار وبالرأي المخالف، ناهيك عن المعارض.

ولمعالجة الإشكاليات التي يطرحها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إطار أخلاقيات مضمون التواصل، يقدم الأكاديمي هشام المكي منظورًا جديدًا للتفكير في أخلاقيات هذه الشبكات في الدراسة المعنونة بـ"شبكات التواصل الاجتماعي: من أخلاقيات المحتوى إلى التصميم الأخلاقي.. فيسبوك نموذجًا". ويميز الدكتور المكي بين أربعة مستويات لمعالجة أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: أخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على شبكات التواصل الاجتماعي، وأخلاقيات الاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي من قِبَل الإعلاميين، وأخلاقيات استخدام عموم الناس لشبكات التواصل الاجتماعي، والمعايير الأخلاقية التي تتبنّاها شبكات التواصل الاجتماعي. ورغم أهمية هذه الجهود فإنها غير كافية لإقرار تنظيم أخلاقي فعلي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأسباب عدة من بينها التوجه التجاري لتلك المنصات. وتقترح الدراسة أفقًا آخر للتفكير في أخلاقيات منصات

التواصل الاجتماعي تُسمّيه "التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي".

وفي نافذة "دراسات وأبحاث"، نقرأ بحثًا للدكتور عبد السلام رزاق بعنوان "النموذج الإخباري لقناة الجزيرة: بنيته ودينامياته"، يُقارب سمات وخصائص هذا النموذج من خلال التركيز على بنيته ودينامياته باعتباره اختيارًا تحريريًا خاصًا بالقناة. وتفترض الدراسة أن النموذج الإخباري للقناة -باعتباره التمثيل المادي لماهية وهوية الجزيرة كما تُجسّده التغطيات الحية والمباشرة- يمثل حالة إعلامية خاصة بالجزيرة التي ظهرت في سياق سياسي واجتماعي عربي متسارع التحولات، وأصبحت متغيرًا مؤثرًا في تحول المجتمعات العربية طوال هذه الفترة التاريخية التي امتدت لأكثر من عقدين ونصف من الزمن. وعبر مقارنة تركيبية استفادت من روافد معرفية ومنهجية مختلفة، خلصت الدراسة إلى أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة مرّ بمراحل متعددة وشهد ديناميات مستمرة تبعًا لنوعية العلاقات القائمة بين العناصر الأربعة: الحدث والقناة والجمهور والسياق.

وتتبع الدراسة التي أعدها الباحثان، الدكتور جمال رزن والدكتور عبد الله بخاش، التأثيرات المحتملة لبيئة الاتصال الجديدة في اشتغال آليات دوامة الصمت، بالتطبيق على ثلاث قضايا خلافية تتعلق بالأزمة اليمنية، وهي: دور التحالف العربي في اليمن، وشرعية الرئيس السابق عبد ربه منصور هادي، والدعوة لفك ارتباط المحافظات الجنوبية عن دولة الوحدة اليمنية. وأظهرت نتائج الدراسة، باعتماد المنهج المسحي واستخدام طريقة عينة كرة الثلج التي تألفت من 438 مبحوثًا، وجود آثار محدودة لبيئة الاتصال الجديدة في اشتغال آليات دوامة الصمت. على مستوى الآلية النفسية، أكد المبحوثون شعورهم بالخوف من العزلة في اتصالاتهم الافتراضية بشكل أقل من اتصالاتهم المباشرة، رغم ارتفاع توقعاتهم بعدائية الآخر في تعاطيه مع الآراء المخالفة له.

في البعد الاجتماعي، تُقدّم نتائج الدراسة دليلًا على تأثر اشتغال الآلية الاجتماعية لدوامة الصمت في البيئة الجديدة للاتصال؛ إذ تراجعت نسبة التطابق مع الرأي السائد وتقلصت نسبة الفارق بين المتطابقين وغير المتطابقين مع مناخ الرأي الافتراضي؛ ما يعني اهتزازًا لفكرة الاتجاه السائد، ومن ثم انخفاض تأثير الضغط لأجل التوافق الاجتماعي.

أما النافذة التي تُعنى بالمعجم الإعلامي الحديث، فيشارك فيها الدكتور عماد بشير الذي أعدَّ المادة العلمية مساهمًا في بناء لبنات هذا المعجم الذي يمثل إسهامًا معرفيًا لمركز الجزيرة للدراسات في صناعة معجمية تحقق التراكم المعرفي الإعلامي. وتزداد أهمية هذا المشروع باعتبار هذه الصناعة وسيطًا علميًا يُوثق الصلة بمجال اشتغاله، ويُكسب المتلقي وعيًا عميقًا بالكيفية التي يُعبّر بها النسق المعجمي عن صيرورة الظواهر والقضايا الإعلامية التي يعالجها من خلال البحث في أصول الكلمات وتشكل المصطلحات وبلورة المفاهيم واستقصاء تطورها التاريخي.

في زاوية "قراءة في كتاب"، يراجع الدكتور وائل عبد العال كتاب "تأثيرات الإعلام الرقمي" للأكاديمي والباحث الأميركي وليام جيمس بوتر. وتناول الكتاب أهمية دراسة تأثير الإعلام الرقمي في الأفراد والمجتمعات، وتحديد ما إذا كانت تأثيراته مختلفة عن تأثيرات وسائل الإعلام التناظرية/التقليدية التي جرت دراستها سابقًا. تحاول المراجعة تحليل أهم الأطروحات التي استند إليها الأكاديمي بوتر في دراسته لتأثير الإعلام الرقمي وإظهار نقاط القوة والضعف فيها، ورصد الأدوات التي استخدمها في الفهم والتفسير والتحليل لمساعدة القارئ على فهم الأطروحات المختلفة للكتاب. تناقش الورقة أيضًا أهم التقاطعات مع أطروحات مماثلة في سياق أوسع لفهم مختلف التأثيرات الحالية والمستقبلية للإعلام الرقمي في الأفراد والمجتمعات والكيانات، كما تحاول استكشاف الفجوة المعرفية في الكتاب والجوانب التي يمكن التركيز عليها مستقبلاً.

في باب "رسائل جامعية"، يناقش الباحث، يوسف حرفي، كيفية تلقي النخبة الجزائرية، ممثلة في الأساتذة الجامعيين، لمضامين قناة الجزيرة والإشباع المحققة لديهم. تركز الأطروحة على هذه الفئة الجامعية باعتبارها من النخبة التي تمتلك مستوى علميًا عاليًا يسمح لها بالاستخدام المتوازن والنشيط لمضامين القناة، وإشباع حاجات مقصودة، كما يمكن لها تقييم هذه المضامين من حيث الشكل والمحتوى. وينطلق الباحث في دراسته لأبعاد المشكلة البحثية من السؤال الإشكالي: كيف يتلقى الأساتذة الجامعيون بالجزائر مضامين قناة الجزيرة؟ وما الإشباع المحققة لديهم؟ وتعتمد الأطروحة في مقاربة هذا السؤال الإشكالي المنهج المسحي باعتبارها تنتمي إلى دراسات الجمهور، وهو المنهج الأنسب لمثل هذا النوع من البحوث.

وبيّنت نتائج الدراسة أن أغلبية الأساتذة الجامعيين وبنسبة 72.2٪ يفضلون تلقي مضامين تتناول قضايا وأحداثاً عربية عبر قناة الجزيرة، ولا يوجد اختلاف جوهري بين الجنسين وبين الفئات العمرية في ذلك. وكشفت أن النسبة الأكبر من الأساتذة الجامعيين 39.6٪ يفضلون المواضيع السياسية، لأنها تسلط الضوء على مختلف الأحداث المهمة التي يعرفها العالم، كما أن الأساتذة الجامعيين لديهم رغبة دائمة في الاطلاع على التحولات السياسية ودينامية تطور الأحداث.

وتبحث الأطروحة التي أعدتها الباحثة، أمامة اللواتي، آليات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة خلال المرحلة التي عرفت أحداث سجن أبو غريب في العام 2004، والهجوم الأميركي على مدينة الفلوجة، وما تلا ذلك من انتهاكات بحق السجناء العراقيين عام 2013، ثم معركة الفلوجة الثالثة في 2016. وتحاول الدراسة، في سياق هذه الأحداث، الإجابة على الحقل الاستفهامي الآتي: هل هدَفَ الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة إلى تحدي الخطابات القائمة وكشفها، أم كان خطاباً متماهياً ينحو إلى تَبَنِّي أو تحييد هذه الخطابات حسب سياسات المؤسسة الإعلامية؟ وما خصائص هذا الخطاب الذي تم توظيفه؟ هل مارست الجزيرة بذلك عمليات التركيز أو الإقصاء أو التجاهل؟ وكيف قامت بدورها بصفقتها وسيطاً ناقلاً للأخبار؟

تجمع الأطروحة في منهجيتها بين مقاربتين في العلوم الإنسانية والاجتماعية؛ إذ تنحو إلى الجانب الوثائقي لاعتمادها على أساليب التحليل الوثائقي الكلاسيكي، فضلاً عن الاستعانة بالمقاربة البيوغرافية. ومن النتائج التي خلصت إليها الدراسة أن قناة الجزيرة قامت عبر خطابها الإعلامي نصّاً وصورة بتشكيل رؤية محدّدة للأوضاع، وإظهار تناقض الطرف الآخر، وتحديّ الرؤية الأميركية بشأن مجريات الأحداث عبر التركيز على الحصار الإعلامي، الذي كان يهدف إلى تطويق المعلومات التي لا تتفق مع الرؤية السابقة. وترى الأطروحة أن خطاب التحديّ للقوة المتقدّمة مادياً وإعلامياً لم يكن له وجود مسبق في الخطاب الإعلامي العربي. فالقنوات العربية قبل الجزيرة لم تكن تهدف إلى تحديّ الخطاب الإعلامي المحلي، أو الخطاب الدولي المهيمن.

ملف خاص

**شبكات التواصل الاجتماعي
والاستقطاب الأيديولوجي (1)**

شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي

Social Media and Political Polarisation

* مانويل كاستلز - Manuel Castells

ملخص:

يُراجِع البروفيسور مانويل كاستلز العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي، ويحدد أشكال التفاعل بين المتغيرين، وكذلك أهمية دور العامل الاجتماعي والاتصالي في عملية الاستقطاب؛ حيث فرضت شبكات التواصل الاجتماعي هيمنتها على فضاءات التواصل الجماهيري. ويرى كاستلز، في المحاضرة التي ألقاها عبر تقنية الزوم، خلال الجلسة الافتتاحية للمؤتمر العلمي "شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي: علاقات القوة والتأثير الثقافي والاجتماعي"، الذي نظمه مركز الجزيرة للدراسات وقسم الإعلام بجامعة قطر، يومي 1 و2 مارس/آذار 2023، أن للاستقطاب جذورًا أعمق تكمن في أزمة الثقة والشرعية السياسية حول العالم، وأن هذه الأزمة نفسها نتاج سمات السياسة الإعلامية والبيروقراطية وتعاضم الفساد. لذلك يفترض، مؤسس نموذج المجتمع الشبكي في عصر المعلومات، أن شبكات التواصل الاجتماعي تُعزِّز دور الجهات المُستَقطَبة في المجتمع، ولكنها ليست السبب الذي يدفع لتطرفها. ومع ذلك، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تُضخُّ الاستقطاب وتُعزِّزه من خلال فضح المواقف المتطرفة على نطاق واسع، وأيضًا بسبب سرعة انتشار الرسائل في بيئة الإنترنت. ويتطلب هذا الوضع -بحسب كاستلز- تنظيم شبكات التواصل الاجتماعي، من ناحية، ثم مواجهة الاستقطاب، من ناحية أخرى، عن طريق إعادة ديمقراطية السياسات ورفع مستوى الشفافية في نظام الإعلام متعدد الوسائط لكل من الاتصال الجماهيري والتواصل الذاتي الجماعي.

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الاستقطاب الأيديولوجي، أزمة الثقة، أزمة الشرعية.

Abstract:

In a lecture he delivered in the opening session of a conference organised by Al Jazeera Centre for Studies and the Department of Mass Communication at Qatar University on 1 and 2 March 2023 under the title, "Social Media Networks

* أ.د. مانويل كاستلز، أستاذ جامعي، ورئيس واليس أنبرغ لتكنولوجيا الاتصالات والمجتمع بجامعة جنوب كاليفورنيا في لوس أنجلوس.

Dr. Manuel Castells, University Professor of Communication Technology and Society, University of Southern California, and the Wallis Annenberg Chair in Communication Technology and Society.

and Ideological Polarisation: Power Relations and Socio-Cultural Impact", Professor Castells reviewed the relationship between social media networks and ideological polarisation; and defined the interaction between them and the importance of the social and communication factor in the process of polarisation, as social media has become the predominant space of mass communication. However, he maintained that polarisation has deeper roots in the crisis of trust and political legitimacy around the world, itself resulting from the characteristics of media politics and the bureaucratisation and growing of corruption. Thus, social media enhances the role of the polarised factions in society but are not the cause of their radicalisation. Yet, social media amplifies and reinforces polarisation by exposing extreme positions on a large scale and because of the virality of messages in the internet environment. This, according to Castells, requires that social media be regulated, and polarisation be confronted by a re-democratisation of politics and greater transparency in the multimodal media system, for both mass communication and mass self-communication.

Keywords: Social Media, Ideological Polarisation, Trust Crisis, Legitimacy Crisis.

تُعد موازين القوى -في جميع المجتمعات- مُنتجّة للمعايير الاجتماعية إلى حدّ أن البعض يعتبرها الحمض النووي للمجتمعات. ويُعزى السبب في ذلك إلى أن أولئك الذين هم في مواقع النفوذ يحاولون أن يُشكلوا المؤسسات والقوانين وفقاً لمصالحهم واهتماماتهم. وفي الوقت نفسه كل من يطعن في هذه الموازين القائمة أيضاً يقوم بالظعن في ممارسات هذه المؤسسات. إذن، هناك علاقات القوة، والعلاقات المضادة لموازين القوى القائمة التي تؤثر في المجتمعات، وتظهر هذه العلاقات -علاقات موازين القوى- بشكل أساسي في الإعلام. ويوجد النفوذ في القدرة على الاتصالات والتواصل ويؤثر ذلك في المجتمعات بأسرها. هذا مفهوم بسيط، لأننا -نحن البشر- أشخاص اجتماعيون، أي كائنات اجتماعية، نرغب في الاتصال بالآخرين على مستوى عال وهو التواصل. وهذا يؤثر في طريقة حياتنا وتصرفاتنا وتضامنا وحتى المواجهة التي قد تحدث بين بعضنا البعض. ويؤدي هذا التفاعل بين الناس إلى الاستقطاب فيما بينهم وبين المؤسسات. ويعتمد ذلك على التوافق وقدرة الناس على قبول هذه المعايير التي تحدثنا عنها لكي نستطيع جميعاً التعايش. ولذلك، فإن نظام المؤسسات قد يُعتبر مشروغاً، لكن جميع المؤسسات هي جهات فاعلة تحاول أن تُعزّز من فهمها من خلال إعادة النظر في هذه المفاهيم أو الظعن فيها.

هناك عدة جهات فاعلة، ولاعبون يتفاعلون بشدة مما قد يطرح مسألة المشروعية. كما أن بعض المجتمعات تعتبر هذه المؤسسات غير عادلة بالنسبة إليها، وتحاول الظعن فيها وأن تطرح قيماً إضافية. إذن، هناك أزمة الشرعية التي تعاني منها هذه المؤسسات وتؤثر في مجتمعاتنا، والعامل الأساسي في ذلك هو الديناميات التي تحدث في مجال التواصل الذي يُعد أساسياً للقوى والنفوذ وأيضاً للمجتمعات. فهو (التواصل) يُنظّم ويُجمَع لكي يُصبح مكوناً أساسياً للشرعية السياسية، وفي الوقت ذاته تؤثر هذه الأزمة (أزمة الشرعية) على مساحة التواصل، بينما تؤثر مساحة التواصل نفسها في المؤسسات والقيم. وبالتالي نحن في أزمة مؤسسية مستمرة. وفي التاريخ الإنساني، نجد أن تكنولوجيا الاتصالات تُتيح تشكيل مؤسسات الإعلام والتواصل التي تُسيطر عليها المؤسسات السياسية، أي الدول، أو العلاقات التجارية، أو الأجهزة الأيديولوجية.

مع نشوء التكنولوجيات الجديدة في مجال التواصل -وأشير هنا إلى أن الإنترنت بدأت في الظهور في العام 1969 وباتت الآن مُمكنة للتواصل بين البلدان، وهناك تقريباً 5.5 مليارات مستخدم للإنترنت، وأيضاً عدد يقارب 2 مليار من الأشخاص الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي - فإن ما شهدناه بشكل متزايد خلال العقود الأربعة أو الخمسة الماضية هو تشكيل لشبكات التواصل فيما بين الناس، والتي أدت إلى نوع من السيطرة. فهذا التفاعل لهذا النوع من التواصل من دون أي حدود ومن دون أي وسيط أدى إلى مأسسة التأثير. لذلك نجد بعض الأشخاص ينادي بالحرية، والبعض الآخر يحاول التفلت من أي سيطرة عليه، وقد أدى ذلك إلى ظهور وسائط جديدة في عالم الإنترنت، بعضها يستخدم للعمل التجاري. وبفعل الاهتمام بهذه الشركات، سيؤدي ذلك إلى تفعيل التواصل والاتصال بدرجة أكبر. وهنا يمكن القول: إن التواصل هو مسألة تسيطر عليها شركات الاتصالات الكبرى باعتبارها مالكة ومسيطرة على منصات التواصل الاجتماعي؛ إذ تتيح للناس التواصل فيما بينهم بالقدر الذي يرغبون فيه ووفقاً لما تتيحه هذه المؤسسات.

في ظل هذه الظروف هناك لوم على التنوع في مجال وسائل التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما يطرح مجدداً مسألة الشرعية. ومن ثم فإن إلقاء اللوم على شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص الاستقطاب الأيديولوجي والسياسي المتزايد يؤدي إلى زعزعة الاستقرار، وبالنسبة لعدد من العوامل الأخرى فإنها تهدد وجود الديمقراطية الليبرالية. هناك ادعاءات كثيرة في هذا السياق يمكن استعراض بعضها؛ إذ بصرف النظر عن شبكات التواصل الاجتماعي فقد باتت المجتمعات أكثر استقطاباً سياسياً في أي مكان، ويحصل هذا الاستقطاب في عدة مجالات من الحياة الاجتماعية، وقد أثرت الصراعات الكبرى في معتقداتنا. نحن لا نراها بالطريقة نفسها بعد الآن، ويمكن أن يُنظر إليها من خلال العنصرية، أو معاداة الأشخاص المختلفين عنّا، أو الأجانب، أو أشخاص من إثنيات مختلفة. لن أطيل التعمق في هذا الموضوع، ولكن يمكن أن أشير إلى البيانات التي أوردتها في كتابي عن أزمة مؤسسات التواصل التي أعرضها بشكل تفصيلي. كل هذه التعابير المتعلقة بالقيم والقيم المضادة باتت حتمية. إن ما يؤثر في الاستقطاب هو مسألة الثقة في المؤسسات والجهات الفاعلة السياسية والاجتماعية. نحن وثقنا أن المؤسسات الإعلامية قادرة على إدارة بعض الصراعات، وقد أدى هذا الاهتمام من كافة أقطاب المجتمع إلى نهاية بعض أوجه

الثقة، ولكن ما الدور الأساسي - وليس المزعوم- لشبكات التواصل الاجتماعي في موضوع الاستقطاب؟

لا يتعلق الأمر تحديدًا بوجود شبكات التواصل الاجتماعي التي على أساسها أصبح استقطابين، بل أظهرت البحوث المتخصصة أن هناك استقطابًا منذ الأصل، وتنامى تحديدًا في القرن الحادي والعشرين. لذلك فإن الفكرة هنا لا تعود إلى الجهات الفاعلة السياسية أو المؤسسات السياسية القائمة، وإنما الشرعية السياسية مسؤولة بعض الشيء في هذا الموضوع؛ إذ إن ثلثي الأشخاص في العالم -بحسب أبحاثنا- لا يثقون في القادة السياسيين والأحزاب السياسية والمؤسسات السياسية. إن أزمة الثقة هنا تؤثر في كافة المجالات: في النظام المالي والمؤسسات المالية، وفي الجهات الفاعلة اقتصاديًا، وفي معظم الأحيان في القادة الدينيين أيضًا مع بعض الاستثناءات في بعض البلدان، وأيضًا انعدام الثقة في بعض القضايا الصحفية، وحتى في العلم، مثل أزمة الثقة في اللقاح الذي جعلنا ننجو بحياتنا خلال جائحة كوفيد-19. هناك عدد كبير من الأشخاص الذين كانوا يعارضون هذا اللقاح جرّاء انعدام الثقة بالعلم نفسه. ومن ثم فإن مسألة الثقة باتت ظاهرة بشكل كبير، وهنا تُطرح مسألة الشرعية في هذا الفعل، وطبعًا انعدام التكافؤ من الناحية السياسية، والدعم المقدم من النظم؛ الأمر الذي يؤدي إلى مزيد من البيروقراطية وتعاضم الفساد وغير ذلك؛ مما يؤثر في الدول نفسها.

هناك أيضًا عوامل أخرى غير مؤسسية، فنحن على شفير تحول تكنولوجي، وثمة أشخاص يخافون من هذا التسارع التكنولوجي في العالم. لذلك فالناس ببساطة خائفون، ويُعد الخوف أكثر المشاعر قوة وفعالية. إذن، هناك هذا الخوف الكبير الذي يؤثر في التواصل لدينا، وليست هناك بنى للوساطة، لأن الناس ليس لديهم ثقة في الكثير من هذه المؤسسات، ولأن العالم أيضًا دخل في نوع من دوامة العنف في حياتهم اليومية، ونجد في معظم البلدان هذا الخوف من العنف في أذهان الناس. علاوة على ذلك، ثمة الوعي بأزمة المناخ التي تؤثر في الكائنات الحية بكوكبنا؛ ففي الولايات المتحدة -كما نقول- تتشكل العاصفة من دون أن تكون هناك إمكانية للسيطرة عليها من قبل كافة الفاعلين.

وبخصوص استخدام الإنترنت، يمكن القول: إن هناك بثًا للمعلومات المُضَلَّلة

والمعلومات الزائفة وغير ذلك، وهكذا دخلنا حقبة اللاحقية، كما أصبحنا في واقع تتحول فيه هذه الحقائق. والسؤال: لماذا يحصل ذلك؟ كما ذكرت سابقاً، فإن شركات التكنولوجيا التي تملك منصات التواصل تقوم على نموذج تجاري يهدف إلى زيادة التفاعلات، وكلما زاد ذلك زاد الكره بين الناس، وابتاتوا أكثر نشاطاً في عملية التفاعل بشأن هذه المعلومات. إذن، نظام التواصل الجديد لدينا يعتمد على السرعة العالية من خلال التطور التكنولوجي، كما أن التواصل الشامل المقسم يجعل الأمور مُشَخَّصَةً ومن ثم تصبح الأمور ضمن سحابة غير مفهومة. ولكن هناك شيء آخر، ما هو في الحقيقة دور الممارسات اليومية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ضمن هذا الإطار الاستقطابي السياسي والثقافي؟ هذا أمر مهم جداً.

نبدأ بواقع يتمثل في وجود استقطاب أيديولوجي وسياسي ينتشر ويشيع في كل مكان، وهو ليس خفياً بل يوجد عبر مصادر مختلفة ذكرت بعضها. بالنظر إلى هذا السياق: ما الدور المحدد والتأثير المحدد لمواقع التواصل في هذا الاستقطاب؟ قد تكون لدينا وجهات نظر بالنسبة لهذه الأسئلة، ولكن هنا يبرز دور العلوم الاجتماعية التي قد تساعدنا في الإجابة عن هذه الأسئلة الوجودية الأساسية. بالنظر إلى إطار الاستقطاب السياسي والأيديولوجي ومع علمنا بوجود هذا السياق الاستقطابي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التصدي لهذا الاستقطاب؟

بالنسبة لمن يعملون في كبرى المؤسسات يجب أن يتنبهوا لهذا الموضوع طبعاً. نحاول جميعاً أن نتوجه إلى مصادر المعلومات، والمواقع على شبكات التواصل، تُشبه ما نُفكر به وتعكس وجهة نظرنا نحن لكي نُؤكد ما نُفكر به وليس لكي ندحضه. وهذا ما توصل إليه باحثو علم النفس من خلاصات في دراستهم لمواقع التواصل، لأننا عادة نميل إلى التشكيك في كافة الآراء ووجهات النظر وحتى المعلومات التي تعارض آراءنا؛ إذ ترفض أغلبية الناس أن تُغيّر رأيها؛ لذلك ترفض ما يتحدى رأيها. وهذا ما أشار إليه الباحثون والخبراء بعد ملاحظاتهم ومراقبتهم للواقع. فهذه طريقة السلوك الإنساني بصورة عامة. فالأشخاص المحافظون يرفضون أن يطلعوا على وسائل الإعلام والقنوات الإعلامية الليبرالية، والعكس صحيح. إذن، يرفضون الاطلاع على المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام من الطرف الآخر، وهذا ما توصل إليه محللو البيانات. والأمر سيان بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ

تشكّل في العادة هذه الآراء في مواقع التواصل بحسب تماهينا مع السلوكيات، وانعكاس هذه السلوكيات يحصل بما نُسمّيه غرفة الصدى، صدى الصوت، حيث يسعى الجميع لسماع صدى صوته، إن صح القول، أي أن يسمع وجهة نظر تُفصّل وتدعم وجهة نظره. البروفيسور باربرا من خلال إحدى الأوراق البحثية، وهناك الكثير من المراجع التي تؤكد ما أتحدث عنه، ترى أن الاستقطاب الموجود في المجتمع هو الذي يُملي ويؤطر هذا الاستقطاب في وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وليس العكس صحيحًا. طبعًا مواقع التواصل لديها بعض التأثير.

إذن، الآراء الاجتماعية تُوجّه مواقع التواصل وليس العكس صحيحًا بالضرورة. كل ذلك منوط بكيفية بناء مواقع التواصل لهذا التفاعل. البروفيسور تاكل وغيره حللوا هذه المسائل وقدموا ثلاث خلاصات أساسية:

- أولاً: إن تعاضم الانقسام في مواقع التواصل الاجتماعي يعكس الانقسام والتشردم الاجتماعي؛ الأمر الذي من شأنه أن يخفض من جودة المعلومات السياسية.

- ثانيًا: بالنسبة لمن يستهلكون المعلومات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة فهم معرضون أكثر لتنوع وجهات النظر من قبل أشخاص غير مُستقطبين. في الحقيقة، إن استخدام مواقع التواصل يُعزّز من التسامح والانفتاح على النقاش لمن ليسوا مُستقطبين، كما أن غالبية الناس في العالم ليست مُستقطّبة، ولكن من هم مُستقطّبون واضحوّن ونشطون جدًّا في مواقع التواصل الاجتماعي.

- ثالثًا: تبادل الآراء ووجهات النظر السياسية والأيدولوجية على مواقع التواصل الاجتماعي غالبًا ما يكون منتشرًا، وهذا يُسهّم في الاستقطاب السياسي أكثر.

في هذا السياق، أشير إلى أن البروفيسور باربرا، أكبر الباحثين في هذا المجال، تقول إنها مسألة نزاع على الهوية وليس بالضرورة على مواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر في الاستقطاب. فأقل من 20٪ من التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي يتضمن مكونًا أو عنصرًا أيديولوجيًا أو سياسيًا. وقد يكون الموضوع رياضيًا أو اجتماعيًا أو فنيًا وليس بالضرورة حكرًا على النقاشات السياسية والأيدولوجية، ولكن المُستقطّبين في هذا المجال هم الأكثر نشاطًا في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أظهرته البحوث من دون أن يكون هناك ترابط وثيق بين استخدام الإنترنت

والاستقطاب. إذن، استخدام الإنترنت ليس مرتبطاً بالاستقطاب السياسي في عدد من الفئات الديمغرافية، مثلاً بين الأعوام 1996 و2016، تزايد الاستقطاب السياسي في كافة الفئات العمرية، ولكنه تضاعف لدى الفئة العمرية فوق 65 عاماً، وهم الأشخاص الأقل استخداماً للإنترنت، والأقل نشاطاً على مواقع التواصل الاجتماعي. أما الفئة العمرية الشابة التي تستخدم الإنترنت فكانت الأقل استقطاباً في الولايات المتحدة، فهي الأكثر نشاطاً والأقل استقطاباً، ولكن بالنسبة لمن هم مُسْتَقْطَبُونَ سياسياً فإن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يُعزِّز من راديكاليتهم، لاسيما إذا كانوا في اليمين المتطرف، وذلك لأنهم الأكثر حضوراً والأعلى صوتاً، إضافة إلى أن كثرة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي تُدخِلُهُمْ في حالة إدمان. إن كثرة استخدام التعليقات والتعليقات المضادة، والنزاعات الأيديولوجية على مواقع التواصل الاجتماعي، تجعلهم مدمنين يبحثون عن جرعة دوبامين مستمرة، ويتحمسون وينفعلون ويخرجون عن طورهم، وذلك بمنزلة مادة مخدرة ترضيهم وتشبعهم. إذن، كلما نشطوا في مواقع التواصل الاجتماعي نشطت هذه الخلايا العصبية التي تعمل على الدوبامين. وهذا نوع من المخدر الذي يُعزِّز النزاعات والإشكاليات، ويُعزِّز أيضاً انتشار المعلومات الخاطئة التي يتقبلها المستخدمون الذين يتماهون مع هذا الخط السياسي أو الأيديولوجي. أخيراً، بالنسبة للحملات السياسية التي تستهدف إيجاباً أو سلباً إرسال بعض الرسائل عن السياسيين فإنها تتعزز وتتعاظم من خلال استخدام الروبوتات والذباب الإلكتروني الذي يُعزِّز انتشار الرسالة.

في هذه الظروف، فإن أي محاولة للتصدي لهذه المعلومات من خلال تقديم الوقائع تضيع بسبب حجم وكثرة المعلومات المُضَلَّلَة والخاطئة، ومن ثم يلغي هذا الاستقطاب الموضوعية للأسف. ومسكين هو هذا الصحفي الذي يحاول التمسك بالوقائع والحقيقة، لأن صوته يضيع في خضم هذه الحملة والبروباغندا. إذن، استخدام هذا الذباب الإلكتروني قد يكون عنصراً أساسياً في هذه الحملات السياسية كما تابعنا مع جاير بولسونارو، ودونالد ترامب، وأيضاً حملة خروج بريطانيا (بريكست) من الاتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى تعاظم تأثير حملات اليمين المتطرف في السويد وفرنسا وألمانيا... إلخ، وتحظى هذه الحملات بدعم مالي، ولذلك ليست المسألة فقط أن نرى شبكات التواصل الاجتماعي تبدأ بسحر ساحر العمل على الاستقطاب، بل هناك من يدعمها مالياً.

إذن، شبكات التواصل الاجتماعي قد تُعزِّز الاستقطاب ولكنها ليست مُسبِّبًا له. هناك جهات سياسية فاعلة، ومجموعات محافظة أيضًا، وجهات يسارية متطرفة في بعض الأحيان، تدعم ماليًا هذه الحملات الاستقطابية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتدخل في هذه المواقع للسيطرة على الرأي العام عبر بث المعلومات الخاطئة والمُضلِّلة، وهذا ما نُسمِّيه بالتزييف. وتتحول هذه الأكاذيب في الحقيقة إلى أخبار؛ حيث نرى بطريقة خاطئة ومُضلِّلة وغير صحيحة سياسيًا يقول شيئًا ما، وهو لم يقله في الواقع، بل يتم ذلك من خلال برمجة على الكمبيوتر؛ حيث يوضع هذا الكلام على لسانه وتخرج هذه المعلومات المُفبركة والمُضلِّلة. هذه الحلقة قد تكون أُقفلت. إذن، الاستقطاب السياسي والأيدولوجي يتركز على أنشطة الأقليات، التي تحاول أن تقف وتتصدى لهذا الخطاب الاستقطابي، وهذا يُعزِّز النشاط على مواقع التواصل الاجتماعي، وتستفيد منه منصات التواصل التي لا تريد أن تحمل سيف الأخلاق والتوجيه الصحيح، لأنها في النهاية قد تخسر من انحسار التفاعل الذي تترجح منه. باختصار، شبكات التواصل الاجتماعي لا تخلق الاستقطاب السياسي والأيدولوجي، بل وسائل تعكس ما يحصل في المجتمع. هذا النظام السياسي صار مُستقطبًا ومُستقطبًا وليس هناك تدخل كبير من المؤسسات ولكن ضمن هذا الإطار فإن شبكات التواصل الاجتماعي تُعزِّز وتُعظم وتُوسِّع وتُنشر هذا الاستقطاب من خلال وجودها في الفضاء الرقمي.

البنية الأخلاقية والقانونية لمجال عام عادل لشبكات التواصل الاجتماعي

Ethical and Legal Structure for a Just Social Media Public Sphere

* Nabil Dajani - نبيل دجاني

ملخص:

يرى الأكاديمي نبيل دجاني أن التطور السريع والعشوائي في مجال شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إدمان نوع جديد من الواقع الاجتماعي غير المفيد أخلاقياً أو قانونياً. وتعرّز ذلك مع الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل عبر نشر المعلومات المضلّة والأخبار الزائفة والتحيزات العرقية والدينية، وانتشار ظاهرة التنمر، فضلاً عن تفاقم الاستقطاب السياسي والأيديولوجي في العالم العربي. وفي المحاضرة الثانية التي قدّمها، خلال المؤتمر العلمي: "شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي: علاقات القوة والتأثير الثقافي والاجتماعي"، يُفكّر الدكتور دجاني في الطرق الممكنة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي غير تلك التي تُستخدَم بها حالياً، حتى يتمكن العالم العربي -على مستوى الأفراد وكذلك الدول- من الحفاظ على المزايا الإنسانية المختلفة وزيادة فرص تمكين الضعفاء والفقراء من المشاركة الفعالة في القرارات التي تؤثر في حياتهم، سواء على مستوى المجتمع أو المستوى الفردي. وأبرز دجاني أن معالجة مشكلات شبكات التواصل الاجتماعي المتزايدة تتطلب اعتماد مقاربة "العملية الاجتماعية" وليس، فقط، إصدار تدابير تنظيمية. وتقوم هذه المقاربة على وضع إستراتيجيات اتصال هادفة من شأنها إحداث تغيير في التفكير والتصرف معاً. كما تتطلب العملية الاجتماعية فسخ المجال أمام الأفراد والجماعات، التي تساعد على قبول التغيير الإيجابي وتعزيزه للقيام بأدوار إيجابية في تلك العملية. بالإضافة إلى تطوير الأفكار والرؤى المحلية لتغدو خطاً عملية للتنمية الاجتماعية.

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، البنية الأخلاقية والقانونية، العملية الاجتماعية، إستراتيجيات اتصال هادفة، التنمية الاجتماعية.

Abstract:

The rapid and entropic development in the field of Arab social media has resulted in an addiction to a new type of social reality that is not ethically

* أ.د. نبيل دجاني، أستاذ محاضر في الدراسات الإعلامية بقسم علم الاجتماع والأنثروبولوجيا والدراسات الإعلامية في الجامعة الأميركية في بيروت.

Dr. Nabil Dajani, Emeritus Professor of Media Studies at the Department of Sociology, Anthropology and Media studies at the American University of Beirut.

or legally useful. This was reinforced with the negative effects of the use of social media through the spread of misinformation, fake news, ethnic and religious prejudices and cyberbullying, as well as the exacerbation of political and ideological polarisation in the Arab world. In a lecture during a conference organised by Al Jazeera Centre for Studies and the Department of Mass Communication at Qatar University on 1 and 2 March 2023 under the title, "Social Media Networks and Ideological Polarisation: Power Relations and Socio-Cultural Impact", Dr. Dajani weighs up ways other than those in which social media is currently used, so that the Arab world - at the level of states and individuals - can preserve the various humanising advantages, and increase the possibilities of the weak, the poor, and even the ignorant, to participate effectively in decisions that affect their lives, whether at the level of society or individual. Moreover, addressing the mounting problems of social media, Dajani argues, requires a social process approach and not mere regulatory measures. It also requires meaningful communication strategies that will bring about a change in thinking and acting. It also requires the introduction of positive roles for individuals and groups that help accept and promote positive change, as well as the development of local ideas and visions into practical plans for social development.

Keywords: Social Media, Ethical and Legal Structure, Social Process, Meaningful Communication Strategies, Social Development.

اليوم، وأكثر من أي وقت مضى، جميعنا لدينا حسابات شخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، ونحن محاطون بمليارات الأشخاص، لكننا، وبطريقة ما، نجد أنفسنا وحيدين تمامًا... لم يعد ثمة وجود لشيء، على الشبكة العنكبوتية، مثل الحانة أو المقهى المحلي عبر الإنترنت: مكان للتلاقي بين الأصدقاء وأفراد العائلة، حيث الاستمتاع بالتواصل المباشر بين الأشخاص (1).

كيت ليندسي (Kate Lindsay)

مقدمة

يرى المحرر في مجلة "ذا أتلانتيك"، أيان بوغوست (Ian Bogost)، في مقال استفزازي "عصر شبكات التواصل الاجتماعي ينتهي. لم يكن يجب أن يبدأ أبدًا"، أن "شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن، على الإطلاق، طريقة طبيعية للعمل واللعب والتواصل الاجتماعي، لكنها، وعلى الرغم من ذلك، باتت طبيعة ثانوية... [وقد] أنتجت نوعًا من الاستسلام الاجتماعي المرصّي، والعبثي، وغير السوي، للمجتمع البشري؛ حيث تنشر المعلومات المُستقطّبة، أو المسيئة، أو مجرد معلومات احتيالية بعد إدخال تحسينات عليها... إن فكرة الشبكات الاجتماعية الكاملة هي الاتصال -وليس النشر- وكذلك تعميق العلاقات، في الغالب مع أشخاص تجمعهم سابق معرفة. مع ذلك، انخفض الاتصال كغرض أساسي، وتطورت الشبكات الاجتماعية إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي قدّمت منصات يمكن للناس من خلالها نشر المحتوى على أوسع نطاق ممكن، بما يتجاوز شبكات اتصالاتهم المباشرة... ومع حلول الوقت الذي أدركت فيه المنصات ذلك وثار الجمهور ضدها كان قد فات الأوان لإيقاف حلقات التعليقات هذه" (2).

ويؤكد بوغوست أنه "لكسب روح الحياة الاجتماعية، يجب أن نتعلم تكميمها مرة أخرى، في جميع أنحاء العالم، بين مليارات الأشخاص. للتحدث أقل، إلى عدد أقل من الناس وأقل في كثير من الأحيان... لا يمكننا أن نجعل شبكات التواصل الاجتماعي جيدة، لأنها سيئة في الأساس، عميقة في هيكلها. كل ما يمكننا فعله هو

الأمل في أن تتلاشى، وأن نقوم بدورنا الصغير في المساعدة على التخلي عنها". من جانبها، وفي معرض إثارتها النقاش حول الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في السياسة، لاحظت ديانا أوين (Diana Owen) في فصل من كتابها المعنون بـ"إعادة التفكير في العالم الذي عرفناه"، أن نظام شبكات التواصل الاجتماعي السياسي الجديد تطور بشكل عشوائي من دون أن تكون له مبادئ أو أهداف تحكم توجيهه. ومن ثم، تُحاجج أوين، بأننا نعيش في مرحلة ما بعد الحقبة التي "شهدت فيها الحتمية الديمقراطية للصحافة الحرة انحدارًا جديدًا نحو القاع، و"ازدهار الأخبار المزيفة المرتبطة بالقصص الوهمية التي تبدو كما لو أنها حقيقية" (3).

في السياق ذاته، يزعم أستاذ النظريات الاجتماعية في كلية سوارثمور، باري شوارتز (Barry Schwartz)، في كتابه الصادر عام 2004 بعنوان "مفارقة الاختيار: لماذا يكون الكثير قليلًا؟"، أن كثرة الخيارات المتاحة تؤدي إلى إمكانيات اختيار أقل، فضلًا عما تُحدثه من ارتباك لدى الأشخاص. أما كيت ليندسي (Kate Lindsay) فتعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر "أقل أهمية من أي وقت مضى". وتمضي في شرح كيف أن التساهل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يُصعب رحلة العثور على الأصدقاء، وتُبرر ذلك بقولها: "إن جمع أكثر من ربع سكان العالم في مكان واحد يُسبب نفس المشكلة التي تنشأ عند دعوة عدد كبير جدًا من الأشخاص العشوائيين إلى حفلة" (4).

1. فورة منصات التواصل الاجتماعي

لا يزال النقاش الدائر حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مهده. لكن، لا يمكن لأحد ادعاء حيازته إجابات محددة حول حجم هذا الدور، أو أن يُقدّر مدى تأثيره وفعالته. إن مفاعيل شبكات التواصل الاجتماعي لا تُمثل سوى أحد الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية العديدة التي تؤثر على الحركات الشعبية الجماهيرية.

وأدى ترابط وسائل الإعلام الجماهيري مع تكنولوجيات وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة إلى ثورة تكنولوجية أبرزت إمكانيات هائلة في ميدان الاتصالات، بما في ذلك تطوير نظام الشبكة العنكبوتية العالمية. لقد غيرت هذه الشبكة نظام التفاعل

البشري، وفتحت مجالات اتصال جديدة لم يكن المرء يحلم بها. لقد أطلق نظام الشبكة العنكبوتية العالمية (الإنترنت) ثورة نوعية غيرت إمكانيات الاتصال الجماهيري، وأدت إلى تطوير منصات التواصل الاجتماعي الحديثة التي غيرت نمط الاتصال الإعلامي، ولم تعد مقتصرة على الرسائل المرسلة في اتجاه واحد من القنوات المملوكة للدول أو من المالكين الآخرين (سواء أكانوا أفراداً أم مؤسسات) الذين يتوفرون على الوسائل المادية والتقنية.

ولا مرء في أن الإنترنت أتاحت وابتكرت فرصاً جديدة للتفاعل بين الأفراد والجماعات. فقد شهدت فورة منصات التواصل الاجتماعي في العالم تدشين طرق تفاعل جديدة تسمح للأفراد والجماعات بمشاركة المعلومات والتواصل فيما بينهم بشكل جديد كان في الماضي يُتصوّر أنه بعيد المنال. نظرياً، تسمح شبكات التواصل الاجتماعي للجميع بالتفاعل معها أو مع جمهورها من خلال المشاركة والتعبير، لكن في الحقيقة ثمة عقبات كثيرة أمام مثل هذا التفاعل، فضلاً عن التحذير منه. فعلى الرغم من أن منصات التواصل الاجتماعي فتحت آفاقاً جديدة لمشاركة المعلومات والتواصل بين الأفراد، إلا أن هناك أيضاً أدلة تشير إلى إمكانية وجود آثار ضارة قد تنجم عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

لقد بات حضور شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الناس اليومية واقعاً لا مفر منه؛ إذ يمكن للأفراد والمجموعات، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، العثور على الآخرين الذين يمكنهم الارتباط بأرائهم وخبراتهم والتفاعل معهم. من جهة أخرى، بإمكان المحتوى، الذي تتم مشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي، أن يؤدي إلى زيادة نسبة وصول الجمهور وأهمية الرسالة. فنحن على اتصال مستمر من خلال منصات مثل فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وسناب شات، وغيرها. وقد أثبتت هذه المنصات الإعلامية الجديدة نفسها قنوات قوية للخطاب العام وجزءاً لا يتجزأ من المجال العام، وهو ما سمح بتبادل شامل للأفكار.

في المقابل، ومع الإقرار بوجود العديد من الفوائد لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يجب علينا أيضاً معالجة العواقب المحتملة للإفراط في استخدامها وإساءة استعمالها؛ إذ بالإمكان إساءة استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتلاعب بالآراء عبر نشر معلومات خاطئة وانتقاء مصادر الأخبار/الرسائل. وفي هذا السياق،

تشير الدلائل إلى أنه كلما زادت هذه المنصات في منسوب نشر محتوى مشحون عاطفياً، زادت أعداد المتابعين لديها. ومن ثم، يمكن أن ينتشر الاتصال المشترك على شبكات التواصل الاجتماعي انتشار النار في الهشيم بشكل يؤدي إلى زيادة وصول الجمهور إلى ذلك المحتوى. وهكذا يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي تكثيف المفاهيم الخاطئة السلبية والتحيزات من خلال توزيع المعلومات المسيئة والأخبار المزيفة. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي للسيطرة على الأفراد وقمعهم من خلال منع تدفق الأفكار السلبية وخنق الأصوات والآراء المعارضة.

ومع استمرار التطور الذي يشهده المجال العام، فإن شبكات التواصل الاجتماعي ستمضي قدماً في إحداث التغيير الاجتماعي باعتبارها "أداة حساسة ومهمة". ورغم ذلك، فإن وصف منصات التواصل الاجتماعي بالعامل أو "التأثير السبيبي" الرئيس للتغيير الاجتماعي هو موقف يحتاج إلى التدقيق فيه وإثباته. فالتاريخ مفعم بأخبار الشعوب التي احتجّت وأطاحت بالحكومات قبل وقت طويل من ظهور الإنترنت وفيسبوك؛ إذ إن التواصل بين الجماهير المتمردة آنذاك كان يتم وجهاً لوجه من خلال التفاعل البشري المباشر. لكن، ولسوء الحظ، فإن التفاعل والتواصل المباشرين بين الجماهير باتا اليوم يمرّان دون أن يلاحظهما أحد أو يلقيان، في أحسن الأحوال، اهتماماً غير منتظم.

وفي الوقت الذي تُقدّم فيه شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها منصات تساعد في خلق فرص لرؤية رسالة شخص أو مجموعة وسماعها، فقد أظهرت التجربة، في المقابل، أن بإمكان هذه المنصات فرض معاييرها الأيديولوجية الخاصة لاحتكار الفضاء عبر الإنترنت من خلال حظر مصادر المعلومات. ومن ثم، فإن مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية يُرغمون على الخضوع لآراء وقواعد مُشغلي تلك المنصات. لذلك، ونظراً لأن الإطار الأخلاقي والقانوني للمجال العام العادل لشبكات التواصل الاجتماعي يتطلب ضمان الحق في التعبير عن وجهات نظر غير خاضعة للرقابة أو "غير شعبية"، فإنه يجب، في المقابل، حماية سلامة الأفراد وقيمة الخصوصية لديهم.

من المسلّم به أنه لا سبيل إلى إنكار مزايا هذه المنصات، لكن هذا لا يعني أيضاً

أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يمكن أن تنتج عنه آثار سلبية على مجتمعنا. فبالإضافة إلى زيادة التعرُّض لانتهاكات الخصوصية، تُبرهن التجربة على أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي، بل وهي تؤدي فعلاً، إلى تفاقم المفاهيم الخاطئة ومشاعر التحيز، هذا فضلاً عن انتشار التَّنَمُّر الإلكتروني؛ إذ من خلال إتاحة التواصل والترابط بين الناس، فإن شبكات التواصل الاجتماعي غالباً ما تُوظَّف لنشر الشائعات والتلاعب بالرأي العام.

إن ما نشهده اليوم من "تسامح" على شبكات التواصل الاجتماعي إنما هو نوع من ذلك التسامح الذي يتجاهل أموراً مصيرية في الحياة ثم يتحوَّل إلى جاذبية رخيصة دون إيلاء الاهتمام الكافي لتطوير مناخ حقيقي من التفاعل المتبادل بين المواطنين. فالأولوية هنا تُعطى للتغييرات البنوية على حساب الأخلاق والمهنية، وهو ما قد يؤدي إلى انتشار ثقافة غير مسؤولة اجتماعياً تهيمن عليها عقلية السوق العشوائية. ونتيجة لذلك يقع الخلط بين قاعدة حرية التفاعل مع الشخص العادي وحرية السعي لتحقيق الكسب المادي أو العاطفي من خلال ذلك التفاعل.

ومن المهم، هنا، أن نأخذ القضايا الأخلاقية التي تنشأ عند انخراطنا في شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتبار؛ حيث بإمكان هذه الوسائط توفير منصة لبعض الأشخاص الذين لا يكشفون عن حقيقة هوياتهم لمضايقة الآخرين وإلحاق العار بهم والتَّنَمُّر عليهم. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن ندرك الآثار النفسية التي قد تنشأ عن استخدامنا لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل التَّنَمُّر الإلكتروني؛ إذ يمكن أن يصبح التركيز الموهوس بوسائل التواصل الاجتماعي إدماناً. كما يمكنه، أيضاً، إنشاء علاقات إلكترونية-افتراضية على حساب العلاقات الحقيقية المباشرة، ومن ثم، إعاقة الناس عن الانخراط في تفاعلات اجتماعية حقيقية بسبب إهمال علاقاتهم في العالم الحقيقي وانفصالهم عن الأشخاص الحقيقيين من حولهم.

2. شبكات التواصل الاجتماعي العربية

أظهرت الممارسة في العالم العربي أن الصعوبة الحقيقية تكمن فيما يمكن تسميته بدمج التقنيات مع البنية الاجتماعية. فاعتماد تقنيات الوسائط الاجتماعية يؤدي إلى اعتماد أسلوب عمل جديد وطريقة إنتاج جديدة، بل وحتى محتوى جديد. وعادة

ما يتم استيراد هذه التقنيات من بلدان مختلفة ثقافيًا عنّا ولا تتناسب بالضرورة مع ثقافتنا أو أسلوب حياتنا، وهكذا نُجبر على تكييف التقنيات المستوردة مع احتياجاتنا وظروفنا(5).

إن شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن سيف له حدّان. فمن ناحية، يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي إثارة قضايا مهمة ووضعها على أجندة نقاشات المواطنين، ومن ثم التأثير في وعيهم إيجابيًا. ومن ناحية أخرى، يمكن لتلك المنصات، أيضًا، الإسهام في تدمير القيم أو الإنجازات الوطنية. ومن النتائج السلبية الخطيرة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي انخفاض مستوى التواصل في المجال العام، مما يقود إلى التخلي عن مناقشة المسائل الحياتية المهمة، بل وإمكانية تحويلها إلى أمور لا أخلاقية وهامشية وقضايا غير مفيدة. أما الجانب السلبي الآخر للانغماس في شبكات التواصل الاجتماعي، والذي لا يحظى باهتمام كبير من قبل العلماء العرب، فيكمن في إضعاف اللغة العربية بسبب استخدام الأحرف اللاتينية للكتابة بالعربية.

هكذا، يبدو واضحًا أن بإمكان منصات التواصل الاجتماعي الجديدة لعب دور مهم في تشكيل الأحداث في العالم العربي. وفي هذا السياق، فإنه لا شك في إسهام فيسبوك وتويتر والهواتف المحمولة في سرعة نشر ونقل المعلومات إلى الأشخاص الذين ليسوا على اتصال مباشر فيما بينهم بشكل عام. كما يمكن لهذه المنصات أن تُسهم في زيادة معدلات التنمية، غير أن غياب السياسات والخطط الإعلامية العربية، التي تربط منصات التواصل الاجتماعي بمؤسسات المجتمع الأخرى، قد أدى إلى فوضى إعلامية وقصور ثقافي. فاليوم، تتحوّل المنصات الإعلامية في العالم العربي إلى مُضخّم حقيقي للتعامل مع التحيزات العرقية والدينية الخفية التي ابْتُلِي بها مشهد التواصل الاجتماعي في عالمنا العربي.

ثمة مشكلة أخرى في منصات التواصل الاجتماعي العربية، وتتمثل في نقص، أو لنقل: عجز المخططين العرب عن وضع خطط وسياسات واضحة تربط بين مختلف المؤسسات الاجتماعية والأهداف الكبرى للمجتمع في كليته. في مقابل ذلك، يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي حقًا إنتاج نوع من الرسائل والمواضيع التي تحثُّ على "التحديث" أو "التغيير"، وتُعد نوعًا من الرسائل والمواضيع النموذجية التي تُطرح وتُناقش على منصات الإعلام الغربية. غير أن هذه الرسائل والمواضيع غريبة، في

العموم، على معاييرنا الثقافية، وسيخلق تناولها، بالتأكيد، ثقافة غير نافعة ومُنَبِّة عن مجتمعاتنا. ولا شك في أن تبني الرسائل والمواضيع المُنبَّة قد يؤدي إلى دفع مجتمعاتنا لأثمان باهظة وإهمال لاحتياجاتها الإنمائية الأساسية. فالتحديث لا يتحقق بتبني مشاكل المجتمعات المتقدمة التي لا علاقة لنا بها بشكل عام، وبدلاً من تبني القضايا التي تهمننا فإن النتيجة غالباً ما تكون إهمال العمل على حل المشاكل الفعلية للمجتمع.

وهنا يبرز سؤال مُلحّ يجب تناوله والتفكير فيه عند مناقشة البنية الأخلاقية لمنصات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، ألا وهو: هل من الممكن (وكيف) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بطرق أخرى غير تلك التي تستخدم بها حالياً، حتى يتمكن هذا العالم العربي -على مستوى الدول وكذلك الأفراد- من الحفاظ على المزايا الإنسانية المختلفة وزيادة فرص تمكين الضعفاء والفقراء، وحتى الجهلة، من المشاركة الفعالة في القرارات التي تؤثر في حياتهم، سواء أكان ذلك على مستوى المجتمع أم المستوى الفردي؟

لا تكمن المشكلة، التي تواجه القيم الثقافية العربية في قضية حرية الإعلام أو الفوضى بقدر ما تكمن في قضية حرية المواطنين وتأهيلهم في مجال المشاركة الديمقراطية في مجتمعاتهم. فتطوير الكائنات الثقافية يتطلب بذل جهد للتحكم في تقدم التقنيات تحسباً للوصول إلى حالة لا يمكننا معها التحكم في تلك التقنيات اقتصادياً، أو حتى إنسانياً. كما ينبغي، أيضاً، توخي الحذر من تبني مفهوم خاطئ للديمقراطية.

يجب، أيضاً، أن ندرك المعضلة الأبدية التي تواجه المجتمعات العربية وهي الاختيار بين الفعالية والعدالة، وبين التأثير والحرية. كما يجب، أيضاً، إيلاء المزيد من الاهتمام لما أصاب المجال الثقافي والإعلامي في العالم العربي من تلوث، خاصة وأنا بلغنا، بالتأكيد، مرحلة متقدمة جداً في استيراد المنصات الإعلامية ذات الأثر الأكبر في تلويث ثقافتنا وعقول الجماهير العربية.

إن أهم قضية نحتاج إلى معالجتها، في هذا المسار، تتمثل في تقييم منصات التواصل الاجتماعي المستوردة في ضوء احتياجات مجتمعاتنا. ويتطلب هذا الهدف التركيز على التأثير الاجتماعي لشبكات التواصل الاجتماعي في المستخدمين، وكذلك تتبّع

عمل منصات التواصل الاجتماعي والمشرفين على تشغيلها. فهذه المنصات تسمح باستخدام مزايا ووظائف مختلفة. ومن ثم، فمن المعقول الدعوة إلى تنظيم استخدام هذه الوسائل من خلال وضع سياسات تستند إلى احتياجات مجتمعاتنا وتنبع من ثقافتنا، أو تكون في انسجام معها.

لذلك، فإنه من الضروري وضع ضوابط تسمح بمواجهة هجمة الثقافة والإعلام القادمين من الخارج. ولتفعيل هذه الضوابط، فإن الأمر يتطلب منا تنظيم تدفق شبكات التواصل الاجتماعي والبرامج والمواد الثقافية التي قد يكون لها تأثير سلبي على مجتمعاتنا. ستكون هذه المقاربة سبيلاً لخلق منصة ثقافية وإعلامية عربية مشتركة منبثقة من احتياجاتنا. ولكي ينجح هذا المسعى، يجب أن نبدأ بتعزيز المقومات الأساسية لوسائل الإعلام الاجتماعية والإنتاج الثقافي في مجتمعاتنا.

ومما أدت إليه هيمنة منصات التواصل الاجتماعي المصممة للجُمهور المختلف ثقافيًا وأخلاقيًا عن بلدنا، هو أن ميزان تبادلنا الثقافي بات هو الأدنى في معادلة التبادل الثقافي هذه، بل وقد انخفض مستوى ثقافتنا أيضًا. لقد أضحت ثقافتنا مجرد سلعة تنسحب عليها نفس الأحكام التي تنطبق على السلع المادية في نظام عالمي يهيمن عليه الغرب. كما أن النظام العالمي القائم حاليًا يُضيق مساحة المنافسة ويُسهّم في تفويض سيادة الثقافة الوطنية في سياق تضافر الضغوط الثقافية والقيم الأجنبية المكثفة. لقد أضحت هيمنة القيم الغربية في برامج منصاتنا الاجتماعية صاحبة اليد العليا ولها الهيمنة المطلقة، في زمن تمر فيه مجتمعاتنا العربية بمرحلة حداثه مشوشة وهو ما أثر بعمق، ليس فقط في بنية تربيتنا المدنية، بل حتى في بنية أُسْرنا.

نجد أن عامة العرب يُروّجون للثقافات الأجنبية، وهكذا تُسهّم وسائل الإعلام القائمة في النظام العالمي الحالي في جعل الثقافة الوطنية غريبة عن الشخص العربي العادي. وعادة ما يتم ذلك في سياق ما يُسمّى "عملية التحديث"، والتي يتم أثناءها التقليل من قيمة الثقافة الوطنية وتحويل اهتمامها نحو العالمية؛ حيث تختفي القيم والفنون التقليدية التي من شأنها توطين ثقافتنا العربية، ومن ثم تمتزج الثقافة الشعبية الغربية بثقافتنا الشعبية، بل وتبتلعها أحيانًا.

لذا، ينبغي علينا جعل النهوض بإمكانيات التواصل الإنساني العربي منسجمًا مع احتياجات التنمية الوطنية. كما أن ثمة حاجة إلى وضع تصور طويل الأجل لحزمة

من المبادئ والقواعد الثابتة التي من شأنها أن توجّه أداء أنظمة الإعلام العربية. وينبغي، أيضاً، تحديد توجيه الإعلام العربي في ضوء تحليل وتحديد الممارسات القائمة وكذلك عبر صياغة مبادئ وقواعد جديدة مناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة. لقد عملت منصات التواصل الاجتماعي على تحرير عملية الاتصال من العديد من القيود التي كانت مفروضة أو تستخدم للحد من تواصل الأفراد والجماعات. ومع ذلك، تبقى إمكانية التلاعب بهذه المنصات ممكنة، خاصة من طرف من يمتلكون المعرفة والأدوات التقنية المتطورة. وهنا يكمن خطر هيمنة البلدان المتقدمة تقنياً ومادياً على البلدان المتأخرة في هذا المجال، فضلاً عن خطر سيطرة المؤسسات التجارية على الطريقة التي يستهلك بها الجمهور هذه الوسائل، حيث يتم إنتاج الطاقة العقلية الناتجة عن تقنيات الوسائط التفاعلية أو إدارتها من قبل الشركات متعددة الجنسيات التي تتحكّم في قنوات الاتصال في البلدان الأقل نمواً.

لا تعمل شبكات التواصل الاجتماعي في فراغ، بل في وسط واقع مجتمعي، ولذلك يجب أن يتنزّل عملها في سياق المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع الذي توجد فيه، وهذا عامل مهم في تشكيل الفهم العقلي أو الوعي الذي يتطلبه تشكيل نظرة المواطن إلى مجتمعه وإلى العالم. ليس بالضرورة أن يؤدي المحتوى الذي توفره منصات التواصل الاجتماعي، مثل الرسائل الثقافية أو الترفيهية أو غيرها، إلى إدراك الحقيقة ولكنه يشارك في تشكيل "واقع افتراضي" جديد من شأنه الإسهام في تغريب شبابنا. فبدلاً من تسهيل مشاركة الجمهور العربي في مجتمعاته، نشهد اليوم فرض هيمنة الثقافات الأجنبية على قنواتنا التفاعلية ومحتواها إلى اغتراب ذلك الجمهور. وغالباً ما يحدث الاغتراب من خلال طرح محتوى غير مرتبط بالواقع الثقافي العربي، وهو ما يدفع عامة الناس إلى التمرد على قيمهم وأسلوب حياتهم. وهكذا فإن بإمكان منصات التواصل الاجتماعي لعب دور مؤثر في تشتيت انتباه الناس عن مشاكلهم المحلية، وتوجيه انتباههم بعيداً عن قضاياهم الاجتماعية والوطنية الحقيقية، ودفعهم نحو التركيز على القضايا الأجنبية المستوردة وغير الضرورية.

قد نجد المساهمة التأميلية في نقاشنا حول شبكات التواصل الاجتماعي، فيما طرحه المفكران المغربيان، محمد عابد الجابري وعبد الإله بلقزيز(6)، عند بحثهما في تداعيات تأثير العولمة على العالم العربي.

لقد جلبت شبكات التواصل الاجتماعي الجديدة إلى العالم العربي ما يصفه المفكر بلقزيز بـ"إغراق حاجة المجتمع لإشباع رغباته... وهذا ما سيقتل الروح ويسلب المحتوى الأخلاقي والإنساني في سلوك الناس... وسيؤدي ذلك إلى إصابة الفرد بمتلازمة نقص المناعة" (7). ودعا بلقزيز إلى التفكير في المقاربات الإستراتيجية لتكييف ثقافتنا ومجتمعنا مع التحدي الذي تفرضه العولمة.

ووفقاً لوجهة نظر بلقزيز، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تؤسس لـ"ثورة جديدة في التاريخ... ثورة ستكمن قوتها في المجموعة البشرية بدلاً من الدولة والمجموعة الوطنية". ويمضي بلقزيز في تحليله معتبراً أن ما يُطلق عليه اليوم "العولمة الثقافية" لا يعني الانتقال من عصر الثقافات المحلية والوطنية إلى ثقافة أعلى جديدة، وهي الثقافة العالمية... بل هو، على النقيض من ذلك، فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على الثقافات الأخرى، ويؤكد بلقزيز أن "الثقافة العالمية الحقيقية هي تلك التي تشكلها ثقافات جميع المجتمعات دون استثناء" (8).

من جهته، يذهب المفكر محمد عابد الجابري إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تُسببُ فعالية العقل عبر تحكمها في الإدراك؛ حيث "يتكيف المنطق ويتعطل نظام القيم". ويرى الجابري أن هذا يُنتج "ثقافة الاختراق" التي تقوم على مجموعة من الأوهام الهادفة إلى "التطبيع مع الهيمنة وتوطيد التبعية الحضارية". ويعتقد الجابري أن إحدى نتائج ثقافة الاختراق هي حدوث الازدواجية والانشطار داخل الهوية الثقافية العربية... بمعنى حدوث انقسام بين ما هو تقليدي وما هو حديثي (9).

ويمضي الجابري في تحليله محدّراً من خطورة اتخاذ أحد موقفين كردّ فعل على رفض العولمة الثقافية: إما الانغلاق التام أو القبول الكامل للعولمة، أو "الاغتراب"، ويدعو الجابري إلى ضرورة "تجديد الثقافة العربية من الداخل من خلال إعادة بنائها وممارسة الحداثة... فالبحث عن جوانب فهم وتفسير مسار الحداثة هو ما سيسمح بربط الحاضر بالماضي في اتجاه المستقبل". ويسلط أحد أهم جوانب تشريح الجابري لمسألة العولمة الضوء على ما يجب فعله ورفضه في مواجهة العولمة الثقافية؛ حيث يشدّد على أهمية توظيف العقلانية والديمقراطية في هذا التشريح، كما يدعو إلى تجديد الثقافة العربية "من الداخل من خلال ربط الحاضر بالماضي في اتجاه المستقبل" (10).

خاتمة

في معرض مناقشته لمستقبل شبكات التواصل الاجتماعي، يؤكد بوغوست أنه "لم يسبق أبداً، قبل الآن، أن نشعر بتوقع انتهاء عصر شبكات التواصل الاجتماعي، وسيكون هذا قريباً". ويحذر بوغوست من أنه "إذا كان التغيير ممكناً فسيكون تنفيذه صعباً، لأننا كيّفنا حياتنا لتتوافق مع ملذات شبكات التواصل الاجتماعي وسمحنا لها بأن تُعكّر صفونا. هكذا، يبدو من الصعب التخلي عن شبكات التواصل الاجتماعي كما كان الأمر مع الإقلاع عن التدخين بشكل جماعي. فعلنا ذلك ببطء واستغرق إنجازه وقتاً عبر إجبار الحياة الاجتماعية على خنق تلك العادة، ولهذا يجب أن تبدأ هذه العملية فوراً وبشكل جدي مع شبكات التواصل الاجتماعي" (11). من جانبها، ترى ليندسي أنه "لضمان خلق مجال عام عادل لشبكات التواصل الاجتماعي يجب وضع بنية أخلاقية وقانونية قوية والسعي إلى تحقيق التزام جميع المعنيين بذلك"... "لن يُنجز هذا بإصدار مراسيم تنظيمية، بل يكون عبر عملية اجتماعية" (12).

تتطلب معالجة مشكلات شبكات التواصل الاجتماعي المتزايدة اعتماد مقاربة "العملية الاجتماعية" وليس، فقط، مجرد إصدار تدابير تنظيمية. فقد أدى التطور السريع والعشوائي في مجال شبكات التواصل الاجتماعي العربية إلى إدمان نوع جديد من الواقع الاجتماعي غير المفيد أخلاقياً أو قانونياً. فالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي أمر ثابت بوضوح إلى درجة بات معها وضع حدّ له بقرارات تنظيمية فورية غير مجدٍ والمطلوب هو أن تكون التدابير القانونية الضرورية للحدّ من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من عملية اجتماعية واسعة النطاق وطويلة الأجل.

ولا مرء في أن اعتماد مقاربة العملية الاجتماعية هذه يتطلب وضع إستراتيجيات اتصال هادفة من شأنها إحداث تغيير في التفكير والتصرف معاً. كما أنه من الضروري فسح المجال أمام الأفراد والجماعات، التي تساعد على قبول التغيير الإيجابي وتعزيزه للقيام بأدوار إيجابية في تلك العملية، بالإضافة إلى تطوير الأفكار والرؤى المحلية لتغدو خطاً عملية للتنمية الاجتماعية.

لمعالجة هذا الأمر، يجب توجيه جمهور شبكات التواصل الاجتماعي العربي نحو المشاركة في إنتاج الرسائل النوعية والإيجابية من خلال توفير مواد تفاعلية مرتبطة

ونابعة من واقع مجتمعنا. بالإضافة إلى هذا، يجب أيضًا إخضاع البرامج المستوردة، غير ذات الصلة ثقافيًا والتي قد تُسهّم في عزل الأشخاص العاديين، للقرارات والتدابير التنظيمية. ويمكن لمنصات التواصل الاجتماعي، إذا ما نُظمت جيدًا، الإسهام في تشكيل وعي جديد، وسيكون حينها إطلاق تنمية اجتماعية جديدة أمرًا ممكنًا.

لقد أدى الفشل في وضع خطط قائمة على السياسات لتنظيم عمل شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحويل منصات التواصل الاجتماعي العربية إلى وسائل هوية وقيم متنافرة وأداة لتقسيم المجتمع. وتتطلب عملية تشكيل جمهور عربي منتج وفعال جهدًا خاصًا لمنع تحوّل استخدام شبكات التواصل التفاعلي من أجل التطور إلى وضع لا يستطيع فيه المجتمع السيطرة عليها اقتصاديًا وإنسانيًا وأخلاقيًا. كما ينبغي أن يعمل واضعو الخطط العامة للحكومات على تطوير سياسات إعلامية قادرة على ابتكار منصات وسائط اجتماعية مفيدة وقادرة على تقديم الخدمات لعموم المجتمع.

ولا ينبغي للدعوة إلى وضع سياسة إعلامية والتخطيط لها أن تعني الحُصّ على تبني توجهٍ مركزي، بل يجب النظر إليها باعتبارها منهجًا للتطوير الرشيد لمختلف الأنشطة الإعلامية التفاعلية. إن التخطيط السليم يفتح المجال أمام مقترحات بديلة ممكنة، ويسمح بالمرونة والابتكار ويوفر فرصًا للإبداع. كما أن التخطيط السليم لا يعني بالضرورة رفض أنظمة الاتصالات التقليدية والممارسات التفاعلية فقط لمجرد أنها مستمدة من الماضي. أما في الحالات التي تكون فيها هذه الأنظمة التقليدية على تضاد مع الأهداف المستقبلية، فإن الحلّ يكون في تطويرها لتتكامل مع وسائل اجتماعية جديدة تتناسب مع الأهداف المرسومة.

المراجع

- (1) Kate Lindsay, "All Alone," The Atlantic, December 7, 2022, "accessed December 10, 2022". <https://t.ly/V3tr>.
- (2) Ian Bogost, "The Age of Social Media Is Ending: It never should have begun," The Atlantic, November 10, 2022, "accessed December 10, 2022". <https://t.ly/ZGZhJ>.
- (3) Diana Owen, "The New Media's Role in Politics" in The Age of Perplexity: Rethinking the World We Knew, bbvaopenmind.com, 2018,

"accessed November 10, 2022". <https://bit.ly/2O1PnPi>.

(4) Lindsay, "All Alone," op, cit.

(5) يعتمد النقاش هنا على الأوراق البحثية المبكرة للباحث، خاصة الورقة التي تناول وسائل الإعلام التفاعلية والمجتمع:

"The young generation, interactive media and society," Global Media Journal, Arabian Edition, Fall-Spring, Vol. 2, Nos.1-2, (2012-2013).

(6) "العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟ العرب والعولمة" للدكتور عبد الإله بلقزيز، و"العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات"، للدكتور محمد عابد الجابري.

(7) عبد الإله بلقزيز، العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟ العرب والعولمة (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2010)، ص 309-319.

(8) المرجع السابق، ص 309-319.

(9) محمد عابد الجابري، "العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات"، المستقبل العربي، (المجلد 20، العدد 228، 28 فبراير/ شباط 1998)، ص 14-22.

(10) المرجع السابق، ص 14-22.

(11) Bogost, "The Age of Social Media Is Ending: It never should have begun", op, cit.

(12) Lindsay, All Alone, op, cit.

الحرب على السردية الفلسطينية: محاصرة المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي

The War on the Palestinian Narrative: Obstructing Palestinian Content on Social Media

* نورة الدين الميلادي - Nouredine Miladi

** أنوار العرفي - Anwar Alorfe

ملخص:

تعالج الدراسة قضية العدوان المسلط على المحتوى الرقمي الصادر عن الجهات الفلسطينية أو الداعمة لها، وذلك في أشكاله المتعددة، مثل: الحجر والمنع والإقصاء والحذف والحظر والتبليغ، وغيرها من أشكال العدوان الرقمي ومظاهره التي قد تلحق الأفراد بمجرد أن يتضمن منشور ما أو تدوينة تعاطفًا أو ميلًا لتبليغ صورة منقوصة من سردية الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي. وترى الدراسة أن المشكلة حول الموضوع المطروح تنبع من أن ما اصطلح عليه بالعدوان الرقمي فيه انتهاك للحقوق والحريات الرقمية، ومن ثم فإن حرية التعبير مهددة عالميًا. كما أن قراءة إطار الصراع في حاجة ماسة إلى الانتباه لهذا المعطى بما يضمن تطور القراءة في ظل انتشار المسكوت عنه لقلّة البيانات أو لطغيان الأيديولوجيات. وتوصلت الدراسة بعد تحليل عينات مختلفة من منظور كمي وكيفي إلى أن الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي يعيش من منظور الرقمنة نقطة تحوّل خلقت وسائل تعبير جديدة وخطابات متنوعة، وأرست تقاليد مستحدثة للتواصل. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تثير اليوم استفهامًا حول علاقتها بحقوق الإنسان وحرياته.

كلمات مفتاحية: السردية الفلسطينية، العدوان الرقمي، المحتوى الفلسطيني، شبكات التواصل الاجتماعي، الحقوق والحريات الرقمية.

Abstract:

This study addresses aggression against the digital content of Palestinians and their supporters. This comes in many forms, including deterrence, exclusion, deletion, banning, reporting and other forms of

* د. نورة الدين الميلادي، أستاذة الإعلام والاتصال ورئيسة قسم الإعلام بجامعة قطر سابقًا.
Dr. Nouredine Miladi, Professor of Media and Communication and former Head of the Department of Mass Communication at Qatar University.

** أنوار العرفي، صحافية وباحثة في مجال الصحافة والإعلام.
Anwar Alorfe, Journalist and Researcher at Qatar News Agency (QNA).

digital attack. Individuals may be targeted simply for sharing a post or a sympathetic or biased tweet that conveys an incomplete picture of the narrative of the Palestinian-Israeli conflict. The issue at hand is that what has been referred to as "digital aggression" involves the violation of digital rights and freedoms, thus threatening freedom of expression globally. Understanding the framework of the conflict urgently requires attention to this fact, to ensure that the reading of the conflict evolves in the face of the spread of the unspoken due to the scarcity of data or the tyranny of ideologies. After analyzing various samples from a quantitative and qualitative perspective, the study concludes that the Palestinian-Israeli conflict is experiencing a turning point from a digital perspective, creating new means of expression and diverse discourses, and establishing innovative traditions of communication. In addition, social media networks today raise questions about their relationship to human rights and freedoms.

Keywords: Palestinian Narrative, Digital Aggression, Palestinian Content, Social Media, Digital Rights, Digital Freedoms.

مقدمة

ما زالت القضية الفلسطينية مدار الاهتمام الإعلامي منذ بداية الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي. وقد شكّل إطار الصراع محور قراءات عديدة ومتنوعة، لكن الملاحظ هو أن أشكاله قد عرفت تطوراً بدءاً بالمواجهة بالسلاح وصولاً إلى أشكال جديدة ساحتها ليست الواقع المعيش بقدر ما هو الواقع الافتراضي.

على هذا الأساس لا يُمكن بأي حال من الأحوال تجاهل تأثير ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أحدثت ثورة في تغطية هذا الصراع. وقد أصبحت سرعة تدفق المعلومات وانتشارها الواسع عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجذب انتباه الجمهور الراغب في متابعة الأخبار المتعلقة بالإطار موضوع الحديث، بل إنها ومن جهة مقابلة لهذا الانتقال النوعي في التأطير تظهر النتائج على مستوى التلقي؛ إذ يؤثر استعمال وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات السياسة المتعلقة بالصراع في ضوء ما يتوافر من المعلومات وتلقي الرأي العام لها.

أما على مستوى الأكاديميا، فركزت مجموعة كبيرة من المؤلفات المتوافرة حول تغطية الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي إما على مصادر الاتصال التقليدية، مثل: التلفزيون والراديو والصحف، أو منصات التواصل الاجتماعي بما في ذلك منصتا فيسبوك وتويتر وغيرها(1)، لكن وبالرغم مما توافر من معطيات، فإن مسألة العدوان الرقمي ظلت قليلة التناول في الدراسات العلمية.

إن هذا الوضع الذي اصطلحنا عليه في هذه الدراسة بالعدوان الرقمي أو الحرب على السردية الفلسطينية قد نبّه إليه بعض الباحثين، لكن دون تسمية مباشرة تتعلق بحذف المحتوى بل بعدم توافر إمكانية إجراء عمليات بحث عبر محركات بحث محلي. فعلى سبيل المثال، انتظر الفلسطينيون إلى حدود شهر أغسطس/ آب عام 2009 عندما أطلقت شركة غوغل موقع (Google.ps)، وهو محرك البحث المحلي في فلسطين، مما سمح للفلسطينيين بتلقي نتائج بحث محلية من الأراضي الفلسطينية. أما في السابق، أي قبل 2009، فكان على مستخدمي الإنترنت الفلسطينيين الانتقال إلى مواقع (Google.jo) أو (Google.eg) أو (Google.co.il) لإجراء عمليات بحث

محلية باللغة العربية ولتفادي عجزهم والتضييق على حريتهم في استقصاء المعلومات بالرغم من أنه في عام 2000 مُنحت فلسطين الوضع الرسمي على الإنترنت من خلال اسم المجال الوطني أو ما يُسمَّى (Country code top level domain) الذي يرمز إليه اختصارًا بـ(CcTld). وهذا من شأنه أن يوضح مدى صعوبة استخدام الإنترنت في الفضاء الفلسطيني (2) .

في هذا السياق، تحاول الدراسة التعامل مع مسألة حذف المحتوى الفلسطيني في شبكات التواصل الاجتماعي من مدخل نظرية التأطير الإعلامي مع التركيز على أساليب هذا الحذف ومدخله والأسس التي تتحكم فيه، والكيفيات التي يحاول بها الفلسطينيون تحدي إجراءات هذه الشبكات، ومواصلة نضالهم ضمن إطار الصراع المتواصل في الزمان وانتقاله إلى أماكن وفضاءات جديدة (الإنترنت) وما يرتبط بها من مواقع ووسائل أصبحت اليوم تشهد إقبالاً واسع النطاق من قِبَل الرأي العام العالمي.

1. اعتبارات منهجية

خلفية الدراسة ومشكلتها

تشير جملة من الدراسات ذات الطابع الإحصائي والتحليلي، لاسيما التي أُنتجت في الفضاء الناطق بغير العربية والمعنية بمتابعة تراكمات ظاهرة الرقمنة وعلاقتها بما هو إنساني تأثيراً وتأثراً، إلى حقيقة مفادها أن العالم شهد على امتداد السنوات القليلة الماضية توسعاً بالغ الأهمية على مستوى تأثير الإنترنت باعتبارها وسيلة لنشر المعلومات نشرًا بلغ فيما بلغ درجة تحدي وسائل الإعلام التقليدية وما يحف بها من الضوابط التي تفرضها حكومة ما، أو أي سلطة بالمعنى العام، لها تأثير على المنطوق التعبيري للفرد أو الجماعة بحسب سياسة ما يُراد لها أن ترسخ في الفضاء العمومي. إن هذا التأثير المتزايد والمشار إليه في ثنايا الكلام سابقاً هو في واقع الأمر يتأتى بشكل مباشر من النمو الحاصل في عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم؛ إذ إن أكثر من مليارٍ شخص لديهم الآن إمكانية الوصول إلى الإنترنت واعتمادها وسيلة من وسائل مباشرة الواقع ونقله من منظور ما أو حتى الحكم عليه نقدًا واستشراقًا لنماذج جديدة في تسييره، سواء أكان ذلك من مدخل يتم فيه تجزئة الموجود أو العمل عليه بما هو كل.

وبالرغم مما قد يبدو من تعاضم في استخدام الإنترنت، والوسائل المرتبطة بها مثل شبكات التواصل الاجتماعي، فإنه لا مرء في تقلص هامش الحقوق والحريات الأساسية ذات الصلة باستخدام هذه الوسائل والإنترنت بشكل عام. ذلك أن واقع الحال اليوم يشير بجلاء إلى أن عددًا كبيرًا من الأشخاص يستخدمون الإنترنت للتواصل، أو الحصول على المعلومات، أو الاختلاط بالآخرين من غير مواطنيهم وبلدانهم ودون قيد الجغرافيا والمكان، أو حتى لممارسة التجارة والأعمال ذات الطابع الربحي. ومع ذلك كثفت الحكومات، وكل ما يمكن تصنيفه في عداد السلطة، جهودها لتنظيم واقع الإنترنت، وفي بعض الحالات قد يصل الأمر بما هو في عداد السلطة تقديرًا أو تعيينًا إلى السيطرة الصارمة والكلية على الإنترنت، وكل ما يرتبط بها من وسائل وأدوات، ومن ثم الحريات التابعة لها ولاستخدامها.

يثير هذا الواقع ملاحظة ذات صلة بالخطاب الواصف للظاهرة أعلاه تتجلى فيما رُصد من زيادة في عدد التقارير عن ظواهر من قبيل حجب المواقع الإلكترونية، أو إغلاقها إغلاقًا كليًا، والتلاعب بمحتوى المواد المنشورة في علاقة بموضوع هو مدار رفض من السلطة، وكذلك شنّ حملات على المدونين واعتقالهم وسجنهم، ومن ثم خرق حرية التعبير والرأي.

في هذا السياق، وقصد مزيد إلقاء الضوء على طبيعة هذا التضييق على حرية التعبير أو الحرية الرقمية أو الحرية على النت، أو حرية الإنترنت في خيار ترجمة ممكنة للمعادل الإنجليزي (Freedom on the Net)، بما هي مصطلحات مرادفة لحرية التعبير وشكل من أشكالها الممكنة في عصر الرقمنة هذا، أجرت مؤسسة فريدم هاوس دراسة شاملة في العام 2011 عن حرية الإنترنت في 37 دولة حول العالم، وفي العام 2022 بلغ عدد الدول التي كان محورًا للدراسة 70 بلدًا(3). وليست هذه التقارير سوى امتداد لتصور سابق في الزمن؛ إذ تم نشر نسخة تجريبية سابقة في العام 2009 بعنوان: "الحرية على النت: تقييم عالمي للإنترنت والوسائل الرقمية". وقد غطت النسخة الأولى إحصائيًا عينة تتكوّن من 15 دولة، وهو ما يعني أن مسائل الاعتداء على الحقوق والحريات الرقمية أصبحت في مقدمة مشكلات الأبحاث والدراسات ووجب الانتباه إليها والاهتمام بها باعتبارها ظاهرة قابلة للدراسات بالنظر إلى توافر عناصر الطابع الإشكالي فيها وكذلك ملامحه الدالة عليه(4).

وعلى الرغم مما تشير إليه هذه الدراسات كل واحدة من جهتها إلى أن التهديدات لحرية الإنترنت في تزايد مستمر، وهي على درجة واسعة من التنوع وكذلك إلى معارضة مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لهذه التهديدات مما دفع بكثير منهم إلى البحث عن طرق لتجاوز هذه القيود واستخدام قوة المنصات الجديدة القائمة على الإنترنت والإقبال المتزايد عليها قصد الترويج لديمقراطية أكثر في التعبير وأكثر ارتباطًا بحقوق الإنسان، إلا أن تلك الدراسات اتسمت بالاختصار من حيث العينة المدروسة، بل غيّت بشكل صارخ قضية الحرية الرقمية في فلسطين، حيث لا إحالة عليها لا تصريحًا ولا تلميحًا (5).

ولسائل أن يسأل عن الكيفية التي يتم من خلالها كتمان حرية التعبير عبر الوسائل الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي من منظور داخلي. ثم إن هذا المنظور المعتمد بشكل أساسي في الأدبيات الغربية الناطقة بالألمانية تحت مسمى (Innenperspektive)، والسائد في الدراسات الكمية والنوعية على حد سواء، من شأنه الكشف عن عمق المدى الإشكالي للقضية المطروحة، وهو ما يقابل حركة السعي التي يعتمدها الباحث لفهم عناصر تكوين ما من الداخل حتى إذا ما باشر حركتها في سياقات ما فهم ما لها وما عليها في هذه العناصر في مجمل التكوين وما جعلها تكون على ذلك النحو بتوافر الأسباب.

من منظور داخلي يقوم المتحكمون في شبكة الإنترنت بحملة لتقسيم الإنترنت المفتوح إلى ما يمكن أن نسميه خليطًا من الجيوب القمعية، وبموجب ذلك تمارس الحكومات - وكل من يمكن أن يلعب دورًا رقائياً بالمفهوم الفوكوي نسبة إلى الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو (Michel Foucault) - أكثر من أي وقت مضى فعل السيطرة على ما يمكن للأشخاص الوصول إليه ومشاركته عبر الإنترنت عن طريق حظر مواقع الويب الأجنبية، وتخزين البيانات الشخصية، وتركيز البنية التحتية التقنية لبلدانهم لتكون موائمة لهذه الاتجاهات؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى تراجع حرية الإنترنت العالمية. وقد وصلت الرقابة على الإنترنت إلى أعلى مستوياتها، وذلك مع قيام عدد قياسي من الحكومات بحظر المحتوى السياسي أو الاجتماعي أو الديني. وغالبًا ما تُستهدف مصادر المعلومات الموجودة خارج حدودها بشكل كبير، لأن هذه المصادر قد تلعب دورين متلازمين هما تهيج الداخل، والتشهير به ثانيًا على نطاق خارجي.

ومن منظور إحصائي، يعيش أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت في العالم الآن في بلدان تُعاقب فيها السلطات الأشخاص لممارستهم حقهم في حرية التعبير على الإنترنت. كما أن المثير للقلق أن هذه الانتهاكات المعادية للديمقراطية ليست العامل الوحيد وراء انقسام الإنترنت إلى قطاعات مسموحة وأخرى محظورة؛ إذ من الواضح أن بعض الحكومات تزرع مساحة رقمية محلية تُهيمن فيها الروايات التي تدعمها الدولة، وتُقمع فيها وسائل الإعلام المستقلة والمجتمع المدني والأصوات المهمشة بسهولة أكبر.

ويتزايد القلق والطابع الإشكالي في القضية المطروحة عمومًا بمجرد الانتباه إلى وجود أطراف هم في العادة غير مرتبطين مباشرة بسلطة الرقابة فيساهمون عن غير قصد في الحواجز من خلال جهودهم لمعالجة المعلومات المُضلّلة وحماية بيانات المستخدم وردع الجرائم الإلكترونية. ومهما كانت الأهداف والغايات التي تحكم أي فعل رقابي مقصود أو غير مقصود، فإن ذلك يؤدي إلى التجزئة المتزايدة للإنترنت، وتترتب عنه عواقب وخيمة على الحقوق الأساسية من جهة، وتعميق سلطة المشرفين الذين يسعون بشكل دائم إلى احتواء المعارضة عبر الإنترنت من خلال منع المواطنين من الوصول إلى مصادر المعلومات العالمية من جهة أخرى. ولكي يكون الطابع الإشكالي لمعالجة القضية المدروسة أكثر وضوحًا وجب التنبيه إلى أن مسألة كتمان الحرية هي جزء من منافسة عالمية متعددة الأوجه للسيطرة على المجال الرقمي. ومن هذا المنطلق، يمكن القول: إن واقع التضييق هو أكثر حدة وإشكالية في علاقته بالقضية الفلسطينية التي تواجه أشد أنواع التضييق وأكثر أشكال القيود على الحقوق والحرّيات (6).

وفي قراءة من مدخل حقوقي، يمكن القول: إن جميع هذه القيود المفروضة تشكّل انتهاكًا واضحًا للإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي يُقنّن الحق في أن "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرّيته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقّيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود" (7).

ومما لا شك في قيمته الجوهرية أن مسألة الحقوق الرقمية تُعد امتدادًا لحقوق الإنسان وفلسفتها والإيتيقا التي تحكمها. فهذه الحقوق تنزّل -كما ذُكر آنفًا- ضمن

السياق التطوري الذي يخضع إليه فعل الوجود الإنساني، والذي يترجم من مدخل الزمانية، وهو تعبير صريح عن حاجة إنسانية ماسّة في عصر الرقمنة الذي يجب ألا يكون حكراً على مجموعة دون أخرى، وأن يلحق ما هو إنساني في كليته بعيداً عن منطق التجزئة الفردية.

وفي هذا الإطار، لابد من الإشارة إلى أن القانون يحتاج إلى تكييف لحماية الحقوق الأساسية وضماتها. فالحقوق الرقمية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحرية التعبير والخصوصية؛ إذ إنها اليوم تنتزل منزلة الضرورة التي تسمح للأشخاص بالوصول إلى الوسائط الرقمية واستخدامها وإنشائها ونشرها، فضلاً عن الوصول إلى أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الإلكترونية الأخرى وشبكات الاتصالات واستخدامها(8).

على هذا الأساس، يجب أن تكون هذه الحقوق -في فلسفتها وفي ضبطها التشريعي- معترفاً بها ومحمية بموجب القوانين والمعاهدات الدولية. فقد أقرت الأمم المتحدة ومجلس حقوق الإنسان عدداً من القرارات التي تنص على أن نفس الحقوق التي يتمتع بها الناس في العالم الواقعي، يتوجب حمايتها أيضاً على الإنترنت. ويشمل هذا المصطلح الحق في حرية التعبير، والحق في الخصوصية، والحق في التحرر من الرقابة على الإنترنت، والحق في الوصول إلى شبكة الإنترنت التي تشكل في مجملها المفاهيم الأساسية للحريات الرقمية وفلسفتها، وجزءاً لا يتجزأ من حقوق الإنسان على عكس ما يذهب إليه كثيرون في اعتقادهم(9).

وبالرغم من أهمية هذه الحقوق ووضوحها إلا أن شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت تواصل حربها ضد المحتوى الفلسطيني، من خلال حظر وإغلاق معظم الصفحات الفلسطينية التي تنقل الرواية الفلسطينية، وتفرض ممارسات الاحتلال الإسرائيلي بحق الفلسطينيين. وحتى الدراسات التي تتناول مسألة الحرية الرقمية -كما أسلفنا الذكر- لا تشير إلى فلسطين، وتنتهج منهج الاختصار وعدم التوضيح.

انطلاقاً مما سبق بيانه يتضح بجلاء عمق المدى الإشكالي لمسألة العدوان على الحقوق الرقمية الفلسطينية. فالظاهرة مركبة إلى حد التعقيد في خصوصيتها الفلسطينية وفي علاقتها بقضية الحريات الرقمية والتحكم فيها عموماً.

أسئلة الدراسة

تنطلق الدراسة من مجموعة من الأسئلة الموجّهة لأبعاد المشكلة البحثية، والتي نلخصها في:

- ما الحقوق الرقمية؟ وكيف تعبّر عن مشكلة بحثية، وعن تطور في منظومة الحقوق والحريات الإنسانية؟

- كيف تتجلى أهمية استخدام الفلسطينيين لشبكات التواصل الاجتماعي في الدفاع عن حقوقهم وقضيتهم؟

- ما دوافع حذف وحجب المحتوى الفلسطيني على شبكة الإنترنت؟

- ما الإستراتيجيات المُوجّهة للحذف وفيما تتمثّل الأساليب المتبعة لتحقيق تلك الإستراتيجيات؟

- ما الجهات التي تدفع شبكات التواصل الاجتماعي لاتخاذ هذه القرارات؟

- ما الأدوات والأساليب والخطوات التي يجب اتخاذها لوقف هذا العدوان على المحتوى الرقمي الفلسطيني؟

- إلى أي مدى يمكن الحديث عن إستراتيجيات دفاعية يعتمدها الفلسطينيون لممارسة حقهم في التعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

أهمية وأهداف الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها تهدف إلى:

- تسليط الضوء على منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وإنستغرام، وتويتر) في علاقتها بالقضية الفلسطينية وحرية التعبير التي ترافق هذه القضية.

- شرح مجمل الأساليب والآليات التي تعتمدها هذه المنصات في الرقابة على المحتوى الفلسطيني بكل أشكاله وحجب وإغلاق الحسابات، وذلك من خلال أرقام وإحصاءات وأمثلة لحسابات فلسطينية تم حجبتها.

- تجاوز النقص الحاصل في المعطيات المتعلقة بالحريات الرقمية في فلسطين، والتي تكاد تكون ثغرة في الدراسات غير منتبه إليها أو مسكوتاً عنها لسبب من الأسباب.

منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة المنهج الكيفي والكمي التحليلي من خلال دراسة محتوى حسابات فلسطينية وإسرائيلية حكومية وغير حكومية، والاستعانة بنظرية الإطار الإعلامي التي تقوم على تفسير الأحداث ومحاولة التنبؤ بها، وتساعد أيضًا في الكشف عن الطرق والآليات التي استخدمتها هذه الحسابات، سواء أكانت فلسطينية أو إسرائيلية، في تأطير القضايا والأخبار التي تنشرها. وتجدر الإشارة إلى أن الحاجة المنهجية إلى نظرية التأطير تنبع من كونها تهدف إلى تحديد المخططات التي يدرك من خلالها الأفراد العالم. ويتضح ذلك بجملة بتبع جذور هذه النظرية التي غالبًا ما تُعزى إلى عالم الاجتماع، إيرفينغ غوفمان (Erving Goffman)، الذي اعتبر أن النماذج أو التصاميم التفسيرية تشكل عناصر مركزية للتجربة اليومية في العالم. وبهذا تساعد الأطر على تقليل تعقيد المعلومات في علاقتها بتفسير الواقع وإعادة بنائه. ومن هذا المنطلق، فليس من المستغرب إذن أن تصبح نظرية التأطير مهمة لمجموعة متنوعة من القطاعات داخل مجتمع الإعلام اليوم، لاسيما أن العديد من الباحثين الإعلاميين يرونها مفيدة لتحليل الاختلالات وهياكل السلطة الكامنة التي تتحكم في الكثير من القضايا المتداولة في الواقع (10).

ولتحري مزيد من الدقة في الضبط المنهجي للدراسة نشير إلى أن الإطار المتبع في قراءة العدوان على الحقوق الرقمية الفلسطينية هو إطار الصراع الذي يتناول القضايا المتعلقة بالصراع الفلسطيني-الإسرائيلي والتطورات على أرض الواقع، وكذلك إطار الاهتمامات الإنسانية المتعلقة بالقضايا الإنسانية والاجتماعية الفلسطينية المختلفة، ثم الإطار الإستراتيجي قصد تسليط الضوء على مدارات المشكلة وتحليلها تحليلًا ذا إضافة.

2. أشكال العدوان الرقمي على المحتوى الفلسطيني

يُعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث وأهم مظاهر الثورة الرقمية وتقنيات الاتصال التي كانت، منذ عدة عقود، إيدانًا ببداية حقبة ما بعد الصناعة، أي عصر المعلومات. وقد رافق هذا الظهور على نطاق عالمي سهولة في الانتشار بطريقة غير مسبوقة، ولوحظ ذلك في السنوات الأخيرة من خلال الارتفاع السريع

لتصنيع الأجهزة المحمولة المتصلة بالإنترنت كالحواسيب وأجيال الهواتف الذكية. وأدى هذا الواقع إلى فرض واقع آخر تمثّل في اعتماد هذه الوسائل قنوات للمعرفة، ومنابر للتصريح بالرأي وبالكلمة الحرة المبنية على رغبة الشخص فيما يريد أن يكون. وبهذه الحال أصبح كل فعل تعبيرى تواصلى منخرطاً في سياق حرية التعبير، ويوضح ذلك مدى الإقبال على الوسائط الرقمية؛ إذ بقدر ما يتعاطف الإقبال تتكاثر الحاجة إلى فضاء حر يُعطي لكل فعل تواصلى معناه ضمن أفق التغيير الرقمي.

على هذا الأساس ومن منظور إحصائي، وبالنسبة إلى العديد من الأشخاص حول العالم، يمكن القول: إن وسائل التواصل الاجتماعي مثلت المصدر الرئيسي للمعلومات. ففي عام 2016، حصل 62٪ من المواطنين الأميركيين على أخبارهم من وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 44٪ من فيسبوك وحده (11).

وضمن هذا الإطار الإحصائي نفسه ووفقاً لدراسة أجريت على حوالي 5 آلاف شاب من 26 دولة، فإن شبكات التواصل الاجتماعي تجاوزت بالفعل التلفزيون كمصدر رئيسي للمعلومات لدى هذه الفئة (12).

إن هذا التحول المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شأنه أن يكون له تأثير على جميع جوانب الحياة، كالتعليم والاقتصاد والسياسة. وقد أدى تطور طرق الاتصالات والحوسبة وتخزين البيانات إلى تغييرات جذرية في مفاهيم الخصوصية والهوية والحقوق والحريات والحدود الوطنية.

ولفهم هذا الوضع المتحول والأنساق المتحركة فيه، يكفي الانتباه على سبيل المثال إلى أن استعمال موقعي تويتر وفيسبوك يجعل من صوت المستخدمين مسموعاً مع السماح لهم بالاتصال بتكلفة أقل، وبخصوصية أكبر والتواصل مع بعضهم البعض بشكل مباشر أكثر من أي وقت مضى. هذا فضلاً عن أن إخفاء الهوية الممكن تقنياً، أي باسم بديل عن الاسم الشخصي الحقيقي، على شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن أن يتيح أكثر من إمكان لممارسة الخصوصية. بينما يعتبره بعض الدارسين خياراً تقنياً حاملاً لتناقض داخلي، ويتيح استعمالات تجمع في عمقها بين المباح والمحظور من منظور إيتيقي إذا ما افترضنا جدلاً أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاضع لإيتيqa ما قبلية يلتزم بها المستخدم. ولسائل أن يسأل عن هذه

الازدواجية، وفي هذا الصدد يمكن القول: إن الخيار التقني المتمثل في إخفاء الهوية يمكن أن يشجع أولئك الذين ينشرون خطاب الكراهية، وكذلك أولئك الذين يحاربون الأنظمة الاستبدادية دون خوف من الانتقام على نشر خطابه.

وفي المحصلة يمكن القول: إن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي تبني على خفايا وممكنات لا يمكن الحسم في أمرها، ولعل ذلك ما يُغري بمزيد متابعة دورها في ظل الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي؛ إذ توفر فرصاً جديدة لأولئك الذين يسعون إلى تعطيل نظام ما من خلال الاستفادة من الانفتاح المتأصل في الفضاء السيبراني. كما يمكن أن تُستغل شبكات التواصل الاجتماعي سلاحاً للتجنيد والدعاية. وقد تستخدم للتأثير في الديمقراطيات والكشف عن تهافتها، وتهافت الروايات الرسمية حولها، ونقد عمل المؤسسات، وكذلك لإظهار مدى تدخل الهامش في الشأن العام وفي حركة فاعلية المركز، هذا فضلاً عن تأطير أحداث الواقع اليومي المعيش إعلامياً بدرجة تفوق تغطية وسائل الإعلام التقليدية لها. هذا بشكل عام، أما في علاقة بموضوع الدراسة فيمكن الافتراض أن إطار الصراع عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر إشكالية وأشد خصوصية مما يؤهله إلى مرتبة المعطى التحليلي. من هذا المنطلق تتساءل الدراسة -واضحة في اعتبارها البعد الإشكالي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي- عن مظاهر العدوان الرقمي على الفلسطينيين من داخل إطار الصراع؟

أثناء الاعتداءات الإسرائيلية التي استهدفت الفلسطينيين، في حي الشيخ جراح وباب العمود والمسجد الأقصى، في شهر مايو/أيار 2021، ندد العديد من الأصوات بـ"الرقابة" على المحتوى المؤيد للفلسطينيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي. في هذا الإطار، تعرض موقع فيسبوك، على وجه الخصوص، لانتقادات بسبب حذفه العديد من المنشورات المؤيدة للفلسطينيين دون إبداء أسباب مقنعة. وتحت وسم (هاشتاغ) "فيسبوك يحجب القدس"، خاض نشطاء وصحفيون فلسطينيون حملة ضد عملاق شبكات التواصل الاجتماعي الأميركي المتهم بمحو المحتوى المؤيد للفلسطينيين من منصته عبر خوارزمياته.

إن إدارات مواقع التواصل لها سلطة رقابية كبيرة على المحتوى المنشور عبر صفحات مستخدميها، وتكتسب في ممارسة هذه الرقابة مشروعية من خلال ما تقره من شروط

الاستخدام التي يقتضي استعمال شبكات التواصل الاجتماعي الالتزام المسبق بها والموافقة عليها. ولئن اختلفت هذه الشروط من موقع ومن وسيط إلى آخر فإنها تتفق إجمالاً على الحق في مراجعة المحتوى أو حذف أي مضمون أو حساب يخالف سياسة الاستخدام(13).

فما مظاهر هذا التحكم في المحتوى الفلسطيني وكيف يمكن قراءته ضمن أفق نظرية التأطير الإعلامي أو بالأحرى عبر الأطر المتحكمة في الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي؟

يرصد الجدول رقم (1) استناداً إلى وثائق من الصحافة العالمية ووكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية مجموعة منتخبة من مظاهر التدخل العدواني على المحتوى الفلسطيني، سواء أكان هذا المحتوى صادراً عن أفراد أو جهات رسمية فلسطينية أو داعمة لفلسطين. وتجدر الإشارة إلى أن اختيار هذه الأحداث أخذ بعين الاعتبار شهرتها وما فيها من تنوع على مستوى وسائل الرقابة وطبيعتها، هذا فضلاً عن قابليتها للتحليل ضمن إطار الصراع. كما تجدر الإشارة إلى أن التحليل ينطلق من الخاص بمعنى الحالة المذكورة مشاراً إليها بحسب عددها الترتيبي ومن ثم الوصول إلى العام قصد إظهار الأنساق التي تدير هذا التحكم. كما يجب أن نضع في الاعتبار وجود حالات فردية متفرقة في الزمان والمكان ليست معلومة. وقد تم اقتباس نظام الجدولة هذا عن تقرير الوكالة الفلسطينية للأنباء والمعلومات (جدول تقييد حرية الصحافة لسنة 2018).

جدول (1): نماذج لمظاهر قمع المحتوى الفلسطيني

م	التاريخ	الإجراء الرقابي	الوسيط التواصلي
1	1 نوفمبر/تشرين الثاني 2016	حذف محتوى يُوثِّق لعنف الشرطة	فيسبوك
2	11 أكتوبر/تشرين الأول 2015	حذف قناة حركة حماس بناء على طلب من الخارجية الإسرائيلية	يوتيوب
3	16 أبريل/نيسان 2016	إغلاق موقع تويتر لحساب المتحدث الرسمي باسم كتائب القسام	تويتر
4	مطلع العام 2017	إغلاق 90 صفحة تابعة لحركة المقاومة الفلسطينية	فيسبوك
5	2012	حجب الرسائل بناء على تشريعات دولة الاحتلال	تويتر
6	4 ديسمبر/كانون الأول 2021	حذف مقطع فيديو نشرته الصحيفة، كريستين ريناوي، يُظهر قوات الأمن الإسرائيلية في القدس وهي تطلق النار على رجل فلسطيني ملقى على الأرض	فيسبوك
7	2021	وفقاً لمركز صدى سوشيال، الذي يعنى بتوثيق الانتهاكات الرقمية ضد المحتوى الفلسطيني، تم حذف 600 حساب	فيسبوك
8	3 ديسمبر/كانون الأول 2018	حذف مقاطع فيديو صورها الصحفي محمد غفري	فيسبوك
9	غير محدد	قسم "الإنترنت" في وزارة العدل الإسرائيلية يبلغ عن المحتوى الذي يعتبره ضاراً	فيسبوك وتويتر ويوتيوب

* ملاحظة: لا تلتزم هذه النماذج بكونها أحداث ومظاهر قمع المحتوى الفلسطيني بقدر ما تُعنى بإبراز أشكال العدوان الرقمي، أما عن الزمانية فإنها متأصلة

في قدم الصراع؛ إذ ليس الغرض رصد الاعتداءات عبر الزمن بل النظر في طبيعة الاعتداءات وأنماطها.

3. البنى الحاكمة للعدوان الرقمي وتشكُّل إطار الصراع

نلاحظ من خلال الجدول السابق، ووفقاً لقراءة عامة، أن شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى اختلاف منصات وأهدافها، تتبع سياسة واحدة مشتركة في تعاملها مع المحتوى الفلسطيني. ولئن تنوعت هذه السياسة في مضامينها كالحذف في الحالات (1 و 2 و 6 و 7)، أو الحجب في الحالة (5)، أو الإغلاق في الحالات (3 و 4)، أو الإبلاغ في الحالة (9)، فإنها جميعاً تدل على عمل إقصائي رافض لكل ما يتعلق بالقضية الفلسطينية في تعدُّ صارخ على حرية التعبير التي أصبحت ذات صلة جوهرية باستخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي المرتبطة بها. كما تفضح هذه السياسة العدوان الصارخ على كل ما يمكن أن يكشف رواية بديلة ومن منظور آخر مخالفة للروايات الرسمية التي يصدرها المتحكِّمون في الشأن العام.

وهنا، يمكن أن نلاحظ أن الإجراءات الرقابية المذكورة تبدو أكثر في حدتها وفي منسوبها منذ العام 2010، لكنها شهدت أشد تجلياتها خلال أحداث الشيخ جراح والمسجد الأقصى سنة 2021، حيث عرف الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي نقلة من حيث الآليات والإستراتيجيات الموجهة له وفي توازنات القوى؛ إذ إن المواطن الفلسطيني ليس مطالباً اليوم بالنزول إلى الشوارع للتظاهر أو للمواجهة المباشرة، فهو قادر من وراء شاشة حاسوبه أو هاتفه الذكي على نقل واقعه وتوجيه انتقادات وضربات موجعة من شأنها الكشف عن جرائم الجيش الإسرائيلي والمستوطنين.

في هذا الإطار، لا ينكر المتخصصون في قراءتهم لتلقي الدفق التعاملي بوسائل التواصل الاجتماعي أن النظر في توازن القوى بين الجهات الحكومية في النظام الدولي وبين من هم في إطار صراع ومواجهة، سواء أكانت معلنة أو غير معلنة، يتطلب الآن وأكثر من أي وقت مضى مراعاة القضايا المتعلقة بالفضاء السيبراني؛ ذلك أن أجهزة الكمبيوتر أصبحت أداة حيوية لتشغيل السليم لهياكل الدولة والرفيق اليومي لجزء كبير من الإنسانية مقارنة بالفترات الأولى لانبعائها مكوناً من مكونات الواقع. كما أن توازن القوى هذا لم يكن يوماً لصالح كفة من يمتلك الأدوات

والقدرة على السيطرة، وإن بدا هذا الأمر كذلك خاصة قبل العام 2010 الذي يعد حدثاً قادمًا؛ إذ يمثل تاريخ اندلاع ما يسمى بالربيع العربي الذي غالبًا ما يُصوّر على أنه دخول وحشي لأنظمة المنطقة العربية في العصر الرقمي الجديد، وكأن منطقة جغرافية كبيرة كهذه يمكن إخراجها منه. هذا إذا ما سلمنا جدلاً بأن من يكتب ينطلق من خلفية التفوق التكنولوجي ضمن رؤية تقرون بين التكنولوجيا والحضارة بالتلازم أو التوالد. ومهما يكن من أمر ذلك فمسألة الخمول التكنولوجي حاصلة لا محالة في تقدير من يقدر وذات مدى تأثيري غير قابل للإنكار(14).

ونتيجة للتحول المشار إليه سابقاً في مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خاصة بعد العام 2010، يتضح بجلاء أن هذه التطبيقات التواصلية أصبحت تلعب دوراً رئيسياً في إعلام وتعبئة وتنظيم حركات فكرية ونضالية وإنسانية تمتد من دولة إلى أخرى بغض النظر عن الحدود. هذا فضلاً عما بثته من آمال وأمنيات في التحرر كما هي الحال مع القضية الفلسطينية؛ إذ أسست لشعور بالثقة في الذات. لكن في المقابل أدى انتشار استخدام التطبيقات بكل ما فيه من أمل وعزم بدوره إلى تعاضد دور الرقابة. وبالرغم من كل ما قيل فإن هذا التطور الرقمي لم ينبثق من صحراء رقمية. إنه، بطريقة ما، إرث التطور البطيء للصحافة العابرة للحدود والقنوات الفضائية وظهور وسائل الإعلام عبر الإنترنت التي سمحت بظهور شبكة ويب جديدة ونشطة مما أعطى مكانة بدرجة الفخرية للمدونات ثم تطبيقات الوسائط الاجتماعية(15).

على هذا الأساس، فإن تزايد الرقابة على المحتوى الفلسطيني بتنوعاته كما يظهر في الجدول (1) يُعد نتيجة طبيعية لانخراط الطرف الفلسطيني -كغيره في المنطقة العربية- في مسار الثورة التكنولوجية والاستعمال المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي بدلاً عن الإعلام التقليدي وبدلياً عن أساليب المواجهة القديمة. ولئن تغيرت هذه الأساليب ورسمت أفقاً آخر يوسع من مفهوم إطار الصراع فإن الفعل الرقابي في جوهره يُعد أكثر رسوخاً في ممارسات السلطة وإن تبدلت مظاهره، كما نظر لذلك ميشيل فوكو الذي اعتبر أن ثمة ثلاث طرائق رئيسية في المجتمع الرقابي الحديث؛ تتمثل الأولى في اتباع كل كيان في النظام لكيان أعلى بشكل متدرج هرمي من خلال التفاوت الحاصل في الأدوار. وهذه التراتبية قد تكون ظاهرة ماكروفيزيائية أو مخفية ميكروفيزيائية. أما الطريقة الثانية فهي الإصلاح تآديبياً، وتتبع المجتمعات

الحديثة، أو بالأحرى يتحكّم في العلاقة بين صاحب السلطة ومن تمارس عليه هذه السلطة ثنائية الفرض والتطبيع، بمعنى أن السلطة تسعى في عملها إلى فرض القانون وعادة ما يكون سائداً لسري في التداول بين الناس وقد يلحق حتى المناهج التعليمية. وتمثّل الطريقة الثالثة في الفحص، وهي تجمع بين الطريقتين السابقتين وتسمح بتوجيه الآراء والمواقف بناء على ما تريده السلطة أن يكون (16).

من هذا المنطلق يُشرع في تبيين الإجراءات الرقابية على المحتوى الفلسطيني في عملية إحياء لنظرية فوكو التي لم تُطرح ضمن أنظمة السلطة التي عالجتها مسألة وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ليس خللاً بطبيعة الحال؛ إذ إنها جاءت في سياق مخصوص. ولو واصل فوكو عمله وامتد إلى الفترة الراهنة لكانت وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة أجهزة السلطة. فآليات من قبيل الحذف والحظر والإغلاق أو التبليغ تتّبع في اشتغالها النسق الذي رسمه فوكو في نظريته.

فالحالة الأولى على سبيل المثال في الجدول (1) تتمثل في حذف محتوى يُوثق اعتداء الشرطة الإسرائيلية؛ يعبر عن إجراء فحص للمحتوى المذكور ويأخذ في الاعتبار وجود قانون سائد يجب التطبيع معه، وهو أن الشرطة الإسرائيلية تمارس عملها الطبيعي في مقاومة الشغب وليس القمع كما في تقدير الطرف المقابل في إطار الصراع، وكل تجاوز لهذا القانون -أي قانون مكافحة الشغب ونقده والتشهير به- هو ضد عمل جهاز الشرطة في مكافحة الشغب. هذا فضلاً عن كونه فضحاً لسرية العمل الأمني، يضاف إلى ذلك ما يعرف عن هذا الجهاز من كونه ذا وجود منطقي وإلزامي في الدول، وهو موضوع لأجل العامة لحمايتها وفرض حالة من الاستقرار تسمح بممارسة الحياة بشكل طبيعي ومنظم.

على هذا الأساس، فإن فحص المحتوى يتم بشكل ظاهري من قبل الوسيط التواصلية تحت غطاء الموضوعية كما يشرع لذلك في سياسات الاستخدام وقد يُعامل مع المحتوى باعتباره حاملاً لمشاهد عنف لا يقبلها كل المتلقين بنفس الدرجة وفي ذلك موضوعية أيضاً، لكن هذه الموضوعية تنطوي على تحيز كبير ومن شأنها إخفاء جزء كبير من الواقع الفلسطيني المؤلم، هذا فضلاً عن الشروع في ممارسة المعاقبة باعتبارها خطوة طبيعية لفعل الفحص.

أما عن الحالة التاسعة فتتمثّل في الإبلاغ عن المحتوى لفترات تعبر في عمقها عن

الرقابة الممارسة عبر أجهزة السلطة الميكروفيزيائية غير الظاهرة في العلن، ذلك أن التبليغ عملية سرية يباشرها المحتكر للسلطة وعبرها يتمكن من فرض منهجيته في تصريف الواقع وكذلك روايته الرسمية.

إن هذه الأدوات الرقابية والإستراتيجيات الخاضعة لها تكشف عن عمق الصراع وتأججه بدرجة تفوق ما هو عليه في الواقع. فلئن كانت المواجهات المباشرة رغم تكرارها تتسم أحياناً بالسكون والاستقرار فإنها في الفضاء الافتراضي ليست ثابتة على حال بل في تطور دائم، لاسيما إذا ما نُظر إلى إستراتيجيات المراقبة والتحكم من منظور آخر خارج دائرة المحدد الفوكوي.

تجدد الإشارة إلى أن الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي الذي انتقل إلى شبكات التواصل الاجتماعي يُجسد نقطة ساخنة في مسار تشكل إطار الصراع، ومن هنا يمكن فهم أسباب الحذف والتبليغ وكل أشكال العدوان على المحتوى الفلسطيني. فهو ليس مجالاً للفعل بمفهومه المادي في إطار ما هو افتراضي، بقدر ما هو مجال للفعل بمفهومه القولي، ويفرض حالة نفي للقتال الذي قد تتكاثر حوله الأهواء والتقييمات والمشاعر حتى ولو كانت إنسانية فضلى وهو أيضاً غير خاضع لتفاوت في العدد أو في القدرة على مستوى العناد والسلاح، لأنه في نهاية الأمر يفرض نسقاً من تحاور الأفكار والآراء التي تلعب على خلق تأثير فاعل لدى المتلقي، كما يسمح بإتاحة فرصة لفهم القضية وإنصاف أطراف الصراع على عكس ما يوجد في الحرب من تقاتل وما يصاحبها من فوضى في تلقي مختلف الأحداث.

وقد شرعت بعض الدراسات بالفعل في البحث عن محامل جاهزة وهادئة لقراءة إطار الصراع حيث يهدف بعض الدارسين إلى البحث في الكيفية التي تجعل من الكلمات المنطوقة سبباً ومبرراً لاستبعاد الآخر من أجل خلق استجابة بشكل أفضل لمطالب مجموعة رأي ما وللتعامل العقلاني مع التهديد الذي يمثله رأي الخصم ومواقفه وممارساته وربما لتبرير استخدام العنف ضده (17). فهذا الصنف من الدراسات يركز أساساً على الإستراتيجيات الخطائية المعتمدة في المحتوى الذي ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

لذلك يُلاحظ، خلال تحليل تمثيلات الصراع الإسرائيلي-الفلسطيني على فيسبوك، تكرار موضوعات من قبيل أوجه التشابه التي تم رسمها مع الحرب العالمية الثانية، وخاصة الحقبة النازية الألمانية.

تمثل هذه المقارنة مع النازية وسيلة غالبًا ما تستخدم بشكل متكرر لتشويه سمعة الخصم ونزع الصفة الإنسانية عنه (18). ومن المثير للاهتمام في هذا السياق أن هذا الشكل من التجريد من الإنسانية يعكس إستراتيجية خطائية لتأطير الصراع وجعله أقرب إلى المتلقي الغربي الذي يحمل في داخله خوفًا من تلك الحقبة ورفضًا كبيرًا. هذا فضلًا عن أن هذه المقارنة تذكّر اليهود بمسألة المحرقة ومعاناتهم، وفي المقابل هم يُظهرون عدم اكتراث لما هو إنساني ولحق الشعوب في تقرير مصيرها ليخرجوا بذلك إلى العالم في حالة من المرض النفسي؛ حيث إنهم يُعاملون غيرهم كما كانوا يُعاملون بعنف وبربرية، وقد بنوا نظامهم على الانتقامية لا على عقد اجتماعي واضح المعالم يسمح بتسميتهم شعبًا ذا قضية بقدر ما هم عبارة عن قبيلة تبرم الأحلاف مع الإدارات المتحكمة والمالكة لوسائل التواصل الاجتماعي كي تغطي على جرائمهم الشنيعة، لاسيما موقع فيسبوك الذي يعكس تحيزًا كبيرًا وضروبًا شتى من الاستقطاب الواسع (19). ولعل هذا التحيز يظهر في التعامل مع مصطلحات وكلمات من قبيل عبارة "الشهيد"؛ حيث يُعامل هذا الموقع العبارة بالحظر كما في الحالة التي يجسدها منشور للشاعر التونسي، سالم المساهلي، وهو لا يمثل إلا عينة من نماذج أخرى عديدة.

صورة (1): حجب أبيات شعرية للشاعر التونسي سالم المساهلي بعد استخدامه عبارة "الشهيد" والتهديد بتعطيل حسابه على فيسبوك (20)



Votre publication va à l'encontre de nos Standards de la communauté sur les personnes et organisations dangereuses

Personne d'autre ne peut voir votre publication.

Ces standards sont en place car nous souhaitons que tout le monde se sente en sécurité, respecté et à l'aise.

Si votre contenu enfreint à nouveau nos Standards de la communauté, votre compte pourrait être restreint ou désactivé.

Vous pouvez contester cette décision si vous pensez que nous avons fait une erreur.



سالم المساهلي

1 j · 🌐

رجل كالف .. أو يزيد
لم يرتجف في الزبح
أو يرهب مشافات الجليلد... Voir plus f



👍❤️ 111
Continuer
136 Kommentar

ثم إن الصراع يزداد تعقيداً وعمقاً بمجرد الانتباه إلى مسائل من قبيل أن أقسام التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي هي قبل كل شيء مساحات لتأكيد الذات وتقوية الروابط من خلال الشعور بالانتماء المشترك (21). وتعكس من خلال ما تتيحه من وسائل تعبيرية عبر أكثر من وسيط تبليغي كالكلام والصورة والرمز مشاريع المشتركة الممكنة والتفاوض بشأن الهويات (22)، لذلك يلاحظ دائماً العمل على إضافة خوارزميات للتصرف فيها من قبل صاحب المنشور والتقليل منها. يتضح بجلاء مما تقدم أن شبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها أصبحت تمثل فضاء للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي يعضد واقع الصراع في الأراضي المحتلة.

ولعل أركان هذا الصراع المتجدد في إطار القضية التاريخية الدائمة أكثر دقة وعمقاً دلاليًا ضمن المسار النضالي العام، لكن أزمة العدوان الإسرائيلي لم تنفك تمارس ضغوطات وإجراءات رقابية مستغلة في ذلك تحيز الإدارة الأميركية وسياسات الخصوصية التي وضعتها الوسائط التواصلية للتضييق على الكلمة الحرة في اعتداء صارخ على حرية التعبير التي لا بد أنها تطورت بموجب التطور التكنولوجي الذي لحق مختلف أصقاع العالم بدرجات متفاوتة.

تنوع وسائل التضييق وأشكال العدوان وتكشف المنشورات على مواقع فيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها عن إستراتيجيات خطابية ترسم في مجملها إطاراً عاماً للصراع. فهي تكاد تكون غير قابلة للحصر العددي أو المضموني، كالحذف والحظر والإلغاء والتبليغ ورفض استعمال مصطلحات وعبارات من قبيل "الشهيد" أو "القدس عاصمة فلسطين" وغيرها من المصطلحات والعبارات التي تتشكل في سياق الأزمات تحت ما يسمى بـ"الهاشتاغ". وقد يصل الأمر إلى الحيلولة دون إنشاء المحتوى حيث تعتمد سلطات الاحتلال الإسرائيلي إلى محاصرة الناشطين والمدونين والصحفيين الفلسطينيين ومصادرة معدات عملهم واعتقالهم وتنظيم المحاكمات لهم مما يذكر بما ضربه فوكو في صلب نظريته عن السلطة وأدوات تحكمها فيمن يعيشون في كنفها وفي أفق ثنائيتي المعرفة والسلطة والمراقبة والمعاقبة.

ولتفادي العدوان الإسرائيلي على المحتوى الإلكتروني يسعى الفلسطينيون إلى تحدي خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي عبر المراسلات والتشهير والإدانة وابتداع شعارات ورموز تجعل المحتوى الذي ينشره يستمر في الظهور، ويحتل الصدارة في الأخبار العالمية، ويكون بذلك مصدرًا بديلاً للخبر الإعلامي. إن هذه الإجراءات الدفاعية التي يتدعها الفلسطينيون يوميًا لتفادي العنف الإلكتروني والتآمر على قضيتهم من شأنه أن يفتح الباب أمام مجالات ودلالات بحثية جديدة وأن يلفت النظر إلى مفهوم جديد للصراع.

كما تجدر الإشارة إلى أن الإجراءات الدفاعية التي ينتهجها الفلسطينيون اليوم يجب أن يعضدها غطاء قانوني يتمثل في السعي إلى تفعيل الضمانات الحقوقية الدولية اللازمة لممارسة حرية التعبير وحق الحياة الخاصة، وفي التراسل بشكل خاص دون تدخل أو تعسف. وهذا ينطبق بشكل صريح على استعمال شبكات التواصل الاجتماعي؛

إذ تقر المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أنه "لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لحملات تمس شرفه وسمعته. ولكل شخص حق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات" (23). وكما أسلفنا الذكر، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها ينضوي تحت هذا الحق، ويتقاطع بشكل متلازم مع التشريعات ذات الصلة بحرية التعبير والحق في الكلمة. ثم إن الاطلاع على النصوص والتشريعات الدولية، وضمنها ما ذكر سابقاً، له دور فاعل في تنمية النضال الرقمي الفلسطيني، لاسيما إذا ما تم العمل عليه بشكل منظم قصد نيل التفعيل في الواقع، خاصة أن النصوص موجودة وهي مدار عمل دائم وثابتة في صيغتها التقريرية ولا يمكن المساس بها. وفي هذا الإطار، يمكن التذكير بأن "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية الاعتقاد والآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود" (24).

ولسائل أن يسأل في هذا الصدد: كيف نجعل هذه الحريات واقعاً غير قابل للنقاش قصد الاعتداد بها في عمليات النضال الرقمي الذي يُعد مساراً جوهرياً في فلسفة الحريات وتشريعها؟

يتطلب ذلك العمل على توفير بيئة تنظيمية وقانونية تسمح بظهور إعلام رقمي ونشاط على الإنترنت متعدد الآراء ومنفتح. ولا بد كذلك من تفعيل دور الإدارة السياسية لدعم ذلك والضغط لتوفير القوانين واللوائح والقرارات الضامنة لاستمرارية وضع نضالي رقمي تحت عنوان نشاط رقمي منفتح. كما تتطلب هذه الحريات وجود قانون يضمن الحصول على المعلومة دون شرط أو قيد، وخاصة المعلومات عن الفضاء العمومي واليومي. هذا فضلاً عن العمل على توفير الكفايات التعليمية اللازمة لدى منتجي الأخبار والمحتوى ليتمكنوا من تحليل المعلومات تحليلاً نقدياً وتجميع ما يصلهم منها لاستخدامها في حياتهم اليومية ولبناء روايات مؤثرة على الجمهور المتلقي بطريقة تجمع بين مخاطبة العقل والقلب.

استنتاجات

إن ما يمكن قوله على سبيل المراجعة والتلخيص لمحاور الدراسة:

- إن مفهوم الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي لم يعد مفهومًا تقليديًا، بل عرف نقلة نوعية على مستوى الإستراتيجيات والسياسات الخطابية؛ الأمر الذي من شأنه أن يعدل موازين القوى بين الطرفين، لأنه يبنّي على الرمز والكلمة والفعل التعبيري القولّي. هذا فضلًا عن أن درجة تلقيه وطريقته قد سجلت تحولًا كبيرًا، وأصبح بذلك للفلسطينيين وقضيتهم مساندون أكثر عددًا بعيدًا عن منطلق الاصطفاف الذي ركز عليه الطرف الفلسطيني في بداية مساره النضالي.

- شبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها تعيش لحظة مهمة من عمرها تتعلق بمدى ارتباطها بحقوق الإنسان ومدى مواكبتها لها والتزامها بها، ويُعد الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي دافعًا لمراجعات عميقة في العصر الراهن.

- الطرق التي يتدعها الفلسطينيون لمواجهة غيرهم من شأنها أن تخلق مجتمع معرفة جديدًا؛ ففي خضم هذه المقاومة ترسم لغة جديدة ورموز تعبيرية تفرض صلاحيتها الدراسية من منظور تحليل الخطاب والدراسات اللسانية والثقافية.

المراجع

- (1) Musharaf Zouhour, Najma Sadiq, "Digital Puplic Sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage," Liberal Arts and Social Sciences International Journal, Vol. 5, No. 1, (January- June, 2021), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3o5yWnA>.
- (2) Anat Ben-David, "La Palestine et ses frontières virtuelles 2.0: Du "non-lieu" à l'espace généré par les utilisateurs," Réseaux 1, No. 159, (2010): 151-179.
- (3) Adrian Shahbaz et al., "Freedom on the Net 2022: Countering an Authoritarian Overhaul of the Internet," freedomhouse, 2022, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/41hr817>.
- (4) Karin Deutsch Karlekar, Sarah Cook, "Freedom on the Net: A Global Assessment of Internet and Digital Media," freedomhouse, April 1, 2009, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/43mY4GI>.

(5) Sanja Kelly, Sarah cook, "Freedom on the Net 2011: A Global Assessment of Internet and Digital Media," freedomhouse, April 18, 2011, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3o76lyA>.

(6) Adrian Shahbaz et al., "Freedom on Net 2022: Countering an Authoritarian Overhaul of the Internet," freedomhouse, (2022), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3mqy7FE>.

(7) الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، المادة 19.

(8) محمد الطاهر، الحريات الرقمية: المفاهيم الأساسية، ط 1 (القاهرة، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، 2013)، ص 152.

(9) Eric Sterner, "Retaliatory Deterrence Cyberspace," Strategic Studies Quarterly, (spring, 2011): 62-80.

(10) Stephan Littlejohn, Karen Floss, Encyclopedia of Communication Theory, (USA: SAGE, 2009), 476-477.

(11) Jeffrey Gottfried, Shearer Elisa. "News Use Across Social Media Platforms 2016," Pew Research Center, May 26, 2016, "accessed January 15, 2023". <https://pewrsr.ch/3KPBK1a>.

(12) Jane Wakefield, "Social Media 'Outstrips TV' as News Source for Young People," BBC, June 15, 2016, "accessed January 15, 2023". <https://bbc.in/2REDnQz>.

(13) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، "جدل عالمي: آليات وضوابط "مراقبة" مواقع التواصل الاجتماعي"، المستقبل، 23 فبراير/شباط 2017، (تاريخ الدخول: 16 يناير/كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3KNw0oC>.

(14) Faris David, "La révolte en réseau: le printemps arabe et les médias sociaux," Politique étrangère 1, (Printemps 2012): 99-109.

(15) Romain Aby, "Cybersécurité et contrôle de la région," Le Moyen-Orient et le monde, (2020): 239-245.

(16) ميشيل فوكو، المراقبة والمعاقبة، ترجمة علي مقلد (منشورات مركز الإنماء القومي، 1990)، ص 223.

(17) Neta Oren, Daniel BarTal, "The detrimental dynamics of delegitimization in intractable conflicts: The Israeli-Palestinian case," *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 31, No. 1, (2007): 111-126.

(18) Albert Bandura, "Moral Disengagement in the Perpetuation of Inhumanities," *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 3, No. 3, (August, 1999): 193-209.

(19) Eli Pariser, *The Filter Bubble: How the New Personalized Web is changing what we read and how we think*, (New York, Penguin Books, 2012), 89-90.

Aby Romain, "Cybersécurité et contrôle de la région," 239-245.

(20) سالم المساهلي، m.facebook.com/salemsehli، (تاريخ الدخول: 16 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3KTIhbe>.

(21) Nira Yuval-Davi et al., *The Situated Politics of Belonging*, (London: Sage Publications, 2006), 76.

(22) Alexandre Coutant, Thomas Stenger, "Production et gestion d'attributs identitaires," *Les Cahiers du numérique*, Vol. 7, No. 1, (2011): 61-74.

Raphaël Grably, "Des internautes palestiniens accusent Facebook de censure," *bfmtv*, December 31, 2021. "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3ZX6K3F>.

(23) الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، المادة 12.

(24) الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، المادة 19.

إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية: دراسة بنية الخطاب الإسرائيلي على تويتر وفيسبوك

The Strategies of Social Media in Producing Ideologies and Discursive Domination: A Study of Israeli Discourse on Twitter and Facebook

* Mohamed Er-raji - محمد الراجي

ملخص:

تبحث الدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الهيمنة الخطابية عبر النفاذ التفضيلي والمُقَيَّد؛ إذ تفترض أن النشاط الرقمي للمستخدمين يخضع لتراتبية وتصنيف في القدرة على النفاذ إلى الأحداث التواصلية والخطاب العام كما هي حال الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي. وينتج عن هذا التفاوت في القدرة على النفاذ تحكُّم تلك المنصات في الخطاب العام عبر تحديد مجالاته وموضوعاته وقضاياها وأشكال تدفُّقه وسياقاته، وتكريس الهيمنة الخطابية للذات الإسرائيلية من خلال حسابات بعض الصحفيين والباحثين والحسابات الرسمية الإسرائيلية على منصتي تويتر وفيسبوك، بلغ مجموعها 8 حسابات باللغة العربية خلال العام 2022. وتستعين الدراسة في فهم وتحليل الخطاب الإسرائيلي بالنموذج المعرفي الخماسي لأنماط اشتغال الأيديولوجيا كما أصله جون تومبسون في دراسته للأيديولوجيا والثقافة المعاصرة، والبحث في الطرق التي تعمل بها المعاني لتأسيس علاقات الهيمنة والحفاظ عليها. كما تعتمد التحليل النقدي للخطاب بمستوياته الثلاثة (طرق الفعل، طرق التمثيل، طرق الكينونة). وترى الدراسة أن هذه الشبكات (تويتر وفيسبوك) أسهمت في "التملك الاجتماعي للخطاب" والهيمنة على سياقاته من قِبَل الذات الإسرائيلية عبر النفاذ التفضيلي: الأمر الذي فسح لها في المجال واسعًا لإنتاج أنماط أيديولوجية تعكس تصورًا معينًا للقضية الفلسطينية (شيئًا خارج الزمن)، ورؤيةً لعلاقتها بالذات الفلسطينية (ذات إرهابية) ورؤية للعالم أيضًا، وكانت هذه الأنماط الأيديولوجية (الشرعنة والتفتيت والعسكرة..). تنصهر مع رؤى المؤسسات الإسرائيلية الرسمية، وتُبيِّن انحياز شبكات التواصل للذات الإسرائيلية وعدم المساواة بين الطرفين في المشاركة في الفعل التواصلية.

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الهيمنة الخطابية، الخطاب الإسرائيلي، الخوارزميات، التملك الاجتماعي للخطاب.

* د. محمد الراجي، باحث بمركز الجزيرة للدراسات.

Abstract:

This study explores the role of social media networks in the production of discursive domination through preferential and restricted access. It hypothesises that the digital activity of users is subject to hierarchy and classification, which determines their ability to access communicative events and public discourse, as in the case of Israeli ideological discourse. This results in a disparity in the access of control of platforms in public discourse by defining its fields, topics, issues, flow and contexts. It also consecrates Israeli discursive domination through the accounts of journalists and researchers as well as official Israeli accounts on Twitter and Facebook, of which there were eight in total in Arabic during 2022. To analyse and explain Israeli discourse, the study uses the five-fold epistemological model of the modes of operation of ideology, as established by John Thompson in his study of ideology and contemporary culture, and looks into the ways in which meanings function to establish and maintain relationships of domination. The study also applies critical discourse analysis (CDA) in its three levels: the means of action, the means of representation and the means of being. Ultimately, it finds that platforms, i.e. Twitter and Facebook, contribute to the "social appropriation of discourse" and domination of its contexts by the Israeli self through preferential access, giving it a vast space to produce ideological patterns that reflect a certain perception of the Palestinian cause, outside of time, and a vision of its relationship with the Palestinian self – a terrorist self at that – as well as the world. These ideological patterns, i.e. legitimisation, fragmentation and militarisation, merge with the visions of official Israeli institutions and show the bias of communication networks towards the Israeli self and the inequality between the two parties participating in the communicative act.

Keywords: Social Media, Discursive Domination, Israeli Discourse, Algorithms, Social Appropriation of Discourse.

مقدمة

في ظل الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي، وتحولها إلى وسائط سائدة يستخدمها الأفراد والجماعات والمنظمات وحتى الدول، فقد النموذج التقليدي للاتصال الذي يجعل المتلقي هدفاً للعملية الاتصالية فاعليته ونجاعته. وبرز أيضاً دور الشبكات في التدفق الاتصالي بأشكاله الرمزية المختلفة؛ إذ ظهر مفهوم الإعلام الفردي الذي سمح للمستخدمين بامتلاك وسائل إعلامهم الخاصة (منصات إذاعية وقنوات تليفزيونية رقمية...) عبر النفاذ لشبكات التواصل الاجتماعي، فأصبح المتلقي منتجاً ومرسلاً وموزعاً ومؤثراً في المجال العام التقليدي والرقمي.

واهتم بعض الدراسات اهتماماً كبيراً بتأثير هذه المنصات في ديناميات الأحداث السياسية وتطوراتها كما حدث في فهم وتفسير الحالة السياسية العربية التي نشأت في سياق ما سُمي بالربيع العربي أوائل العام 2011. فظهر بعض المصطلحات التي تصف خصوصية هذه الحالة، وتشير إلى أهمية المتغير التكنولوجي/الرقمي في التحولات السياسية، مثل "ثورة تويتر" و"ثورة فيسبوك" وغيرهما؛ إذ مكنت الشبكات مستخدميها من امتلاك وسائل للاتصال والتعبئة لطلما ظلت تحتكرها السلطة ورموزها السياسية والاجتماعية والثقافية في نشر الخطاب الرسمي والترويج لأطروحاته ودعايته.

إزاء هذا "الخطاب التقني المتفائل"، كما يُسميه الأكاديمي جون ماري شينو (Jean M. Chenou) -الذي يعكس رؤية حتمية في العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع ويرى في الويب 2 والتطبيقات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي تعزيزاً للديمقراطية الاتصال والمشاركة السياسية وتقدمًا نحو الديمقراطية- برز أيضاً خطاب تقني نقدي يعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي أدوات تُسهّم في ظهور الاستبداد بالمعنى الكلاسيكي للمصطلح، والتضييق على الحريات. ويصف هذا الخطاب النقدي خوارزميات الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية بـ"أسلحة الدمار الحسابي"، كما ورد في دراسة كاتي أونيل (Cathy O'Neil)، أو "خوارزميات القمع"، مثلما ترى الباحثة صفيية نوبل (Safiya Noble). وهكذا انتقلت شبكات التواصل الاجتماعي -بحسب حجج هذا الخطاب وأدلته البرهانية- من أداة للتمكين

الفردية ودمقرطة الاتصال إلى بيئة يجري فيها توظيف و"تسليح" المعلومات لتحقيق مكاسب جيوسياسية.

يكشف هذان الخطابان، رغم اختلاف منطقتيهما وأهدافهما، أن شبكات التواصل الاجتماعي لها القدرة على تشكيل الاستخدام وتكييفه مع أهدافها وإستراتيجياتها وتأطيره، وهو ما يعني التحكم في طرقه ومناضه كما يحصل في التعليمات البرمجية (الخوارزميات) المرتبطة بهذه الشبكات. وهنا، تفترض الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تمارس سلطة خطابية على الأفعال التواصلية؛ ما يجعل نشاط وحركة المستخدمين تخضع لتراتبية وتصنيف في القدرة على النفاذ (نفاذ تفضيلي، ونفاذ مُقَيَّد/مُتَحَكَّم فيه) إلى الخطاب العام والأحداث التواصلية. وينتج عن هذا التفاوت في القدرة على النفاذ التفضيلي تحكُّم تلك المنصات في الخطاب العام، وتحديد الموضوعات والقضايا وأشكال تدفقها، وإنتاج الهيمنة الخطابية (استمرار الأيديولوجيات المهيمنة في الخطابات الشائعة كمنظور أحادي شمولي). وبذلك ترسخ "السيطرة" على مؤشرات السياق وإنتاج الخطاب المهيمن؛ إذ يُحدِّد النفاذ التفضيلي مَنْ يستخدم المنصة؟ ومَنْ يشارك في الحدث التواصلية والخطاب العام؟ وما الذي ينبغي أن يقال؟ وكيف يمكن صوغ بنية الخطاب وتوزيعه؟ ولمن يُوجَّه الخطاب؟ وفي أي سياق؟

وكما قلَّ أو كان النفاذ محدودًا (النفاذ المُقَيَّد) إلى الخطاب والأفعال التواصلية وسياقاتهما انحسرت مشاركة المستخدمين في إنتاج الخطاب العام، بل قد يُسَلَب بعضهم حرية التدوين والكتابة فيمنع من التعبير عن الرأي، ولا يُفسح له في المجال للتعليق أو حتى نشر صورة أو كاريكاتير أو إعادة التغريد. ويعني تقييد المشاركة، ومن ثم المنع، انتهاك حق المستخدمين في تلبية احتياجاتهم التواصلية والمعرفية والثقافية والسياسية، وهو ما يؤثر في مواقفهم ومعاييرهم وقيمهم وأيديولوجياتهم ويؤدي إلى التمييز ضدهم وعدم المساواة في الحقوق. وهنا، يصبح النفاذ إلى الأحداث التواصلية والخطاب العام أحد العناصر الرئيسية في استمرار الهيمنة، لأن الخطاب -كما لاحظ توين فان دايك (Teun V. Dijk)- مثل الموارد الاجتماعية القيمة الأخرى التي تمثل قاعدة السلطة؛ إذ لا يمكن أن يكون المدخل إليها متكافئًا (1).

وتبرز بعض الأحداث التواصلية خلال السنوات الماضية طبيعة العلاقة الارتباطية

بين متغيرات الفرضية التي تنطلق منها هذه الدراسة؛ إذ يسمح النفاذ التفضيلي في شبكات التواصل الاجتماعي بتحكم الذات المتكلمة/المُخاطب في مؤشرات السياق وإنتاج الخطاب المهيمن. أما النفاذ المُقَيّد لنشاط وحركة المستخدمين فيحرم الذوات الأخرى/المُهيمن عليها من حرية التعبير والمنع من الكتابة والتعليق. ففي سياق الحرب الروسية-الأوكرانية، أفسحت شبكة فيسبوك في المجال لخطاب مناهض للجيش الروسي في أوكرانيا، واستثنته من ضوابطها وقواعدها التي تمنع أي محتوى يدعو إلى العنف والكراهية. بينما فرضت إدارة فيسبوك نفسها ومنصات أخرى قيوداً على الحسابات الرسمية لبعض وسائل الإعلام الروسية (قناة زفيزدا المرتبطة بوزارة الدفاع، ووكالة الأنباء نوفوستي...)، ولم تستثن هذه القيود أيضاً بعض الأفراد في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. وفي انتخابات الرئاسة الأميركية، أوائل 2021، قرّر بعض هذه المنصات (فيسبوك، إنستغرام، تويتر، يوتيوب) إغلاق حسابات الرئيس دونالد ترامب، الذي وجد نفسه ممنوعاً من النفاذ لتلك الشبكات واستخدامها في التواصل مع أنصاره وقاعدته الانتخابية. وقبل ذلك، وفي ذروة الاحتجاجات التي شهدتها إيران فيما سُمّي بـ"الحركة الخضراء"، عام 2009، طلبت إدارة الرئيس أوباما -عبر مستشار وزير الخارجية، هيلاري كلينتون- من شبكة تويتر تأجيل الصيانة من أجل عدم المساس بوسيلة مهمة يستخدمها المحتجون (أنصار زعيم الحركة، مير حسين موسوي) في تغطية الأحداث ونقل صورة الوضع الداخلي إلى العالم الخارجي.

وتبدو الأحداث التواصلية المرتبطة بالقضية الفلسطينية أكثر الأفعال الدالة على العلاقة الارتباطية بين متغيرات الفرضية التي تُؤسّس لمنطلقات الدراسة؛ حيث تبرز بوضوح القيود التي تفرضها شبكات التواصل الاجتماعي (النفاذ المقيد) في حصار الرواية الفلسطينية بشأن الانتهاكات والخروقات التي يتعرض لها الفلسطينيون من قبل جيش الاحتلال الإسرائيلي وسياساته. فتمارس أشكالاً مختلفة من السلطة والسيطرة على الخطاب الفلسطيني، سواء الذي ينتجه المستخدمون أو وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، والتحكم في سياقات إنتاجه عبر الحذف والحجب والمنع وإلغاء الحسابات الشخصية (من يُدوّن أو يكتب؟ وماذا يكتب؟ وكيف يكتب؟ ومتى يكتب؟ وأين يكتب؟ ولمن يكتب؟). في المقابل، تسمح هذه الشبكات للمستخدمين الإسرائيليين بالنفاذ التفضيلي الذي وظفه عدد من الصحفيين وكتّاب الرأي، فضلاً عن مؤسسة

الجيش الإسرائيلي، في تحويل المنصات الاجتماعية إلى مجال رقمي عسكري لنشر صور الجنود وقصصهم في ساحة الحرب، ولإنتاج خطاب يتجاوز القواعد والضوابط التي تمنع أي محتوى يُشيد بالعنف والكراهية، بل يحرض هذا الخطاب على قتل الفلسطينيين عبر حملات منظمة و"سحقهم سحقاً"، وهو ما أسماه الأكاديميان المتخصصان في السياسات الرقمية، عدي كونتسمان (Adi Kuntsman) وريكا ستين (Rebecca Stein)، بـ"العسكرة الرقمية" للمنصات، والتي تُبَيِّن إستراتيجيات تلك المنصات في دعم الرواية الإسرائيلية والترويج لها والمساهمة في إنتاج خطاب أيديولوجي عبر شبكات التواصل الاجتماعي(2).

وفي سياق تحليل الخطاب الإسرائيلي وتحديد إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الهيمنة الخطابية، ستركز الدراسة على عينة قصدية لعدد من الحسابات على منصتي تويتر وفيسبوك باللغة العربية لصحفيين وباحثين إسرائيليين، إضافة إلى حسابات لجهات رسمية، يبلغ مجموعها 8 حسابات، وهو ما سيتيح إمكانية المقارنة بينهما(3). ومن خلال الملاحظة وتتبع الباحث لآثار السلوك الاتصالي لهذه الحسابات، يبدو النشاط الرقمي لأفرادها مُنظَّمًا كما لو أن هناك "هيئة تحرير" تشرف على عملها، مثلما سنرى لاحقاً، ويكاد المحتوى (المنشورات والتعليقات والصور والكاريكاتير) يكون هو نفسه، حيث يجري تدويره في المنصتين. لذلك ستركز الدراسة على النماذج المنشورة في تويتر خلال الفترة الممتدة من يناير/ كانون الثاني 2022 إلى ديسمبر/ كانون الأول 2022.

وتعتمد الدراسة إستراتيجية بحثية مُركَّبة تركز على منظورين تحليليين متكاملين يُوجَّهان مسارها البحثي في تحليل إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية من خلال دراسة بنية الخطاب الإسرائيلي المنشور على فيسبوك وتويتر: أولهما: الإطار النظري والمنهجي للتحليل النقدي للخطاب- كما أسَّسته أعمال نورمان فاركلوف (Norman Fairclough) وروث ووداك (Ruth Wodak)، ولاحقاً دراسات توين فان دايك (Teun Van Dijk). وثانيهما: الإثنوغرافيا الرقمية. ويبرز هذا التكامل في رؤيتهما للخطاب باعتباره جزءاً من الأحداث الاجتماعية التي تُبلورها وتُنتجها قدرات البنى الاجتماعية، وهو (الخطاب) يُحدد رؤية الفاعلين للعلاقات الاجتماعية والهوية للعالم. وهنا، يهتم

التحليل النقدي للخطاب بدراسة ضروب الخطاب وطرقه المختلفة في تمثيل العالم والسيرورات والعلاقات الاجتماعية والبنى في العالم المحسوس، و"العالم العقلي"، الذي يحوي الأفكار والمشاعر والمعتقدات، والعالم الاجتماعي. وتُشكل ضروب الخطاب منظورات مختلفة موضوعها العالم ومرتبطة بالعلاقات المختلفة بين الناس والعالم، علماً بأن هذه العلاقات تستند إلى مواقع الناس في العالم وهوياتهم الاجتماعية والشخصية والعلاقات الاجتماعية التي تربطهم بالآخرين(4). لذلك يُمثل الخطاب المجتمع والثقافة؛ إذ يُعد نمطاً من أنماط الفعل الاجتماعي وينتج في إطار التفاعل مع البيئة الاجتماعية، وتكون العلاقة بين النص والمجتمع علاقة توطئة، بل يُجسد الخطاب عملاً أيديولوجياً(5).

ويظهر الخطاب بثلاثة أشكال في الممارسة الاجتماعية، كأصناف (طرق الفعل) وهي طرق مختلفة في الفعل والتفاعل الخطابي، وكضروب (طرق تمثيل) وتعكس العالم المحسوس والممارسات الاجتماعية الأخرى، وكأساليب (طرق كينونة). ولذلك عندما يقوم التحليل النقدي للخطاب بتحليل نصوص معينة كجزء من أحداث معينة يقوم بشيئين مترابطين: أولاً: يعالجها من منطلق جوانب المعنى الثلاثة (الفعل، والتمثيل، وتحديد الهوية) وكيفية تحققها في سمات النص المختلفة. وثانياً: يقيم التحليل رابطاً بين الحدث الاجتماعي المحسوس والممارسات الاجتماعية الأكثر تجريدًا بالتساؤل حول كيفية استناد النصوص المدروسة إلى الأصناف وضروب الخطاب والأساليب، وكيفية تمفصل هذه العناصر الثلاثة مع بعضها بعضاً في النص(6).

ويتعزّز هذا المنظور التحليلي للخطاب باعتماد الدراسة أيضاً المنهج الإثنوغرافي الرقمي في تحليل إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية عبر تتبّع الآثار الرقمية للمستخدمين وجمع المشاركات التي يُنتجها أفراد العينة والحسابات المختلفة، وتحديد الآليات والقواعد التي تحكم سياسة شبكات التواصل الاجتماعي في هذه المشاركات، والتعرف على أهدافها وخصائصها. لذلك تبرز أهمية الإثنوغرافيا الرقمية باعتبارها إستراتيجية بحثية لدراسة استخدامات الإنترنت، والممارسات الاجتماعية عبر الخط، والكيفية التي يشترك بها الناس في علاقات شبكية، وتفسير النظام الأخلاقي لأنشطتهم. كما تركز هذه الإستراتيجية البحثية على تحليل ظروف إنتاج المحتوى واستقباله واستهلاكه، وتطوير

فهم للجمهور النشط من خلال استكشاف قراءات النوع، وقضايا العرق والجنس، والحياة العائلية والهوية من أجل فهم الإعلام باعتباره شكلاً ثقافياً (7). وفي سياق هذا المنظور الثقافي، تهتم الإثنوغرافيا الرقمية بأقوال الناس وأفعالهم، بما في ذلك الشروط المادية لوجودهم، ورؤيتهم للعالم، أي كيف يُشيد الناس المعنى فيما يتعلق بتجاربههم وأفعالهم (8). ويستعين الباحث في النفاذ إلى رؤية العالم التي يُكوّنونها أفراد العينة (الذات الإسرائيلية) عن القضايا والموضوعات وضرورة الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي بأداة الملاحظة عبر الخط التي تسمح له بتتبع مشاركاتهم ومراقبة آثار سلوكهم الاتصالي في المنصات الاجتماعية. وإجمالاً، تتقاطع مجالات اهتمام الإثنوغرافيا الرقمية وتتكامل مع مرتكزات التحليل النقدي للخطاب في النظر إلى الفعل الاجتماعي باعتباره خطاباً ينتج في إطار التفاعل الاجتماعي يمكن دراسته عبر ثلاثة مستويات: طرق (الفعل) و(التمثيل) و(الكيونة).

1. شبكة مفاهيمية (مدخل نظري)

أولاً: السلطة الاجتماعية للخوارزميات

تستعين الدراسة في فهم وتحليل إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية بما بات يُعرف في دراسات وتحليل الشبكات الاجتماعية بـ"السلطة الاجتماعية للخوارزميات"، وهو المفهوم الذي أصله عدد من البحوث والأعمال الفكرية التي اهتمت بآليات اشتغاله وعمليات ترميزه وأهدافه وعلاقته بالأيديولوجيا والهيمنة، خاصة العمل البحثي الذي أشرف عليه وأعدّه الأكاديمي والمتخصص في علم الاجتماع ودراسة التقاطعات بين التكنولوجيا والإعلام والثقافة والمجتمع، ديفيد بير (David Beer)، بمشاركة مجموعة من الباحثين الآخرين وحمل نفس العنوان: "السلطة الاجتماعية للخوارزميات" (9). وظهر أيضاً عمل بحثي آخر في الفترة ذاتها للأكاديمية المتخصصة في دراسات المعلومات، صفية نوبل، بعنوان "خوارزميات القمع"، التي تعتبرها معطى أساسياً في تشغيل نظام الإنترنت وليست خللاً في بنية أو نسق شبكة الإنترنت؛ إذ إن لها تأثيراً مباشراً على المستخدمين وحياتهم وقيمهم المجتمعية؛ إذ يخضع الوصول إلى المعلومات لآلة الخوارزميات المعقدة التي تقوم باختيار وتحديد أولويات المستخدمين (10). وقبل ذلك بيّنت عالمة البيانات، كاتي أونيل، في كتاب بعنوان "أسلحة الدمار الحسابي"، أن

شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وعلماء الاجتماع الذين يعملون في هذه المنصات، يتلاعبون بالنظام السياسي من خلال السلطة التي تملكها الشبكات للتأثير فيما يمكن أن يعرفه المستخدمون، وفي مشاعرهم، وفيما إذا كانوا سيصوتون(11). والسؤال هنا: ما الذي تقوم به الأنظمة الخوارزمية لتصبح سلطة اجتماعية؟ أو كيف تشكل السلطة الاجتماعية للخوارزميات؟ سيكون المدخل لذلك التعريف أولاً بمفهوم الخوارزميات.

تُعرّف الأكاديمية وعالمة الرياضيات، هانا فراي (Hannah Fry)، الخوارزم بسلسلة من التعليمات المنطقية والمكتفية ذاتياً التي توضح كيفية تنفيذ مهمة أو تحقيق هدف معين من البداية إلى النهاية. وتكون الخوارزميات في الغالب أدوات رياضية؛ إذ تستخدم مجموعة من العمليات الرياضية -مثل المعادلات والحسابات والجبر والتفاضل والتكامل والمنطق والاحتمالات- وترجمها إلى كود كمبيوتر. وتُغذى بيانات من العالم الحقيقي ويُعطى لها هدف، ثم تمضي مجرية حساباتها لتحقيق غاياتها(12). ويمثل هذا الهدف الوظيفة التي من أجلها تم تصميم الخوارزمية/ البرنامج، وتشمل تنفيذ كافة المهام الحسابية والمنطقية البسيطة والمعقدة التي يمكن للحاسب القيام بها عبر توفير آلية الجمع والطرح وفلتر الكلمات التي يدخلها المستخدمون في محركات البحث وربطها بنوعيات محددة من المحتوى. وكأي برنامج يقوم بوظيفة محددة، تخضع الخوارزميات لعمليات تحديث مستمرة من جانب المُطوِّرين لتحسين آلية عملها في تحقيق الأهداف المطلوبة(13). ويربط الأكاديمي ديفيد بير دور الخوارزميات بـ"صنع القرار" عبر سلسلة من التعليمات البرمجية التي تخضع للتحليل وتتميز بالفعالية، وهو ما يعني أن دراسة الخوارزميات باعتبارها أداة تقنية وكائناً قائماً بذاته مفصلاً عن النظام الاجتماعي ليست صائبة، لأن تصميمها يتم بشكل حتمي على أساس رؤى للعالم الاجتماعي تأخذ بعين الاعتبار النتائج التي تتأثر بالمصالح التجارية وغيرها من المصالح والأجندة. وانطلاقاً من هذا المنظور، يجري بناء نظام الخوارزميات في الهياكل والبنى التنظيمية، والتفكير في كيفية تشكيل القرارات، أو دمجها في الخيارات التي يتم اتخاذها، وكيف تصبح هذه الخيارات جزءاً من حياة الناس(14).

تقود هذه التعريفات لدور الخوارزميات ووظيفتها -باعتبارها أنظمة برمجية مرتبطة برؤى للعالم الاجتماعي وبالمصالح التجارية وغيرها من الأجندة لتشكيل وصناعة

اتخاذ القرارات- إلى البحث في ميكانيزمات وآليات عملها واشتغالها، ومن ثم
الكيفية التي تتجسد عبرها السلطة الاجتماعية للخوارزميات.

تستعين الدراسة في تحديد السلطة الاجتماعية التي تحكم أنظمة الخوارزميات
بأطروحة الباحثة فلورا فانسان (Flora Vincent) التي ترى أن "تشفير الخوارزمية هو
أشبه ما يكون بكتابة نص؛ إذ يحتوي على نصيب من الذاتية التي تتجلى في اختيار
الكلمات، وصياغة الجمل، حتى وإن كان لدينا انطباع بأننا نكتب نصًا لا يتجاوز سرد
الوقائع...". وتعتبر الخوارزمية ثمرة سلسلة من الأسباب التي تتداخل في المراحل
المختلفة من بنائها... "وغالبًا ما نقوم بإعادة إنتاج الأنماط اللاواعية التي
نستبطنها طيلة حياتنا وبحكم تربيتنا" (15). يحيل هذا الربط بين تشفير (الخوارزمية)
(النص) إلى الجانب الخطابي، أو "الممارسة الخطابية"، في الأنظمة والأنساق
الخوارزمية، وهو الأمر الذي انتبه إليه أيضًا ديفيد بير عندما اعتبر الخوارزميات
جزءًا من النسق المعرفي الذي يتم من خلاله تفعيل السلطة؛ إذ إن هناك رابطًا بين
الخطاب والمفاهيم والمؤسسات، لأن الخوارزميات لا توجد من خلال الترميز فقط،
وإنما أيضًا عبر الوعي الاجتماعي كمفهوم أو مصطلح يستخدم بشكل متكرر للدلالة
على شيء معين. لذلك أصبحت تمثل اليوم حضورًا ثقافيًا أيقونيًا ليس بسبب ما
يمكن أن تقوم به، ولكن كذلك بسبب إسقاطات استخدام مقولة الخوارزميات (16).

إذن، ندرك من خلال هذا الحضور المعرفي/الثقافي للخوارزميات -باعتبارها
"ممارسة خطابية" و"تأطيرًا" للمفاهيم والقضايا- قَدَارَةَ (قوة تنبع من توظيف
واستخدام) أنظمتها البرمجية على إنتاج ما تراه مُمَثَّلًا لـ"الحقيقة" أو "الحقائق"
حول الأحداث والموضوعات والأشياء (الأخطار، المذاق، الصحة، وغير ذلك)، وهو
ما يجعل "الخوارزميات جزءًا من ديناميات السلطة، ويمكن التفكير في ذلك عبر
طريقتين؛ إذ تعمل على إنتاج الحقائق عبر أنساق المدخلات أو المخرجات، وتعمل
أيضًا كجزء خطابي لتعزيز معايير خاصة، ومقاربات وأنماط الاستدلال" (17). كما
تعكس الخوارزميات مقولات معينة حول النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي
والثقافي، أو تستخدم للتأثير والإقناع بشأن قضايا معينة.

وقد دَرَسَ الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو (Michel Foucault) هذه العلاقة
الارتباطية بين الحقيقة والخطاب في سياق اهتمامه بنظام الخطاب وتعبيراته عن

أنساق السلطة، فهو يرى أن الحقيقة متمركزة على شكل الخطاب، وتعد موضوع نشر واستهلاك ويتم إنتاجها ونقلها تحت المراقبة المهيمنة لبعض الأجهزة السياسية أو الاقتصادية الكبرى. كما تمثل مدار النقاش السياسي وكل صراع اجتماعي... ويعتقد فوكو أن هناك صراعاً من أجل الحقيقة أو على الأقل حول الحقيقة ومكانتها وقيمتها والدور السياسي والاقتصادي الذي تلعبه. ولذلك ترتبط دائرياً بأنساق السلطة التي تنتجها وبالأثار التي تولدها وتسوسها، وهو ما يدعى نظام الحقيقة (18). ومن الطبيعي هنا أن يكون الخطاب الذي يحمل حقيقة أو حقائق معينة هو جوهر الصراع (الرمزي والمادي) والسلطة معاً، وهو ما يفسر أشكال المنع أو الحذف أو التضييق... إلخ التي يمكن أن يتعرض لها الخطاب أو حتى منع "الذات المتكلمة" -بتعبير فوكو- من الكلام وإنتاج الخطاب.

ومن هذا المنطلق، تبرز سلطة الخوارزميات باعتبارها ممارسة خطابية وتأطيراً للمفاهيم والقضايا والأشياء؛ إذ يصبح الخطاب موضوعاً للربحية، كما أشار فوكو، بل "ما نصارع من أجله، وما نصارع به، وهو السلطة التي نحاول الاستيلاء عليها"؛ إذ يملك القدرة على الإثبات وتشكيل مجالات من الموضوعات (الوضعيات) يمكن أن تثبت أو تنفي قضايا صحيحة أو خاطئة. كما أن مناطق الخطاب ليست مفتوحة كلها بنفس الدرجة وقابلة للاختراق بنفس الدرجة. فبعضها محروس وممنوع علانية (مناطق مميزة ومميّزة)، في حين أن البعض الآخر يبدو مفتوحاً تقريباً أمام كل الرياح وموضوعاً رهن إشارة كل ذات متكلمة بدون حصر مسبق (19).

وقد أجمل ديفيد بير سلطة الخوارزميات في قدرتها على وضع الاختيارات، والتصنيف، والفرز، والترتيب، وتحديد القضايا، وما الذي يمكن أن يكون أكثر مشاهدة، وتعد نتيجة البحث مثلاً واحداً عن ذلك، وكذلك موجز أخبار شبكات التواصل الاجتماعي، أو قائمة التغريدات التي تظهر ضمن تبويب "بينما كنت بعيداً" (While you were away) (20)، وهو ما يمكن المستخدم من متابعة أهم التغريدات التي قد يفوته الاطلاع عليها خلال فترة ابتعاده عن منصة تويتر استناداً إلى خوارزمية مبنية على آثار سلوكه الاتصالي. ويشير ذلك مرة أخرى إلى أن الأنظمة الخوارزمية لا تنشأ من الفراغ، وإنما تمثل قيماً وأفكاراً ومقولات معينة لها أبعاد اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية منتظمة في بنية الخطاب/الخوارزميات.

وتحدد الباحثة، هانا فراي، بصفة عامة أربع وظائف أو مهام رئيسية تقوم بها الخوارزميات في العالم الواقعي لكل واحد منهما هدفه المختلف وخواصه المتفردة(21):

- تحديد الأولويات: تستخدم هذه التقنيات معالجات حسابية من أجل ترتيب كل الخيارات الممكنة من حيث الأولوية، وعمل قوائم مرتبة؛ إذ يتنبأ مثلاً محرك البحث "غوغل" بالصفحات التي يبحث عنها المستخدم من خلال ترتيب نتائج البحث بعضها فوق بعض. وتقترح منصة "نتفليكس" أيضاً أي فيلم يشاهده المتلقي بعد الفيلم الأول.

- التصنيف: تُصنف هذه الخوارزمية المستخدمين وفقاً لاهتماماتهم وخصائصهم وآثار سلوكهم الاتصالي، ويفضلها المُعلنون، لأنها تعمل على تصنيف الإعلانات بحسب تفضيلات الفئات العمرية لاختيار أحد الأنواع. وثمة خوارزميات بوسعها مثلاً تصنيف المحتويات غير اللائقة وإزالتها تلقائياً من على منصة يوتيوب.

وتعرف هذه الخوارزمية أيضاً بـ"نمذجة شخصيات المستخدمين" التي تُصنّف المستخدمين وفقاً لنماذج نفسية معينة، وتسترشد بسلوكهم التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي للقيام بعمليات التصنيف. ويشمل هذا السلوك النقر والإعجاب والمشاركة والتعليق والتدوين الإلكتروني والمدة الزمنية التي تُستغرق يومياً في عمليات التصفح والتفاعل الشبكي. وتستخدم الخوارزميات هذه المعلومات لبناء نموذج شخصي مفهوم الاهتمامات وواضح المعالم لكل مستخدم يمكن الوصول إليه بدقة من قبل المعلنين والمسوقين(22).

- الربط: تُعنى هذه الخوارزمية بإيجاد وتحديد العلاقات بين الأشياء، مثل محركات الاقتراحات في أمازون التي تربط بين ما يهتم به المستخدم مع اهتمامات زبائن سابقين.

- الفرز: تحتاج الخوارزميات لحذف بعض المعلومات للتركيز على ما هو مهم، مثلما يفعل فيسبوك وتويتر اللذان يفرزان القصص المتعلقة بالاهتمامات المعروفة للمستخدم وتصميم حائط منشورات خاص به.

وتشير دراسات مختلفة إلى وظائف أخرى للخوارزميات، منها وظيفة التوجيه؛ إذ تواجه مواقع التواصل الاجتماعي اتهامات قوية باستخدام خوارزميات تؤدي إلى

فرض وصاية توجيهية على المستخدمين بغرض التأثير على قراراتهم، وبخاصة تلك المتعلقة بالشأن السياسي. ثم هناك وظيفة المراقبة، والتي تعني أن خوارزميات الإنترنت المنتشرة في منصات التواصل الاجتماعي، وعدداً كبيراً من محركات البحث، تراقب سلوك المستخدمين وتعرف عنهم أكثر مما يعرفون عن أنفسهم. وثمة أيضاً وظيفة التنبؤ والتوقع التي تعني أن الخوارزميات تستهدف تكوين إستراتيجية سلوكية لكل مستخدم يمكن من خلالها التنبؤ بالمحتوى الذي له قدرة على جذب الانتباه إلى الدرجة التي أدت لظهور علم جديد يسمى "اقتصاد الانتباه" (23).

إذن، يبدو واضحاً من خلال مصفوفة الأهداف السابقة أن السلطة الاجتماعية للخوارزميات وممارسة هذه السلطة تتم عن طريق السيطرة على الخطاب وإنتاج الخطاب نفسه، كما لاحظ توين فان دايك، أي عبر التحكم في سياقاته، من الذي يستطيع أن يقول أو يكتب عن شيء ما في موقف ما؟ ومن الذي لديه منفذ إلى أنواع الخطاب وأنماطه المختلفة أو إلى وسائل إنتاجه؟ (24). من هذا المنطلق، فإن مسألة تصميم أنظمة الخوارزميات - باعتبارها ممارسة خطابية وتأطيراً - ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمسألة السلطة والتحكم، خاصة في حالة المؤسسات والشركات الكبرى عبر الإنترنت، مثلما يرى الأكاديمي وأستاذ دراسات الإنترنت في جامعة كيرتن الأسترالية، ميشيل ويلسون (Michele Willson)؛ إذ تشكل مخرجات الخوارزميات مصدراً موجَّهاً لسلوك المستهلك، وتدعم اختيارات معينة، وتُغيّر أسلوب حياتنا والنظر إليها، فهي تحمل أفعالاً في بيئات مختلفة وتؤطرها، وتقول لنا ما الذي يمكن مشاهدته، وتُفلتر وتعالج ما نشاهده عبر الإنترنت، لأنها مندمجة في مجموعة معقدة من التفاعلات السياسية والتقنية والثقافية والاجتماعية (25). وهو ما جعل ويلسون يعتبر الخوارزميات و"كالة" وسلطة تقوم بمهمّة (من المفهوم) القضايا (26) عبر إنتاج الحقائق والأفكار والمقولات كما لها الإمكانيات والقدارة على تغيير البنيات الثقافية والاجتماعية والتأثير المباشر في حياة الأفراد.

ثانياً: الأيديولوجيا والهيمنة الخطابية

شكّل موضوع الأيديولوجيا، والخطاب الأيديولوجي وأنماطه وإستراتيجيات هيمنته، مجالاً لاهتمام حقول معرفية مختلفة، لاسيما السياسية والفلسفية والاجتماعية والإثنوغرافية والدراسات السيميائية والثقافية والنقدية (كالتحليل النقدي للخطاب).

وهو ما يفسر التنوع والتعدد في مقارنة مفهوم الأيديولوجيا والدلالات التي يشير إليها، وعلاقته بمفهوم الهيمنة، في معظم البحوث التي تناولت الفكر الأيديولوجي وأطروحاته وممارساته الخطائية كما هي الحال في دراسات هربرت شيلر (Herbert Schiller)(27)، وجون تومبسون (John Thompson)(28)، ونورمان فاركلوف(29)، وتوين فان دايك(30)...وباحثين آخرين.

في سياق هذا التنوع والتعدد المفاهيمي للأيديولوجيا، يميز بعض الباحثين بين فئتين أساسيتين أو "نمطين عامين لمفهوم الأيديولوجيا"، هما: المفاهيم المحايدة للأيديولوجيا، والمفاهيم النقدية للأيديولوجيا(31)، ويشترك كل نمط منهما في صفات أو أبعاد معينة رغم اختلاف منطلقات تلك المفاهيم ومركزاتها. فالمفاهيم المحايدة تصف الظاهرة بالأيديولوجيا دون الإيحاء بالضرورة بأنها مُصَلِّلة أو خادعة أو تتوافق مع مصالح مجموعة محددة. وهي تمثل أحد مظاهر الحياة الاجتماعية، أو شكل من أشكال الاستقصاء الاجتماعي، ضمن جوانب أخرى، وليست أيضاً أكثر ولا أقل جاذبية أو إشكالية من أي أمر آخر. وقد تكون الأيديولوجيا حاضرة على سبيل المثال في أي برنامج سياسي، بغض النظر عما إذا كانت مُوجَّهة نحو الثورة أو التجديد أو الإصلاح أو تطمح إلى التغيير أو الحفاظ على النظام الاجتماعي. وقد تكون الأيديولوجيا ضرورية لإخضاع الجماعات في كفاحها ضد النظام الاجتماعي كما هي ضرورية للجماعات المهيمنة في دفاعها عن الوضع الراهن(32). ومن النماذج البارزة التي قدمت منظوراً مجرداً من القدر والرؤية السلبية للأيديولوجيا وازدراء أفكارها وأطروحاتها أو الدعوة إلى مكافحتها أو التخلص منها، نجد المفكر الفرنسي ديستوت دو تراسي (Destut de Tracy)، وفلاديمير لينين (Vladimir Lenin)، وجورج لوكاش (György Lukács)؛ إذ انتقلت الأيديولوجيا من "فكر الآخر، فكر الخصم، وأصبحت فكرنا نحن أيضاً، وهذا ما سيخرج بها من إطار الصراع السياسي إلى مستوى التحليل السوسيولوجي"(33). كما اعتمد مفكرون آخرون، مثل مارتن سليغر (Martin Seliger)، وكليفورد غيرتز (Clifford Geertz)، وألفن جولدنر (Alvin Gouldner)، ولويس ألتوسير (Louis Althusser)، مفهوماً للأيديولوجيا قريباً مما سماه تومبسون المفاهيم المحايدة، أي نسقاً من المعتقدات أو أشكالاً وممارسات رمزية.

أما المفاهيم النقدية للأيديولوجيا فتحمل معنى سلبياً أو نقدياً أو ازدرائياً لأطروحات الفكر الأيديولوجي، وتعتبر الظواهر الأيديولوجية مُضَلَّلة أو خادعة أو أحادية الجانب، كما تحمل هذه المفاهيم في طياتها إدانة للأيديولوجيا. وهنا يبرز نموذج نابليون بونابرت (Napoléon Bonaparte)، وكارل ماركس (Karl Marx)، وكارل مانهايم (Karl Mannheim)، الذين قدّموا معنى سلبياً ونقدياً للأيديولوجيا باعتبارها أفكاراً خاطئة وغير عملية ومُضَلَّلة ومنفصلة عن الحقائق والممارسات الواقعية (بونابرت). وظلت هذه الرؤية السلبية موجودة حتى في الأعمال الفكرية لماركس وإن كان يرى في الأيديولوجيا أفكاراً تُعبّر عن مصالح الطبقة المهيمنة (34).

وخلافاً لهذين المنظورين، اهتمت دراسات أخرى بالأيديولوجيا كظاهرة رمزية/خطابية تمثّل إطاراً إدراكياً يتجاوز المعتقدات والاتجاهات، وتشكّل في سياقات اجتماعية وسياسية وثقافية معينة، وهو الطرح الذي نجده في أعمال نورمان فاركلاف، وتوين فان دايك، وجون تومبسون وغيرهم. فالخطاب الذي يتضمن مسلمات موضوعها الموجود وحالته، والممكن والضروري، وما سيكون، وضرور الخطاب التي ترتبط بها، والمعاني المسلّم بها، يمكن اعتباره خطاباً أيديولوجياً. كما أن النصوص تقوم بعمل أيديولوجي عندما تسلم بوجود شيء معين وتعتبره واقعاً لا شك فيه ولا يمكن تحاشيه (كالتسليم بوجود سوق عالمية) (35). لذلك فإن النتائج الأيديولوجية هي أحد أنواع النتائج التي تُسببها النصوص، وتُعد الأيديولوجيات ممثلات (تمثيلات) لجوانب من العالم تتحقق في طرق الممارسة الاجتماعية، وترسخ في هويات الفاعلين الاجتماعيين. ويمكن أن تمتلك الأيديولوجيات استمرارية وثباتاً يتخطيان النصوص الفردية أو مجموعات النصوص؛ إذ إن لها علاقة بضرور الخطاب وأصنافه وأساليبه (36).

وفي هذا السياق يُبيّن تومبسون أن دراسة الأيديولوجيا لا تهتم بالمقولات وتحليل نسق الأفكار أو المعتقدات فقط، كما لا تهتم بتحليل الشكل أو النسق الرمزي لذاته، بل تُعنى هذه الدراسة بما يُسمّى "الاستخدامات الاجتماعية للأشكال الرمزية" وذلك لتحديد إلى أي مدى وكيف تعمل هذه الأشكال على إقامة علاقات الهيمنة والحفاظ عليها في السياقات الاجتماعية التي تُنتج فيها ويتم نقلها وتلقيها (37). وهو ما يعني أن الظواهر الأيديولوجية تكون رمزية وذات مغزى بقدر ما تعمل،

في سياقات اجتماعية تاريخية معينة، على تأسيس علاقات الهيمنة والحفاظ عليها، ولن تكون كذلك إلا إذا توافر فيها هذا الشرط، وهو الحفاظ على علاقات الهيمنة. ويتضمن هذا التعريف ثلاثة أبعاد للأيديولوجيا، أولاً: مقولة المعاني (وهي معاني الأشكال الرمزية والمتضمنة في السياقات الاجتماعية وتروج في العالم الاجتماعي)، وثانياً: مفهوم الهيمنة، وثالثاً: الطرق التي تعمل بها المعاني لتأسيس علاقات الهيمنة والحفاظ عليها(38).

ونجد هذا الربط بين الأيديولوجيا والهيمنة لدى فاركلوف أيضاً، وذلك عندما يقوم الخطاب بتحويل منظور واحد من مجمل المنظورات إلى مزاعم أو منزلة عالمية، كما أن "السعي وراء الهيمنة يهدف إلى جعل معان خاصة عالمية في سبيل تحقيق السيطرة وصيانتها (حمايتها)، وما هذا سوى عمل أيديولوجي"(39). ومن هذا المنظور، تكون الهيمنة والسيطرة كذلك خطابية (الهيمنة الخطابية) عبر التحكم في سياقات إنتاج الخطاب وتوزيعه والنفوذ إليه، والسيطرة على نمط التواصل وأسلوبه. وهو ما أشار إليه توين فان دايك أيضاً؛ إذ تؤثر المؤسسات المهيمنة - عن طريق النفاذ إلى الخطاب أو السيطرة على وسائل التواصل العام- في بنية النص والحديث بأسلوب يؤثر في معرفة المتلقين ومواقفهم ومعاييرهم وقيمهم وأيديولوجياتهم بحيث تصب في مصلحة المجموعة المهيمنة. لذلك فإن النفاذ إلى الخطاب والأحداث التواصلية عنصر أساسي في استمرار خطاب السلطة والهيمنة(40). ويتحقق ذلك أيضاً عبر السيطرة على اللغة المستعملة (اللغة السائدة، أو الفصحى أو العامية)، والسيطرة على أنواع الخطاب المسموح بها، والسيطرة على أنواع أفعال الكلام المسموح بها، أو السيطرة على تنظيم مجرى الحديث(41).

يساعدنا هذا المفهوم (الهيمنة الخطابية) في دراسة أشكال التحكم والسيطرة التي تمارسها شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج لأحداث تواصلية معينة، ودعم بعض الخطابات وتعزيز حضورها وتدفعها عبر المنصات الرقمية ومن خلال النفاذ التفضيلي، وتقييد حركة أو نشاط إنتاج خطابات أخرى والنفاذ إليها (النفاذ المُقيّد).

وتستعين الدراسة أيضاً بالنموذج المعرفي لعالم الاجتماع جون تومبسون، كما ورد في دراسته للأيديولوجيا والثقافة المعاصرة، في إبراز الأنماط العامة لاشتغال الأيديولوجيا في شبكات التواصل الاجتماعي، والبحث في الطرق التي تعمل بها

المعاني لتأسيس علاقات الهيمنة والحفاظ عليها. فقد حدد خمسة أنماط رئيسية للأيديولوجيا تتمثل في: أيديولوجيا الشرعنة، وأيديولوجيا الحجب، وأيديولوجيا التوحيد، وأيديولوجيا التفتيت، وأيديولوجيا التشيؤ (42). وهي أنماط يمكن الإضافة إليها بحسب سياقات الخطاب وهوية المنتجين له، وهو ما ستفصله الدراسة أثناء تحليلها لأنماط الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي.

2. تمثلات الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي وأنماطه

تركز الدراسة في هذا القسم التطبيقي على تحليل الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي الذي تُنتجه بعض الصفحات الرسمية وحسابات بعض الصحفيين والباحثين الإسرائيليين على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا تويتر وفيسبوك، كما ورد في وحدات العينة بالمقدمة، وتُبرز أيضًا الممارسات الخطابية أو إستراتيجيات هذا الخطاب في إنتاج الأيديولوجيا. وستنطلق الدراسة في ذلك من المستويات الثلاثة للخطاب، أولاً كأصناف (طرق الفعل) وهي طرق مختلفة في الفعل والتفاعل الخطابي، وثانيًا كضروب (طرق تمثيل) وتعكس العالم المحسوس والممارسات الاجتماعية الأخرى، وثالثًا كأساليب (طرق كينونة).

أولاً: طرق الفعل في بنية الخطاب

يهتم هذا المحور بتحليل بنية الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي ومحدداته وآليات صوغه، باعتباره خطاباً رمزياً (نصوصاً وصوراً) حاملاً لمسلمات عن حالة الوضع الإسرائيلي والفلسطيني الراهن كما تراه الذات الإسرائيلية المنتجة للخطاب، ولما تعتبره ممكناً وضرورياً، والمعاني المسلم بها التي لا يمكن تجاوزها أو نقضها في إطار الصراع بين الطرفين، وأيضاً خطاباً حاملاً لرؤى وأطروحات بشأن جوهر القضية الفلسطينية وكيونة الدولة الإسرائيلية ومستقبل حل الدولتين. وهنا تبرز أهمية البحث في أشكال التلفظ وأساليبه، وخصوصية البناء الرمزي للخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، الذي لا يتحقق فقط من خلال هذا البعد (الرمزي) وإنما يسعى منتجوه هذا الخطاب أن تمثل مسلماته المنظور السائد والمهيمن في فهم الصراع، والحفاظ على علاقات الهيمنة في السياقات الاجتماعية والسياسية التي ينتج فيها الخطاب، أي الهيمنة الخطابية، كما سنبيّن لاحقاً.

ولذلك فإن أهم ما يُثير الاهتمام في عينة الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي على مستوى التلفظ والتركيب المعجمي هو إستراتيجية التسمية أو إستراتيجية العلامة التي يُوسَم بها الأشخاص وتُدْمَع بواسطتها التنظيميات والهيئات والمؤسسات الفلسطينية؛ إذ تصبح هذه العلامة -كما أوضح مؤسساً نظرية الاعتماد ملفين ديفلير (Melvin Defleur) وساندرا بول-روكيتش (Sandra Ball-Rokeach)- "صفة كبرى" أو "معنى عاماً" لمن يُوصف بها، وتُحدد كيف يتصرف الآخرون تجاهه. ويظل هذا المعنى أو التصنيف مرشداً لسلوكهم نحو الشخص الذي يحمل هذه الصفات أو العلامات (43). ومن أكثر التسميات أو العلامات التي وردت في هذا الخطاب تسمية "الإرهاب" التي تُطلق على الذات الفلسطينية/ الأخر، في أي موقع أو فئة اجتماعية، سواء كان مسلحاً أو مدنياً أو مسؤولاً سياسياً أو إعلامياً أو مؤسسة اجتماعية أو حركة سياسية. ولا يستثني هذا التصنيف (المعنى) أيضاً الأسرى الفلسطينيين داخل السجون الإسرائيلية، الذين يعتبرهم منتج الخطاب الإسرائيلي "إرهابيين". وقد يستخدم هذا الخطاب بديلاً عن علامة "الإرهاب" تسمية "المخربون، والتخريب الفلسطيني". ولذلك يستغرق هذا الوَسْم (العلامة) جميع مكونات المجتمع الفلسطيني في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، الذي يصفهم بـ"الإرهاب والإرهابيين"، ولذلك تكاد هذه التسمية تكون محمولاً أو حدّاً يضاف إلى الموضوع أو مسنداً إليه في أي خطاب يتناول الشأن الفلسطيني (انظر الجدول رقم 1).

ولا تخلو الصور والكاريكاتير أيضاً من هذا المحمول (المحكوم به) الذي يُظهر الفلسطيني "مخرباً ومجرماً وقاتلاً (إرهابياً)"، فينسب إليه منتج الخطاب كل هذه الصفات والنعوت التي تلازمه في جميع أنشطته العسكرية والمدنية/ الاجتماعية والسياسية والإعلامية. ولترسيخ هذا المحمول، وحتى يصبح حكماً ناجزاً (لا رجعة فيه)، يحاول الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي ربط نشاط الذات الفلسطينية بأعمال تنظيم "الدولة الإسلامية" لتكون نظيراً ومماثلاً له في الحكم والتصور، وأيضاً لإثارة انتباه الرأي العام العالمي والمجتمع الدولي بوجوب محاربتها (الذات الفلسطينية) كما يُحارب هذا التنظيم في جميع بؤر التوتر ومناطق الصراع والحروب. وهو محمول يحرض -بحسب المنطوق والمسكوت عنه في الخطاب- على مواجهة الذات الفلسطينية لاجتثاثها واقتلاع جذورها. وهذا يعني أن الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي يحدد، أولاً، فهمه ورؤيته للقضية الفلسطينية وهوية المجتمع الفلسطيني

(شيء يجب اجتثائه/ تشييء القضية)، وثانيًا: يحدد نوع العلاقة التي تربط بين الذات المتكلمة/ منتج الخطاب، والذات المُتكلّم عنها أو المُسمّى، وثالثًا: يحدد الخطاب أيضًا نوع العلاقة التي يجب أن تربط المجتمع الدولي بالفلسطينيين، باعتبارهم مخربين خارجين عن القانون والشرعية الدولية.

جدول (1): علامة "الإرهاب" في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي لوسم الذات الفلسطينية

م	منتجو الخطاب الإسرائيلي	علامات الخطاب الإسرائيلي لدمغ الذات الفلسطينية
1	إسرائيل بالعربية	منظمة حماس الإرهابية، مغامرات حماس الإرهابية، خمسة وثلاثون عامًا من الدمار، إرهابيو الجهاد الإسلامي، الجهاد الإسلامي تروج للإرهاب، الشباب الفلسطيني يرضع الإرهاب من حماس، إرهابي فلسطيني.
2	أفيخاي أدري	# حماس 35 عامًا في خدمة الإرهاب والقتل والإجرام، المخرب الإرهابي المدعو رعد حازم، مهمتها إحباط الإرهاب، تنظيم الجهاد الإسلامي الإرهابي، ناطق باسم الجماعات الإرهابية في القطاع.
3	روني شالوم	محاربة العائلات الإجرامية والإرهاب، جنازة داعشي فلسطيني، جيش الدفاع قاهر الإرهابيين، الإرهابيون الفلسطينيون، المنظمات الفلسطينية الإرهابية، إرهابيو إيران، ميليشيات ونشطاء إرهابيون، ميليشيات إيران الإرهابية، تبرير جرائم الإرهابيين.
4	إيدي كوهين	هؤلاء الإرهابيون (الفلسطينيون)، الإرهابيون داخل السجون.
5	ميرلان أوهاد	المجرم الإرهابي الخنزير، المخربون الفلسطينيون، إرهابيو إيران يقتلون أهالي غزة.
6	جاي معيان	إرهابيون فلسطينيون يقتلون صحفية داعمة للإرهاب.

وفي سياق إستراتيجية التسمية أو العلامة يستخدم منتجو الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي إحالات مرجعية كثيرة تحمل معاني وإيحاءات سلبية لمن يوسمون بها، وتشمل أيضًا جميع مكونات المجتمع الفلسطيني ولا تستثني أحدًا. فالرئيس الراحل ياسر عرفات يوصف بـ"السفاح المجرم"، و"العميل الصهيوني" لنزع الشرعية عن تاريخه

ونضاله السياسيين في قيادة الثورة الفلسطينية، باعتباره "خادمًا للاحتلال الصهيوني". ويصبح بعض الصحفيين في قنوات إخبارية عربية "أفلامًا مأجورة ومرترقة"، وهو ما يجعلهم -بحسب منطوق الخطاب الإسرائيلي- "بوق البروباغندا" للدول المالكة لهذه القنوات، ويجردهم -بحسب المسكوت عنه في هذا الخطاب- من أخلاقيات العمل الإعلامي وقواعد الممارسة المهنية ليتحوّلوا إلى صحافيين يتاجرون بالقضية الفلسطينية. كما يحيل منتجو الخطاب الإسرائيلي في نعتهم للسلوك الفلسطيني ("بلطجية فلسطينيون"، "الهمجية الفلسطينية")، على معاني الفوضى والتخريب. ويلجأ هذا الخطاب إلى لغة التعريض في وصف الفلسطينيين وحركات المقاومة؛ إذ لا يرى الجهاد الإسلامي حركةً فلسطينيةً وإنما "حركة الجهاد الإيراني"، ولا تمثل حماس وحركات أخرى سوى "أذرع لأخطبوط الماللي". وهي إحالات تنزع عن هذه الحركات الفلسطينية البعد الوطني ما يجعلها كيانات تخضع لقوى أجنبية (إيران) خدمة لأجندتها السياسية والإستراتيجية. ولذلك يصبح رجال المقاومة جنودًا تحركهم هذه القوى ويأتمرون بأوامرها "جندي برتبة عبد الخامنئي"، مثلما ورد في منشور لميران أوهاد (5 أغسطس/ آب 2022). كما أن رجال المقاومة في حركة حماس ليسوا سوى "صعاليك" (إيدي كوهين، 3 يناير/ كانون الثاني 2023) وقطاع طرق لا يهتمون بأحوال سكان قطاع غزة ولا يابهون بمصيرهم، لذلك يعرضونهم لمخاطر الحرب. ويصف هذا الخطاب أيضًا القضية الفلسطينية بـ"المزيفة"، التي لا وجود لها في الأصل بل اختلقها الفلسطينيون، وهم يمثلون "أحفاد الصليبيين الذين احتلوا الأرض من اليهود" (روني شالوم، 26 مايو/ أيار 2022).

ويبدو المسكوت عنه في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي هو التشريع لاستعمال كل الوسائل بما في ذلك القوة العسكرية لمواجهة الشعب الفلسطيني وحركات المقاومة، وتشويهه وشيْطنة رموزه السياسية والتاريخية، من أجل إبراز وإعلاء الرواية الإسرائيلية التي يُراد لها أن تهيمن على الخطاب العام (الهيمنة الخطابية) عبر شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على اندثار الرواية الفلسطينية. ويستعين منتجو الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي لتحقيق هذا الهدف بمعجم أخلاقي يصف الفلسطينيين بـ"الكذب والنفاق والدجل والنصب والاحتيال...". لدحض الرواية الفلسطينية، وإضفاء المصدقية على الأحداث التواصلية التي ترتبط بالشأن الإسرائيلي. وهنا، يحاول الخطاب أن يميز بين الذات الفلسطينية التي ينسب إليها تزوير التاريخ وتزييف

وقائعه و"سرقته"، وطمس الحقائق بشأن ما تعتبره الذات الإسرائيلية "أرض إسرائيل" و"عودة الشعب اليهودي إلى دياره وأرض أجداده الموروثة له من عند الله"، كما ورد في تغريدات "إسرائيل بالعربية"، و"أيدي كوهين"، و"جاي معيان"؛ حيث تبدو الذات الإسرائيلية مالكة للحقائق والرواية التاريخية الأصيلة.

صورة (1): رواية الخطاب الإسرائيلي عن جذور الشعب الإسرائيلي
ونفيه لاحتلال فلسطين (44)



وهنا، نلاحظ أن بنية التلفظ في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي تقوم على البنى الاستقطابية المعتادة لتقديم الذات الإسرائيلية (نحن) إيجابياً، وتقديم الذات الفلسطينية (هم/ الآخرون) سلبياً للتعبير عن الصراع الأيديولوجي بين هذه الذوات. ويهدف هذا الاستقطاب - كما لاحظ فان داك- إلى تعزيز سلطة المُتَكَلِّم والتعالِي

الأخلاقي ومصداقية المُتحدِّث من جهة، والتقليل من شأن الذات المعارضة وإضعاف الثقة بها عن طريق التشكيك في مواقفها وتصنيفها مع العدو من جهة أخرى(45)، وهو ما يُفقدُها شرعية الوجود/ الكينونة، في حالة الذات الفلسطينية، وتترتب على ذلك خطوات وإجراءات تُشرِّع لمواجهتها بكل السبل.

ولذلك يعتبر الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي الذات الفلسطينية كياناً "يجب سحقه سحقاً"، كما ورد في منشور للباحث في شؤون الشرق الأوسط والعلاقات الدولية، روني شالوم: "اسحقوهم سحقاً، شكراً لجيش الدفاع على أكثر من عملية ناجحة. وإن شاء الله للمزيد من الانتصارات على ميليشيات إيران الإرهابية في كل مكان وزمان. نحن هنا لنبقى صامدين في أرض أجدادنا غصباً عن كل إرهابي وحاقد. نحن الإسرائيليون"(46). فهذا التقابل أو الاستقطاب الأيديولوجي والصراع بين (نحن) و(هم) يؤسس لبنية التلغظ في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي كما ذكرنا، وهو ما يوضحه الجدول رقم (2).

جدول (2): البنى الاستقطابية بين الـ"نحن" والـ"هم" في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي

نحن	هم	ما يفرق بين الـ"نحن" والـ"هم"
مهمتنا إحباط الإرهاب	إرهابيو الجهاد	إقامة الدولة الفلسطينية
قواتنا المسلحة الباسلة	الجهاد الإيراني، صعاليك حماس	تحرير الأرض من الاحتلال
صامدون في أرض أجدادنا	الفلسطينيون أحفاد الصليبيين والروم الذين احتلوا الأرض من اليهود	استعادة الحقوق
الشعب اليهودي ليس محتلاً لأرض إسرائيل	القضية المزيفة، احتلال فلسطين كذوبية	تهجير الشعب الفلسطيني من أرضه وتهويد مقدساته
إسرائيل تحارب الإرهاب	الفلسطينيون يمجدون الإرهاب، ويرضعونه لأطفالهم	الدفاع عن الوجود الفلسطيني ومقاومة الاحتلال

الدفاع عن مقدسات الفلسطينيين بمشاركة جميع الفئات المجتمعية	حركة الجهاد الإيراني تقتل سكان غزة بالصواريخ الفاشلة، حماس تعزز طوفان نهب الأموال والقتل والإجرام	شعبنا في أمان
أولوية الفلسطينيين العمل على جلاء الاحتلال وتحرير فلسطين	العرب غارقون في مستنقع النار والدماء والدموع	إسرائيل دولة قوية زاهرة وشامخة وديمقراطية ومنتطورة

ويشمل الاستقطاب بين الـ"نحن" والـ"هم" قضايا مختلفة تتصل أيضاً بالعقائد الدينية والمسائل الغيبية "الإرهابيون الفلسطينيون في جهنم، أما أنبيأؤنا عليهم السلام وعلى رأسهم أبونا إبراهيم عليه السلام في الجنة" (روني شالوم، 11 أغسطس/ آب 2022). وتتسع دائرة هذا الاستقطاب لتتجاوز الصراع بين الذات الإسرائيلية والفلسطينية إلى أطراف أو ذوات أخرى، مثل إيران وبعض الدول العربية التي تساعد الفلسطينيين في الصمود داخل أراضيهم، وذلك بنقل المعركة إليها. ويسعى هذا الخطاب إلى تبرير السلوك السياسي والعسكري الإسرائيلي ضد ما يعتبره خطراً وجودياً على كيانه، وشرعنة إجراءاته التي تستمد قوتها مما يراه حقاً تاريخياً ومسلمات عقديّة/إيمانية.

ثانياً: طرق التمثيل والكينونة (الهوية)

تركز الدراسة في هذا المحور على تحليل الطرق التي يُقدّم بها الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي الذات الإسرائيلية والذات الفلسطينية، وأيضاً تمثلاته ورؤيته للقضايا الكبرى التي تشكّل مجالاً للصراع بين الطرفين، وترصد الهويات المُنشأة لهما، وإن كان الفصل بين الأشكال الثلاثة من التحليل (طرق الفعل، طرق التمثيل، طرق الكينونة) يبدو أحياناً غير إجرائي نظراً لتداخل هذه المسارات في كل مرحلة من مراحل التحليل. فقد اشتمل المسار الأول (بنية التلغظ في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي) -كما نلاحظ- على جزء من التحليل الذي يخص "طرق التمثيل" (تمثيلات الذات الإسرائيلية والفلسطينية والرؤى التي تُقدّم بها الأحداث والقضايا). لذلك سنحاول إبراز الهويات التي يُنشئها هذا الخطاب -وتُتمثل في بعض الحالات تصورات منتج الخطاب عن الـ"نحن" والـ"هم" والقضايا الكبرى- ولعل أول ما

يلفت الانتباه في الهويات التي يشكّلها الخطاب الإسرائيلي عن الذات الإسرائيلية هو الكينونة أو الوجود الإسرائيلي في "أرض إسرائيل" الذي يمتد عبر التاريخ "شعب يعود إلى أرضه بعد حوالي ألف عام من الشتات"، ويستمد شرعيته من البعد الديني/العقدي، وفي المقابل يُظهر هذا الخطاب هوية الذات الفلسطينية بلا أرض وبلا تاريخ، بل مجموعة بشرية احتلت "أرض إسرائيل".

ولذلك ينظر الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي إلى الفلسطينيين نظرة سلبية؛ إذ لا يمثل هؤلاء سوى "عصابات وبلطجية"، و"عائلات إجرامية"، وهو ما ينفي عن الفلسطينيين هوية (الشعب) الذي يسعى إلى التحرر من الاحتلال الإسرائيلي، والاستقلال وإقامة دولته الفلسطينية.

أما الذات الإسرائيلية فتبدو شعباً وجيشاً يواجهان الإرهاب والحركات الإرهابية المرتبطة بمحاور أجنبية (إيران ودول عربية أخرى)، حيث تسعى إسرائيل إلى الدفاع عن مواطنيها والحفاظ على أمنهم واستقرارهم من التهديدات والهجمات الصاروخية الفاشلة التي تقتل الفلسطينيين. وهنا، تبرز الهوية الإسرائيلية في موقع الضحية التي لا تملك سوى الرد على "الإرهاب" و"المخربين"، بينما تبدو الذات الفلسطينية الطرف المعتدي على الوجود الإسرائيلي، لذلك يمجّد الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي دور الجيش في الدفاع عن هذا الوجود.

ويُشيد هذا الخطاب أيضاً هوية للذات الفلسطينية باعتبارها مجموعات تتهافت على المصالح المادية والشخصية، و"قيادات" تبحث عن رغد الحياة في المهاجر وتخدم أجندات ومصالح أجنبية، ولا تربطها أي علاقة بالجهاد أو تحرير الأرض والدفاع عن الفلسطينيين، بل إن بعضها كان يخدم لأجل المصالح الإسرائيلية (العمالة)، بينما تبدو الذات الإسرائيلية دولة تسعى إلى رفاه مواطنيها والحفاظ على أطفالها من الإرهاب، وتنعم بالديمقراطية وحقوق الإنسان. وهو خطاب يحاول تجميل هوية هذه الذات، وإظهار القيم التي تؤمن بها ومظاهر الحياة العامة الإسرائيلية وسياساتها في صورة مناقضة للوضع الداخلي الفلسطيني الغارق في قتل الفلسطينيين والقتال الفصائلي.

ثالثاً: أنماط الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي

في التعريف الذي قدّمه تومبسون للأيديولوجيا حدد ثلاثة أبعاد للمفهوم (مقولة المعاني، والهيمنة، والطرق التي تعمل بها المعاني لتأسيس علاقات الهيمنة والحفاظ عليها)، كما ذُكر آنفاً، ويعتبر البعد الثالث متغيراً أساسياً محددًا للظاهرة الأيديولوجية التي تؤسّس لعلاقات الهيمنة والحفاظ عليها. وهو ما يمكن رصده وتحليله في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، ويساعدنا في ذلك النمذجة التي حدّدها تومبسون نفسه حول الأنماط العامة لاشتغال الأيديولوجيا. ومن خلال الملاحظة لعينة الدراسة وتتبع آثار السلوك الاتصالي لمنتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، يتبيّن أن أنماط هذا الخطاب تشمل:

- أيديولوجيا الشرعنة: يسعى الخطاب لتأسيس علاقات الهيمنة (الخطابية والسياسية والعسكرية أيضاً) والحفاظ عليها من خلال إبراز شرعية القضايا التي يتناولها، باعتبارها قضايا عادلة وجديرة بالدعم والدفاع عنها، وهو ما يعكسه المعنى الذي يُقدّمه هذا الخطاب لـ"الوجود الإسرائيلي" في فلسطين؛ إذ إن ما يعتبره الفلسطيني "احتلالاً" لأرضه يراه الإسرائيلي ومعه العالم -بحسب منطوق الخطاب "نحن والعالم"- "عودة شعب إلى أرضه". وتتم شرعنة هذا الوجود (الحق التاريخي في الأرض) أيضاً من خلال الرجوع إلى قرارات الجمعية العامة للأمم المتحدة، خاصة قرار التقسيم 181؛ إذ "كانت أول مرة بعد ألفي سنة تمكّن فيها الشعب اليهودي من إعادة سيادته على وطنه التاريخي" (47).

وهنا، يحاول الخطاب أن يؤسس هذه الشرعنة (شرعنة الوجود) على ثلاثة أسس: أولاً: الأسس القانونية/العقلانية عبر استدعاء شرعية المواثيق والقرارات الدولية التي تمثّل إطاراً حاكماً للعلاقات الدولية. وثانياً: الأسس التقليدية التي تتمثّل في استدعاء قدسية المعتقدات الدينية التي تشرعن للذات الإسرائيلية تصوراتها ومواقفها بخصوص الوجود الإسرائيلي في أرض أجداده الموروثة. وثالثاً: الأسس الكاريزمية التي تستدعي الصفات الاستثنائية للذات الإسرائيلية في محيط تعتبره معادياً لها؛ حيث تسعى للحفاظ على أمنها واستقرارها وديمقراطيتها.

صورة (2): استدعاء قدسية المعتقدات الدينية لتبرير
عودة الشعب الإسرائيلي إلى أرضه (48)

Guy Maayan Retweeted جاي معيان

ليفي @lyfy59906109 · Nov 30, 2022

على الذين ينتحلون اسمًا رومانيًا دخليًا على هذه المنطقة أن يدركوا بأن الشعب اليهودي عاد إلى أرض أجداده الموروثة له من عند الله عز وجل ليبقى عليها إلى أبد الأبدن أما إذا لم يدركوا ذلك وتمادوا في نكرانهم للحق والجميل فإن التاريخ سيشهد على فشلهم أسوة بالنازية وهامان وفرعون

وفي سياق أيديولوجيا الشرعنة، نلاحظ تنوعًا في إستراتيجيات الترويج لها عبر استخدام تقنية السرد أو الرواية كما يبدو في التغريدة التي أعاد الإعلامي، جاي معيان، نشرها، وتنتشر هذه الإستراتيجية (الرواية) كثيرًا في الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، لاسيما خلال الحديث عن التاريخ اليهودي في المنطقة والرجوع إلى "المعتقدات الدينية" لتعزيز رؤى الذات الإسرائيلية عن وجودها، وخلق شعور بالانتماء إلى المجتمع والتاريخ الذي يتجاوز تجربة الصراع والاختلاف والانقسام لإقرار ما يراه حقيقة. وبذلك يحاول منتج الخطاب عبر إستراتيجية التعميم إقناع المتلقي بأن الوجود الإسرائيلي سيكون لصالح شعوب المنطقة.

- أيديولوجيا الحجب (التعميم): يبرز هذا النمط من الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي عبر محاولات الذات المُتكلمة حجب الحقائق وإنكار الوقائع المعلومة لدى الرأي العام الدولي، والتعميم على الأخبار والأحداث التي تناقلتها وسائل الإعلام والشبكات الدولية، كما هي الحال في العملية العسكرية التي شنتها إسرائيل على قطاع غزة، وكانت أطلقت عليها اسم "الفجر الصادق"، في أغسطس/ آب 2022. وقد تسببت هذه العملية الإسرائيلية في مقتل 44 فلسطينيًا، بينهم 15 طفلًا و4 سيدات، فيما وصل عدد الإصابات جراء الغارات 360 شخصًا بجروح مختلف (48)، بينما تُظهر أيديولوجيا التعميم مسؤولية حركة الجهاد الإسلامي في قتل هؤلاء الأطفال - كما يشير منشور الناطق الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، أفياخي أدرعى، عبر ما يسميه "الإطلاق

الصواريخ الفاشل" (انظر الصورة رقم 3)، حيث لم تتجاوز تلك الصواريخ غلاف القطع، ولم تصل إلى أهدافها بل كانت ترتد إلى سكان غزة.

صورة (3): التعقيم على أضرار الآلة العسكرية الإسرائيلية وإبراز مسؤولية الجهاد الإسلامي في قتل أطفال غزة (50)



وتهدف هذه الأيديولوجيا إلى حرف الأنظار عن الآلة العسكرية الإسرائيلية ونتائجها المدمرة في قتل المدنيين، وصرف الانتباه عن العمليات التي تقوم بها هذه القوات في تدمير البنية التحتية المدنية الفلسطينية، وهدم المنازل على رؤوس سكانها. وهنا، يستخدم الخطاب الأيديولوجي إستراتيجية التشويه أو تلميح سمعة حركة الجهاد الإسلامي، التي تسببت صواريخها في مأساة إنسانية بالقطع، وأيضاً إبراز فشل مشروعها الجهادي الذي أدى إلى حصد أرواح السكان المحليين. وفي المقابل، يلجأ هذا الخطاب -بحسب منطوق التلفظ- إلى إستراتيجية التلطف أو التهوين من الآلة العسكرية الإسرائيلية التي تواجه "الإرهاب" فقط وليس المدنيين العزل.

صورة (4): إستراتيجية تشويه وشيطنة حركة الجهاد الإسلامي
والتشكيك في مشروعها الجهادي(51)



وفي سياق هذه الأيديولوجيا (الحجب) يُوظف منتج الخطاب الكاريكاتير بصورة مكثفة إلى حد إلغاء المنطق والتاريخ وكل شروط الفهم المنهجي والإنساني، بحسب تعبير الأكاديمي عبد الله الغدامي، وهو ما أسماه بـ"جبروت الصورة"(52)؛ إذ يستدعي منتج هذا الخطاب الحمولة الدلالية للإرهاب وربطه بحركات المقاومة الفلسطينية لدى الرأي العام الدولي. ومن ثم فالجهاد لا يعني سوى قتل المدنيين الفلسطينيين أولاً قبل أن يستهدف المواطنين الإسرائيليين، ما يثير أسئلة كثيرة بشأن الاستمرار في هذا النهج، والجدوى من الجهاد الذي يقتل الأطفال الفلسطينيين، وتعبئة المجتمع الدولي لمواجهة هذا النهج/الاختيار.

- أيديولوجيا التوحيد: يبرز هذا النمط بوضوح من خلال حرص منتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي على إظهار وحدة "الشعب اليهودي" ومساندته للجيش الإسرائيلي في مواجهة "الإرهاب"، وأن "يد جيش الدفاع تصل إلى كل من يهدد أمن

مواطنينا وسيادتنا"، مشيداً بإنجازاته: "إنجازات عظيمة لقواتنا المسلحة الباسلة ونتمنى المزيد منها". ويهدف منتجو الخطاب إلى إقامة علاقات الهيمنة والحفاظ عليها داخل المجتمع الإسرائيلي عبر هذا الشكل الرمزي الذي يُظهر وحدة الهوية الإسرائيلية في مواجهة الأخطار التي تهددها من الخارج، أي حركات المقاومة الفلسطينية والجهات التي تدعمها بالمال والسلاح. لذلك سارعت أحزاب المعارضة إلى دعم الحكومة الإسرائيلية في هذه العملية، وهو ما يقود المجتمع الإسرائيلي باتجاه الترميط في التصورات والرؤى؛ ما يجعله كياناً موحداً خلف قيادته السياسية، وبذلك يحقق هذا الخطاب أهدافه في التوحيد عبر هذه الهيمنة الخطابية.

صورة (5): أيديولوجيا توحيد صفوف الإسرائيليين لمواجهة ما تسميه "الإرهاب" (53)

Ronny Shalom Retweeted روني شالوم



Ronny Shalom @Ronnyshalom · Aug 7, 2022

إنجازات عظيمة لقواتنا المسلحة الباسلة ونتمنى المزيد منها
على شاشة @BBCArabic
#الفجر_الصادق #غزة #جباليا

- أيديولوجية التفتيت: في مقابل أيديولوجية توحيد المجتمع/ الذات الإسرائيلية، يبذل منتجو الخطاب الإسرائيلي جهداً كبيراً في العمل على إبراز انقسام الذات الفلسطينية، كما لاحظنا في تمثيلات هذا الخطاب وأبعاد الصورة التي يرسمها لقيادات حركات المقاومة ولأفراد المجتمع الفلسطيني عموماً؛ حيث تعمل ضد مصالح الفلسطينيين بل تخدم أجندات أجنبية. ولا تتمتع هذه الحركات بحاضنة اجتماعية، حيث كانت سبباً في المأساة الإنسانية والاجتماعية التي يعيشها الفلسطينيون. وفي الوقت الذي تخدم فيه هذه القيادات مصالحها المالية والعائلية، تقدم باقي الفلسطينيين وقوداً لـ"الإرهاب" والمواجهات مع إسرائيل. ولأن منتج الخطاب يدرك القدرات العسكرية وإمكانات الصمود التي تمتلكها حركات المقاومة في تحدي الآلة العسكرية الإسرائيلية، فهو يحاول عبر إستراتيجية التمايز والاختلاف أن يظهر التباين بين مصالح هذه القيادات وعموم الفلسطينيين، فيبرز انغماس هؤلاء القادة وأبنائهم في متع الحياة ورغد العيش، وذلك من أجل إضعاف فاعلية هذه القدرات والتحدي

الذي تشكله حركات المقاومة. وهنا، تظهر في هذا الخطاب أيضًا إستراتيجية تطهير الساحة الإسرائيلية من "الإرهاب"/"الشر"/"العدو"، الذي تمثله حركات المقاومة من خلال توحيد جميع القوى والأحزاب الإسرائيلية وجهود الآلة العسكرية التي تمثل "الخير". ويحاول هذا النمط من الأيديولوجيا الحفاظ على علاقات الهيمنة الإسرائيلية في الساحة الفلسطينية من خلال بث الفرقة في النسيج الاجتماعي الفلسطيني، كما تُظهر الصورة التي نشرها الصحفي والأكاديمي، إيدي كوهين (الصورة رقم 6).

صورة (6): أيديولوجيا تفتيت الذات الفلسطينية عبر إبراز تناقضاتها (54)



- أيديولوجيا التشيؤ: يحاول هذا النمط من الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي أن يجرد الذات الفلسطينية من هويتها الفلسطينية وكيونتها التاريخية سعيًا لطمس الجوهر

الأساسي لقضيتها التي تتمثل في الاحتلال. لذلك يستبعد الخطاب هذا الموضوع (الاحتلال)، بل يعتبره أكذوبة ويرى أن "إسرائيل ولأول مرة في تاريخها الوجيه ساعدت الفلسطينيين في إقامة السلطة الفلسطينية"، ومن ثم فإن الوضع الراهن للقضية الفلسطينية لا يمكن تغييره بل يمثل الحالة الدائمة في صيرورة الصراع بين الطرفين كما لو كان "شيئاً" خارج الزمن وليس له أي دور أو تأثير في إثبات الذات الفلسطينية واستعادة حقوقها.

صورة (7): الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي يحوّل الوضع الراهن للقضية الفلسطينية إلى حالة دائمة وإلى "شيء" خارج الزمن (55)

 **Hananya Naftali** 
@HananyaNaftali

The Palestinian propaganda machine is working tirelessly to push the idea the Israel occupies their land.

The truth is that for the first time in their short history, Israel helped establish the Palestinian Authority in the Oslo Accords that gave them land and self-governance.



FAKE →
REAL ←

1946 UN PLAN 1947 1949 - 1967 NOW

1946 UN PLAN 1947 REJECTED BY ARABS 1949 - 1967 1967 - 1995 NOW

4:00 AM · Jun 8, 2022

- أيديولوجيا العسكرية: تستغرق هذه الأيديولوجيا عموم الخطاب الإسرائيلي بصور وأشكال مختلفة تجعله مدغمًا مع خطاب المؤسسة العسكرية الإسرائيلية، ومنصهرًا مع بياناتها الإعلامية الحربية في كل الأوضاع والحالات. ويكاد تنتجو هذا الخطاب يتحوّلون إلى ناطقين باسم الجيش الإسرائيلي في أوقات الحرب والهدن، ويمثّلون آلة دعائية لأنشطته وعملياته العسكرية قبل وأثناء وبعد أي عملية عسكرية. ومن أبرز الإستراتيجيات الخطائية التي تميز أيديولوجيا العسكرة هو الإشادة بما تسميه "التفوق والهيبة العسكرية الإسرائيلية" وبالمهام الحربية والعمليات العسكرية التي يشنها الجيش الإسرائيلي ضد الفلسطينيين سواء في الضفة الغربية، أو قطاع غزة كما هي الحال خلال عملية "الفجر الصادق"، في صيف العام 2022. ويتوجه منتج الخطاب بـ"الشكر" للجيش الإسرائيلي معتبرًا الأعمال الحربية ضد الفلسطينيين "إنجازات عظيمة للقوات المسلحة الباسلة"، وتمثّل مصدرًا للاعتزاز والفخر.

صورة (8): خطاب النصر والإشادة بالعمليات العسكرية للجيش الإسرائيلي(56)



وهناك إستراتيجية أخرى تعتمد على أيديولوجيا العسكرة في محاولة لإقامة علاقات الهيمنة الخطابية والسياسية والحفاظ عليها، وتتجلى في تحريض المؤسسة العسكرية على الإمعان في قتل الفلسطينيين "وسحقهم سحقاً"، وهو ما يمثل دعوة صريحة لإبادة الذات الفلسطينية، كما ورد في منشور لروني شالوم (6 أغسطس/آب 2022)، وأيضاً مطالبة المؤسسة العسكرية بـ"المزيد" من القتل في صفوف قيادات حركة المقاومة "والمزيد قادم إن شاء الله"، كما جاء في منشور لميرلان أوهاد (5 أغسطس/آب 2022).

وتشير تقارير مختلفة إلى تصاعد خطاب الكراهية في إسرائيل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما بيّنت نتائج مؤشر العنصرية والتحريض في شبكات التواصل الاجتماعي الإسرائيلية خلال العام 2021(57)، والتي أوضحت ازدياداً في خطاب الكراهية تجاه العرب بنسبة 8٪ عن العام 2020؛ حيث أشارت النتائج إلى انتشار حوالي 620 ألف محادثة شملت خطاباً عنيفاً وتحريضاً تجاه العرب. كما تضاعفت نسبة الخطاب التحريضي على العنف 3 أضعاف خلال العام 2020، إضافة إلى ازدياد حدة الخطاب العنيف ضد العرب والفلسطينيين؛ حيث وصلت نسبة الخطاب العنيف من مجمل الخطاب حول العرب في الشبكة 11٪، وذلك للمرة الأولى منذ عام 2017. وتصدرت منصة تويتر الشبكات المستخدمة في نشر العنصرية والتحريض؛ حيث نُشر عبرها 58٪ من الخطاب العنيف، فيما شكلت منصة فيسبوك ما نسبته 19٪.

ويتقاطع خطاب أيديولوجيا العسكرة مع أيديولوجيا التوحيد التي تجعل فئات المجتمع الإسرائيلي ذاتاً إسرائيلية واحدة لا يمكن الفصل بين مكوناتها المدنية والعسكرية، وينعكس ذلك على تصورات ورؤية منتجي الخطاب في تبني أطروحات المؤسسة العسكرية، ومن ثم تتحول حسابات هذه الذوات المُتكلمة إلى منصات رقمية عسكرية. وقد اهتم الأكاديميان، عدي كونتسمان وريبيكا ستين، بهذا الموضوع في عدد من الأبحاث، لاسيما في دراستهما المشتركة عن "العسكرة الرقمية: الاحتلال الإسرائيلي في عصر الإعلام الاجتماعي"؛ إذ لاحظ الباحثان أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت أدوات مهمة في أيدي المسؤولين العسكريين الإسرائيليين، لاسيما في زمن الحرب، وعززت هذه العسكرة الرقمية الإسرائيلية حالة العنف

ضد الفلسطينيين(58). ففي العام 2014، انتقل الحلم الإسرائيلي في القتل خارج شبكات التواصل الاجتماعي، وبات هناك نوع من التطبيع مع العسكرة الرقمية. وتشير الدراسة إلى عدد من الوسوم (الهاشتاجات) التي انتشرت عبر منصات التواصل من قِبَل المستخدمين الإسرائيليين المتطرفين، والتي تدعو إلى الانتقام من الفلسطينيين مثلما ورد في هذا الهاشتاج الذي انتشر في فيسبوك عام 2014: "الشعب الإسرائيلي يطالب بالانتقام" (The People of Israel Demand Revenge)، وهي دعوة صريحة -كما أشار الباحثان- إلى القتل: "الموت للعرب"، وهو الشعار الذي كان يتردد في المظاهرات أيضاً والمحطات الإذاعية. كما تداول المستخدمون الإسرائيليون وسماً آخر: "#كراهية العرب ليست عنصرية بل قيما" (Hating Arabs isn't racism, #it's Values) وقد خلفت هذه الحملة من الهاشتاجات ضحايا في صفوف الفلسطينيين(59).

وتداول المستخدمون الإسرائيليون أيضاً وسماً آخر بعد عملية القنص التي استهدفت أحد الجنود الإسرائيليين عند حدود قطاع غزة، في صيف العام 2021، ويدعو هذا الهاشتاج إلى "#أطلقوا أيدينا" (#Untie Our Hands)، ويمثّل أيضاً دعوة صريحة إلى إطلاق أيدي الجمهور الإسرائيلي وتمكينه من قتل الفلسطينيين. وهو ما جعل الأكاديمية ريبكا ستين، تشير في دراسة أخرى، بعنوان "لقطات شاشة: عنف الدولة أمام الكاميرا في إسرائيل وفلسطين"، إلى تحول شبكات التواصل الاجتماعي -خلال الحرب على قطاع غزة (2008-2009) التي أسمتها إسرائيل بـ"الرصاص المصبوب"- إلى "منطقة أخرى للحرب". فقد كان الجنود الإسرائيليون يثون عبر منصة يوتيوب لقطات عن القصف الذي يستهدف سكان قطاع غزة(60)، فضلاً عن صور السيلفي التي ينشرها هؤلاء الجنود مع الفلسطينيين أثناء اعتقالهم.

صورة (9): عسكرة الخطاب الإسرائيلي والدعوة لإبادة الفلسطينيين (61)



ويبدو أن أنماط الأيديولوجيا الإسرائيلية السابقة (الشرعنة، الحجب، والتوحيد، والتفتيت، والتشيؤ، والعسكرة)، تنصهر جميعها في بوتقة العمل الذي يقوم به جهاز الدعاية الإسرائيلي (هاسبارا) لتجميل هوية الذات الإسرائيلية، وتبرير انتهاكاتها لحقوق الفلسطينيين خلال العمليات العسكرية والحروب التي شنتها على قطاع غزة، وحجب الأضرار التي ألحقتها بالسكان المدنيين الذين هُدمت البيوت فوق رؤوسهم، كما هُدمت مقرات وسائل الإعلام والشبكات الدولية، ناهيك عن عمليات قتل الصحفيين. لذلك تحولت منصات الشبكات الاجتماعية كما ذكرت ريكا ستين

إلى ساحة للحرب من أجل السيطرة والهيمنة الخطابية على المجال العام الرقمي.

3. إستراتيجيات الشبكات الاجتماعية في تعزيز الهيمنة الخطابية للأيديولوجيا الإسرائيلية

ساعدنا التحليل النقدي للخطاب في دراسة أنماط الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي وتمثيلاته للذات الإسرائيلية والذات الفلسطينية، وتأثيره في إقامة علاقات الهيمنة الخطابية والسياسية والحفاظ عليها، ويُعد ذلك مدخلاً أساسياً لفهم إستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي نفسها في تعزيز هذه الهيمنة. وهو ما ستبحثه الدراسة في هذا المحور عبر رصد القُدارة التي تتمتع بها هذه المنصات في تمكين منتجي هذا الخطاب من السيطرة على السياقات العامة لإنتاج الأنماط الأيديولوجية المختلفة رغم الإشكالات الأخلاقية التي يثيرها الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي.

سنحتاج هنا إلى استحضار مفهوم الخوازميات باعتبارها نصّاً أو خطاباً، أو جزءاً من النسق المعرفي الذي يتم من خلاله تفعيل السلطة كما أشار ديفيد بير؛ إذ إن هناك علاقة بين الخطاب والمفاهيم والمؤسسات، لأن الخوازميات لا توجد من خلال الترميز فقط، وإنما أيضاً عبر الوعي الاجتماعي كمفهوم أو مصطلح يستخدم بشكل متكرر للدلالة على شيء معين. وهو ما يظهر في حالة الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي؛ إذ تعمل شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك) بحسب نسق معرفي ومنظومة خطابية-كما سنرى- يسمحان لمنتج هذا الخطاب بالنفاذ التفضيلي إلى هذه المنصات، حيث المسالك ممهدة للهيمنة الأيديولوجية عبر إستراتيجيات متعددة.

- إستراتيجية الغمر النصي: في اللغة غَمَرَ الماء الشيء غَمْرًا وَاغْتَمَرَهُ: علاه وغطاه، وجيش يُغْتَمِر كل شيء: يُغْطيه ويستغرقه، وضارب في غَمْرَةٍ أي سباح في ماء كثير، ودخلت في غَمَارِ الناس وغمّارهم أي في زحمتهم وكثرتهم(62). وتشير هذه المعاني إلى التدفق والانسحاب في حركة الشيء من كل جانب، ويحصل ذلك من دون شك لأسباب وعوامل مختلفة، سواء لقوة حركة الشيء (عوامل ذاتية) أو للظروف المساعدة على ذلك التدفق والانسحاب (عوامل خارجية). ويجسد هذا الوضع قوة حركة النفاذ التفضيلي لمنتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي عبر شبكات التواصل

الاجتماعي (تويتر، فيسبوك)، وزخم انسياب النصوص وتدفق المنشورات التي يبثها أفراد العينة في سياق أحداث تواصلية معينة ترتبط بهوية الذات الإسرائيلية مثلاً أو مستقبلها، أو نصوص لها علاقة بتطورات الوضع الداخلي الفلسطيني والإسرائيلي أو العمليات العسكرية التي يشنها الجيش الإسرائيلي في الضفة الغربية، أو فصول الحروب على قطاع غزة. فنلاحظ ما يشبه "التعبئة العامة" في صفوف منتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي الذين يتحوّلون إلى كتلة أو وحدة مترابطة ومنظمة (كتيبة)، ويظهر بشكل واضح استعدادها وجاهزيتها وتأهبها لمواجهة موقف معين، كما لو أن هناك هيئة تحرير موحدة تشرف على نشاطها. فتدقق النصوص والمنشورات والصور والفيديوهات والتعليقات التي تفيض بها حسابات أفراد العينة، ومن ثم تغمر شبكات التواصل الاجتماعي. وتتميز بوحدة نمط الخطاب الأيديولوجي الذي ينتجه أفراد هذه الكتلة، وبالتوارد أيضاً في بنية التلفظ لهذا الخطاب، وبالتجاوز في صوغ الأطروحات والرؤى والتعليقات والردود، فضلاً عن وحدة السياق الزمني للحدث التواصلية.

وهناك أمثلة كثيرة لما أسماه الباحث بالغمر النصي الذي ينتج عن النفاذ التفضيلي للخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ففي الحرب التي شنها الجيش الإسرائيلي على قطاع غزة في صيف العام 2022 (الفجر الصادق)، يمكن أن نلاحظ الاتجاه العام لنمط الخطاب الذي تميز بالeskرة؛ إذ تحوّل جميع أفراد العينة إلى ما يشبه وحدة/ كتيبة مكلفة بمهام التعبئة والدعم والمساندة لقوى الجيش الإسرائيلي وتعزيز صموده في الجبهة. فينتجون نصوصاً متشابهة المضمون تدفّق عبر الحسابات المختلفة (تويتر وفيسبوك) لأفراد العينة. ويُحرّض هذا الخطاب أفراد الجيش على قتل الفلسطينيين، بل "وسحقهم سحقاً"، وهي دعوة لإبادة الفلسطينيين، كما يفخر بالإنجازات التي حققتها الآلة العسكرية الإسرائيلية في التدمير وقتل الأبرياء من الفلسطينيين. ولا تزال هذه النصوص (دعوات الإبادة) منشورة على شبكات التواصل الاجتماعي حتى بعد تحرير هذه الدراسة، ولم تحاول منصتا تويتر وفيسبوك النظر فيها أو تقييمها واتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنها باعتبارها نصوصاً تحريضية تتجاوز كل الأعراف والقيم الأخلاقية في الأحداث التواصلية.

صورة (10): الغمر النصي للشبكات الاجتماعية بخطاب العسكرة الإسرائيلي

Avichay Adrae · Aug 8, 2022
66 ساعة من التفوق والهبة. أتمنا المهمة. شعبنا في أمان
#لمنصرون #شعب_إسرائيل_حي #الفجر_الصادق

Ronny Shalom @Ronnyshalom · Aug 6, 2022
أسحقوهم سحقاً!
شكراً جيش الدفاع على أكثر من عملية ناجحة
وإن شاء الله للمزيد من الانتصارات على ميليشيات #إبراب_الارهابية في كل مكان
وزمان
نحن هنا لبقى صامدون في أرض أجدادنا
عصنا عن كل ارهابي وحاقق
نحن الاسرائيليون
#الفجر_الصادق

Merlin Ohad @MerlinOhad · ٥ أغسطس ٢٠٢٢
في الصورة: تيسير الجعبري جندي برتبة "عبد الخامنئي" قائد حركة الجهاد الشيعي
في غزة انفجر خلال قصف جيش الدفاع.
والمريد فاذر ان شاء الله
#الفجر_الصادق

Nadav S - O 213 @nadav_s
كل التحيات والتقدير للاشقاء من سكان اسرائيل في الجنوب
الذين شاركوا في الايام الاخيرة الثالثة في عملية التضليل
العظيمة لتصفية مسؤول #الجهاد_الإسلامي
#تيسير_الجعبري #الفجر_الصادق

Translate Tweet

اسرائيل تتقدم بعربية
7 August 2022
#عرق : #اسرائيل تصون الأطفال والمسنين الأبرياء لكن في غزة يستخدمون إرهابيو #الجهاد_الإسلامي الأطفال بدموع بقرية ريا للغز
#الفجر_الصادق

Yuval King @king_yuval · Aug 11, 2022
اسرائيل تقتل وبسهولة عناصر حركة الجهاد الإسلامي بينما رئيس السلطة وقادة حماس
يتجاهلوا ما يحدث. هل هذا براكتم بعير عن الواقع أم خزعلات فقط لا غير؟

ويشير نمط هذا الخطاب وبنيته التلفظية (الممارسة الخطابية) إلى اقتران الذات المتكلمة بنوع مخصوص من الخطابات، وهو نمط أيديولوجيا العسكرة كما تُظهر إستراتيجية الغمر النصي في عينة الدراسة، ثم تمليك هذا النمط من الخطاب لبعض أصناف الذوات، وهي الذات الإسرائيلية، وهو ما أسماه ميشيل فوكو بـ"التملك الاجتماعي للخطاب" (63). بينما لا تستطيع ذوات أخرى (الذات الفلسطينية) أن

تنتج خطاباً مماثلاً له في البعد الرمزي ومناظراً له في الطرح الأيديولوجي، ويسهم هذا التملك الاجتماعي في إخضاع الخطاب لمجموعة من الطقوس وتأطيره بعدد من المحددات انطلاقاً من النفاذ التفضيلي الذي تتمتع به الذات الإسرائيلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وهنا، تكرس هذه المنصات (تويتر وفيسبوك) السيطرة والهيمنة الخطابية للذات الإسرائيلية عبر تحكمها في مداخل الخطاب ومناذره، ونمط التواصل (مكتوباً أو مصوراً) وتمليك الذات الإسرائيلية لنمط مخصوص من الخطاب، أي التحكم في أفعال الكلام المسموح بها، واختيار المفردات والمصطلحات (القاموس اللغوي)، ومَنْ يتكلم؟ وكيف يتكلم؟ ومتى يتكلم؟ ويشير ذلك إلى قدرة الخوارزميات -باعتبارها خطاباً مُفكراً فيه- على إنتاج "الحقائق" كما تتصورها الذات الإسرائيلية، وتدخلها المادي في الترويج لخطابات معينة وتعزيز الرواية التي تدافع عنها؛ حيث تصبح شبكات التواصل الاجتماعي بمنزلة الحراس الجدد المراقبين لمنافذ المجال الرقمي.

وتثير حالة الهيمنة الخطابية للذات الإسرائيلية عبر النفاذ التفضيلي إشكالية أخرى أكثر تعقيداً وترتبط بالنفاذ المُقَيّد والمُتَحَكِّم فيه للخطاب الذي تنتجه الذات الفلسطينية، وهو ما يحول دون امتلاكها للخطاب والرواية أيضاً؛ الأمر الذي يعتبره البعض "تمييزاً رقمياً" ضد المحتوى الفلسطيني. وقد عالجت هذه الإشكالية دراسات وتقارير أعدتها مراكز متخصصة، مثل مركز "صدي سوشال" الذي يرصد ويوثق الانتهاكات الرقمية ضد المحتوى الفلسطيني (تأسس في سبتمبر/أيلول 2017). فخلال الحرب التي شنها الجيش الإسرائيلي على قطاع غزة (الفجر الصادق)، في صيف 2022، وثق المركز أكثر من 360 حالة انتهاك للمحتوى الفلسطيني في شهر أغسطس/آب من العام نفسه، وجاءت المنصات التي تديرها شركة "ميتا" في أعلى المنصات ارتكاباً للانتهاكات بواقع 232 انتهاكاً على منصة فيسبوك توزعت ما بين حذف للمنشورات ثم تقييد الوصول ومنع النشر واستخدام بعض الخصائص مثل البث المباشر والإعلانات والمشاركات في المجموعات لفترة زمنية معينة، وحذف الحساب بشكل كلي، إضافة إلى 53 انتهاكاً على إنستغرام وكانت في معظمها قصصاً رفعها أصحابها على المنصة، وتتعلق بالاعتداءات الإسرائيلية في مدينة نابلس والهجمات العسكرية

على القطاع. كما رصد المركز 40 انتهاكاً على منصة تويتر، تبعه 12 انتهاكاً على واتساب تمثلت في حظر أرقام الصحفيين، ومجموعات إخبارية، و9 انتهاكات على منصة تيك توك(64).

ويشمل التمييز ضد المحتوى الفلسطيني أيضاً الصحفيين، والمؤسسات الإعلامية التي تُعد أكثر الجهات عرضة للانتهاكات الموثقة؛ إذ بلغت 260 انتهاكاً في حق صفحات المؤسسات الإعلامية وحسابات الصحفيين، منهم من حذفت حساباتهم بشكل كامل وذلك بسبب تغطيتهم أخباراً تتعلق بالاعتداءات الإسرائيلية، ونقلهم قصصاً إنسانية فلسطينية(65).

تؤكد هذه النتائج، لاسيما على مستوى التمييز الرقمي ضد المحتوى الفلسطيني، ما أشارت إليه الدراسة بخصوص تأثير النفاذ المُقيّد للذات الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في محاصرة الرواية الفلسطينية والتحكم في سياقات الخطاب وإنتاجه من خلال تحديد: مَنْ يستخدم المنصة؟ ومَنْ يشارك في الخطاب والحدث التواصلي؟ وما الذي ينبغي أن يقال؟ ومَنْ يتكلم؟ وماذا يقول؟ ما القاموس الذي يستخدمه في الخطاب؟ ومع مَنْ يتكلم ولِمَنْ توجه الذات المُتكلِّمة خطابها؟ وهنا تبدو سلطة خطاب الخوارزميات في التحكم والضبط الاجتماعي من أجل الحيلولة دون تمكن الذات الفلسطينية من التملك الاجتماعي للخطاب، لذلك أطلقت عليها الباحثة، صفية نوبل "خوارزميات القمع"؛ إذ تعد العنصرية والتمييز من الطرق البنيوية الأساسية في عملها، وبروتوكولاً معيارياً لبعض المنظمات على شبكة الويب(66)، لاسيما الشركات الكبرى المحتكرة للمعلومات، والتي تضع مصالحها التجارية والمالية فوق أي اعتبارات أخرى.

- إستراتيجية التلاعب الخطابي: تُعد هذه الإستراتيجية من مرتكزات مداخل التحليل النقدي للخطاب، وقد اهتم بها كثيراً دارسو هذا الحقل، خاصة توين فان دايك، وقد عنى بها نشر المعلومات التي تصب في مصلحة الجهات والمؤسسات المهيمنة، أو محاولة عرقلة فهم هذه المعلومات التي لا تخدم مصالحها والعمل على تشويهها. ويقترن التلاعب الخطابي بنمط من التواصل والتفاعل أو الممارسات الاجتماعية التي تصب في مصلحة طرف واحد فحسب وتكون ضد المصلحة المفضلة لدى المتلقي، ويقدم أيضاً معلومات منحازة أو غير كاملة أو تدعم أحد الأطراف دون


غيرها أو يحذف معلومات مهمة جداً أو يعمل على تزييف الحقائق أو الكذب، وغيرها من الأساليب بهدف التلاعب بعقول الناس ومعتقداتهم وآرائهم ومعارفهم والأيديولوجيات التي تسيطر على أفعالهم(67).

تستلهم الدراسة هذا المعنى الشامل لإستراتيجية التلاعب الخطابي التي تُقدّم خلالها الذات المُتكلِّمة معلومات مزيفة وكاذبة لتشويه الحقائق، ثم تقوم الوسائط الرقمية، وتحديداً شبكات التواصل الاجتماعي، بالترويج لهذا الخطاب التلاعبى حتى لو انكشف زيف تلك المعلومات. وهو ما يجعل هذه المنصات تنخرط في الدعاية لأنماط أيديولوجية معينة، مثلما لاحظنا في دراسة خطاب أفراد العينة. فقد كانت منشورات كثيرة -بما في ذلك الصور والكاريكاتير- لمنتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي تقلب الحقائق وتُزيّف المعلومات حول تطورات الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، في صيف 2022، وتحاول تشويه الذات الفلسطينية (حركة المقاومة)، وتفتيت مكوناتها عبر خلق حالة الانقسام في صفوفها وفي النسيج الاجتماعي الفلسطيني. لذلك كان هذا الخطاب يُحمّل مسؤولية الضحايا الذين يسقطون في هذه الحرب إلى حركة الجهاد الإسلامي، أو ما يسميه "حركة الجهاد الإيراني"؛ حيث كان "الإطلاق الصاروخي الفاشل للجهاد الإسلامي سبباً في مقتل 16 بريئاً"، كما ورد في منشور لأفيخاي أدرعي (16 أغسطس/ آب 2022)، أو أن "الجهاد ارتكبت مجزرة ضد أبناء شعبها نتيجة إطلاق صاروخ فاشل، ولم يقم الجيش الإسرائيلي بأي قصف في منطقة جباليا. فالإرهاب الفلسطيني يضحى بحياة المدنيين بينما إسرائيل تحافظ عليهم"، بحسب ما ذكر يوفال كينغ في تغريدة على تويتر، (7 أغسطس/ آب 2022)، أو أن "حركة الجهاد الإيراني تذبح أطفال غزة"، مثلما ورد في منشور لميرلان أوهاد (7 أغسطس/ آب 2022).

صورة (11): تدفق التلاعب الخطابى لتشويه الذات الفلسطينية وتجميل الذات الإسرائيلية

...
افحاي ادرعى @AvichayAdraee · May 11, 2022
 اطلاق النار العشوائي من قبل مسلحين فلسطينيين اليوم في مخيم #جنين والذي أسفر حسب التقديرات الأولية الى مقتل الصحفية #شيرين_أبو_عاقلة. يتفخرون بمقتل جندي وهذا ما نفيه فهل الجندي الذي تحدثوا عنه هو الصحفية أبو عاقلة؟ عرضنا لاجراء تحقيق وتشريح مشترك للجنة لم يلق أداتا صاعية.لماذا؟

...
اوهاد @MerlinOhad · May 11, 2022
 فيديو اضافي من اغتيال الفلسطينيين للصحافية #شيرين_أبو_عاقلة.. خلافا لادعاءات "رملانها" فلا ترى لا قوات خاصة ولا قناصين، كما ولا تسمع صوت بندقية القنص بل الأسلحة الأوتوماتيكية فقط والتي هي من اشارات التعرف البارزة للمخربين الفلسطينيين.
 كفاكم أكاذيب يا اخونج



...
Guy Maayan @guy_telaviv · May 11, 2022
 ارهابيون فلسطينيون يقتلون صحفية داعمة للإرهاب والمتهمة: إسرائيل.
 #شيرين_أبو_عاقلة #الجزيرة

Translate Tweet
 8:58 AM · May 11, 2022 from Israel
 19 Retweets 12 Quote Tweets 112 Likes

...
Ronny Shalom @Ronnyshalom · May 11, 2022
 صحفية #الجزيرة #شيرين_أبو_عاقلة قتلت خلال إطلاق نار بين ميليشيات فلسطينية في مدينة #جنين...هل ستتوقف هذه القناة تخريبها على العنف والتطرف والقتل بعد هذا الحدث المؤسف؟

16 5 18

يبدو من خلال هذه المنشورات أن إستراتيجية التلاعب الخطابى مؤسّسة لأكثر من نمط أيديولوجي إسرائيلي، لاسيما أيديولوجيا العسكرية؛ حيث تقوم هذه الإستراتيجية بتجميل هوية الجيش الإسرائيلي والدفاع عن صورته وتشويه الذات الفلسطينية التي تمثّل في نظر هذا الخطاب "العدو". كما تعمل بفاعلية في إطار أيديولوجيا تفتت المجتمع الفلسطيني عبر توسيع حالة الانقسام بين فصائله والحاضنة الاجتماعية لحركات المقاومة. وتجد هذه الإستراتيجية صدى لها في الشبكات الاجتماعية (فيسبوك وتويتر) التي تتفاعل مع الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي فتعمل على نشره وترويجه، ولا تعرقله أو تحذفه أو تمنعه للحيلولة دون تشويه الجهات المتضررة منه. وعلى الرغم من زيف الخطاب الإسرائيلي في تناوله لقضايا الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، أو بعض الأحداث المرتبطة بالاعتداءات الإسرائيلية التي تستهدف الصحفيين ووسائل الإعلام الفلسطينية، مثل تبني منتجي الخطاب الإسرائيلي للرواية الإسرائيلية الرسمية بشأن مقتل مراسلة قناة الجزيرة، شيرين أبو عاقلة؛ إذ حمّل هؤلاء مسؤولية مقتلها إلى "المسلحين الفلسطينيين". فقد لقيت المراسلة حتفها -بحسب

منشور لروني شالوم- خلال "إطلاق نار بين ميليشيات فلسطينية في مدينة جنين" (11 مايو/ أيار 2022)، واعتبر ميرلان أوهاد أن "الأسلحة الأوتوماتيكية للمخربين الفلسطينيين"، كانت السبب المباشر في مقتل شيرين أبو عاقلة (11 مايو/ أيار 2022)، أما أفيخاي أدروي فذهب إلى أن "إطلاق النار العشوائي من قبل مسلحين فلسطينيين" أدى إلى مقتلها، واعتبر جاي معيان أن "إرهابيين فلسطينيين قتلوا" الصحفية شيرين أبو عاقلة (11 مايو/ أيار 2022).

إذن، هذا التزييف في الوقائع والأحداث التي تهم الشأن الفلسطيني والكذب تُشَرِّع له شبكات التواصل الاجتماعي منافذها، حتى يصبح خطاب مُهَيِّمًا على أي خطاب آخر أو رواية مختلفة، ويمثّل ذلك إستراتيجية في التلاعب الخطابية بالرأي العام لتزييف الوعي وخلق "حقائق بديلة" عما تؤكده شهادات الشهود والوثائق. وبذلك تكون شبكات التواصل الاجتماعي جزءًا من هذا الخطاب الذي ينحاز لسردية تحاول تجميل صورة الاحتلال الإسرائيلي.

- إستراتيجية التدوير: ويقصد بهذه الإستراتيجية إعادة تدوير أنماط الخطابات الأيديولوجية التي أنتجتها الذات المتكلمة/ الإسرائيلية وذلك عبر حسابات أفراد العينة الذين يشكلون شبكة أو مجموعة مترابطة تتقاسم نفس الأفكار وتشارك في ذات المنطلقات الأيديولوجية. ويهدف تدوير تلك الخطابات إلى توسيع نطاق ومساحة الغمر النصي لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين وتشكيل مجموعات مناصرة وداعمة للخطاب من غير الذات الإسرائيلية. وقد يكون للتلاعب الخطابية دور أكبر في هذا الهدف؛ حيث تسمح شبكات التواصل الاجتماعي لمنتجي الخطاب ليس فقط بالغمر النصي أو التلاعب الخطابية وإنما تمكنهم من إعادة نشر المعلومات المزيفة والأخبار الكاذبة والمفبركة. ولاحظ الباحث في دراسته لأنماط الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي نشاطًا كبيرًا لعملية التدوير بين حسابات أفراد العينة، خاصة فيما يتعلق بالمعلومات الزائفة والأخبار الكاذبة، مثل "إطلاق حركة الجهاد الإسلامي للصواريخ على أطفال قطاع غزة"، أو "قتل المسلحين الفلسطينيين لمراسلة الجزيرة شيرين أبو عاقلة"، وغيرها من الوقائع، التي تبيّن دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج لهذه الخطابات المُضَلِّلة التي تُشوّه صورة الذات الفلسطينية وتحملها المسؤولية عما يحدث في الأراضي الفلسطينية، بينما تبدو صورة الاحتلال "نظيفة" و"طاهرة" تتبرأ من القتل والتدمير والتخريب.

صورة (12): تدوير الغمر النصي والتلاعب الخطابى

Mordechai Kedar מרדכי קידר Retweeted

Ohad 3תנח אوهاد @MerlinOhad · Nov 28, 2022

٥٥ عاما على اغتيال رئيس الحكومة الأردني #وصفي التل من قبل منظمة "اليول الأسود" التي انشقت عن منظمة التحرير الفلسطينية.

والجدير بالذكر ان رغم ابتسامه النفاق في الصورة اذناه فقد تحمل السفاح المجرم ياسر عرفات المسؤولية عن تنفيذ عملية الاغتيال.

نذرة اخرى من التاريخ الفلسطيني الاصيل



Yuval King Retweeted

Avichay Adraee @AvichayAdraee · Aug 25, 2022

#عاجل جيش الدفاع يكشف عن عمليات اطلاق صواريخ فاشلة اخرى للجهاد الاسلامي خلال حملة #العجز الصادق: مقتل ما لا يقل عن 16 فلسطينيا نتيجة سقوط نحو 180 قذيفة صاروخية اطلقها #الجهاد الاسلامي داخل قطاع #غزة

مكان السقوط



2:10, 10.9K views

Guy Maayan Retweeted

lyfy59906109 · Nov 30, 2022

على الذين ينتحلون اسما رومانيا دخيلا على هذه المنطقة ان يدركوا بان الشعب اليهودي عاد الى ارض اجداده الموروثة له من عند الله عز وجل لينقى عنها الى ابد الأبدن اما اذا لم يدركوا ذلك وتمادوا في نكرانهم للحق والجميل فان التاريخ سيشهد على فشلهم اسوة بالناربه وهامان وفرعون

Ronny Shalom Retweeted

Mordechai Kedar מרדכי קידר @kedar_mord... · Nov 29, 2022

اليوم الذكرى ال-75 لقرار تقسيم فلسطين لدولة يهودية واخرى عربية. اليهود رقصوا في الشوارع فرحا بالقرار والعرب أعلنوا الجهاد ضد دولة إسرائيل قوية زاخرة شامخة ديمقراطية متطورة والعرب عاقرون في مستنقع النار والدماء والدموع. السلام مفتاح الحياة والصحة والتطور والرفاهية.

خلاصة

تُظهر أنماط الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي، وإستراتيجيات شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الهيمنة الخطابية، دور أنظمة الخوارزميات في التملك الاجتماعي للخطاب والسيطرة على سياقاته، وهو ما يجعل الذات المتكلمة/الإسرائيلية تقترن بأنماط مخصوصة من الخطابات الأيديولوجية (الشرعنة، التعتيم، التوحيد، التفتيت، التشيؤ، العسكرية)، بينما لا تستطيع الذات الفلسطينية أن تنتج خطابًا مماثلاً له في البعد الرمزي، ومناظرًا له في الطرح الأيديولوجي. ويسهم هذا التملك الاجتماعي في إخضاع الخطاب لمجموعة من البنى الفكرية وتشكيل عدد من المجالات والموضوعات، وتأطيره بعدد من المحددات انطلاقاً من النفاذ التفضيلي الذي تتمتع به الذات الإسرائيلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويُبيّن التملك الخطابى أن الأنظمة الخوارزمية لشبكات التواصل الاجتماعي ليست برامج وعمليات حسابية وتشفيراً وترميزاً فقط، ولا أنظمة تنشأ من الفراغ، وإنما تمثل

ممارسة خطابية وتأطيراً لقيم وأفكار ومقولات معينة لها أبعاد اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية، أي أنظمة برامجية مرتبطة برؤى للعالم الاجتماعي وبالمصالح السياسية والتجارية وغيرها من الأجندة لتشكيل وصناعة اتخاذ القرارات. ومن خلال هذا الحضور المعرفي للخوارزميات يمكن ملاحظة القُدارة التي تتميز بها أنظمتها البرامجية على إنتاج ما تراه مُمثلاً لـ "الحقيقة" أو "الحقائق" حول الأحداث والموضوعات والأشياء، وهو ما يجعل الخوارزميات جزءاً من آليات وديناميات السيطرة والسلطة والهيمنة الخطابية/الثقافية.

ويرتبط التملك الاجتماعي للخطاب أيضاً بالنفوذ التفضيلي لشبكات التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي فسح المجال واسعاً للذات الإسرائيلية لإنتاج أنماط أيديولوجية تعكس تصوراً معيناً للقضية الفلسطينية، ورؤية لعلاقتها بالذات الفلسطينية وللعالم أيضاً. وكانت هذه الأنماط الخطابية الستة المذكورة آنفاً تنصهر مع رؤى المؤسسات الإسرائيلية الرسمية في جميع المواقف والأحداث، خاصة العمليات العسكرية والحروب التي شنتها إسرائيل على قطاع غزة. كما أن قوة حركة النفاذ التفضيلي لمنتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي من خلال إستراتيجية الغمر النصي وتدفق المنشورات التي يبثها أفراد العينة، كان لها دور في "التعبئة العامة" في صفوف منتجي الخطاب الأيديولوجي الإسرائيلي الذين تحوّلوا إلى كتلة/كتيبة مترابطة تتميز بوحدة نمط الخطاب الأيديولوجي الذي يُتجه أفرادها، وبالتوارد في بنية التلفظ لهذا الخطاب، وبالتجاوز في صوغ الأطروحات والرؤى والتعليقات والردود، فضلاً عن وحدة السياق الزمني للحدث التواصلية.

ويبدو أيضاً تأثير قوة حركة النفاذ التفضيلي في إستراتيجية التلاعب الخطابية التي تُقدّم خلالها الذات المتكلمة/الإسرائيلية معلومات مزيفة تقلب الحقائق حول تطورات الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، في صيف 2022، وتحاول تشويه الذات الفلسطينية (حركة المقاومة)، وتفتت مكوناتها عبر خلق حالة الانقسام في صفوفها وفي النسيج الاجتماعي الفلسطيني. لذلك كان هذا الخطاب مثلاً يُحمّل مسؤولية الضحايا الذين يسقطون في هذه الحرب إلى حركة الجهاد الإسلامي، ويقوم بتجميل هوية الجيش الإسرائيلي والدفاع عن صورته أمام الذات الفلسطينية التي تمثل في نظر هذا الخطاب "العدو". وتكرس هذه المنصات (تويتر وفيسبوك) السيطرة والهيمنة

الخطابية للذات الإسرائيلية عبر تحكُّمها في مداخل الخطاب ومنافذه، ونمط التواصل (مكتوبًا أو مصورًا) وتمليك الذات الإسرائيلية لنمط مخصوص من الخطاب، أي التحكُّم في سياقاته. ويشير ذلك إلى قدرة الخوارزميات على إنتاج "الحقائق" كما تتصورها الذات الإسرائيلية، وتدخلها المادي في الترويج لخطابات معينة وتعزيز الرواية التي تدافع عنها؛ حيث تصبح شبكات التواصل الاجتماعي بمنزلة الحراس الجدد المراقبين للمجال الرقمي. ومن ثم تقاطع المصالح بين شبكات التواصل الاجتماعي والقوى المهيمنة على الخطاب.

المراجع

- (1) توين فان دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة غيداء العلي، ط 1 (القاهرة، المركز القومي للترجمة، 2014)، ص 150.
- (2) Adi Kuntsman, Rebecca Stein, *Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age*, (Stanford, California: Stanford University Press, 2015), 95.
- (3) جاي معيان (إعلامي في التلفزيون الإسرائيلي)، إيدي كوهين (صحفي إسرائيلي)، ميرلان أوهاد (محلل إسرائيلي)، يوفال كينغ (إعلامي وصحفي سابق)، روني شالوم (باحث في شؤون الشرق الأوسط والعلاقات الدولية)، مردخاي كيدار (باحث في جامعة بار إيلان)، إسرائيل بالعربية (حساب تويتر الرسمي لدولة إسرائيل)، أفيخاي أدرعي (المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي للإعلام العربي).
- (4) نورمان فاركلوف، تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة طلال وهبة، ط 1 (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009)، ص 233 - 234.
- (5) فان دايك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق، ص 192.
- (6) المرجع السابق، ص 64 - 68.
- (7) Elisenda Ardévol, Edgar Gómez-Cruz, "Digital Ethnography and Media Practices, The International Encyclopedia of Media Studies," December 2, 2013, "accessed December 10, 2022". <https://bit.ly/3V1s45P>.
- (8) Ibid.

- (9) David Beer et al., *The Social Power of Algorithms*, eds. David Beer et al., (New York: Routledge, 2018).
- (10) Safiya U. Noble, *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*, (New York: New York University Press, 2018), 10-25.
- (11) Cathy O'Neil, *Weapons of Math Destruction*, (New York: Penguin Books, 2016), 184.
- (12) هانا فراي، أهلاً بالعالم: أن تكون إنساناً في عصر الخوارزميات، ترجمة محمد جمال، ط 1 (دار كلمات للنشر والتوزيع، 2021)، ص 17-18.
- (13) فاطمة الزهراء السيد، "الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي"، مجلة لباب، (الدوحة، العدد 5، فبراير/شباط 2020)، ص 95.
- (14) Beer, "The Social Power of Algorithms, in *The Social Power of Algorithms*, eds. David Beer et al., (New York: Routledge, 2018), 4.
- (15) فلورا فانسان، "لابد من تثقيف الخوارزميات"، اليونيسكو، أبريل/نيسان 2004، (تاريخ الدخول: 9 يناير/كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3Zef142>.
- (16) Beer, "The Social Power of Algorithms," 10-11.
- (17) Ibid, 11.
- (18) ميشيل فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا، (بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، 2007)، ص 70-72.
- (19) المرجع السابق، ص 20-37.
- (20) Beer, "The Social Power of Algorithms," 6.
- (21) فراي، أهلاً بالعالم، مرجع سابق، ص 18-20.
- (22) السيد، "الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي"، مرجع سابق، ص 100.
- (23) المرجع السابق، ص 101-103.
- (24) فان دايك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق، ص 84.

(25) Michele Willson, "Algorithms (and the) Every Day," in *The Social Power of Algorithms*, eds. David Beer et al., (New York: Routledge, 2018), 141-146.

(26) *Ibid*, 148.

(27) هيربرت شيلبر، الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، ط 1 (القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 2007).

(28) John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture*, (Cambridge: Polity Press, 2007).

(29) فاركلوف، تحليل الخطاب، مرجع سابق.

(30) فان دايك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق.

(31) Thompson, *Ideology and Modern Culture*, 53.

(32) *Ibid*, 53.

(33) محمد عجلان، "مفهوم الأيديولوجيا بين ماركس ولينين"، منوعات، 17 يناير/ كانون الثاني 2017، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3QGBHWQ>.

(34) Thompson, *Ideology and Modern Culture*, 55.

(35) فاركلوف، تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 125.

(36) المرجع السابق، ص 35-36.

(37) Thompson, *Ideology and Modern Culture*, 8.

(38) *Ibid*, 58.

(39) فان دايك، السلطة والخطاب، مرجع سابق، ص 157.

(40) فاركلوف، تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 151-152.

(41) المرجع السابق، ص 157.

(42) Thompson, *Ideology and Modern Culture*, 60.

(43) ملفين ديفليبر، ساندرابول-روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط 4 (القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002)، ص 353.

(44) "تاريخ إسرائيل أكثر من 3000 سنة"، إسرائيل تتكلم بالعربية، @IsraelArabic، 24 يوليو/ تموز 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3nroDdd>.

(45) فان دايك، السلطة والخطاب، مرجع سابق، ص 476.

(46) روني شالوم، "اسحقوهم سحقاً!"، @Ronnyshalom، 6 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 24 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3we9aOT>.

(47) "في مثل هذا اليوم"، إسرائيل تتكلم بالعربية، @IsraelArabic، 29 نوفمبر/ تشرين الثاني 2022، (تاريخ الدخول: 24 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3IV9v0x>.

(48) "على الذين ينتحلون اسمًا رومانيًا دخليًا على المنطقة..."، ليفي، @lyfy59906109، 30 نوفمبر/ تشرين الثاني 2022، (تاريخ الدخول: 24 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3klONN2>.

(49) "بالأرقام.. حصيلة 66 ساعة من العدوان الإسرائيلي على غزة"، الخليج الجديد، 8 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3JaBXf2>.

(50) "خلال عملية الفجر الصادق"، @AvichayAdraee، 16 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3ksj7FJ>.

(51) "الجهاد الإسلامي ضد أطفال غزة، هل هذا جهاد؟"، @kedar_mordechai، 7 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3ZTuCqf>.

(52) عبد الله الغدامي، ثقافة تويتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير، ط 1 (المغرب، المركز الثقافي العربي، 2016)، ص 105.

(53) "إنجازات عظيمة لقواتنا المسلحة الباسلة"، @Ronnyshalom، 7 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3QRcRna>.

(54) "أبناء إسماعيل هنية"، @dredycohen، 12 مايو/ أيار 2021، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3QLmHHI>.

(55) Hananya Naftali, "The Palestinian propaganda...", @HananyaNaftali, June 8, 2022, "accessed January 25, 2023". <https://bit.ly/3kuepYc>.

(56) "نحن شعب لا يعرف الانكسار"، أفيخاي أدرعي، @AvichayAdraee، 8 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3IWG0vf>.

(57) "مؤشر العنصرية والتحريض 2021: تضاعف العنصرية والتحريض ضد الفلسطينيين والعرب خلال العام 2021"، المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي، 17 يناير/ كانون الثاني 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3WEVZRS>.

(58) Adi Kuntsman, Rebecca Stein, Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age, (Stanford, California: Stanford University Press, 2015), 95.

(59) Ibid, 92-95.

(60) Rebecca Stein, Screen Shots: State Violence on Camera in Israel and Palestine, (Stanford, California: Stanford University Press, 2021), 136.

(61) "اسحقوهم سحقاً!"، روني شالوم، @Ronnyshalom، 6 أغسطس/ آب 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3we9aOT>.

(62) ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر، د.ت)، ج 11، ص 81-82.

(63) فوكو، نظام الخطاب، مرجع سابق، ص 23.

(64) "صدي سوشال: انتهاكات ميثا الأعلى منذ بداية العام... فيسبوك وإنستغرام تسكت الفلسطينيين"، 28 ديسمبر/ كانون الأول 2022، (تاريخ الدخول: 25 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3WMfzfd>.

(65) المرجع السابق.

(66) Noble, Algorithms of Oppression, 4.

(67) فان دايك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق، ص 437-444.

شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجياته: السودان نموذجاً

The Impact of Social Media on the Growth of Populist Discourse and its Ideologies: Sudan as A Case Study

* معتصم بابكر مصطفى – Mutasim Babiker Mustafa

ملخص:

تبيّن الدراسة الوظيفة الأيديولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجياته، من خلال دراسة حالة المجتمع السوداني. وباستخدام المنهج الوصفي، والاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات من عينة عشوائية من الرأي العام النوعي السوداني، خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها تعدد وسائل التواصل التي يستخدمها السياسيون الشعبيون في مخاطبة الجمهور، ويأتي في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي لما تتميز به من خصائص وسمات. كما بيّنت النتائج تأثير هذه الشبكات في تنامي الخطاب الشعبي الذي تتمثل أبرز مقوماته في نشر الكراهية، وإغلاء شأن القبيلة، والدعوة إلى العنف والتمرد على وحدة أراضي الدولة، وللتقليل من مخاطر الخطاب الشعبي ومحاصرته في المجتمع السوداني، أوصت الدراسة بتعزيز الحوار وثقافة التعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية، فضلاً عن الاهتمام بالتربية الإعلامية في نشر الوعي بما تبثه هذه الشبكات، وتعليم المستخدمين مهارة التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي.

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الخطاب الشعبي، أيديولوجيا الإعلام، التضليل الإعلامي، التلاعب الخطابية، التربية الإعلامية.

Abstract:

The study explores the ideological function of social media and their effects on the growth of populist discourse and its ideologies through the study of Sudanese society. By using the descriptive method and an online questionnaire as a tool for collecting data from a simple random sample of Sudanese qualitative public opinion, the study concludes with a number of findings. The most important of these is the multiplicity of means of communication that populist politicians use to address the

* د. معتصم بابكر مصطفى، أستاذ جامعي ومستشار إعلامي، عميد كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية سابقاً، السودان.

public, particularly social media because of its unique features and specifications. In addition, the findings show the impact of social media platforms in the growth of populist discourse; and the spread of hate speech and tribalism and incitement to violence and rebellion against the territorial integrity of the state. In order to limit and decrease the dangers of populist discourse in Sudanese society, the study recommends the promotion of dialogue and a culture of peaceful coexistence between different social components, as well as media education and the spread of awareness of what social media transmits, and teaching users how to deal with digital media.

Keywords: Social Media, Populist Discourse, Media Ideology, Disinformation, Manipulative Discourse, Media Literacy.

مقدمة

ليس هناك أي مجال للشك في الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات، ويظهر ذلك في التحولات والتغيرات الكبيرة التي حدثت منذ نهاية القرن العشرين وحتى الوقت الراهن نتيجة التدفق الحر للمعلومات. فقد تسللت هذه الشبكات إلى جميع مناحي الحياة اليومية لملايين من البشر، مؤثرة في طريقة تفاعلهم الاجتماعي، وأسلوب ممارسة أنشطتهم وأعمالهم، أو تعاملهم مع الحكومات، أو المشاركة في المواقف والحركات الاجتماعية المدنية.

وقد بات تأثير الشبكات الاجتماعية في الثقافة والمجتمع والهوية أمرًا واضحًا عبر ما يتم تداوله من معلومات وأفكار وأيديولوجيات وفقًا لنتائج عدد من الدراسات والبحوث، وصارت بذلك عاملًا يحسب له حساب في صناعة الرأي العام وتوجيه اهتمامه صوب قضايا ومشكلات بعينها، وفرض أجندة محددة على المثقف والسياسي وجميع الناشطين في المجتمعات. لكن ثمة أسئلة تطرح نفسها بشأن هذا الدور وتتعلق بالمرجعيات الفكرية ودقة ومصداقية وموضوعية ما يتم تداوله من معلومات وأفكار عبر هذه الشبكات المتحررة من الرقابة الحكومية وغير خاضعة لمعايير التحرير المهني. ويفسح هذا النوع من التواصل في المجال لنشر الأكاذيب والشائعات والتعابير الأكثر حدة لإثارة ردود الفعل؛ الأمر الذي يجعل منها بيئة مواتية لنشر الخطاب الشعبي وأيديولوجياته. وهو خطاب يسعى إلى تقسيم المجتمع بين "نحن" و"هم" أو "الشعب" و"النخبة"، وتحويل التنافس إلى صراع يُفضي إلى مغادرة السياسة نحو الحرب والإلغاء، أو العودة بها نحو القبيلة الاجتماعية ومحاصصة تتعامل مع الدولة ومواردها بوصفها غنيمة(1).

وبذلك تحوّلت شبكات التواصل الاجتماعي عبر هذا النوع من الخطاب إلى منصات تنشئة اجتماعية لا تبني محتوياتها فكرة بناء المجتمع الواحد المتماسك والمحافظ القائم على توارث القيم الثقافية والاجتماعية والفكرية المتجانسة. ويرجع ذلك إلى أن الخطاب الشعبي خطاب وصولي، انتهازي، فوضوي، مُضلل، لا يحترم القانون والمؤسسات القائمة. كما أن البناء المعرفي والاجتماعي والثقافي للفرد الناتج عن هذا الخطاب لا ينتمي للمجتمع الذي يحتضنه فقط، وإنما ينتمي أيضًا إلى الطرح

الفكري المتداول في هذه الشبكات بكل المرجعيات الأيديولوجية والثقافية السائدة في مختلف أنحاء العالم. وبذلك يتم بناء الآراء السياسية والتوجهات الفكرية في أوساط عامة الناس، وتحويلها إلى معتقدات جماهيرية عبر تعبئة المجتمع أيديولوجياً وعلى نحو متواصل بغية الوصول إلى دائرة السلطة أو إحكام القبضة عليها. تأسيساً على ما تقدم تتناول الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجياته، من خلال دراسة حالة المجتمع السوداني.

1. اعتبارات منهجية

موضوع ومشكلة الدراسة

تُعدُّ الشعبية ظاهرة سياسية حديثة ومعاصرة، وهي غاية في التنوع، فالفاعلون الشعبويون منهم اليساري واليميني، ومنهم المتدين والعلماني، ومنهم المحافظ والتقدمي. وقد حظيت بأهمية بالغة في أرجاء العالم كافة، من أميركا الشمالية إلى أميركا اللاتينية إلى أوروبا، كما يوجد فاعلون شعبويون في آسيا والشرق الأوسط وإفريقيا، وهي لا تظهر إلا مقرونة بخطاب أيديولوجي، يُعبّر عن الاهتمام بالشعب ومصالحه وتطلعاته من جهة، وينتقد المؤسسات الرسمية والنخبة السياسية من جهة أخرى.

وتكمن مشكلة الشعبية في خطابها الذي يعمل على توجيه الغضب ضد المؤسسات وليس السياسات، فضلاً عن بث الكراهية وشيْطَنَة الآخر، فهو يركز على فكرة العدو، والبحث الدائم عن أعداء جدد. ويقوم على مبدأ العنصرية، وذلك من خلال اعتماد صيغة الشعب الأصيل والحقيقي، والأمة الأصيلة والحقيقية، في مقابل ما تُعدُّه زائفاً وكاذباً ودخيلاً. ويعمل الخطاب الشعبي على مخاطبة عواطف الناس ومشاعرهم وليس مخاطبة العقول، بل يجتهد في تحريك مشاعر التهميش والحرمان وتوظيف مشاعر الغضب والاندفاعات الفردية لتحقيق الهدف السياسي.

فكيف وظّف الشعبويون شبكات التواصل الاجتماعي في إيصال أفكارهم؟ وما الجمهور المستهدف بهذا الخطاب؟ وما تأثير هذا التوظيف في تنامي هذا النوع من الخطاب ونشر أيديولوجياته؟ وما نوع هذه التأثيرات؟ وما طبيعة التأثيرات المحتملة لتنامي الخطاب الشعبي وتمدّده عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع السوداني؟ وإلى أي مدى يمكن أن تؤثر درجة الهاشاشة أو التماسك البنيوي داخل

المجتمع السوداني في مواجهة الخطاب الشعبي أو الاستسلام له؟ ما طبيعة الانعكاسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للخطاب الشعبي في السودان؟

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت متغيرًا مهمًا في كسب المعارف وتشكيل الآراء في ظل المتغيرات العلمية والمعرفية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي يشهدها العالم. كما تنبع أهميتها من مقاربتها لظاهرة الشعبية التي حظيت باهتمام بالغ في أرجاء العالم كافة، وكيف وظف الشعبويون شبكات التواصل الاجتماعي في بث أفكارهم، وتأثير هذه الشبكات في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجيته بين المستخدمين. يضاف إلى ذلك أن الدراسة الميدانية أجريت على عينة من الرأي العام النوعي السوداني، حيث تشهد الدولة السودانية حالة من عدم الاستقرار السياسي والهشاشة والسيولة الأمنية التي استغلها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي لنشر خطابهم الشعبي؛ الأمر الذي يحتم معرفة التحديات التي تواجه المجتمع السوداني بسبب تمدد هذا الخطاب وكيفية مواجهة ذلك.

أهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الآتي:

- الوقوف على الوظيفة الأيديولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على أسس ومرتكزات الخطاب الشعبي وانعكاساته السياسية والثقافية.
- الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجيته في المجتمع السوداني.
- بيان أهم تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجيته في المجتمع السوداني.
- التعرف على التحديات التي يمكن أن يواجهها السودان جراء تنامي الخطاب الشعبي وآليات مواجهتها، في ظل التنامي المستمر لاستخدام الشعب السوداني لشبكات التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

تتبع الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تُعنى بدراسة واقع الأحداث والظواهر والآراء، وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح الظاهرة أو تحديثها أو استكمالها أو تطويرها، عبر التشخيص الذي يسعى لدراسة كافة المتغيرات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتحديد العلاقات الكامنة وراء الحقائق التي تم جمعها(2). واعتمد الباحث أيضاً الملاحظة والاستبيان أداتين لجمع البيانات والمعلومات في هذه الدراسة.

2. الوظيفة الأيديولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي

تتعدد تعريفات الأيديولوجيا التي ارتبط مفهومها عند الباحثين بترائين من أصل غربي هما: التراث الماركسي الخاص بنقد الأيديولوجيا بوصفها وعياً جزئياً أو مشوهاً تمتد جذوره في علاقات الإنتاج والبنى الطبقة في المجتمع، والثاني هو التراث الليبرالي وهو نهاية الأيديولوجيا والتي يُنظر إليها كنظم فكرية كلية ومغلقة.

وما بين هذين الترائين تدور تعريفات الباحثين لهذا المصطلح وتتنوع بتنوع منطلقاتهم وتخصصاتهم العلمية وإن كان مفهوم الأيديولوجيا منذ ظهوره لم يكن بمعزل عن مفهومي التاريخ والمجتمع، ومن هذه التعريفات(3) ما ورد في "معجم العلوم الاجتماعية والفلسفية" الذي يرى أن الأيديولوجيا مجمل التصورات والأفكار والمعتقدات وطرق التفكير لمجموعة أو طبقة أو فئة اجتماعية أو طائفة دينية أو أخرى سياسية، وعادة ما تكون مشروطة ومحددة بالمعتقدات والعادات. فالأيديولوجيا نسق من المعتقدات والمفاهيم (واقعية ومعيارية) يسعى إلى تفسير ظواهر اجتماعية معقدة من خلال منظور يوجه ويبسط الاختيارات السياسية والاجتماعية للأفراد والجماعات. وثمة خصائص أساسية يجب توفرها في الأيديولوجيا، وهي:

- أن تكون للأيديولوجيا سلطة على الإدراك.
- أن تكون قادرة على توجيه عمليات التقييم لدى الفرد.
- أن تحث وتوجه إلى العمل.
- أن تكون متماسكة منطقيًا.

ومن المهم أيضاً الإشارة هنا إلى ثلاثة أمور في علاقة مفهوم الأيديولوجيا بالفرد والجماعة والمجتمع، وهي (4):

- أن الأيديولوجيا لا تشير إلى العامل الديني فقط كما يتصور البعض نتيجة للاستخدام الفلسفي الخاطيء لهذا المصطلح، فهناك أيديولوجيا دينية، وأيديولوجيا سياسية، وأيديولوجيا اجتماعية، وغيرها من أنواع الأيديولوجيا.

- قد لا تتفق الأيديولوجيا التي يحملها الفرد أو جماعة ما في مجتمع معين مع الأيديولوجيا السائدة في هذا المجتمع، فقد توجد أيديولوجيات فردية أو جماعية تتناقض معه.

- ليس بالضرورة أن تتفق الأيديولوجيا التي يفرضها نموذج السلطة مع الأيديولوجيا السائدة في المجتمع، فهناك حالات كثيرة تتناقض فيها أيديولوجيا النظام السياسي (الدينية والسياسية خصوصاً) مع الأيديولوجيا المهيمنة على سائر أفراد المجتمع.

ولا يوجد مجتمع من غير أيديولوجيا أو من غير روابط ووسائل تعمل على وحدة المجموعات الاجتماعية تجاه الدين والسياسة والثقافة، وتتطور هذه الروابط والوسائل مع الزمن ولا يُستغنى عنها، ومن بينها وسائل الاتصال والإعلام بشقيها التقليدي والرقمي، التي تبيّن علاقتها مع الأيديولوجيا من خلال طرح العديد من التساؤلات منها ما يلي (5):

- هل يرسم الإعلام أدواراً للرجل والمرأة والوالدين والأطفال، وأدواراً للقادة ومرؤوسيهم؟

- هل يُقدّم تعريفاً للنجاح وكيفية تحقيقه؟

- ما تعريف الإعلام للنشاط الإجرامي؟ وما أسباب الجريمة والاضطراب الاجتماعي؟

- ما مضامين الرسائل الإعلامية وأي جهة أو شخص تخدم هذه الرسائل؟

هذه هي التساؤلات الرئيسية عن علاقة الإعلام والأيديولوجيا، وتساعد الإجابة عنها في تحليل النصوص الإعلامية بما يقود إلى معرفة العالم من حولنا وتوفير نماذج يمكن الاقتداء بها في التصرفات والسلوكيات. وتركز معظم التحليلات الأيديولوجية لمخرجات وسائل الإعلام على الرسالة الإعلامية وما تحتويه من قصص عن الماضي

والحاضر والمستقبل، وما تتضمنه من آراء وأفكار، وتأثير ذلك في منظومة المعتقدات والقيم بالمجتمع، وما يدور في المجتمع من قضايا وأحداث. فالتحليل الأيديولوجي معنيٌّ بما تقوله لنا هذه الرسائل عن أنفسنا ومجتمعنا.

وتأسيسًا على ما تقدّم يقسم بعض علماء الاتصال أيديولوجيا الإعلام إلى خمسة أنواع، هي (6): أيديولوجيا التقنية (الوسيلة)، وأيديولوجيا اللغة، وأيديولوجيا النص، وأيديولوجيا الصورة، وأيديولوجيا الإعلان.

أولاً: أيديولوجيا التقنية أو أيديولوجيا الوسيلة، وتركز على منح تقنيات الاتصال سلطة معيارية تجعلها العامل الأول في تنظيم المجتمع وإعطائه معناه، والتسليم بخضوع التقدم في التواصل الإنساني والاجتماعي لتقدم التقنيات، ومن ثم الاعتراف لتلك التقنيات بالقدرة على تغيير المجتمع تغييراً بنوياً؛ ذلك أن البعد الأيديولوجي للتقانة قد لا يترأى في جانب الاستعمال لكن يظهر جلياً في جانب التوظيف، أي توظيف المستجد التكنولوجي لأغراض لا يغدو عنصر الاستعمال في خضمها إلا تجلياً من تجليات تلك الأغراض، ويمكن أن يلخص ذلك في مقولة عالم الاتصال شارل ماكلوهان (Marshall McLuhan): "الوسيلة هي الرسالة".

ثانياً: أيديولوجيا اللغة، وهي مجموعة المعتقدات التي يؤمن بها أعضاء مجتمع المتكلمين حول اللغة، والتي يُشكلها مستعملوها بوصفها تبريراً أو عقلنة لبنية اللغة أو استعمالها؛ حيث يُنظر إلى ملامح اللغة بوصفها انعكاساً لصور ثقافية أوسع للناس وفعاليتهم. وتحدد أيديولوجيا اللغة الظواهر اللغوية بوصفها جزءاً ودليلاً على ما يحسونه من تناقضات سياسية وسلوكية وجمالية وأخلاقية بالمجتمع الذي يعيشون فيه، ويمكن إدراك أيديولوجيا اللغة أيضاً في استعمال الاستعارة والمجاز في معالجة القضايا والأحداث لتحقيق أهداف أيديولوجية.

ثالثاً: أيديولوجيا النص، وتشير إلى أن النص ليس سلسلة من الكلمات والجمل فقط، بل هو بنية معقدة متعددة المستويات، وشبكة كثيفة من علاقات الترابط اللغوي والدلالي والتماسك المنطقي. فهو ساحة رمزية يتداخل فيه السياق بمختلف مستوياته الإيحائية والنفسية والاجتماعية والتاريخية والفكرية. ويمكن الحكم على أيديولوجيا النص في وسائل الإعلام من خلال الوقوف على طرق المعالجة للقضايا والأحداث السياسية والاجتماعية وغيرها، أو شخصيات الكتّاب وضيوف الحوارات ومسارات

الطرح التي يقدمها القائم بالاتصال في هذه الحوارات، أو معايير ما يُنشر وما لا يُنشر، فضلاً عن استخدام وسائل الإيضاح والإبراز لجذب وإقناع الجمهور بالطرح المقدم.

رابعاً: أيديولوجيا الصورة، وتُعد الصورة رسالة ذات مضمون أيديولوجي، ويكون إما سطحياً للاستهلاك، أو مضموناً عميقاً له شفرة وألغاز يجب حلها، أو مضموناً يمكن أن يستقر في العقل الباطن للمتلقي دون أن يشعر بذلك. فعملية اختيار الصورة تهدف إلى إرسال رسالة بعينها أو بث معنى محدد، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة أو مواراتها؛ إذ إن زاوية اللقطة وحدودها، وعمليات المونتاج التي تتعرض لها، والسياق الذي تُبثُّ فيه والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها ووقت البث ومناسبته، كلها عوامل تسهم في إحداث أثر مخطط له ومقصود بذاته في ذهن المتلقي الذي يقوم بقراءتها. لذلك فإن للصورة قدرة عميقة في التحول إلى فكرة (أيديولوجيا)، ومن ثم تتحول الفكرة إلى هدف، والهدف إلى مشروع، والمشروع إلى رأي عام، ومن ثم إلى سلوك بشري عن طريق الفضاء ووسائل الإعلام.

خامساً: أيديولوجيا الإعلان، فالرسالة الإعلانية التجارية وما تحمله من معان وأفكار مقصودة يُراد إيصالها إلى المستهلك وإقناعه بها تمثل رسالة أيديولوجية؛ ذلك أن الاتجاه الحديث في صناعة الإعلان لا يهدف إلى تعليم الجمهور كيفية استهلاك المنتج، بل يهدف إلى تعليمه المعنى الذي يحمله المنتج. فالإعلانات تترجم الجمل والعبارات الواردة في الإعلان من العالم المحسوس إلى المعنوي، من عالم الأشياء المتمثلة في المنتج الموجه للمستهلك إلى عالم المعاني التي تحمل أيديولوجيا تهم المستهلك في حياته اليومية. فالحديث عن الإعلان هو حديث عن برامج مدروسة بعناية لقولبة المجتمعات في نمط معين ترسمه وكالات الإعلان بإيعاز من الشركات والمؤسسات العالمية الكبرى. لذلك فالإعلان مهما كان نوعه ونشاطه، سياسياً أو ثقافياً أو تجارياً، فهو يختزل أيديولوجيا معينة، وقد يتعمد المعلن نشرها وقد لا يتعمد، حتى وإن كان ظاهره يقول عكس ذلك.

وتعمل الأنواع الخمسة لأيديولوجيا الإعلام على تعزيز أو نقض أيديولوجيا المجتمع، ولمعرفة ما إذا كانت هذه الأنواع مُعززة أو ناقضة لأيديولوجيا المجتمع الذي تعمل فيه، يجب أن نفهم أساس التحليل الأيديولوجي للرسالة الإعلامية، وهو

معرفة مدى التناسق بين مكونات الرسالة الإعلامية (النص والصورة) والمحددات المرجعية للمجتمع الذي تعمل فيه.

وبإسقاط ما تقدم من طرح حول أيديولوجيا الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وتويتر، وتيك توك...)، نشير بداية إلى أن هذه الشبكات لا تنشأ من فراغ، لأن منشأها الأصلي يخضع إلى اعتبارات أيديولوجية. فمؤسسو الشبكة سواء كانوا أفراداً أو جماعات يتبنون أفكاراً معينة، وتنشأ الشبكة بناء على هذه الأفكار. وقد تتغير التوجهات الفكرية لمؤسسي الشبكة تبعاً لتغير الأيديولوجيا المسيطرة على تفكيرهم. فشبكات التواصل الاجتماعي تؤسس فضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنواعاً متعددة من الأفكار والأيديولوجيات، وتظل الأيديولوجيا السياسية وما يدور حولها من أحداث الأبرز في التداول والتناول عبر هذه الشبكات، وتستخدم في ذلك جميع أنواع أيديولوجيا الإعلام التي سبقت الإشارة إليها. وهو ما يجعلها متغيراً رئيسياً في المعادلات السياسية داخل الدول بشكل إيجابي أو سلبي.

وفي سبيل نشر الأفكار والأيديولوجيات وتسويقها تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عدداً من الإستراتيجيات، منها(7):

1. إستراتيجية الإعلام: وفيها يتم تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية، وهم أعضاء الشبكة والمتعاطفون معها بهدف دعم اتجاهاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم.
 2. إستراتيجية الإقناع: وتستخدم عند السعي إلى بناء ودعم العلاقات الإستراتيجية مع الجماهير الأساسية المنتمية إلى الشبكة الاجتماعية، وأيضاً عندما تسعى إلى إحداث تغيير مقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات جمهور معين.
 3. إستراتيجية بناء الإجماع: وتستخدم في الغالب لبناء علاقات إستراتيجية مع البيئة الخارجية، عندما يظهر تعارض بين أهداف هذه الجهات المسوقة وبين مصالح واتجاهات الجماهير. وتسعى هذه الإستراتيجية إلى إيجاد أرضية مشتركة تحقق الحد الأدنى من التفاهم بين الجهات المُسوقة والجمهور المستهدف.
 4. إستراتيجية الحوار: وهنا يفتح السوق السياسي وسائله الاتصالية على مصراعها لتعبّر جماهيره من خلالها عن آرائها وتوجهاتها ومقترحاتها.
- يضاف إلى ذلك أن هذه الشبكات الاجتماعية تستخدم مجموعة من التكتيكات

- لتحقيق أهداف محددة ومعينة عبر تسويقها للأفكار، ومن بين هذه التكتيكات(8):
1. التمكين: ويشير إلى قيام الشبكة الاجتماعية بتمييز نفسها عن غيرها من الشبكات، ويتم ذلك من خلال تحقيق التواصل والترابط بين أعضائها وتحديد اهتمامات الشبكة بطريقة متكاملة فيما بينها من جانب وتوافقها مع اهتمامات المستخدمين والأعضاء من جانب آخر.
 2. الهجوم الجانبي: ويعني قيام الشبكة باستهداف مجموعات من المستخدمين كانت مستبعدة أو متجاهلة قبل ذلك.
 3. الهجوم الشامل: حيث يتم توجيه الجهود الاتصالية إلى كل المستخدمين لجذب أكبر عدد منهم.
 4. الهجوم الجزئي: ويُعنى بتوجيه الجهود الاتصالية إلى قطاعات ومستخدمين معينين.
 5. الهجوم المباشر: ويُعنى بتوجيه انتقاد مباشر للمنافسين.
 6. الهجوم المضاد: ويأتي ضمن مرحلة رد الفعل، ويتم التركيز فيه على الأعضاء الموالين والمؤيدين للشبكات المنافسة.
 7. الدبلوماسية: وهي تكتيك دفاعي تقوم من خلاله الشبكة بالتعاون مع غيرها والتي تتباين معها في المبادئ في شن حملات مشتركة.
 8. الهجوم الوقائي: وهو تكتيك دفاعي، ولكنه يبدأ بالهجوم على المنافسين قبل التعرض للهجوم من قبلهم، مثل استخدام الإعلان الهجومي لكشف عيوب ونواقص المعارضين.
 9. الانسحاب التكتيكي: ويعني التخلي عن المؤيدين المترددين والتركيز على الموالين الأساسيين للشبكة واسترضائهم، وإعادة طمأننتهم على سياسة الشبكة ومواقفها.
 10. التركيز على الحاجة إلى التغيير: حيث تؤكد الشبكة وتدعو إلى التغيير في الأوضاع القائمة.

وقد أسهمت أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر استخدام هذه التكتيكات في تآكل الكثير من المفاهيم والقيم الإعلامية، مثل المصداقية والموثوقية ومصدر الخبر؛ حيث أدت هذه الوسائل دورًا بارزًا في تداول الشائعات وإضفاء قدر كبير من الموثوقية عليها؛ الأمر الذي يُعد نوعًا من التضليل الإعلامي. كما أصبحت صفحات

مجهولة على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك مصدرًا لنشر الشائعات، والأخطر من ذلك أن الصحف والفضائيات باتت تتسابق إلى ما تبثه هذه المواقع دون تحري صدقيته.

ونشير، في ختام هذا المحور، إلى أن الوظيفة الأيديولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي تسهم بفاعلية في إعادة تركيب الذهنية الفكرية والأداء الاجتماعي للمجتمعات، فضلًا عن دورها البارز في تشكيل مفاهيم جديدة للهويات المحلية الخاصة، ويمكن تحديد أهم هذه الأدوار في الآتي (9):

- إثارة الرأي العام أو إعادة توجيهه.
 - تشتيت الرأي العام.
 - التشويه السياسي الإلكتروني.
 - التسويق السياسي من جهة والتعبئة السياسية من جهة أخرى.
 - دعم "الأنا" لدى الفئات المهمشة، وتعزيز مفهوم المواطنة الافتراضية لديهم.
- ونشير أيضًا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع، ولكنها أصبحت عاملاً مهمًا في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. كما أن التحدي الكبير الذي سيشكله هذا التغيير لاحقًا على المجتمعات، يكمن في تحوُّل المنصات الاجتماعية إلى منصات تنشئة اجتماعية لا تتبنى محتوياتها الحفاظ على تماسك المجتمع الواحد ذو القيم الثقافية والاجتماعية والفكرية المتجانسة. وبذلك تزامم هذه الشبكات مؤسسات التنشئة التقليدية التي تخضع محدداتها لتصور واضح المعالم والتوجه والأهداف، بينما تتضارب محددات الشبكات في معالمها وتوجهاتها وأهدافها.

3. الشعبية والخطاب الشعبي في شبكات التواصل الاجتماعي

الشعبوية

تمثل الشعبوية تصورًا سياسيًا محددًا يرى أن شعبًا خالصًا ومنسجمًا يقف دائمًا ضد نخب غير أخلاقية، فاسدة وطفيلية، وأن هذه النخب لا تنتمي البتة إلى الشعب (10). ويؤكد بعض الباحثين أن الشعبوية ليست نظرية أو أيديولوجية وإنما هي مجرد خطاب

وأسلوب للتعبئة والاحتجاج على المعاناة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية قبل أن تكون نظاماً للحكم، وذلك بحجة أن الشعبوية ملازمة للأزمات الحادة (11).

وتباين تعريفات الشعبوية؛ إذ يعتبرها بعض المتخصصين حركات معادية للنخب السياسية تقوم على استقطاب وحشد الجماهير، ويراها آخرون حركة سياسية يتم دعمها من قِبَل الطبقة العاملة والفلاحين لمواجهة النخب الاجتماعية المهنية. وانضم مؤيدو هذا الاتجاه إلى فريقين أحدهما يتبنى المنظور الحدائثي الذي يرى أن الشعبوية تعني دمج الطبقات العاملة والمتوسطة في المناطق الحضرية التي تبلورت في مرحلة الانتقال نحو الرأسمالية والحدائثة. ويتبنى الفريق الآخر النظرية الماركسية؛ حيث يرى أن القادة الشعبويين استطاعوا بناء تحالفات بين الطبقات العاملة، والطبقة الوسطى لمواجهة الطبقات الرأسمالية المهيمنة في المجتمع والنخب السياسية التابعة لها (12).

وركزت بعض تعريفات الشعبوية الأخرى على الإستراتيجيات التي يعتمد عليها القادة السياسيون لحشد الجماهير والحصول على دعمهم السياسي، وهي إستراتيجيات سياسية تعتمد على استفزاز المظالم الكامنة وإثارة المشاعر، بدلاً من الأيديولوجيا (13). وتصاعدت خلال العقد الماضي رؤى المحللين التي تؤكد أن الشعبوية بمنزلة أيديولوجية ترى أن المجتمع ينقسم إلى مجموعتين، هما: الشعب والنخبة، كما تؤكد ضرورة أن تكون السياسة مُعبّرة عن الإرادة العامة للشعب (14).

وتاريخياً، تُعد الشعبوية ظاهرة سياسية حديثة ومعاصرة لا يتجاوز تاريخها أكثر من قرن ونصف، وتقترح الأدبيات ثلاث مراحل متتالية لظهورها (15). ويربط المؤرخون المرحلة الأولى للشعبوية بظهور حركة الفلاحين الروسية المناهضة للسياسات الاقتصادية لنظام القيصر في الربع الأخير من القرن التاسع عشر، وتحديداً في عام 1874، وظهور حزب الشعب في الولايات المتحدة الأمريكية، في عام 1890، المناهض للرأسمالية.

أما المرحلة الثانية من الشعبوية فتمتد بين الحربين العالميتين، خاصة في ألمانيا وإيطاليا، ثم إلى بلدان أميركا الجنوبية، مثل الأرجنتين والبرازيل وبوليفيا والإكوادور وغيرها مُدعيةً تمثيلها المباشر للشعب، وأنها تعمل لمصالحهم وضد المؤسسة، ومن أهم سماتها مناهضة النخب وتقديسها لبعض الزعماء.

وتتجسد المرحلة الثالثة للشعبوية في الصعود الحديث للحركات الشعبوية في الولايات المتحدة وأوروبا. وقد بدأت هذه المرحلة مع انهيار المعسكر الاشتراكي، وسقوط جدار برلين وإلى يومنا هذا، وارتبطت بحركات اليمين المتطرف وعودة النزاعات القومية.

وفي العالم العربي عرفت بعض البلدان العربية منذ الاستقلال خطابات شعبية مختلفة عبّرت مبكراً عن هذه النزعة. وكانت النخب الحاكمة الصاعدة حريصة على إثبات أصولها "الشعبية" وهي تستند إلى أيديولوجيات ومشارب مختلفة (وطنية، يسارية، عروبية، تحررية) في سياقات سياسية شديدة التباين، وتدعي احتكار تمثيل الشعب. ومع اندلاع الثورات العربية نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين برزت موجة جديدة من الشعبوية، استطاع خطابها أن يعبئ فئات واسعة من المناصرين والمتعاطفين وأن يؤثر على مجريات الأحداث.

وانطلاقاً من هذه المراحل التاريخية للشعبوية يمكن استخلاص ثلاثة أنواع من الشعبويات (16): أولها: الشعبوية الزراعية أو الفلاحية، التي تقوم على نوع من التصوير المثالي للشعب، ومناهضة الرأسمالية، وتمثّل نظاماً سياسياً وأيديولوجياً يتناسب مع السياسات أو الأيديولوجيات الكبرى، مثل (الاشتراكية، والقومية/ الوطنية، والليبرالية). ويندرج في هذا النوع الشعبويات التي انتشرت في أميركا الجنوبية، وفي كثير من بلدان العالم الثالث بما في ذلك البلدان العربية. وثانيها: الشعبويات الوطنية التي انتشرت بين الحربين العالميتين، والناجمة عن وطأة الهزيمة التي أعقبت الحرب العالمية الأولى، والأزمة الاقتصادية العالمية الحادة التي شهدتها العام 1928، وتمثّل هذه المرحلة الحركتان، النازية والفاشية. أما النوع الثالث فهو يمثل الشكل الجديد للشعبوية المنتشر حالياً في أوروبا، ويتميز بالعنصرية وبتوجهه المناهض للنخب، والعولمة، والمهاجرين.

وعلى الرغم من تعدد تعريفات الشعبوية، فإن السمة المشتركة التي تميز الحركات الشعبوية تتجسد في معاداة "النخبة الفاسدة"، وتمجيد الشعب. ومن الناحية العملية، فإن الشعبوية تركز على فكرة العدو، والبحث الدائم عن أعداء جدد، ولها طريقة خاصة في الحكم تتمثّل في اتباع ثلاث خطوات إستراتيجية، أولها: الاستحواذ الكامل

على مفاصل الدولة، وثانيها: ممارسة الزبائية تجاه الحشد أو الجمهور، وثالثها: المناهضة الدائمة للمجتمع المدني، وبخاصة وسائل الإعلام (17).

الخطاب الشعبي

تُعدُّ الشعبوية نزعة سياسية تستخدم خطاباً يركز على محورية دور الشعب في الممارسة السياسية، وتوظيف مشاعر الغضب عند عامة الناس، خاصة في أوقات الكوارث والأزمات. وهذا يوضح الأسباب التي تدفع الناس إلى الإقبال والتفاعل مع هذا الخطاب، الذي يوصف بالعاطفي ولا يعتمد على أفكار أو رؤى، بل يميل إلى إثارة الحماس وإلهاب المشاعر ليطاشي تماماً أو يتطابق مع المزاج السائد، أو يقوم صنّاع الخطاب باختياره ليبدو خطاباً سائداً، دون أن يفيد في التعامل الجدي والمسؤول مع القضايا والمشاكل الواقعية.

وتُعدُّ الظروف الاجتماعية، وضعف الثقة في النظام السياسي، أحد أهم العناصر التي تجعل الناس يقبلون على دعم الخطاب الشعبي، الذي يتسم بالطابع التحريضي والاحتجاجي تجاه الفئات التي يعتبرها مهددة للشعب. فهو يهدف إلى القطيعة مع النظام السياسي القائم، والتخلص مما يعده أجهزة بيروقراطية، ومن ثم إحداث التغيير الشامل. لذا تنتشر في هذا الخطاب كلمات أو عبارات، مثل: التنظيف، والكنس، والمسح، والطرْد، وغيرها، خاصة في أوساط السياسيين التقليديين الذين يسعون إلى اكتساب الأصوات من خلال تعبئة الجماهير بطريقة تلعب على أوتار ضعف صلابة المقاومة الفكرية لعامة الناس مما يسهّل تضليلها. ولذلك يحاول الشعبويون استغلال ذلك عبر ما يلي (18):

- الحديث عن الوضع الاقتصادي من خلال التشديد على التفاوتات الاجتماعية الحادة، وكذلك ضعف وهشاشة وضع الطبقة العمالية التي تعيش في ظل ظروف حياة وعمل سيئة، وهو ما يطلقون عليه تسمية "الإفقار العام للمجتمع".

- الحديث عن الانحطاط الأخلاقي والقيمي في المجتمع، وفقدان المجتمع للقيم المرجعية والهوية الوطنية، وتراجع الطابع المدني، وبالتالي تراخي الرابطة الاجتماعية وتفككها.

- إن ما هو جوهر في الخطاب الشعبي ليس دفع الجمهور إلى التأمل في التفكير،

ولكن المهم هو حشدهم ودفعهم للانخراط في السياسة مؤيدين ومتحمسين لدعاة الخطاب، ولا سيما إذا كان المؤيدون ينتمون أصلاً إلى مجموعات مهمشة أو غير مبالية بالشأن السياسي.

ويتضمن الخطاب الشعبي مجموعة من الخصائص والسمات، فهو على سبيل المثال (19): خطاب تضليلي، وخطاب سجالي، وخطاب تبسيطي، وخطاب تحريضي، وخطاب إقصائي عدائي.

وللخطاب الشعبي أبعاد مهمة تساعد على فهم هذه الظاهرة، وهي (20):

- البعد المتعلق بتحديد الإطار المرجعي الذي يستمد منه هذا الخطاب فلسفته ورؤيته في فهم العلاقة بين الجماعات الشعبوية والجماعات الأخرى.

- البعد المتعلق بقدرة هذا الخطاب على بناء وتشكيل هوية خاصة للشعبيين ومعرفة ديناميات هذا البناء والتشكل.

- البعد المتعلق بإستراتيجيات الإقناع التي يستخدمها الخطاب في استمالة الشعبويين وكسب أصواتهم في الحملات الانتخابية.

وحتى ينجح هذا الخطاب في استقطاب جماعات كبيرة تؤيده فإنه يستخدم، كغيره من أنواع الخطاب الأخرى، إستراتيجيات إقناع فاعلة ومؤثرة، منها (21):

- الإستراتيجية الدينامية النفسية، التي تخاطب العاطفة والوجدان قبل العقل، وجوهرها هو استخدام رسالة أو خطاب فعال له القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد كي يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال.

- الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية، التي تحدد أو تعيد تحديد متطلبات ثقافية أو قواعد سلوك للجماعة، أو أدوار أو رتب أو إجراءات، بهدف صياغة أو تعديل تعريفات لسلوك اجتماعي متفق عليه من أعضاء الجماعة.

- إستراتيجية إنشاء المعاني، التي تسعى إلى نشر رسالة إقناعية تعمل على نشر وبث معان جديدة أو التغيير في المعاني القائمة، بهدف الوصول إلى سلوك جديد.

- إستراتيجية اللجوء إلى نظرية تأطير الهوية الشعبوية، التي تقدم الشعبويين بأنهم يشكلون هوية مختلفة عن غيرهم.

- إستراتيجية الحرمان النسبي، التي تقوم على مخاطبة الشعبويين بأنهم جماعات محرومة اقتصادياً، ومهمشة اجتماعياً وسياسياً.

- إستراتيجية السيطرة الإدراكية والإنتاج الأيديولوجي، والتي ترى أن المكون الأيديولوجي هو مكون رئيس في ممارسة السلطة والحفاظ عليها، ويتأسس على أنماط متنوعة من أنواع القبول، والتفاوض، والتحدي، وإجماع الرأي. لذلك يُعد هذا المكون مهمّاً وحاسماً للدور الإستراتيجي للخطاب ومنتجه في الهيمنة الاجتماعية والثقافية والتأثير الحاسم في عقول الناس.

- إستراتيجية التلاعب في الخطاب، وتقوم على التلاعب بالناس بعقولهم ومعتقداتهم وآرائهم، والمعارف والأيديولوجيات التي تسيطر على أفعالهم، وتركز على التلاعب بمضمون النص والحديث ويتم ذلك عن طريق إبراز المعنى أو تجاهله، واعتماد أفعال كلامية معينة ومعان موضوعية دقيقة أو مبهمة واستعارات بلاغية واختيار كلمات وتعبيرات ذات تأثير قوي، والتلاعب بمعلومات ظاهرة، وتضمين معلومات أخرى، وحجم النص وصورته، ونوع الخط، والصور وغيرها من الآليات الدلالية الأخرى.

- إستراتيجية التضليل المعلوماتي: وتقوم على إخفاء الحقائق عن الجمهور أو تحريفها من خلال وسائل الإعلام، وذلك لتوجيه الرأي العام نحو أهداف معينة عن طريق خداع الجمهور المستهدف. وينشط هذا النوع من التضليل خلال فترات الحروب والأزمات والصراعات وتغيير الأنظمة، وتتمثل أساليبه في تحريف المعلومات، والتكتم والتجاهل الإعلامي لقضية ما، فضلاً عن الشائعات والتشويش، والكذب والاختلاق، وإخفاء الحقائق، والمصادر المجهولة، والتهويل والتضخيم.

ويحتكر الخطاب الشعبي التكلم باسم الشعب حتى وإن كان أقلية، ويشكك في مبدأ التمثيل والأحزاب والنخب السياسية، كما يشكك في انتماء المخالفين له، وإخلاصهم الوطني. وفي خضم صراعه مع المؤسسة السياسية يهاجم الخطاب الشعبي تلك الآليات والأدوات التي تعمل على منع سوء استخدام السلطة، والتي تراقب السياسيين. ويفضّل الخطاب الشعبي نمط القيادة ذات التواصل المباشر مع الجمهور، وهذا ما تيسره الوسائل الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي، التي تسهل على الخطاب الشعبي تقبل فكرة الزعيم الكاريزمي الذي يتواصل مباشرة مع الناس. كما ينزلق هذا الخطاب إلى تقسيم المجتمع إلى "نحن" التي تمثل الشعب المتخيل،

و"هُم" أعداء الشعب من المؤسسات والنخب. وقد ينقلب هذا التقسيم إلى صراع على مستوى الهوية يعرقل التعددية، ولا تنتج منه حلول ديمقراطية(22).

وباستخدام الإستراتيجيات والتكتيكات التي تمت الإشارة إليها قامت شبكات التواصل الاجتماعي بدور محوري فيما يخص الطريقة التي يتم بها تنفيذ حملات الشعبويين، وأيضاً طرق تواصل الفاعلين السياسيين وانخراطهم مباشرة مع الجمهور الذي يقوم بالتعليق على رسائلهم والترويج لها ومناقشتها، ومن ثم المشاركة في النشر العميق لهذه الأفكار الشعبوية. ويرجع ذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي توفر فرص اتصال منخفضة التكلفة، وأن رسائلها تتضمن عناصر معينة مثل التعليق العاطفي والمعلومات الجديدة المفاجئة، التي تعمل على تهيج العامة، واستثارة عواطفهم وانتماءاتهم الوطنية والقومية والدينية والطائفية، لغايات نفعية ضيقة سياسية أو اقتصادية أو نفوذ اجتماعي أو شهرة إعلامية؛ الأمر الذي قد يدفع العامة إلى الفوضى والتخريب والتجاوز على سيادة النظام والقانون تحت تأثير العقل الجمعي المنقاد عاطفياً.

ونشير في ختام هذا المحور إلى أن:

- الشعبوية خطاب سياسي يستفيد من التوتر القائم بين المؤسسات السياسية (حكومة/ معارضة)، وبين المواطن والمؤسسات الوسيطة التي تفصله عن عملية صنع القرار.
- الشعبوية مزاج سياسي ناجم عن غضب فئات اجتماعية متضررة ومهمشة نتيجة التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية.
- يتميز الخطاب الشعبوي بسمات عدة لعل أهمها احتكار التحدث باسم الشعب، وتقسيم المجتمع إلى مجموعتين "نحن" و"هُم".
- تفرض التوترات الاجتماعية وتطور وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي إيلاء الاهتمام الكامل بالفئات المتضررة من هذه التوترات والاستجابة لمطالبها.
- قامت شبكات التواصل الاجتماعي بدور محوري في نشر الأفكار الشعبوية وتنفيذ حملات الشعبويين، وذلك باستخدام عدد من التكتيكات والإستراتيجيات.

4. شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الشعبي في المجتمع السوداني

كان الخطاب الشعبي في بعض التجارب الإفريقية موجهاً ضد الأجنبي، كما في حالة أوغندا وزيمبابوي وجنوب إفريقيا على سبيل المثال، أما في الحالة السودانية فإن الخطاب الشعبي خطاب داخلي بين مكونات المجتمع الواحد. وقد قاد هذا الخطاب إلى انقسام المجتمع السوداني بين "هم" و"نحن" على أسس قبلية ومناطقية؛ الأمر الذي بات يهدد فكرة الدولة ومستقبل تماسكها وبقائها موحدة. ومن هنا تأتي أهمية الحالة السودانية نموذجاً للبحث والدراسة، باعتبار الأهمية الإستراتيجية التي يمثلها السودان للأقاليم المتاخمة لحدوده: الخليج العربي، والقرن الإفريقي، وحوض النيل، ومنطقة الساحل والصحراء وانعكاساتها الأمنية. يضاف إلى ذلك أن تجربة الحكم الوطني في السودان بنمطيه، المدني والعسكري، عملت على عزل الشعب عن المساهمة الإيجابية في رسم تطلعاته، مما حال دون بناء مؤسسات راسخة تضمن استقرار الدولة لاحقاً. وهذا الأمر -بالإضافة إلى عوامل أخرى- قاد إلى حالة من الاغتراب بين الشعب والدولة، ومهد لتعزير فرص نمو الخطاب الشعبي الذي عمل في اتجاه تحريضي قد يقود إلى تفويض الدولة ومؤسساتها. وأدت هذه الشروط إلى ضعف حظوظ الانتقال الديمقراطي نتيجة لتمدد هذا الخطاب وملئه للفراغ الذي نتج عن التغيير السياسي الذي حدث في البلاد نهاية 2019. فالعلاقة بين تمديد الخطاب الشعبي والتحول الديمقراطي علاقة عكسية؛ إذ كلما ترسخت الديمقراطية وقويت المؤسسات العامة، ضعفت حظوظ الخطاب الشعبي في التمديد. وكلما تمديد الخطاب الشعبي تضاءلت فرص نجاح عملية الانتقال الديمقراطي.

وحتى يتسنى للباحث معرفة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في تنامي الخطاب الشعبي وأيديولوجيته على أسس علمية، قام بإجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الرأي العام النوعي السوداني المتفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي بلغ عدد مفرداتها (105). وفي هذا الجزء نحلل نتائج الاستبيان الإلكتروني (23) الذي صُمم للإجابة عن أسئلة الدراسة، وقُسمت محاوره بجانب البيانات الأولية إلى ثلاثة محاور. تناول المحور الأول مفهوم الشعبوية والخطاب الشعبي، وركز المحور الثاني على الشعبوية والخطاب الشعبي في شبكات التواصل الاجتماعي في السودان، أما المحور الثالث فتناول آليات مواجهة الخطاب الشعبي في شبكات

التواصل الاجتماعي بالمجتمع السوداني.

واستخدم الاستبيان مقياس "ليكرت الخماسي" للإجابة عن أسئلة ومحاورة الدراسة من أجل قياس "درجة الموافقة" على جميع العبارات من قبل أفراد العينة، بحيث تكون الإجابة عن تلك العبارات بأحد الخيارات الآتية: (أوافق بشدة، أوافق، أو أوافق إلى حد ما، لا أوافق، لا أدري) هذا بجانب الأسئلة المفتوحة.

أولاً: البيانات الأولية

توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس

بالنظر إلى الجدول رقم (1) يتضح أن 88.57٪ من أفراد العينة من الذكور، بينما بلغت نسبة الإناث 11.43٪.

جدول (1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس

النسبة (%)	العدد	الجنس
88.57	93	ذكر
11.43	12	أنثى
100	105	الإجمالي

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمهنة

بالنظر إلى الجدول رقم (2) يتضح أن 54.29٪ من أفراد العينة أساتذة جامعيون، و24.76٪ من الضباط العسكريين، و18.09٪ من الإعلاميين، بينما بلغت نسبة السياسيين 2.86٪.

جدول (2): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمهنة

م	المهنة	العدد	النسبة (%)
1	أستاذ جامعي	57	54.29
2	إعلامي	19	18.09

3	سياسي	3	2.86
4	عسكري (ضابط)	26	24.76
	الإجمالي	105	100

ثانياً: تحليل الاستبيان

المحور الأول: الشعبية والخطاب الشعبي

جدول (3) يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على مفاهيم الشعبية والخطاب الشعبي

الترتيب وفق الوسط الحسابي المرجح لإجابات عينة الدراسة	درجة الموافقة	الأهمية النسبية (%)	المتوسط الحسابي المرجح	لا أدرى	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	ترتيب السؤال في الاستبيان
1	أوافق بشدة	85.52	4.28	1	4	7	46	47	تتعدد وسائل التواصل التي يستخدمها السياسيون الشعبيون في توصيل خطاباتهم إلى متلقيهم، (وسائل اتصال شخصي، بيانات حزبية، التلفاز والصحافة... إلخ). وتبقى شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل التي يستخدمها هؤلاء السياسيون في توصيل رسائلهم إلى الجماعات المستهدفة بحكم ما تتميز به من خصائص وسمات.	8

2	أوافق	83.24	4.16	0	9	12	37	47	استمدت الشعبية مشروعيتها من إخفاقات النخب، خصوصاً في أدائها السياسي.	6
3	أوافق	81.71	4.09	1	7	12	47	38	الشعبوية نمط من الخطاب السياسي، يتفاعل مع عفوية مزاج سياسي لجمهور غاضب فقد الثقة بالنظام والأحزاب السياسية القائمة والنخب الحاكمة.	2
4	أوافق	80.19	4.01	1	8	17	42	37	تتعدد الإستراتيجيات الإقناعية التي يستخدمها الخطاب الشعبي، ولكن تظل إستراتيجية الحرمان النسبي التي تقوم على مخاطبة الشعبين بأنهم جماعات محرومة اقتصادياً، ومهمشة اجتماعياً وسياسياً أهم الإستراتيجيات الإقناعية التي يركز عليها الخطاب الشعبي.	9
5	أوافق	78.86	3.94	0	12	13	49	31	الشعبوية ليست نظرية أو أيديولوجيا وإنما هي مجرد "خطاب" و"أسلوب" للتعبئة والاحتجاج على المعاناة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية قبل أن تكون نظاماً للحكم.	3

6	أوافق	77.33	3.87	2	9	19	46	29	يتميز الخطاب الشعبي بطابعه الاحتجاجي الرافض للمؤسسات، وبمظاهراته التي يغلب عليها العنف الرمزي المصحوب في بعض الحالات بالعنف المادي.	7
7	أوافق	76.76	3.84	2	12	15	48	28	الشعبوية لا تقتصر على الاتجاه اليميني الشائع، أو ما يسمى اليمين الشعبي المتطرف، وإنما تضم الشعبوية اليمين واليسار، وكل واحد منهما يحاول تقديم خطاب مغاير، سواء على مستوى المعايير أو الأهداف.	5
8	أوافق	75.24	3.76	2	16	19	36	32	الشعبوية إستراتيجية سياسية تهدف إلى إحداث تغيير سياسي عبر الوصول إلى الحكم، ويتحول خطابها إلى أيديولوجيا في الحالات المتطرفة. لذا تنتشر في الخطابات الشعبية كلمات أو منطوقات مثل: التنظيف، والكس، والمسح، والطرء...إلخ.	4

9	أوافق	73.71	3.69	2	19	11	51	22	<p>الشعبوية إستراتيجية تهدف إلى إقامة الحد السياسي الذي يتسم المجتمع إلى كتلتين/ معسكرين، وتعمل على تعبئة أولئك الذين هم في "الأسفل/تحت" ضد أولئك الذين هم في "الأعلى/ فوق" أو الذين يملكون السلطة.</p>	1
	أوافق	79.17	3.96						<p>المتوسط الحسابي والأهمية النسبية للمحور</p>	

شكل (1): متوسطات إجابات عينة الدراسة حول الشعبوية والخطاب الشعبي والأهمية النسبية لأسئلة المحور



بالنظر إلى الجدول رقم (3)، والأشكال البيانية (من 1 إلى 10) ذات الصلة بمحور مفهوم الشعبية والخطاب الشعبي، يرى أفراد العينة بنسبة موافقة بلغت 95.2٪، أن هناك تعددًا في وسائل التواصل التي يستخدمها السياسيون الشعبيون في توصيل خطاباتهم إلى متلقيهم، (وسائل اتصال شخصي، بيانات حزبية، التلفزيون، الصحافة... إلخ). ويأتي في مقدمة هذه الوسائل شبكات التواصل الاجتماعي لما تتميز به من خصائص وسمات، وهذا يوضح بجملة تأثير هذه الشبكات في تنامي الخطاب الشعبي.

كما يرى أفراد العينة بنسبة بلغت 91.4٪ أن الشعبية استمدت مشروعيتها من إخفاقات النخب، خصوصًا في أدائها السياسي. ويتفاعل خطابها مع عفوية مزاج سياسي لجمهور غاضب فقد الثقة بالنظام والأحزاب السياسية القائمة والنخب الحاكمة.

ومع تعدد الإستراتيجيات الإقناعية التي يستخدمها هذا الخطاب تظل إستراتيجية الحرمان النسبي التي تقوم على مخاطبة الشعبيين بأنهم جماعات محرومة اقتصاديًا ومهمشة اجتماعيًا وسياسيًا أهم الإستراتيجيات الإقناعية التي يركز عليها الخطاب الشعبي وفقًا لرأي العينة بنسبة بلغت 91.4٪.

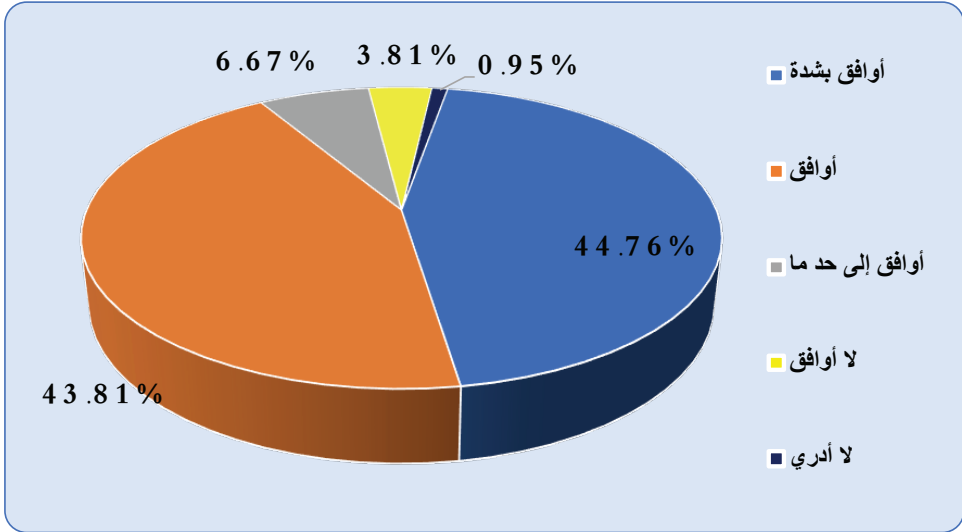
ووفقًا لعينة الدراسة، وبنسبة بلغت 88.6٪، فإن الشعبية ليست نظرية أو أيديولوجيا وإنما مجرد "خطاب" و"أسلوب" للتعبئة والاحتجاج على المعاناة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية قبل أن تكون نظامًا للحكم. ويرى أفراد العينة بنسبة بلغت 82.9٪ أن الخطاب الشعبي قد يتحوّل إلى أيديولوجيا في الحالات المتطرفة، لذا تنتشر في الخطابات الشعبية كلمات مثل: التنظيف، والكنس، والمسح، والطرْد. كما أن هذا الخطاب لا يقتصر على الاتجاه اليميني الشائع، أو ما يسمى اليمين الشعبي المتطرف، وإنما تضم الشعبية اليمين واليسار، وكل واحد منهما يحاول تقديم خطاب مغاير، سواء على مستوى المعايير أو الأهداف. ويرى أفراد العينة بنسبة بلغت 80٪ أن الشعبية إستراتيجية تهدف إلى إقامة الحد السياسي الذي يُقسّم المجتمع إلى كتلتين/ معسكرين، وتعمل على تعبئة أولئك الذين هم في "الأسفل/ تحت" ضد أولئك الذين هم في "الأعلى/ فوق" أو الذين يملكون السلطة.

ويشير الباحث في ختام هذا المحور من الاستبيان -وبالرجوع إلى تحليل الجدول

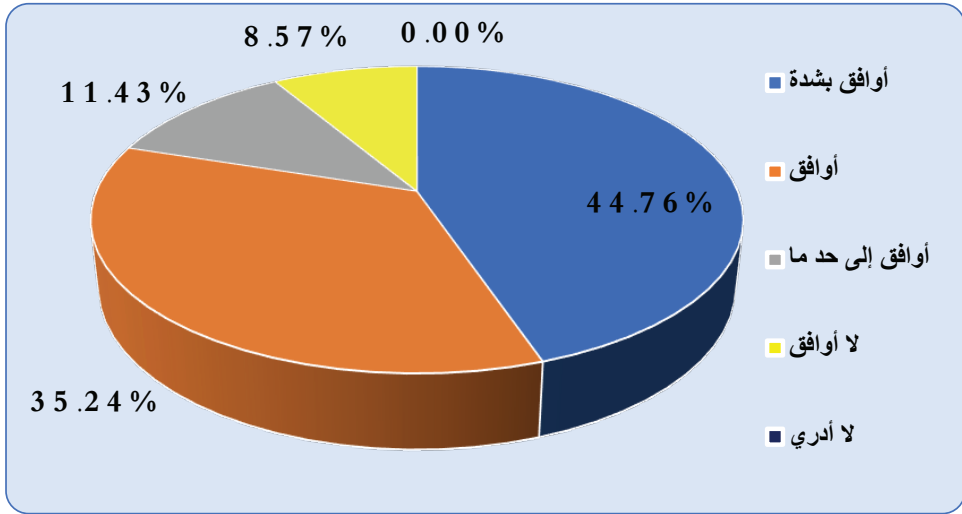
رقم (3)- إلى أن أفراد العينة وافقوا على ما ورد فيه من أفكار ورؤى حول المفاهيم والأدبيات التي تناولت الشعبوية والخطاب الشعبي بنسبة بلغت 88.7%.

أشكال بيانية توضح إجابات أفراد العينة عن أسئلة المحور الأول

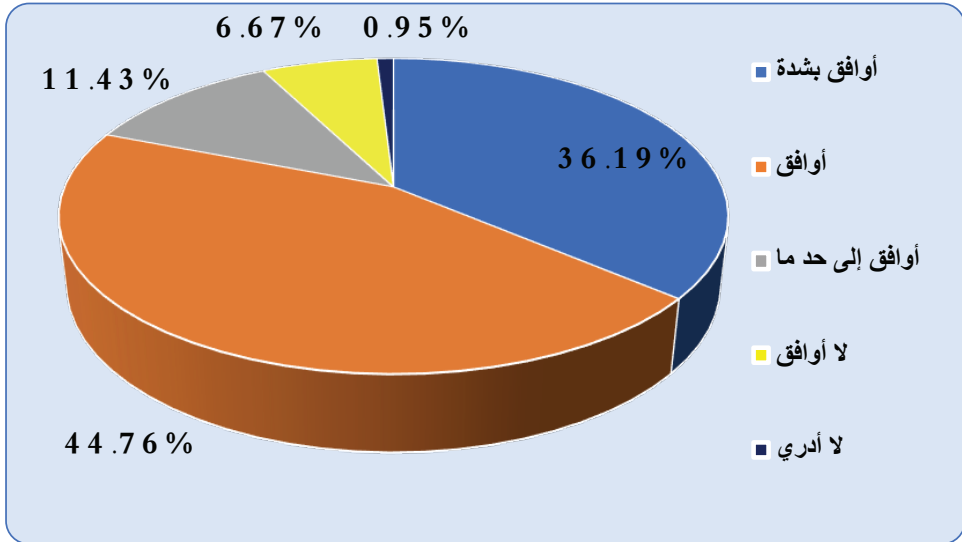
شكل (2): يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على تعدد وسائل التواصل التي يستخدمها السياسيون الشعبيون في توصيل خطاباتهم إلى متلقيهم، (وسائل اتصال شخصي، بيانات حزبية، التلفزيون والصحافة...إلخ). وتعد شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل التي يستخدمها هؤلاء السياسيون في توصيل رسائلهم إلى الجماعات المستهدفة لما تتميز به من خصائص وسمات.



شكل (3): يبيّن مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبوية استمدت مشروعيتها من إخفاقات النخب، خصوصًا في أدائها السياسي.

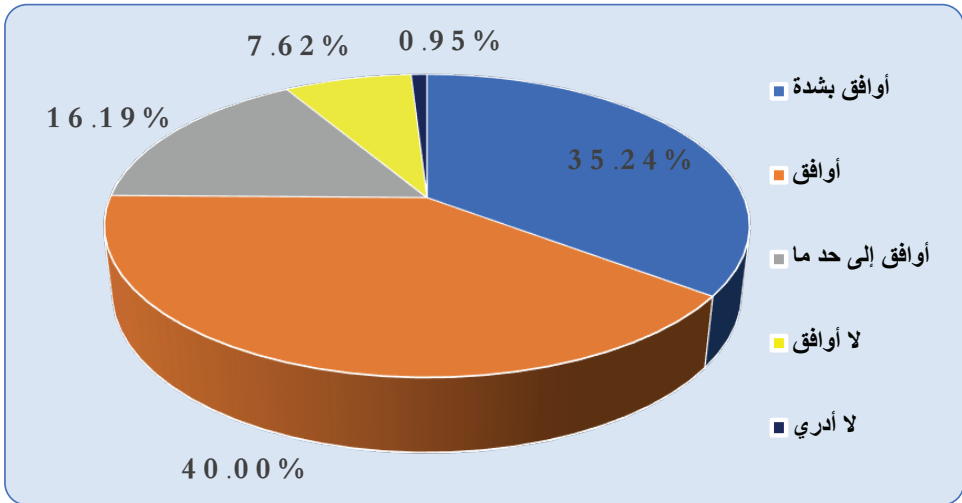


شكل (4): يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبوية نمط من الخطاب السياسي، الذي يتفاعل مع عفوية مزاج سياسي لجمهور غاضب فقدت الثقة بالنظام والأحزاب السياسية القائمة والنخب الحاكمة.

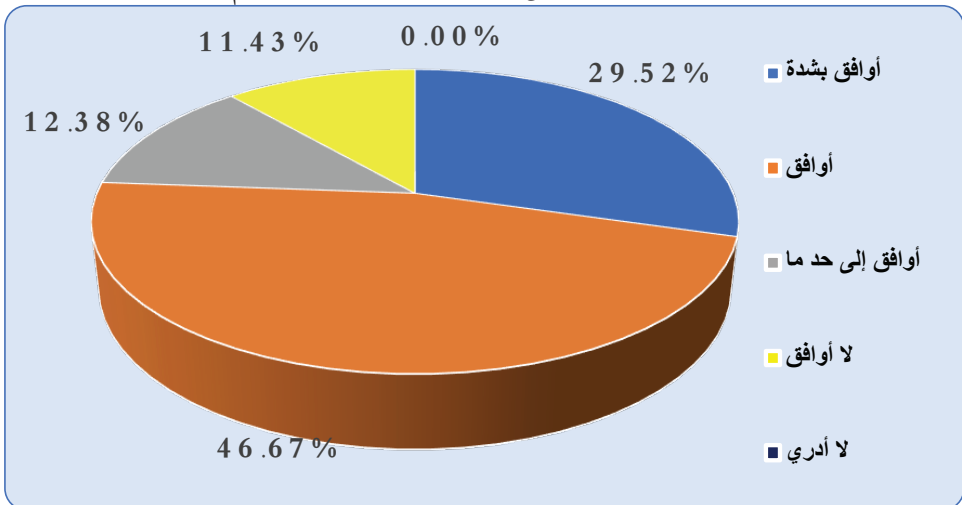


شكل (5): يُظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على تعدد الإستراتيجيات الإقناعية التي يستخدمها الخطاب الشعبي، ولكن تظل إستراتيجية الحرمان النسبي التي تقوم على مخاطبة الشعبويين بأنهم جماعات محرومة اقتصاديًا، ومهمشة اجتماعيًا وسياسيًا، أهم

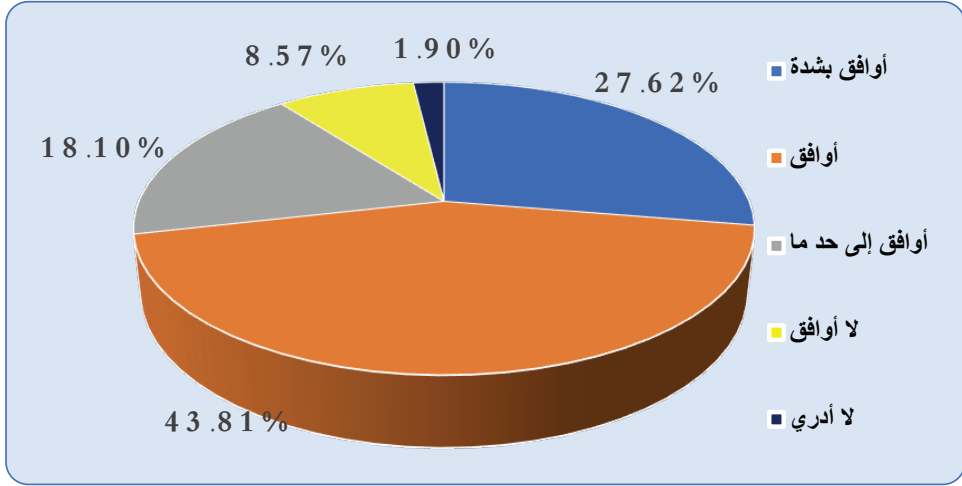
الإستراتيجيات الإقناعية التي يركز عليها الخطاب الشعبي.



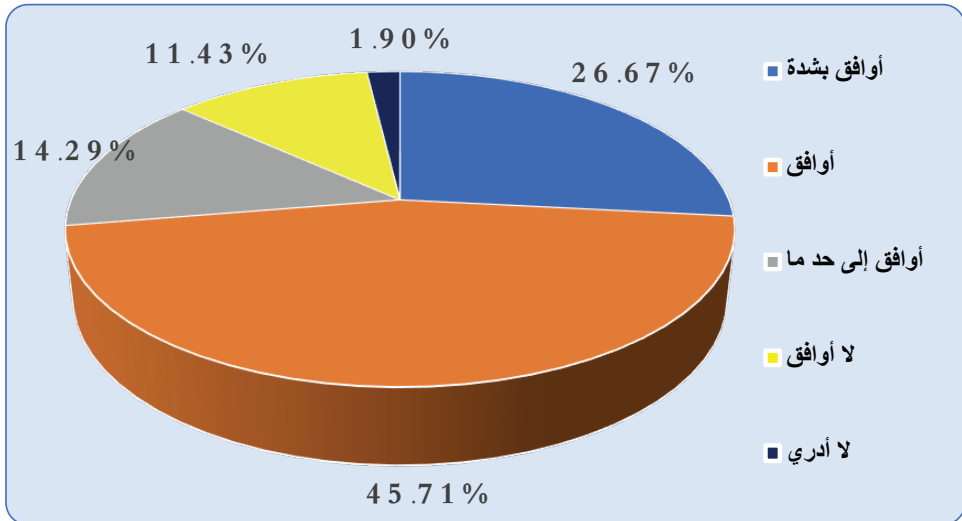
شكل (6): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبوية ليست نظرية أو أيديولوجيا وإنما مجرد "خطاب" و"أسلوب" للتعبئة والاحتجاج على المعاناة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية قبل أن تكون نظامًا للحكم.



شكل (7): يُظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على تميز الخطاب الشعبي بطابعه الاحتجاجي الرافض للمؤسسات، وبمظاهراته التي يغلب عليها العنف الرمزي المصحوب في بعض الحالات بالعنف المادي.

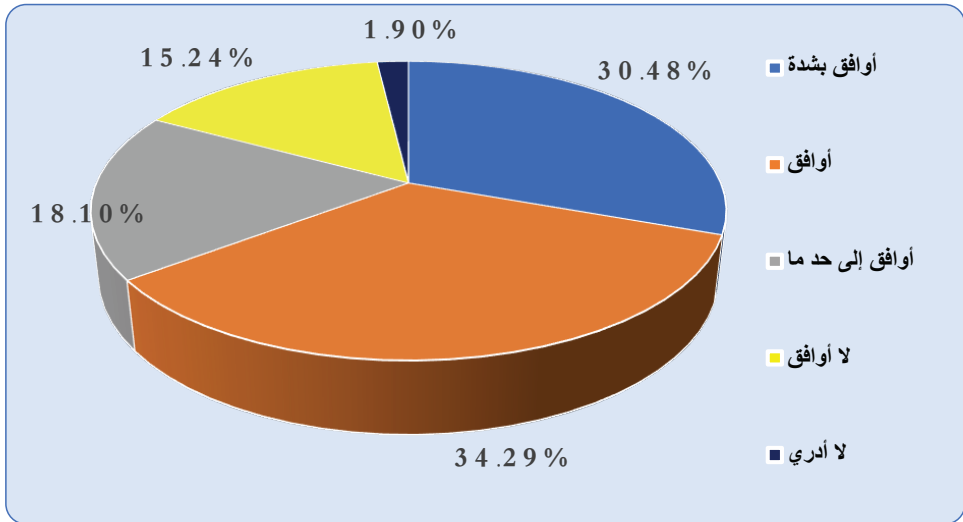


شكل (8): يبيّن مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبوية لا تقتصر على الاتجاه اليميني الشائع، أو ما يسمى اليمين الشعبوي المتطرف، وإنما تضم الشعبوية اليمين واليسار، وكل واحد منهما يحاول تقديم خطاب مغاير، سواء على مستوى المعايير أو الأهداف.

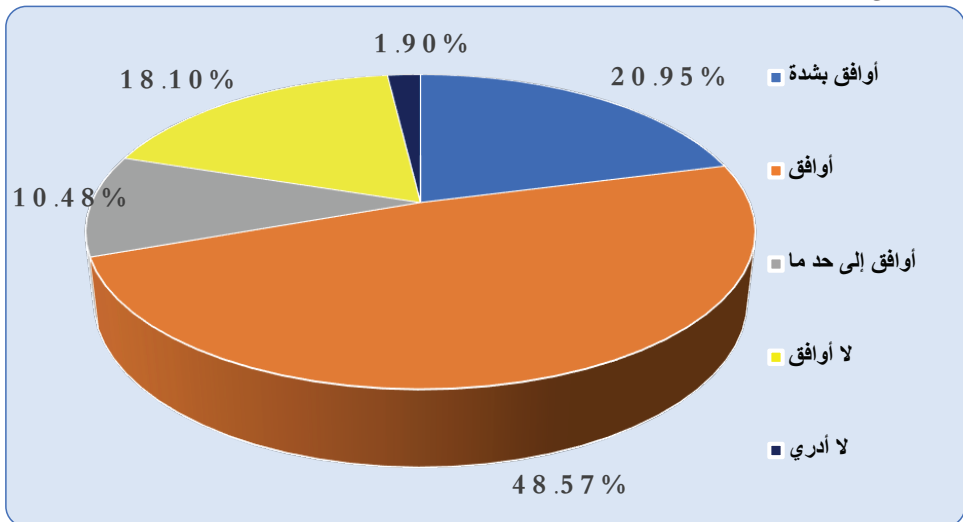


شكل (9): يوضح مدى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبوية إستراتيجية سياسية تهدف إلى إحداث تغيير سياسي عبر الوصول إلى الحكم، ويتحوّل خطابها إلى أيديولوجيا في الحالات المتطرفة. لذا تنتشر في الخطابات الشعبوية كلمات

مثل: التنظيف، والكنس، والمسح، والطرء، وغيرها.



شكل (10): يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الشعبية إستراتيجية تهدف إلى إقامة الحد السياسي الذي يُقسَّم المجتمع إلى كتلتين/ معسكرين، وتعمل على تعبئة أولئك الذين هم في "الأسفل/ تحت" ضد أولئك الذين هم في "الأعلى/ فوق" أو الذين يملكون السلطة.



المحور الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الشعبي في السودان

جدول (4) يبين مستوى موافقة عينة الدراسة على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تأجيج الخطاب الشعبي بالسودان

الترتيب	وفق الوسط الحسابي المرجح لإجابات عينة الدراسة	درجة الموافقة	الأهمية النسبية (%)	المتوسط الحسابي المرجح	لا	لا أدرى	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	ترتيب السؤال في الاستبيان
1	أوافق بشدة	88.95	4.45	1	1	8	35	60	هناك علاقة بين ضعف محتوى وسائل الإعلام الرسمية وضعف ثقة الجمهور في هذه الوسائل وبين تنامي الخطاب الشعبي المستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي في السودان.	4	
2	أوافق بشدة	86.67	4.33	1	5	9	33	57	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي والرسائل التي تُرَوِّج من خلالها، والتي ربطت بين الترددي الاقتصادي ونشر خطاب الكراهية، بدور في تصاعد حدة الخطاب الشعبي في السودان.	2	
3	أوافق بشدة	85.90	4.30	2	1	14	35	53	توجد علاقة بين تصاعد الخطاب الشعبي في السودان والتوسع في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها في البلاد.	1	

4	أوافق	84.00	4.20	2	4	12	40	47	يُعد نشر الكراهية وإعلاء شأن القبيلة والتجانبات حول العرقية والجهوية، والدعوة للعنف والتمرد على وحدة أراضي الدولة بشكلها الاجتماعي المتوارث، أبرز مقومات الخطاب الشعبي المنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في السودان. ويبدو تأثير هذا الخطاب واضحاً وجلياً في انتشار العنف والعنف المضاد القائم على القبلية والجهوية الذي تشهده بعض مناطق البلاد.	3
5	أوافق	83.43	4.17	2	7	14	30	52	الخطاب الشعبي الذي تبثه شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إضعاف اللحمة الوطنية وإعلاء قيمة الكيانات القبلية على حساب الدولة.	9
6	أوافق	83.24	4.16	0	4	14	48	39	استفادت شبكات التواصل الاجتماعي من حالة الفراغ المؤسساتي الذي يشهده السودان في الوصول لقطاعات عريضة، ونشر الخطاب الشعبي القائم على معاداة الآخر.	6

7	أوافق	80.19	4.01	2	10	16	34	43	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الخطاب الشعبي في تماهي السلطة مع بعض المكونات الاجتماعية لتحقيق مكاسب سياسية آنية على حساب مكونات أخرى، وسيكون لذلك انعكاسات سلبية على مستقبل استقرار الدولة على المدى البعيد.	8
8	أوافق	75.81	3.79	1	13	27	30	34	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي من خلال خطابها الشعبي في تعويق التسوية السياسية المفضية لتحول ديمقراطي في السودان عبر رفع سقف التوقعات والمطالب الخاصة ببعض الجماعات، وقاد ذلك إلى حالة عدم الاستقرار السياسي والسيولة والهشاشة الأمنية التي تشهدها البلاد.	7
9	أوافق	72.00	3.60	1	18	30	29	27	هناك علاقة بين تمدد الخطاب الشعبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع نسبة الأمية في المجتمع السوداني.	5

10	أوافق إلى حد ما	56.76	2.84	4	52	19	17	13	لا يحظى الخطاب الشعبي المنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتأييد؛ إذ يبدو وكأنه خطاب نخبوي لا علاقة له بالمجتمع السوداني.	10
		79.70	3.98	المتوسط الحسابي والأهمية النسبية للمحور						
أوافق										

شكل (11): متوسطات إجابات عينة الدراسة حول شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الشعبي في السودان والأهمية النسبية لأسئلة المحور



بالنظر إلى الجدول رقم (4)، والأشكال البيانية (من الرقم 11 إلى 21) ووفقاً لرأي أفراد العينة وبنسبة موافقة بلغت 98.1٪، فإن هناك علاقة بين ضعف محتوى وسائل الإعلام الرسمية وضعف ثقة الجمهور في هذه الوسائل وبين تنامي الخطاب الشعبي المستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي في السودان. كما توجد علاقة بين تصاعد هذا الخطاب والتوسع في استخدام هذه الشبكات وانتشارها في البلاد؛ حيث أسهمت من خلال رسالتها التي ربطت بين الترددي الاقتصادي ونشر خطاب

الكرهية في تصاعد حدة الخطاب الشعبي في السودان، وذلك بنسبة موافقة بلغت 94.3%. كما أن ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع السوداني أسهم هو الآخر في تمدد الخطاب الشعبي الذي تبته هذه الشبكات بالبلاد وذلك وفقاً لرأي العينة بنسبة موافقة بلغت 81.9%.

ويرى أفراد العينة، وبنسبة بلغت 94.3%، أن نشر الكراهية وإعلاء شأن القبيلة والتجاذبات حول العرقية والجهوية والدعوة للعنف والتمرد على وحدة أراضي الدولة بشكلها الاجتماعي المتوارث يُعد من أبرز مقومات الخطاب الشعبي المنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في السودان. ويبدو تأثير هذا الخطاب واضحاً في انتشار العنف والعنف المضاد القائم على القبلية والجهوية الذي تشهده بعض مناطق البلاد، ويرجع ذلك -وفقاً لرأي العينة وبنسبة بلغت 96.2%- إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي استفادت من حالة الفراغ المؤسسي التي يشهدها السودان، الأمر الذي مكّنها من الوصول لقطاعات عريضة ونشر الخطاب الشعبي القائم على معاداة الآخر. وأدى ذلك إلى إضعاف اللحمة الوطنية وإعلاء قيمة الكيانات القبلية على حساب الدولة.

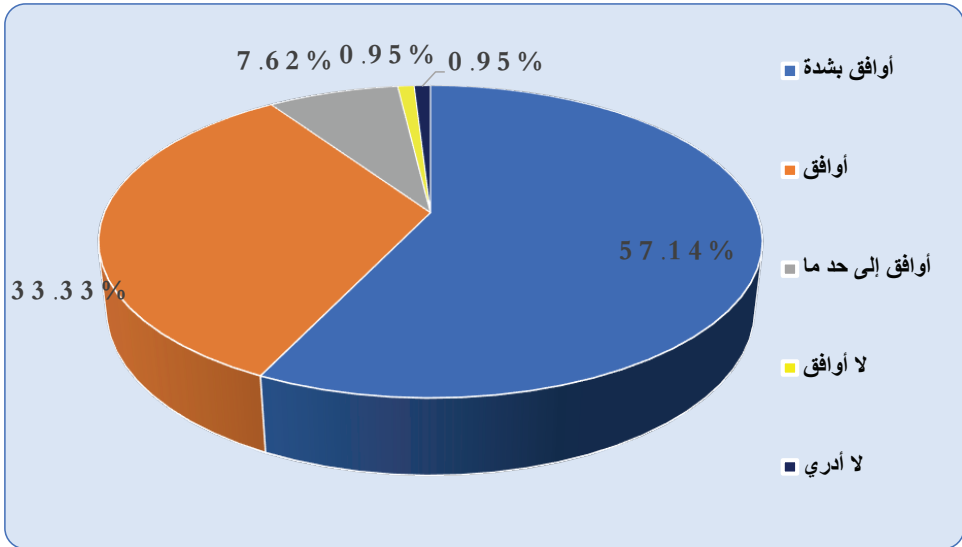
ويرى أفراد العينة أن الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي في السودان يحظى بالتأييد وليس خطاباً نخبويّاً فقط، وأن هذا الخطاب أسهم في تماهي السلطة مع بعض المكونات الاجتماعية لتحقيق مكاسب سياسية آنية على حساب مكونات أخرى، وسيكون لذلك انعكاسات سلبية على مستقبل استقرار الدولة على المدى البعيد. كما أسهمت هذه الشبكات من خلال خطابها الشعبي -وفقاً لأفراد العينة وبنسبة بلغت 86.7%- في رفع سقف التوقعات والمطالب الخاصة ببعض الجماعات، وتعميق التسوية السياسية المفوضية إلى تحول ديمقراطي في السودان، ونتج عن ذلك حالة من عدم الاستقرار السياسي والسيولة والهشاشة الأمنية التي تشهدها البلاد.

ويشير الباحث في ختام هذا المحور -وبالرجوع إلى تحليل الجدول رقم (4)- إلى أن أفراد العينة قد وافقوا على ما ورد فيه من أفكار ورؤى حول تأثيرات شبكات

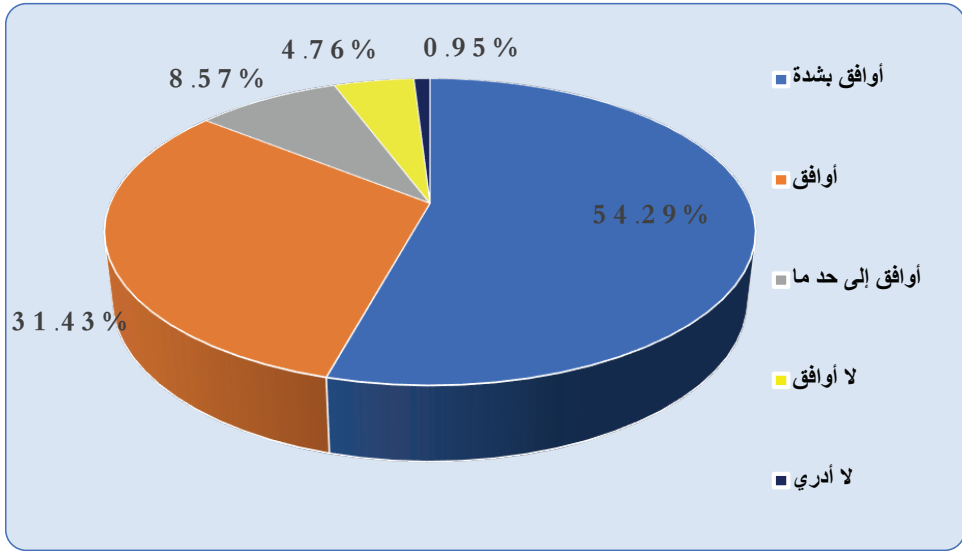
التواصل الاجتماعي في تنامي الخطاب الشعبي في المجتمع السوداني، بنسبة بلغت 87.5%.

أشكال بيانية تبرز إجابات أفراد العينة عن أسئلة المحور الثاني

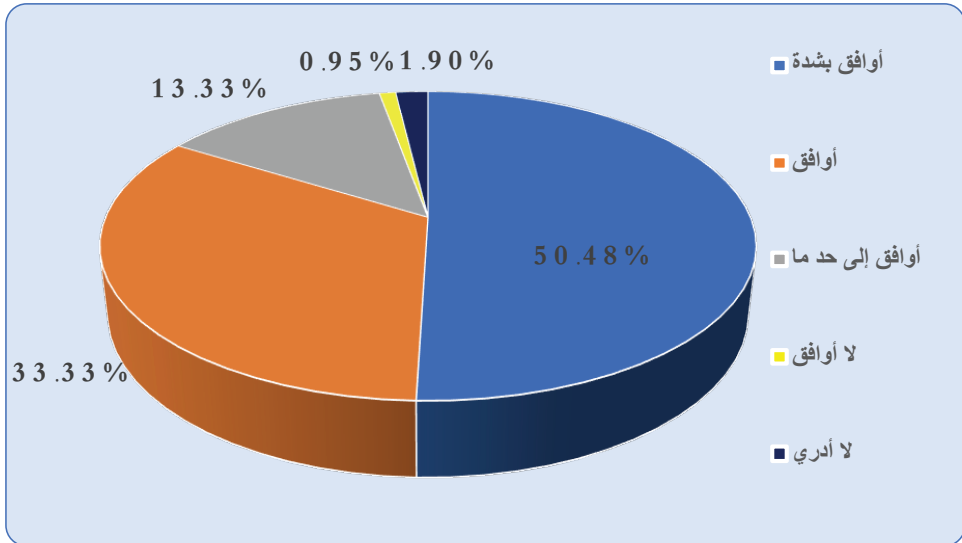
شكل (12): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على أن هناك علاقة بين ضعف محتوى وسائل الإعلام الرسمية وضعف ثقة الجمهور في هذه الوسائل، وبين تنامي الخطاب الشعبي المستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي في السودان.



شكل (13): يُظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في تصاعد حدة الخطاب الشعبي في السودان من خلال رسالتها التي ربطت بين التردّي الاقتصادي ونشر خطاب الكراهية.

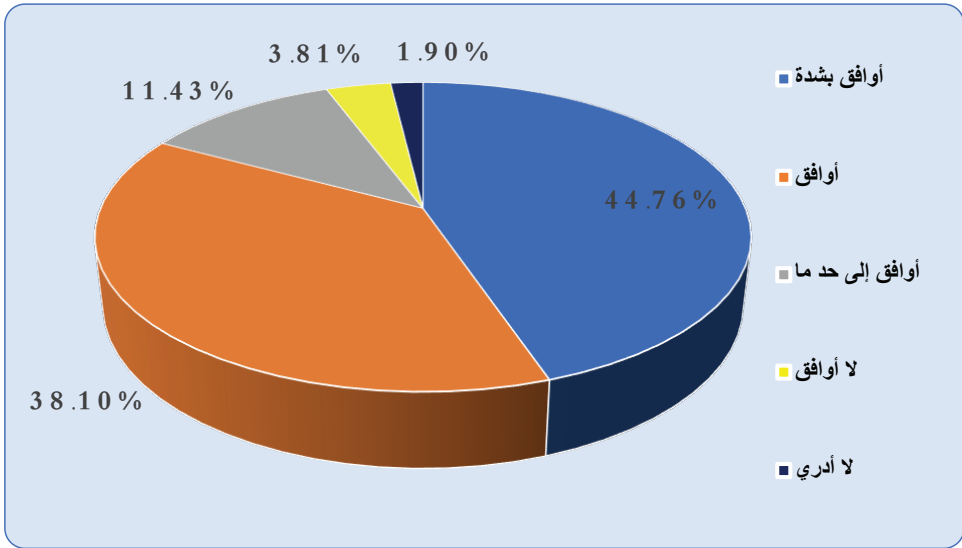


شكل (14): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على وجود علاقة بين تصاعد الخطاب الشعبي والتوسع في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها في السودان.

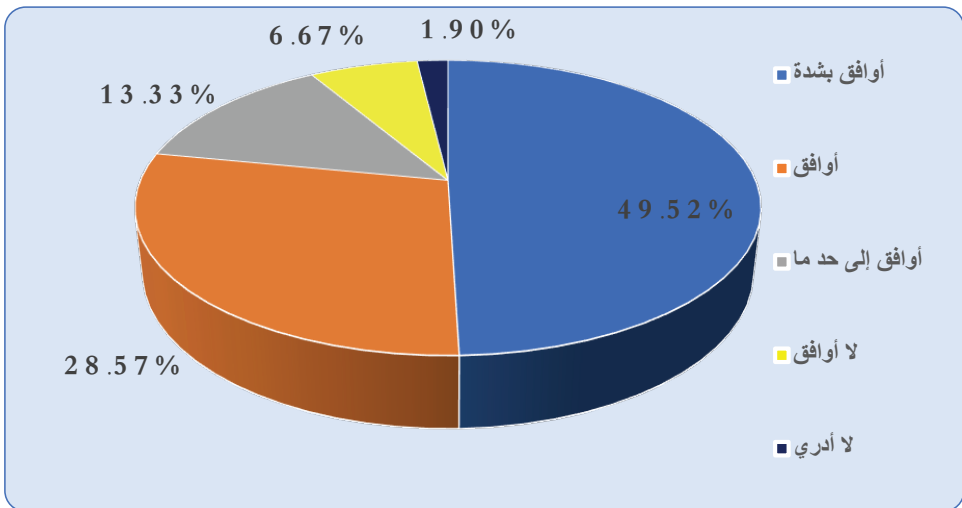


شكل (15): يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على أن نشر الكراهية وإعلاء شأن القبيلة والتجاوزات حول العرقية والجهوية والدعوة للعنف والتمرد على وحدة أراضي

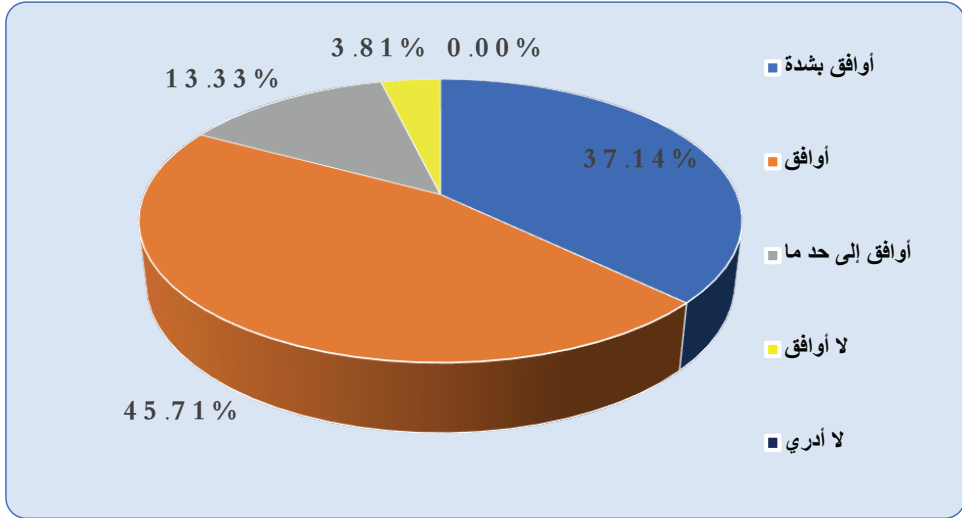
الدولة بشكلها الاجتماعي المتوارث يُعد من أبرز مقومات الخطاب الشعبي المنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في السودان. ويبدو تأثير هذا الخطاب واضحًا في انتشار العنف والعنف المضاد القائم على القبلية والجهوية الذي تشهده بعض مناطق البلاد.



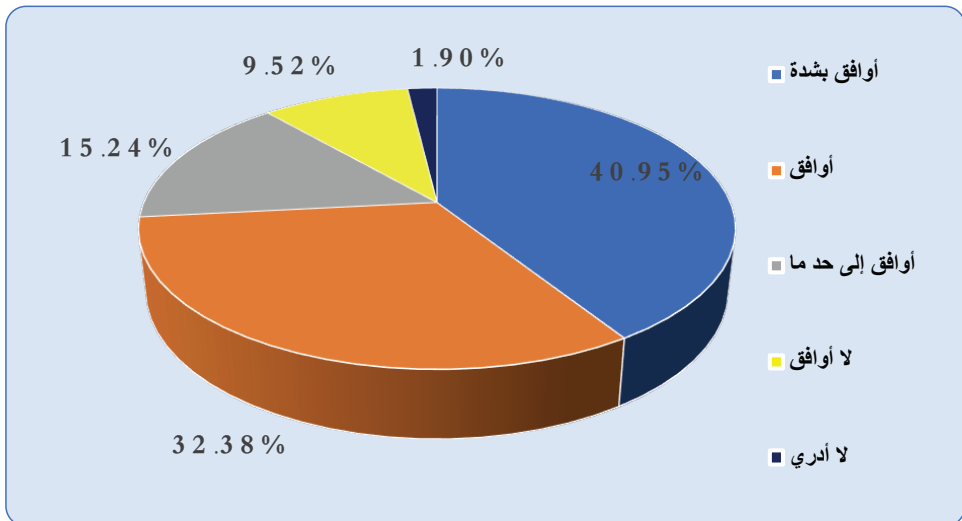
شكل (16): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الخطاب الشعبي الذي تبته شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إضعاف اللحمة الوطنية وإعلاء قيمة الكيانات القبلية على حساب الدولة.



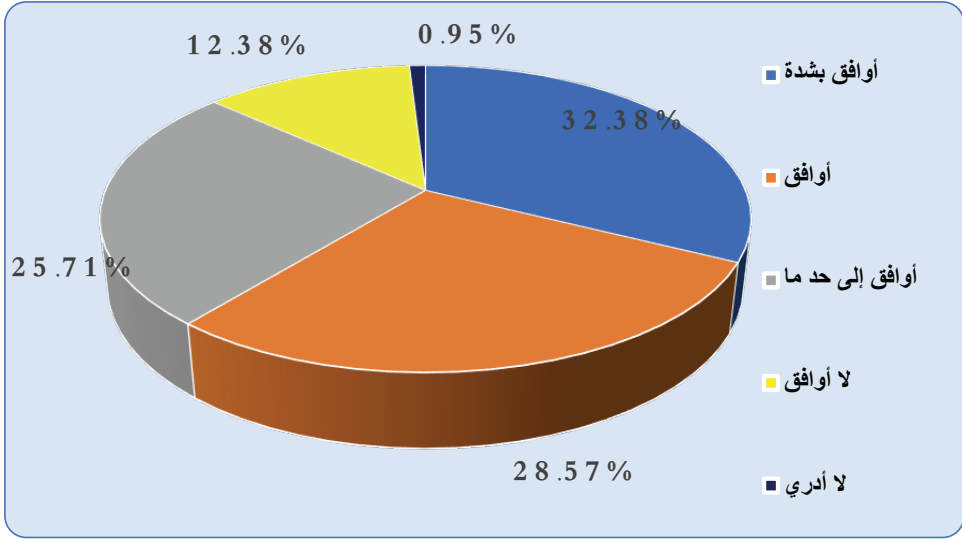
شكل (17): يبيّن مستوى موافقة عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي استفادت من حالة الفراغ المؤسسي التي يشهدها السودان في الوصول لقطاعات عريضة ونشر خطابها الشعبي القائم على معاداة الآخر.



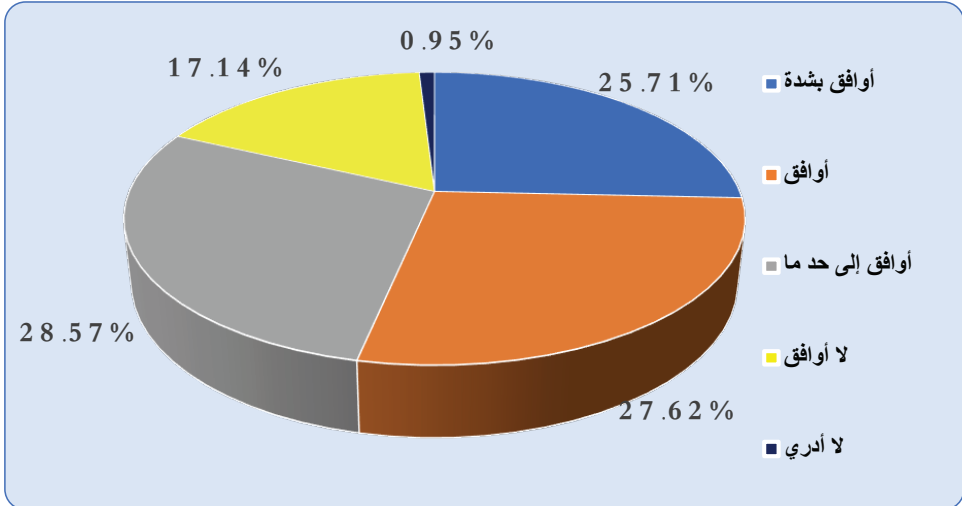
شكل (18): يُظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت من خلال الخطاب الشعبي في تماهي السلطة مع بعض المكونات الاجتماعية لتحقيق مكاسب سياسية آنية على حساب مكونات أخرى، وسيكون لذلك انعكاسات سلبية على مستقبل استقرار الدولة على المدى البعيد.



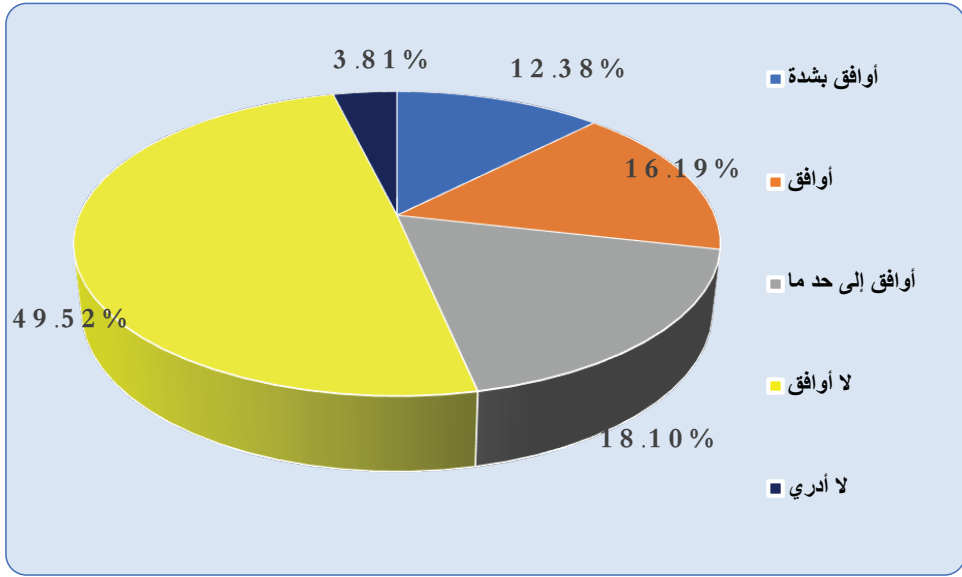
شكل (19): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت من خلال خطابها الشعبي في تعويق التسوية السياسية المفوضية لتحول ديمقراطي في السودان عبر رفع سقف التوقعات والمطالب الخاصة ببعض الجماعات. وأدى ذلك إلى حالة عدم الاستقرار السياسي والسيولة والهشاشة الأمنية التي تشهدها البلاد.



شكل (20): يظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على وجود علاقة بين تمدد الخطاب الشعبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع نسبة الأمية في المجتمع السوداني.



شكل (21): يوضح مستوى عدم موافقة عينة الدراسة على أن "الخطاب الشعبي المنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يحظى بالتأييد؛ إذ يبدو وكأنه خطاب نخبيوي لا علاقة له بالمجتمع السوداني". وتُظهر نتائج الاستبيان أن الخطاب الشعبي يحظى بالتأييد والمؤازرة وسط المجتمع السوداني وليس خطابًا خاصًا بالنخبة.

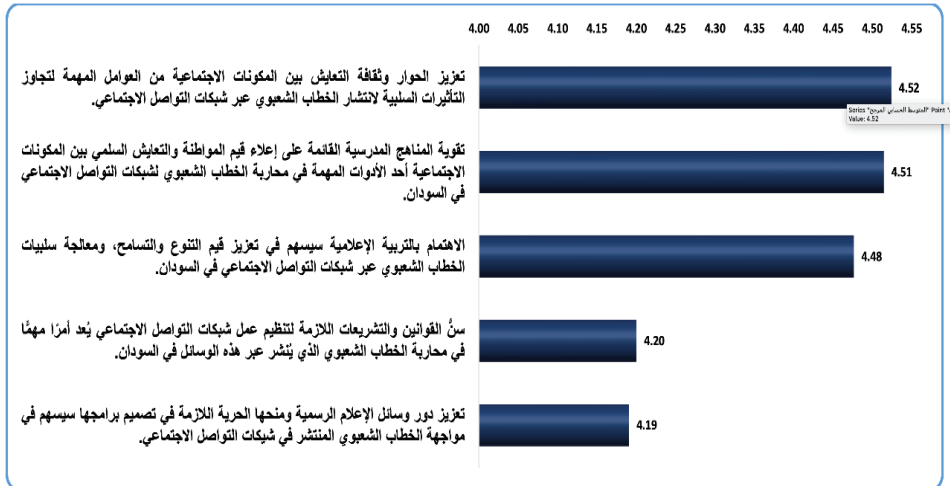


المحور الثالث: آليات مواجهة الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي في السودان
جدول (5) يوضح رأي عينة الدراسة حول آليات مواجهة الخطاب الشعبي في السودان

الترتيب وفق الوسط الحسابي المرجح لإجابات عينة الدراسة	درجة الموافقة	الأهمية النسبية (%)	المتوسط الحسابي المرجح	لا أدري	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق بشدة	العبارات	ترتيب السؤال في الاستبيان	
1	أوافق بشدة	90.48	4.52	1	0	6	34	64	4	تعزيز الحوار وثقافة التعايش بين المكونات الاجتماعية من العوامل المهمة لتجاوز التأثيرات السالبة لتفشي الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي.
2	أوافق بشدة	90.29	4.51	0	0	10	31	64	2	تقوية المناهج المدرسية القائمة على إعلاء قيم المواطنة والتعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية إحدى الأدوات المهمة في محاربة الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي في السودان.
3	أوافق بشدة	89.52	4.48	0	2	6	37	60	5	الاهتمام بالتربية الإعلامية (التعليم والوعي بما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي، وتعليم الجمهور مهارة التعامل مع وسائل الإعلام) سيسهم في تعزيز قيم التنوع والتسامح والشفافية والمساواة. وهذا من شأنه معالجة سلبيات الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي في السودان.

4	أوافق	84.00	4.20	0	4	20	32	49	سنُ القوانين والتشريعات اللازمة لتنظيم عمل شبكات التواصل الاجتماعي يُعد مهمًا في محاربة الخطاب الشعبي الذي يُنشر عبر هذه الوسائل في السودان.	3
5	أوافق	83.81	4.19	0	2	20	39	44	تعزيز دور وسائل الإعلام الرسمية ومنحها الحرية اللازمة في تصميم برامجها والوصول للجمهور المستهدف سيسهم في مواجهة الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي.	1
	أوافق بشدة	87.62	4.38	المتوسط الحسابي والأهمية النسبية للمحور						

شكل (22): متوسطات إجابات عينة الدراسة حول آليات مواجهة الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي في السودان والأهمية النسبية لأسئلة المحور



بالنظر إلى الجدول رقم (5)، والأشكال البيانية (من الرقم 22 إلى 27) ذات الصلة بآليات مواجهة الخطاب الشعبي الذي تبثه شبكات التواصل الاجتماعي في السودان، يرى أفراد العينة بنسبة بلغت 99٪ أن تعزيز الحوار وثقافة التعايش

بين المكونات الاجتماعية من العوامل المهمة لتجاوز التأثيرات السالبة لتفشي هذا النوع من الخطاب في المجتمع السوداني. كما أن تقوية المناهج المدرسية القائمة على إعلاء قيم المواطنة والتعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية تُعد إحدى الأدوات المهمة في محاربة هذا الخطاب في البلاد وفقاً لرأي عينة الدراسة بنسبة بلغت 100٪.

ويرى أفراد العينة بنسبة بلغت 98.1٪ أن الاهتمام بالتربية الإعلامية (التعليم والوعي بما تبثه شبكات التواصل وتعليم الجمهور مهارة التعامل مع وسائل الإعلام) سيسهم في تعزيز قيم التنوع والتسامح والشفافية والمساواة. وهذا من شأنه معالجة سلبيات الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي.

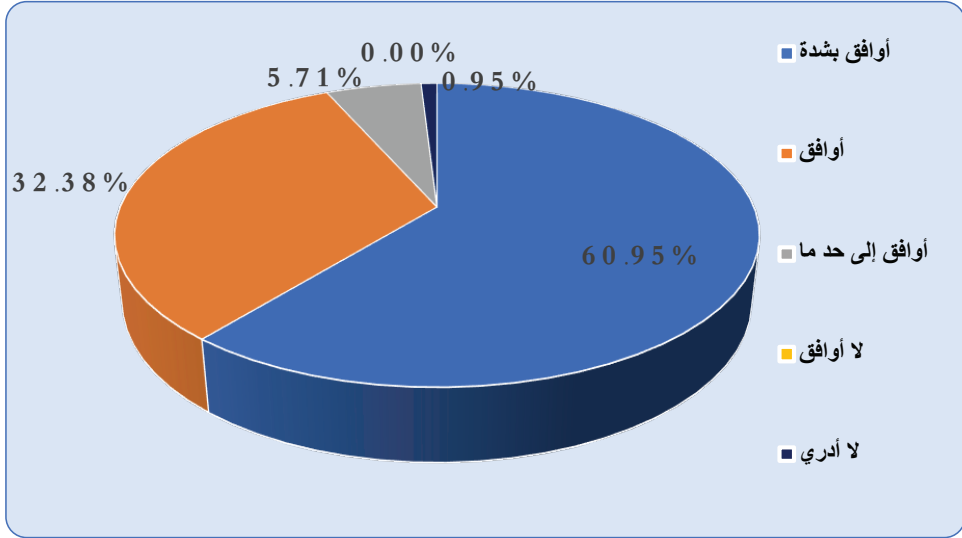
كما يرون المبحوثون بنسبة بلغت 96.2٪ أن سنّ القوانين والتشريعات اللازمة لتنظيم عمل شبكات التواصل الاجتماعي يُعد مهماً في محاربة الخطاب الشعبي الذي يُنشر عبر هذه الوسائل في السودان.

ويرى أفراد العينة بنسبة بلغت 98.1٪ أن تعزيز دور وسائل الإعلام الرسمية ومنحها الحرية اللازمة في تصميم برامجها والوصول للجمهور المستهدف سيسهم في مواجهة الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي.

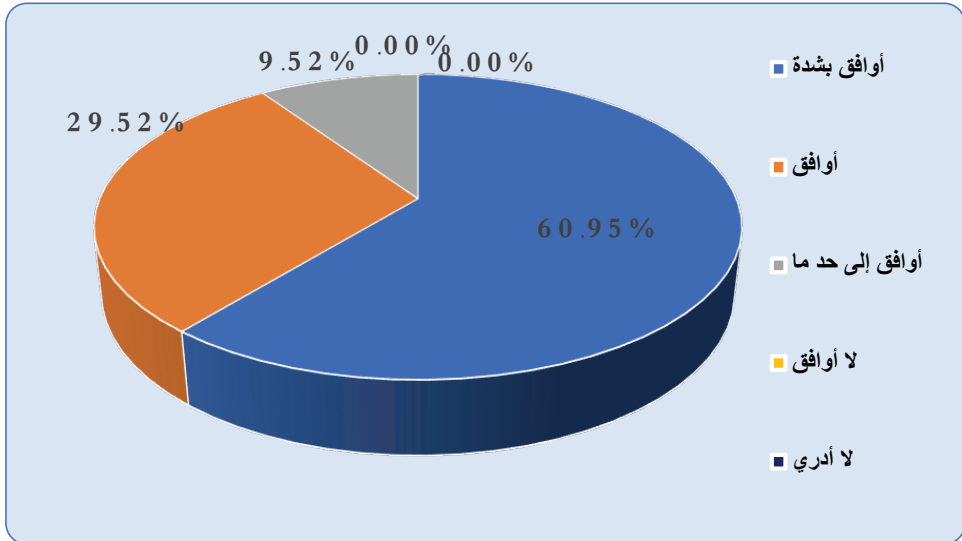
ويشير الباحث في ختام هذا المحور -وبالرجوع إلى تحليل الجدول رقم (5)- إلى أن أفراد العينة وافقوا بشدة على ما ورد فيه من أفكار ورؤى حول آليات مواجهة الخطاب الشعبي في المجتمع السوداني بنسبة بلغت 98.3٪.

أشكال بيانية توضح إجابات أفراد العينة عن أسئلة المحور الثالث

شكل (23): يبيّن مستوى موافقة عينة الدراسة على أن تعزيز الحوار وثقافة التعايش بين المكونات الاجتماعية من العوامل المهمة لتجاوز التأثيرات السالبة لتفشي الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي.

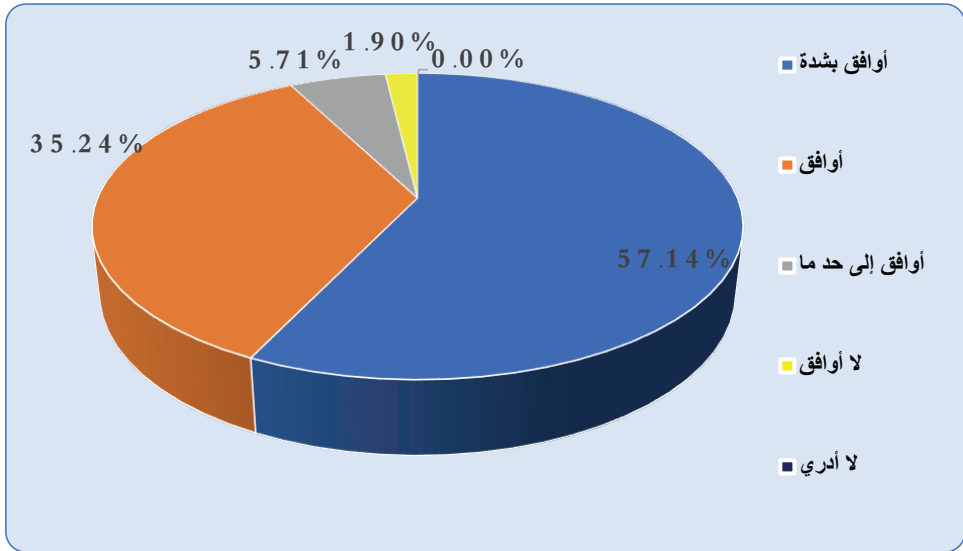


شكل (24): يبرز مستوى موافقة عينة الدراسة على أن تقوية المناهج المدرسية القائمة على إعلاء قيم المواطنة والتعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية تُعد إحدى الأدوات المهمة في محاربة الخطاب الشعبي لشبكات التواصل الاجتماعي في السودان.

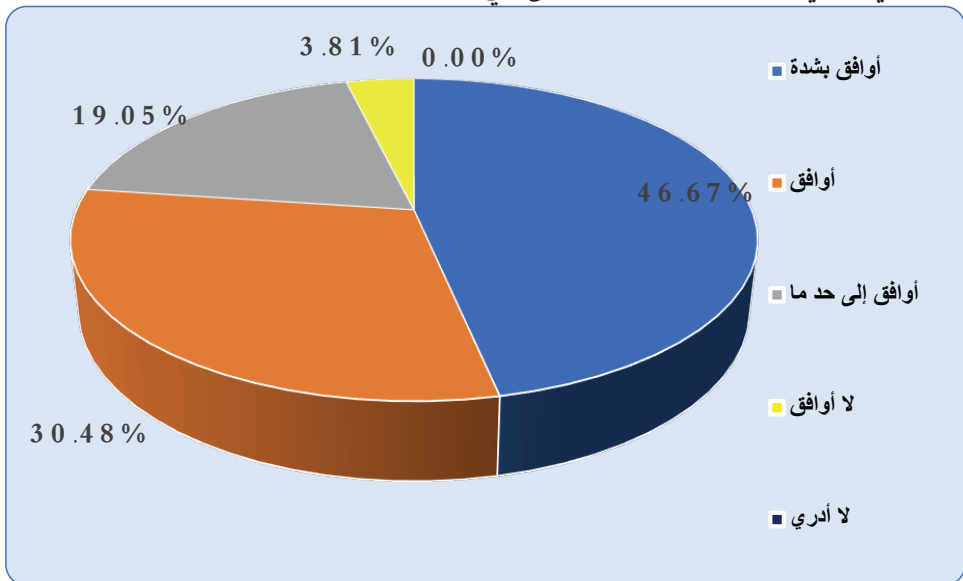


شكل (25): يظهر مستوى موافقة عينة الدراسة على أن الاهتمام بالتربية الإعلامية (التعليم والوعي بما تبثه شبكات التواصل وتعليم الجمهور مهارة التعامل مع وسائل

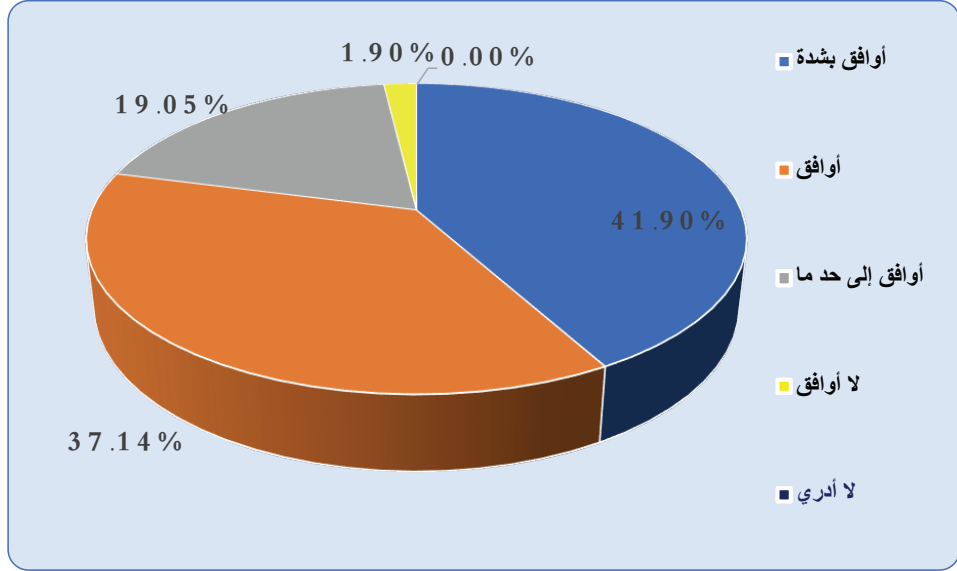
الإعلام) سيسهم في تعزيز قيم التنوع والتسامح والشفافية والمساواة. وهذا من شأنه معالجة سلبيات الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي في السودان.



شكل (26): يوضح مستوى موافقة عينة الدراسة على أن سنّ القوانين والتشريعات اللازمة لتنظيم عمل شبكات التواصل الاجتماعي يُعد مهمًا في محاربة الخطاب الشعبي الذي يُنشر عبر هذه الوسائل في السودان.



شكل (27): يبيّن مستوى موافقة عينة الدراسة على أن تعزيز دور وسائل الإعلام الرسمية ومنحها الحرية اللازمة في تصميم برامجها والوصول إلى الجمهور المستهدف سيسهم في مواجهة الخطاب الشعبي المنتشر في شبكات التواصل الاجتماعي.



خاتمة

تُعدُّ الشعبية نمطاً من الخطاب السياسي الذي يتفاعل مع عفوية مزاج سياسي لجمهور غاضب فقدت الثقة في الأحزاب السياسية والنخب الحاكمة، وهنا يستخدم السياسيون الشعبيون العديد من وسائل التواصل (وسائل اتصال شخصي، بيانات حزبية، التلفزيون، الصحافة... إلخ) في توصيل أفكارهم وأيديولوجياتهم. وتظل شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل التي يلجأ إليها هؤلاء لما تتميز به من خصائص وسمات.

ومن واقع الطرح الذي جاء في هذه الدراسة بشقيها، النظري والميداني، تبدو العلاقة واضحة وجلية بين تنامي وتعاقد الخطاب الشعبي وشبكات التواصل الاجتماعي وتمدها داخل قطاعات عريضة من المجتمع؛ إذ لم يكن بمقدور هذا الخطاب أن ينمو ويتطور من دون الاستفادة من هذه الوسائل وتطورها.

وفي الحالة السودانية ووفق ما جاء في الدراسة، فإن أبرز ملامح الخطاب الشعبي

الذي تبثه شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في نشر الكراهية وإعلاء شأن القبيلة والتجاذبات حول العرقية والجهوية والدعوة للعنف والتمرد على وحدة أراضي الدولة بشكلها الاجتماعي المتوارث. وتعاظم مخاطر انتشار هذا الخطاب في ظل حالة الفراغ المؤسسي والسيولة الأمنية التي تشهدها الدولة منذ التغيير السياسي الذي حدث نهاية العام 2019. وقد ارتبط ذلك - ولا يزال - بوجود بيئة إقليمية ودولية تتسم بدرجة عالية من التعقيد، وفي إطار حركة صراع دولي كبير حول المصالح الإستراتيجية، ومن هنا تبرز مشروعية الربط بين حالة عدم الاستقرار التي يعيشها السودان حالياً وبين إمكانية مساهمة الخطاب الشعبي بشبكات التواصل الاجتماعي في ذلك.

فالخطاب الشعبي الذي تبثه هذه الشبكات، قد يفضي إلى تهديد وجود الدولة السودانية نفسها، في ظل غياب المرجعية الوطنية التي تحكم العملية السياسية، ووجود سلوك سياسي يقوم على إعلاء قيم التشرذم والانقسام. ويستلزم ذلك اتخاذ مجموعة من الإجراءات الفعالة لمحاصرة هذا الخطاب وتأثيراته ومخاطره، ويأتي في مقدمة هذه الإجراءات تعزيز الحوار وثقافة التعايش السلمي بين المكونات الاجتماعية، إضافة إلى التوسع في نشر التعليم وسط المجتمع، وتقوية المناهج المدرسية القائمة على إعلاء قيم المواطنة، وسنّ القوانين اللازمة لتنظيم عمل شبكات التواصل الاجتماعي، والاهتمام بالتربية الإعلامية القائمة على نشر الوعي بما تبثه شبكات التواصل وتعليم الجمهور مهارة التعامل مع وسائل الإعلام، في ظل وجود ما يعرف اصطلاحاً بغرفة الصدى والخوارزميات التي تتحكم في نشاط الجمهور الرقمي.

المراجع

- (1) عزمي بشارة، في الإجابة عن سؤال: ما الشعبوية؟، ط 1 (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2019)، ص 101.
- (2) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط 2 (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص 78.

(3) اعتمد الباحث في تعريف الأيديولوجيا على المراجع الآتية:

- أحمد أنور، النظرية الاجتماعية والأيديولوجيا، ط 1 (القاهرة، مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات، 2006)، ص 11.

- عبد الله العروي، مفهوم الأيديولوجيا، ط 5 (بيروت، المركز الثقافي العربي، 1993)، ص 9.

(4) محمد سعود البشر، أيديولوجيا الإعلام، ط 1 (الرياض، دار غيناء للنشر، 2008)، ص 14.

(5) David R. Croteau et al., Media Society: Industries, Images, and Audiences, 4th Ed. (U.S.A: SAGE Publications, 2011), 16.

(6) راجع في ذلك:

- محمد سعود البشر، أيديولوجيا الإعلام، مرجع سابق، ص 34-54.

- يحيى اليحيوي، أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، ط 1 (بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2004)، ص 39.

- دومينيك وولتون، الإعلام ليس توأصلاً، ط 1 (بيروت، دار الفارابي، 2012)، ص 23.

(7) معتصم بابكر مصطفى، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، سلسلة كتاب التنوير 12، ط 1 (الخرطوم، دار جامعة الخرطوم للطباعة والنشر والتوزيع، 2014)، ص 198.

(8) المرجع السابق، ص 200.

(9) المباني الفكرية لوسائل التواصل الاجتماعي، ط 1 (بيروت، مركز المعارف للدراسات الثقافية، 2021)، ص 92.

(10) بان فيرنر مولر، ما الشعبية؟، ترجمة رشيد بوطيب، ط 1 (الدوحة، منتدى العلاقات العربية والدولية، 2017)، ص 45.

(11) برتران بادي ودومينيك فيدال، عودة الشعبويات: أوضاع العالم 2019، ترجمة نصير مروه، (بيروت، مؤسسة الفكر العربي، 2019)، ص 10.

(12) Frank Stengel, et al., Populism and World Politics: Exploring Inter- and Transnational Dimensions (Global Political Sociology), 1st ed. (Palgrave Macmillan, 2019), 29-30.

(13) Ibid, 31.

(14) Ibid, 33.

(15) Lawrence Goodwyn, the Populist Moment, A Short History of the Agrarian Revolt in America, 1st ed. (London: Oxford University Press, 1978), 174.

(16) الزواوي بوغرة، "خطاب الشعبوية في الفكر السياسي المعاصر"، مجلة التفاهم (وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، سلطنة عمان، العدد 65، صيف 2019)، ص 140.

(17) مولر، ما الشعبوية؟، مرجع سابق، ص 73-85.

(18) عبد الحميد العيد الموساوي، حسام الدين علي مجيد، "الشعبوية في الشرق الأوسط: ماهية الخطاب وخصائصه المقارنة"، مجلة العلوم السياسية (جامعة بغداد، بغداد، العدد 58، مايو/أيار 2019)، ص 82-83.

(19) إبراهيم أولتيت، الثابت والمتغير في الشعبوية، مجلة شؤون عربية (جامعة الدول العربية، القاهرة، العدد 169، ربيع 2017)، ص 128.

(20) حلمي ساري، "إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعبي: مقترح سوسيولوجي"، إضافات، المجلة العربية لعلم الاجتماع (العددان 57/58، صيف-خريف 2022)، ص 146.

(21) راجع في ذلك:

- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 185.

- ساري، "إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعبي"، مرجع سابق، ص 156-158.

- توين فان دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة غيداء العلي، ط 1 (القاهرة، منشورات المركز القومي للترجمة، 2014) ص 80-240-466.

- Don Fallis, "A Conceptual Analysis of Disinformation," core.ac.uk, January 2009, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3TX2wrf>.

(22) بشارة، في الإجابة عن سؤال: ما الشعبية؟، مرجع سابق، ص 190.

(23) حُكْم الاستبيان من قبل:

- د. الخير عمر سليمان، الأستاذ والباحث الزائر بجامعة غرب جورجيا كارلتون، شعبة العلوم السياسية والتخطيط (أميركا).

- د. محمد الراجي، باحث بمركز الجزيرة للدراسات، ومدير تحرير مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام.

- حسن محجوب الزبير، باحث إحصاء أول، مركز البحوث والدراسات، وزارة الداخلية، قطر.

أوجه الاستقطاب الأيديولوجي بين المسلمين والهندوس على منصة تيك توك (سبتمبر/أيلول 2021- ديسمبر/ كانون الأول 2022)

The Aspects of Ideological Polarisation between Muslims and Hindus on TikTok (September 2021- December 2022)

* Fatma Elzahraa Elsayed - فاطمة الزهراء السيد

ملخص:

يتناول البحث قضية الصراع الإسلامي-الهندوسي كأحد التجليات الممثلة لحقبة ما بعد الاستعمار، والتلاقي الإستراتيجي لأهدافها مع أهداف أحزاب اليمين المتطرف الذي تتصاعد شعبيته بوتيرة منتظمة وغير مسبوقه حول العالم منذ الحرب العالمية الثانية. ويركز البحث على تحليل عينة قصدية من 100 مقطع فيديو نُشرت على منصة "تيك توك"، وتُعد الأكثر مشاهدة حول القضية محل الدراسة. وتشمل العينة الحسابات الأكثر متابعة من الجانبين، المسلم والهندوسي، والأكثر نشرًا حول القضية خلال الفترة الممتدة من سبتمبر/أيلول 2021 إلى ديسمبر/كانون الأول 2022. وخلص البحث إلى أن نسبة المحتوى الداعم للتفاهم والتعايش بين الجانبين هو الغالب على وحدات العينة، ويليه المحتوى المعبر عن الاضطهاد والصراع. بينما كان استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) أكثر في المحتوى المعبر عن موضوعات الحب والصدافة والزواج. ويميل معظم المستخدمين إلى إبداء الإعجاب بالمحتوى المنشور، كما أن أكثر الموضوعات التي حظيت بالمشاركة والتعليق كانت تدعو إلى فهم طبيعة الصراع بحقائقه المعرفية والتاريخية.

كلمات مفتاحية: الاستقطاب، الأيديولوجيا، المسلمون، الهندوس، شبكات التواصل الاجتماعي، تيك توك.

Abstract:

This research addresses the Hindu-Islamic conflict in India as one of the manifestations of the post-colonial era, and the strategic overlap

* أ.د. فاطمة الزهراء السيد، أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

Dr. Fatma Elzahraa Elsayed, Professor of Journalism and Digital Media, Faculty of Mass Communication, Cairo University.

between its objectives and those of the extreme right-wing parties, whose popularity is rising at a regular and unprecedented pace around the world since World War II. It analyses an intentional sample of the 100 most watched videos about the issue on TikTok; and sample includes the accounts most followed by both Muslims and Hindus as well as the accounts that posted about the issue the most between September 2021 and December 2022. The research finds that the percentage of content in favour of understanding and coexistence between the two sides is higher than that expressing oppression and conflict. In addition, emojis were used more frequently in the content about love, friendship and marriage. The research also finds that most users tend to only like the posts; and that the most shared and commented posts are those that call for understanding the nature of the conflict with its cognitive and historical facts.

Keywords: Polarisation, Ideology, Muslims, Hindus, Social Media, TikTok.

مقدمة

تُستخدَم شبكات التواصل الاجتماعي ميداناً للمبارزة بين المجموعات ذات الانتماءات العقائدية المختلفة. ومنذ العام 2020 أصبحت منصة "تيك توك" الأكثر تداولاً لهذه المبارزات من خلال نشر مقاطع الفيديو. وفي الوقت الذي تتصاعد فيه الاشتباكات بين الأقليتين، المسلمة والهندوسية، في بعض المدن البريطانية (ليستر، برمنغهام) - حتى تاريخ كتابة هذا البحث (في أوائل 2023) - على أصداً تنامي خطاب الكراهية ضد المسلمين في الهند، تعكس المنصة أوجه التوتر من الجانبين، الإسلامي والهندوسي، في إطار حالة من الاستقطاب تؤدي إلى مزيد من التعقيد للأزمة ذات الأبعاد السياسية والثقافية والتاريخية.

وفي سياق هذه الحالة الاستقطابية، يتناول البحث قضية الصراع الإسلامي-الهندوسي كأحد التجليات الممثلة لحقبة ما بعد الاستعمار، والتلاقي الإستراتيجي لأهدافها مع أهداف أحزاب اليمين المتطرف الذي تتصاعد شعبيته بوتيرة منتظمة وغير مسبوقه حول العالم منذ الحرب العالمية الثانية. ويسود لدى باحثي الاتصال اعتقاد بأن آليات عمل شبكات التواصل الاجتماعي وما فرضته من طبيعة تواصلية غير متكافئة بين مختلف الأطراف - وما آلت إليه من مركزية ومراقبة وهيمنة بخلاف ما كان مرجحاً منها - تُسهِم في تكريس مناخ استقطابي يُعقد فرص التفاهم والحوار بين الثقافات، في مقابل ما تفسحه من مجال رحب لنشر التعصب وخطاب الكراهية والديماغوجية والتراشق الفكري واللاعقلانية.

وهنا، يحاول البحث استكشاف المنطلقات المؤسسة لسرديات صنّاع المحتوى من الناشطين المسلمين والهندوس، وتحديد إلى أي مدى تتعد عن فكرة التعايش والحوار والتفاهم مع الآخر أو تميل إلى فكرة الإقصاء والتهميش له. ويستقصي البحث أيضاً الآليات التي استخدمها صنّاع المحتوى لإبراز سردياتهم المستندة إلى منطلقات فكرية مختلفة، والنظر في احتمال تأثر هذه السرديات بالأجواء المشحونة بين الجانبين، وما إذا كانت هناك علاقات دالة بين سمات المنصة التفاعلية ونوع الخطاب الذي يتم ترويجه من خلالها.

ومن ثم تطرح الباحثة عددًا من التساؤلات التي تؤطر قضية الصراع الإسلامي-الهندوسي عبر استخدام منصة تيك توك، ودورها في تعزيز حالة الاستقطاب الأيديولوجي بين المسلمين والهندوس:

1. ما الأفكار المحورية والمنطلقات التي تؤسس لمحتوى الفيديوهات التي ينتجها أطراف الصراع؟

2. ما حجم التفاعل مع الأنواع المختلفة للفيديوهات من حيث المشاركة والتعليق والإعجاب؟

3. ما أكثر الوسوم استخدامًا مع الأنواع المختلفة لمقاطع الفيديو؟ وما دلالات الاستخدام؟

4. ما أكثر الرموز التعبيرية (الإيموجي) المصاحبة للنصوص المكتوبة؟ وما دلالاتها في الفيديوهات المنشورة؟

وانطلاقًا من هذا الحقل الاستفهامي يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد الأفكار والمقولات المحورية التي تدور حولها مقاطع الفيديو من كلا جانبي الصراع.

- تصنيف المحتوى من حيث كونه داعمًا للاستقطاب أو رافضًا له.

- التعرف على السمات البصرية للعناصر المكونة لمقاطع الفيديو.

- تحديد دلالات توظيف الوسوم والرموز التعبيرية (الإيموجي).

- معرفة التأثيرات الممكنة لطبيعة المنصة الاتصالية على تناول القضايا ذات الأبعاد السياسية والعقائدية.

وتتوقع الباحثة أن يكون لهذه الدراسة بعض الآثار المعرفية والمنهجية حول التوظيف المعرفي لمقاطع الفيديو على المنصات ذات الطبيعة الترفيهية، وانعكاسات سمات المنصة الاتصالية على القضايا السياسية، خاصة تلك التي تعبر عن علاقة صراعية بين طرفين من خلفيات أيديولوجية مختلفة.

ويتبنى البحث المنهجية المزدوجة للتحليل الكمي والكيفي في إطار تكاملي باستخدام آلية تصميم البحث المختلط (Mixed Method Research) كما طرحها

جون كريسويل (John W. Creswell)، واعتماد المقاربة الاشتراوسية (Straussian Approach) من النظرية التأصيلية (Grounded Theory)، والتي تتضمن أربع مراحل للتعامل مع البيانات، وتشمل: التكويد، وبناء المفاهيم، وتمييز الفئات، وتوليد الأنماط. كما يستعين البحث بأدوات التحليل الكمي لاستخراج بعض المؤشرات الموضوعية حول التكرارات ونسب توظيف النصوص والصور والوسوم والرموز التعبيرية في مقاطع الفيديو المنشورة حول الموضوع على منصة تيك توك خلال الفترة الممتدة من سبتمبر/أيلول 2021 إلى ديسمبر/كانون الأول 2022. وقد استخدم البحث وسم (#hinduandmuslim) لتحديد المقاطع التي جاءت متشابكة مع وسوم أخرى.

1. مدخل نظري

يستند تحليل العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب الأيديولوجي من حيث الأدوات والأهداف إلى المنطلقات التي يستند إليها صانع المحتوى في صياغة رسالته الاتصالية، وتمكينها شبكيًا بتوظيف الأدوات المتاحة له عبر المنصة، وبما يراه محققًا للأهداف التي من أجلها صنع رسالته. وتتمثل هذه المنطلقات في ركائز الاعتقاد الأيديولوجي التي استند إليها صانع المحتوى في تشكيل رسالته من حيث الموضوع والشكل والتفاعلية.

وعلى الرغم من أن نظرية المنطلق (Standpoint Theory) تُعد مدخلًا لمعالجة السرديات الأنثوية التي تختلف باختلاف مكانة المرأة في المجتمع وفهمها لطبيعة دورها، ومساحة التمكين المسموحة لها من قِبَل مراكز القوة والنفوذ داخل المجتمع (1)، إلا أن هذا الإطار النظري يمكن استخدامه أيضًا لتحليل سرديات الناشطين المسلمين والهندوس على منصة تيك توك، أو ما يُعرفون بـ"التكتوكرز" (Tiktokers)، لتحليل المنطلقات الأيديولوجية التي يستند إليها كل طرف في جدلية النفوذ والقوة والأحقية في الوجود.

آليات المنصة وتحيزاتها المحتملة

في عام 2016، أنشأت شركة "بايت دانس" الصينية تطبيقًا للتواصل الاجتماعي لمشاركة الفيديو يدعى "دوين" (Douyin)، وأطلق على النسخة الدولية منه "تيك

توك" عندما طُرح عام 2017. وبحلول نهاية مايو/ أيار من العام نفسه كانت تلك الخدمة تملك أكثر من 200 مليون مستخدم. وفي أغسطس/ آب 2018، اندمج التطبيق مع خدمة "ميوزيكلي" (Musical.ly) لإنشاء مجتمع فيديو أكبر مع دمج الحسابات والبيانات في تطبيق واحد يحمل اسم "تيك توك". وفي أكتوبر/ تشرين الأول عام 2020، وبعد مرور عدة شهور على تدابير الإغلاق بسبب كوفيد-19، تجاوزت تنزيلات التطبيق المليارين في جميع أنحاء العالم (2). وهو يمتلك شهرة استثنائية في شرق آسيا وجنوبها، وقد تعرض للحظر أكثر من مرة في الهند وباكستان وبنغلاديش وإندونيسيا بدعوى إخلاله بسيادة الدولة وسلامتها وانتهاكه للأخلاقيات وأمن الدولة ونظامها العام.

توظف تيك توك خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل اهتمامات المستخدمين ومعالجة تفضيلاتهم بناء على مقاطع الفيديو التي تعجبهم. ويوفر التطبيق صفحة "من أجلك" (For you page) التي تجمع خلاصة المقاطع الموصى بها من جانب المستخدمين. وتتيح ميزة "الدويتو" للمستخدم إضافة الفيديو الخاص به إلى جانب فيديو آخر بمحتوى الصوت الأصلي. ويحظر التطبيق إنكار الهولوكوست، إلا أن العديد من نظريات اليمين المتطرف في أنحاء العالم منتشرة على التطبيق، ومن أشهرها نظريتا "بيتزا غيت" و"كيو أنون" في الولايات المتحدة الأمريكية (3). وأكد بعض الدراسات أن المستخدمين يعتبرون تيك توك وسيلة ترفيهية في المقام الأول، وإن لجأ بعض الشركات لاستخدامه في أغراض أخرى، مثل التسويق أو التثقيف. وعلى الرغم من حداثة التطبيق بشكل عام، إلا أن تحميله شهد طفرة بعد تدابير الإغلاق بسبب كوفيد-19، في مارس/ آذار 2020، في كثير من دول العالم (4). وأشارت أبحاث أخرى إلى أن دوافع استخدام تيك توك من قبل المراهقين تتمثل في الهروب من الواقع والبحث عن الشهرة (5)، علاوة على أن ارتفاع المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمؤسسة التعليمية التي ينتمي إليها المراهق تزيد من احتمالية استخدامه لمنصة تيك توك.

وقارنت دراسة بين تأثيرات تيك توك وتطبيقات الفيديو القصير الأخرى، مثل "فيجو" (Vigo)، و"لايكي" (Likee) و"لوليتا" (Lolita)، وأكدت النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة؛ حيث بيّنت أن الهدف الأول من استخدام هذا النوع من التطبيقات

هو التسلية والترفيه، وشغل أوقات الفراغ، خاصة أثناء فترات الإغلاق بسبب وباء كوفيد-19(6). وحددت الدراسة بعض إيجابيات هذه المنصات، مثل: الكشف عن المواهب، والربح والتسويق، والحملات الإعلانية، والشراكات التوعوية، وتوثيق اللحظات المهمة، والبث المباشر للأخبار الساخنة، وتكوين فضاءات اجتماعية وثقافية رحبة، إلى جانب تطوير أدوات التواصل الاجتماعي بين المؤسسات الإعلامية وجماهيرها. غير أن هناك سلبيات مختلفة لهذه التطبيقات رصدتها تلك الدراسات، مثل: إدمان الإنترنت، والانحراف الأخلاقي، والعزلة، والمخاطر الأمنية الناجمة عن استغلال هذه المنصات من قِبَل التنظيمات الإرهابية(7)(8).

واهتمت دراسة أخرى بالعلاقة بين الاستخدام المطرد لتطبيق تيك توك في مصر والسلوك غير المعياري، الذي تحدّث عنه الفيلسوف، إيميل دوركايم (Émile Durkheim)، وهو ينتشر في أوقات الاضطرابات الاجتماعية والسياسية، حيث يخرج الناس على الأعراف المقبولة اجتماعياً ويتبنون سلوكيات انحرافية قد توصف بالمشينة(9). وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المحتوى الذي تعرضه الفتيات على تيك توك يتسم في معظمه بـ"التفاهة" لما يشتمل عليه من إشارات بذيئة وألفاظ نابية. وفي المقابل، أكدت نتائج دراسة أخرى أن أكثر الفيديوهات تفضيلاً لدى فئة الشباب من مستخدمي تيك توك تشمل النوع الخبري ثم الساخر، ويعتبرون مضمونهما إيجابياً بشكل عام يتيح الفرصة للتعرف على سلبيات الواقع، والاطلاع على تنوع الأفكار والآراء(10).

ورصدت دراسة استخدامات تيك توك في المملكة العربية السعودية(11)، ولاحظت أن الشباب السعودي يستخدم التطبيق بدرجة متوسطة، وإن كانت نسبة الإناث أكبر من الذكور مع تفضيلهن للأسماء المستعارة والصور التعبيرية لحساباتهن. ويستخدم التطبيق بشكل عام للتواصل في دوائر خارج إطار القرابة والزمانة. وأكدت النتائج وجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام التطبيق وتحقق أشكال مختلفة لعلاقات رأس المال الاجتماعي التواصلية والترابطية والعبارة، وأن هناك الكثير من المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تزيد من قوة العلاقة بين هذين المتغيرين. وفي الأردن، رصدت دراسة استخدام الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك وتأثيره المحتمل على القيم الدينية لديهم(12). وكشفت النتائج أن 50٪ من الشباب يستخدمون التطبيق،

ويرون أنه ينتهك قيم الحياء والالتزام بالزعي الشرعي، كما يسهل ارتكاب المعاصي. ورغم ذلك أكد أفراد العينة فائدته في نشر قيم الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر. وقارنت دراسة بين طبيعة استخدام صحيفتي "واشنطن بوست" و"صدى البلد" لمنصة تيك توك من حيث توظيف أنماط التفاعلية والسمات الشكلية والموضوعية للمحتوى الإعلامي، ولاحظت تعدد أنماط التوظيف الشكلي والموضوعي والتفاعلي للمنصة في "واشنطن بوست" مقابل تقليدية استخدام "صدى البلد" للمنصة ومحدودية الاستفادة من إمكاناتها في تقديم المحتوى الإعلامي (13).

منصة تيك توك: مساحة استقطاب أيديولوجي

يهتم هذا الجزء بعرض الدراسات التي تناولت منصة تيك توك باعتبارها أداة يمكن توظيفها لخدمة أهداف فكرية وأيديولوجية، وما قد يترتب عنها من تعزيز حالة الاستقطاب التي يعيشها العالم الآن، وتغذيها سياسات وإستراتيجيات قوى دولية وإقليمية.

فقد أوردت دراسة أمارنات أماراسينغام (Amarnath Amarasingam) وآخرين (14) سرداً تاريخياً لخطاب الكراهية والعنف ضد المسلمين في الهند من خلال التعريف بحركة "هندوتفا" (Hindutva). ورصدت ثلاث حالات جرى خلالها نشر خطاب الكراهية والخوف من الإسلام على شبكات التواصل الاجتماعي في الهند. تمثلت الحالة الأولى في تمرد دهلي، وتجددت الثانية في مؤامرة "جهاد الحب"، أما الحالة الثالثة فقد عبّرت عنها المعلومات المغلوطة ضد المسلمين ومسؤوليتهم عن نشر وباء كوفيد-19؛ حيث يصف القوميون الهنود الأقلية المسلمة بـ"الخطيرة وغير موثوق فيها".

واختبرت دراسة شيلي بوليان (Shelley Boulianne) وسانغون لي (Sangwon Lee) (15) الدور المحتمل لمنصات الفيديو القصير، مثل "تيك توك" و"تويتش"، في نشر المحتوى المرتبط بنظرية المؤامرة، وتأثير ذلك في تعاضم المعلومات المغلوطة والكاذبة بين مستخدمي هذه المنصات. وأظهرت نتائج الدراسة أن الاستمالات المستخدمة لحشد أنصار التوجه اليميني نحو القيام بتظاهرة أو فعل سياسي ما، تختلف عن تلك المستخدمة لحشد أنصار التوجه اليساري نحو القيام بالفعل أو

النشاط السياسي نفسه. وخلصت الدراسة إلى أن اليمينيين أكثر استجابة من غيرهم في التأثر ببدءات الاحتشاد الموجهة عبر هذه التطبيقات. ووجدت علاقة ارتباطية طردية بين إيمان المستخدمين بنظرية المؤامرة وبين احتمالية مشاركتهم في الأنشطة الاحتجاجية في الواقع.

واهتمت دراسة ساھانا أودوبا (Sahana Udupa) (16) بالكيفية التي تُوظف بها الفكاهة في خطاب اليمين المتطرف، ودور الدعاية في السرديات القومية وتأثيرها في دعم المحتوى الأيديولوجي على تيك توك باعتبارها منصة ترفيهية بالدرجة الأولى كما أكدت دراسات سابقة. وعرض البحث العديد من النماذج الساخرة التي نُشرت بغرض الاستهزاء بوجهات النظر الداعية إلى السلام والتعايش بين المعتقدات المختلفة كردد أحد المتابعين على فتاة هندية ترفع لافتة تقول فيها: "إن باكستان لم تقتل والدها، ولكن الحرب هي من فعل ذلك"، ليقول لها: "وكذلك هتلر لم يقتل اليهود، بل الغاز من فعل ذلك، كما أن تنظيم القاعدة لم يقتل الأبرياء، ولكن القنابل من فعلت ذلك". ويؤدي هذا النوع من خلط الفكاهة بالرأي إلى صرف انتباه المستخدمين عن المعنى المقصود من الرسائل الجادة، وتحولها إلى مجال للسخرية تؤكد على حتمية الصراع والمواجهة. وتشير نتائج الدراسة إلى وجود أدلة على أن استخدام الفكاهة يُعد إستراتيجية لجذب واستمالة الجمهور لخطاب اليمين المتطرف في أنحاء متفرقة من العالم.

وألقت دراسة ميغا ميشرا (Megha Mishra) وآخرين (17) الضوء على التوظيف السياسي لتيك توك واستخدامه فضاء سيرانياً للمواجهة بين الصين والهند. وقامت بتحليل 6388 تغريدة على تويتر حول الخطاب القومي المتشدد الذي استخدمه النشطاء الهنود موجّهين نداءات قوية للحكومة الهندية لحظر تيك توك لما يمثله من تهديد سيادي للدولة. وقدمت الدراسة ثلاثة أنماط لخطاب تيك توك، يرتبط النمط الأول بالقلق من التأثيرات الاجتماعية للمنصة على المجتمع الهندي، والنمط الثاني يتعلق بالمناقشات ذات الصلة بالتأثيرات الثقافية لتيك توك ويوتيوب، أما النمط الثالث من الخطاب فيرتبط بالنداءات المتكررة لاتخاذ خطوات وطنية جادة لمقاطعة وحظر تيك توك وغيره من التطبيقات الصينية التي تغزو المجتمع الهندي.

ورصدت دراسة جاستين غراندينيتي (Justin Grandinetti) وجيفري بروينسما

(Jeffrey Bruinsma)(18) التأثير المحتمل للخوارزميات العاطفية المرتبطة بالنظرية التأميرية على تطبيق تيك توك من خلال دراسة إثنوغرافية استقصائية للفيديوهات التي تحتوي على معلومات مغلوبة أو كاذبة، ودور الخوارزميات في هندسة تفضيلات المستخدمين، وتأثيرها في شخصنة اختياراتهم لمشاهدة الفيديوهات المرتبطة بفكرة المؤامرة. واستخدمت الدراسة وسم (#المؤامرة) للبحث عن المقاطع ذات الصلة، وتوصلت إلى عدة نتائج منها أن المحتوى التأميري في منصة تيك توك يتخذ أشكالاً عديدة تتراوح بين "شديد الغرابة"، مثل الادعاء بأن الإنترنت لم يتم اختراعها بل كانت موجودة بالفعل وما تم فقط هو اكتشافها، و"شديد الخطورة والغزير"، مثل موضوع تزييف أصوات الناخبين في انتخابات الرئاسة الأمريكية 2020، ودور الدولة العميقة في ذلك، وكذلك المحتوى الذي ينتقد نظريات المؤامرة المرتبطة بانتشار وباء كوفيد-19. وتشير الدراسة إلى أن أي محتوى يتفاعل معه المستخدمون يتضمن خوارزميات يتم تشكيلها بناء على أنماط استخدامه وتفاعله، كما تحدد في الوقت ذاته ما يحتمل أن يشاهده وما لا يشاهده في المستقبل. وتؤكد نتائج البحث ضرورة عدم الاستسلام لسرديات الحتمية التي تفترض أن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت في ظاهرة المعلومات المزيفة والأخبار الكاذبة، لأن اللحظة الراهنة نتاج لعقود طويلة ممتدة من السياسات والمسارات التكنولوجية والاقتصادية والسياسية التي أفرزتها.

وعرضت دراسة دانيلا جارميلو دنت (Daniela Jaramillo-Dent) وآخرين(19) نماذج مختلفة لتمثيلات المهاجرين على تيك توك، وكيف يستخدم هؤلاء المنصة لاستعراض انتماءاتهم بما يتواءم مع تطلعاتهم. وتشرح الدراسة كيف أتاحت الفيديوهات القصيرة تأسيس انتماءات سيبرانية للمهاجرين للمطالبة بحقوقهم وتحقيق مستويات مختلفة من الوجود المرئي من خلال هذه التطبيقات. ومزجت الدراسة بين منهجي تحليل المضمون وتحليل الخطاب لعينة من الفيديوهات بلغ عددها 198 مقطع فيديو تدرج تحت الوسوم ذات الصلة بالموضوع (تمثيلات المهاجرين)، تم الوصول إليها باستخدام أداة "بايثون سكريبت" (Python Script)؛ حيث جرى تحليل المحتوى المرئي للمهاجرين من أميركا اللاتينية في كل من إسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية. وساعد تيك توك المهاجرين على التعبير عن تطلعاتهم الوجودية لأن يكونوا جزءاً من مجتمعات مغايرة ذات خصائص قومية وثقافية واقتصادية لها وجودها الرقمي على شبكة الإنترنت. وخلصت الدراسة إلى أن تيك توك يمثل

السياق الرقمي الأكثر ملاءمة لمعرفة وقياس الفرص المتاحة أمام الجماعات الأقل تمثيلاً في المجتمع من خلال ما يجسدونه من تعبيرات لفظية وحركية وجرافيكية.

واستكشفت دراسة لورا سيرفي (Laura Cervi) وكارلس مارين لادو (Carles Marín-Lladó) (20) ما تفعله الهيئات السياسية في إسبانيا بمنصة تيك توك؛ إذ ترى هذه الأحزاب أن استخدام شبكات التواصل يُعد فرصة مواتية للتواصل بين الهيئات السياسية والشباب؛ مما جعل التطبيق جزءاً مهماً من الإستراتيجية الاتصالية للأحزاب السياسية. وأظهرت النتائج أن الأحزاب تختلف فيما بينها في التوظيف المستمر والمنتظم للتطبيق، وكذلك تختلف في توظيف أدواته وإمكانياته، وأن أحزاباً، مثل "بوديموس" و"سيوطادانس"، تُعد الأكثر اهتماماً بالتواصل مع مستخدمي التطبيق عن غيرها من الأحزاب السياسية في إسبانيا.

وأظهرت دراسة كريستل عابدين (Crystal Abidin) (21) خريطة المشاهير على تيك توك من خلال استطلاع اقتصاد الانتباه وعلاقته بالكدح المرئي؛ حيث يعتبر نشاط المستخدمين التطوعي على تيك توك نوعاً من الكدح الذي يتم استغلاله من جهات أخرى لتحقيق كسب مادي. واستخدمت الدراسة منهجية الإثنوغرافيا الرقمية المتعمقة، بالإضافة إلى أداة الملاحظة بالمشاركة التقليدية لجمع المعلومات عن المشاهير والشخصيات المؤثرة على تيك توك. واهتمت دراسة أخرى أعدها بوميك شاه (Bhumik Shah) وآخرون (22) بمعرفة مدركات الجمهور في جنوب الهند واتجاهاتهم نحو تطبيق تيك توك، سواء كانوا مستخدمين له أو غير مستخدمين. وأظهرت نتائج المسح لعينة بلغ عددها 583 من طلاب الجامعات أن 60٪ من المشاركين يعتقدون أن التطبيق ترفيهي في المقام الأول، و54٪ يرونه مناسباً لحفز الهمم ومعرفة صورة الذات، في الوقت الذي اعتبره نحو 2٪ من المشاركين أداة توعوية وتعليمية مناسبة.

واهتمت دراسة ناتلي غينيز كابريرا (Nataly Guíñez-Cabrera) وكاترين مانيسلا أوباندو (Katherine Mansilla-Obando) (23) بالدور التثقيفي الذي يمكن أن يلعبه تيك توك من خلال إنتاج ومشاركة المحتوى عن الكتب بين المستخدمين الذين يسمون في هذه الحالة بـ"البوكتوكرز" (Booktokers). واعتمدت الدراسة أداة المقابلات شبه المقننة مع ثلاث عشرة شخصية من "البوكتوكرز" من أميركا اللاتينية،

واستخدمت التحليل الفئوي الموضوعي لتفسير النتائج وفقاً للنظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها. ووضعت الباحثان بعض الفئات لتحليل النتائج مثل: دافع المتعة، والعادة، والقيمة المدفوعة، والأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والظروف المواتية.

ولفتت دراسة أندرياس شيلفالد (Andreas Schellewald) (24) النظر إلى وجود أنماط اتصالية جديدة يقدمها المستخدمون على تيك توك، وتحتاج إلى دراسات مستقبلية متعمقة. وحاولت الدراسة تلمس بعض هذه الأنماط باستخدام منهجية الإثنوغرافيا الرقمية والتي ترى أنها لا تزال غير كافية لفهم الظاهرة.

2. أنماط العلاقة بين المسلمين والهندوس وتمثلاتها في سياق حالة الاستقطاب الأيديولوجي

أظهرت نتائج البحث العديد من المؤشرات التي يمكن أن تتشكل من خلالها أنماط تفاعل مستخدمي تيك توك خلال فترة الدراسة (سبتمبر/أيلول 2021 - ديسمبر/كانون الأول 2022) مع قضية الاستقطاب الأيديولوجي الهندوسي-الإسلامي، وذلك عبر عدة محاور تمثل الأفكار أو المنطلقات التي دارت حولها مقاطع الفيديو. وتشمل أفكار التعايش وغيرها من الأطروحات الداعمة للحوار والتفاهم، في مقابل الأفكار التي تعبر عن الصدام والصراع والاضطهاد وغيرها من الأطروحات الداعمة للاستقطاب، والمنطق الداعي لإعمال العقل والتفكير المستند إلى الحقائق التاريخية والمعلومات الموثقة.

وقد كشفت نتائج الدراسة أن معظم مقاطع الفيديو نشرت عام 2022 بنسبة 83٪ مقابل 17٪ عام 2021، وربما يعود ذلك إلى أن أحداث ليستر في بريطانيا، التي عرفت توترًا بين المسلمين والهندوس مع تصاعد خطاب الكراهية ضد المسلمين في الهند، بدأت في الربع الأخير من عام 2021. كما أن غالبية المستخدمين الذين تفاعلوا مع القضية محل الدراسة هم في العشرينات من عمرهم بنسبة 32٪، تليهم فئة المراهقين بنسبة 19٪، ثم فئة الشباب في عمر الثلاثينات بنسبة 13٪. وجاءت فئة كبار السن فوق الخمسين الأقل نشرًا بنسبة 3٪.

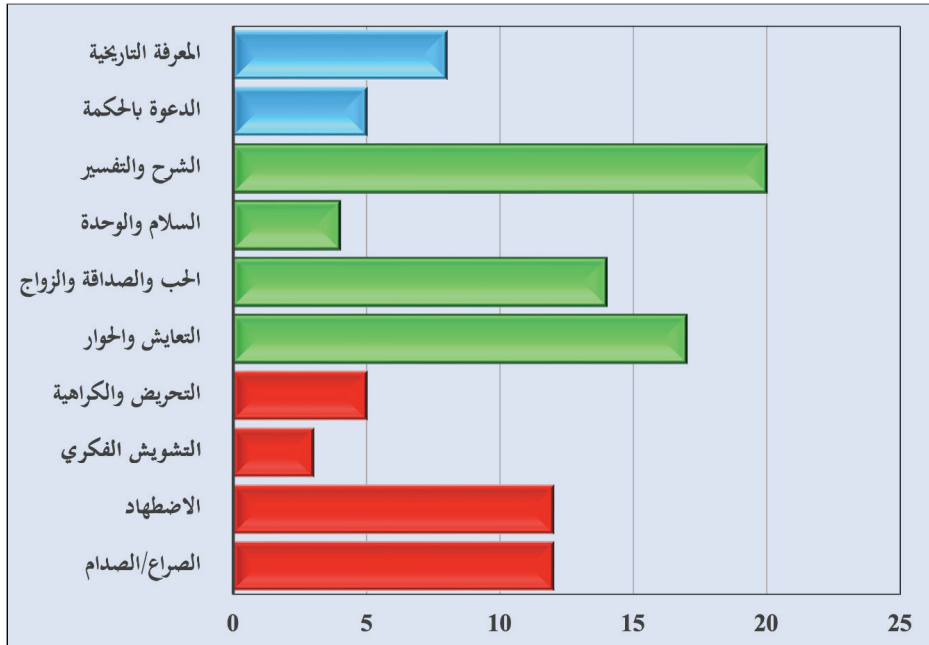
وأظهرت النتائج أيضًا أن الذكور هم الأكثر نشرًا لمقاطع الفيديو حول القضية بنسبة

37٪، يليهم الإناث بنسبة 19٪. أما الفيديوهات التي شارك في إنتاجها مجموعة من الرجال فبلغت نسبتها 16٪، والفيديوهات التي شارك فيها رجل وامرأة بلغت نسبتها 10٪. بينما الفيديوهات التي شارك في إنتاجها مجموعة من النساء فكانت الأقل بنسبة 4٪.

2.1. الأفكار المحورية والمنطلقات المؤسسة لمحتوى الفيديوهات

استندت مقاطع الفيديو إلى ثلاثة منطلقات فكرية؛ يعبر أولها عن أفكار التعايش والحوار والسلام والوحدة والحب والصدقة والزواج والشرح والتفسير، وتمثل في مجملها سمات الأيديولوجيا التي تنبذ الاستقطاب، وينبني المنطلق الثاني على أفكار الصراع والصدام والتهديد والاضطهاد والتحريض وخطاب الكراهية والاضطراب والتشويش الفكري، وتمثل في مجملها سمات الأيديولوجيا الداعمة للاستقطاب. أما المنطلق الثالث فيستند إلى الأفكار المعرفية، سواء من خلال الحقائق التاريخية أو الدعوة للعقيدة بالحكمة.

شكل 1: توزيع نسب الأفكار والمنطلقات الداعمة للاستقطاب والرافضة له



أولاً: نماذج المحتوى المعبر عن المنطلق التعايشي (الرافض للاستقطاب)

عرض مستخدمو تيك توك المهتمون بقضية الصراع وحالة التوتر بين المسلمين والهندوس، عددًا من الموضوعات التي تضمنت أفكار التعايش، وقيم الحوار والسلام، والوحدة والتفاهم والاحترام، والصداقة، والحب والزواج. وتجسدت هذه الموضوعات في: التقدير والاحترام المتبادل بين الزوج المسلم والزوجة الهندوسية لمعتقدات بعضهما البعض، وإدانة ممثلي المسلمين والهندوس في ليستر بالمملكة المتحدة لأعمال العنف التي يقوم بها بعض الشباب في المدينة، وتأكيد وحدتهم والعيش بسلام. كما تشمل هذه الموضوعات الدعوة لاحترام جميع الأديان، وقصص الحب المتكررة بين الفتيات المسلمات والشباب الهندوس، وبين الفتيات الهندوسيات والشباب المسلم.

وتُبرز عينة البحث بُعدًا إيجابيًا في العلاقة بين المسلمين والهندوس؛ حيث يتحدث أحد الناشطين الشيخ عن المسلمين والهندوس إيجابيًا: "نحن جميعًا بشر منّا الجيد والردىء. فليس كل الشيخ جدين وليس كل المسلمين أو الهندوس أشرارًا". ويؤكد أن الخوف من الإسلام يؤدي إلى العنف كما هي الحال في الخوف من الهندوسية. لذلك فإن ما يجب فعله هو نشر الوعي بهذه المخاطر بكل الطرق الممكنة.

ولإرساء فكرة التعايش والحوار، يدعو بعض الفيديوهات إلى الحب الذي يجمع بين الهندوس والمسلمين بغض النظر عن الانتماءات الدينية أو العرقية أو الطائفية ردًا على من يرى أن المسلمين سيساعدون الإنجليز على مهاجمة الهندوس. كما أن على الأخيار من الهندوس إدانة الأفكار السيئة التي ترى أن الشيخ والمسلمين لديهم العقلية الطالمانية. لذلك، فإن المسلمين والهندوس مطالبون بالاستماع لبعضهم البعض وألا ينساقوا لدعوات الكراهية وخطاب العنف على صفحات التواصل الاجتماعي.

وتناقش بعض الفيديوهات دور منظمة "التطوع الهندية الوطنية" المعروفة اختصارًا بـ(RSS) في تشويه سمعة "الهندوسية" كما شوّه تنظيم "الدولة الإسلامية" وطلبان سمعة الإسلام. وترفض معاملة جميع الهندوس باعتبارهم أعضاء في منظمة التطوع الهندية الوطنية كما ترفض معاملة جميع المسلمين باعتبارهم أعضاء في تنظيم الدولة، فقد عاش الهندوس لعقود بسلام في المملكة المتحدة مع بقية الأديان. لذلك فإن

دائرة العنف والكرهية لن تتوقف إذا بدأت، وهو ما جعل بعض النشطاء يدعو إلى وقف الصراع والتوتر بين المسلمين والهندوس، وتعزيز التعايش بين الأجيال المقبلة، خاصة الأطفال لكي يعيشوا حياتهم مع من يريدون من الشركاء أياً كانت معتقداتهم.

ثانياً: نماذج المحتوى المعبر عن المنطق الإقصائي (الداعم للاستقطاب)

في مقابل النماذج السابقة لمنطلقات التعايش والحوار والسلام، عرض مستخدمو تيك توك من المهتمين بقضية الصراع الإسلامي-الهندوسي موضوعات تعبر عن التحريض وخطاب الكراهية والاضطهاد وقيم الصراع والتفوق العنصري. وتُظهر معظم الفيديوهات المتطرفين الهندوس وهم يهاجمون المسلمين ويخربون المساجد، بينما تحمي الشرطة البريطانية المسلمين أثناء الصلاة. كما تُبرز فيديوهات أخرى استهداف الهندوس من قبل المسلمين. ويظهر في فيديو آخر أحد الناشطين المسلمين وهو يسخر من الهندوس الذين يروجون لأنفسهم باعتبارهم نباتيين ولاعبين كريكت مسالمين، في الوقت الذي يشهرون فيه السلاح ضد المسلمين في ليستر ويرتكبون أعمال عنف ضدهم.

وتُبرز بعض الفيديوهات حالة الاستقطاب الأيديولوجي بين الهندوس والمسلمين من خلال التركيز على سوء معاملة الهند للمسلمين؛ إذ تعد ثالث دولة في العالم من حيث عدد المسلمين الذين يبلغون 200 مليون نسمة ورغم ذلك تعاملهم بقسوة وتمنع النساء من ارتداء الحجاب، وتطرد المسلمين من منازلهم وتحرش بهم وتعذبهم في ولاية آسام، وتجردهم من حقوقهم كمواطنين، كما أن المعلمين والطلاب الهندوس يهاجمون إحدى الطالبات ويمنعونها من دخول المدرسة حتى تخلع حجابها. وتشرح فتاتان أشكال التمييز والتعسف الواضح من السلطات الهندية والقضاء ضد المسلمين وضد حقوقهم الأساسية في التعليم واختيار الزي المناسب للمسلمات. وتُظهر بعض الفيديوهات نصوصاً مكتوبة تحرض الهندوس على الاعتداء على المسلمين. وهو ما يعتبره منتجو هذا المحتوى خطوة نحو تحويل الهند أرضاً للهندوس فقط. لذلك يدعو هؤلاء إلى مقاطعة المنتجات الهندية، لأن الهنود يمتنون الإسلام ورسول الإسلام، محمد صلى الله عليه وسلم.

ويرى بعض منتجي هذا الخطاب أن مشكلة المسلمين في الهند كبيرة جداً ولا يتحدث عنها أحد بالشكل الكافي. ويلفت هؤلاء الانتباه إلى الاهتمام الذي تحظى

به القضية الفلسطينية والشأن السوري، بينما يتجاهل الإعلام مشكلة المسلمين في الهند والذين يبلغ عددهم 200 مليون نسمة ويعانون من الاضطهاد.

ويحاول بعض النشطاء المتجنين للفيديوهات، في إطار هذا الصراع الإسلامي-الهندوسي، أن يعزز رأيه وحججه بما تنشره بعض الصحف الأميركية التي تحدثت عما تفعله أغلبية الهندوس في الهند عبر إجبار الأقليات المسيحية على تغيير دينها، وتبني سياسة التطهير العرقي بحق المسلمين، ويقول أحد الشهود: إن الهندوس المتطرفين خرجوا جماعات يهددون المسلمين بالطرده من البلاد إذا لم يهتفوا باسم إله الهندوس. وفي تعليق لأحد الخبراء يقول: إن ما يحدث في الهند لم يسبق له مثيل منذ الاستقلال وهذا أكبر تهديد لديمقراطية الهند وعلمايتها.

ثالثاً: نماذج المحتوى المعبر عن المنطق المعرفي (الداعي لإعمال الفكر)

بالموازاة مع المنطلقين السابقين الداعمين لحالتي الاستقطاب والتعاش، اهتم بعض مستخدمي تيك توك بعرض القضية من خلال محتوى متوازن يستهدف إعمال العقل في الحقائق التاريخية والمعلومات ذات الصلة بالقضية لتكوين رأي مستقل بعيداً عن حالة الاستقطاب السائدة بين المسلمين والهندوس. وتقدم عينة البحث فيديوهات تدعو إلى تفعيل أسلوب الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة، ومخاطبة العقل من خلال المقابلة بين الاقتران بعبادة الله الواحد وعبادة مئة إله. ويحاول هذا الخطاب العقلاني الإجابة عن بعض الأسئلة التي يطرحها كثيرون حول: لماذا يستطيع الرجل المسلم أن يتزوج من يهودية أو مسيحية بينما لا تستطيع المرأة المسلمة أن تتزوج من رجل غير مسلم؟ والجواب، بحسب هذا الخطاب، أن الزواج ليس مجرد علاقة، ولكنه مؤسسة قانونية يُبنى عليها انتماءات الأطفال الدينية في المستقبل، ومن المحتمل أن يستخدم الأب سلطته في تحويل الأبناء إلى دينه ولا يستطيع الأم مواجهة ذلك.

ويحاول بعض النشطاء أن يقدم تبريراً لاعتماد المسلمين والهندوس أكثر على الرموز للتعبير عن عبادتهم لله؛ فالمسلم يرتدي أشياء أو يحملها لاعتقاده أنها تحميه، وكذلك يفعل الهندوس.

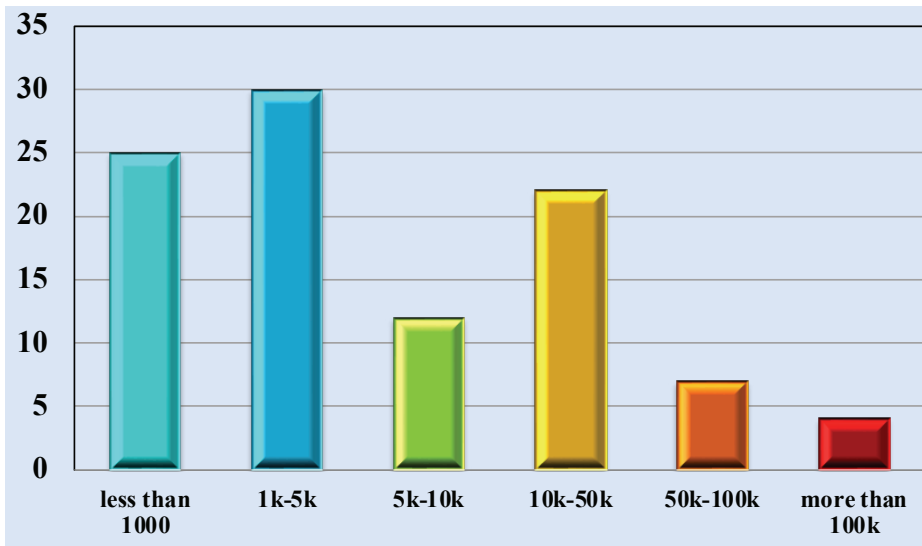
ويتساءل أحد المواطنين الهندوس، في إطار الدعوة إلى إعمال العقل والفكر: ألا يشعر الهندوس والمسلمون بالخرج من الاضطرابات التي تحدث بسبب اختلافاتهم

العقائدية؟ وهل الدين يمكن أن يجعل الإنسان متطرفاً؟ هناك العديد من الأشياء التي يمكن للهندود والباكستانيين أن يفخروا بها بدلاً من الدعوة لتطهير الهند من المسلمين ونقل أصداء تلك الأحداث إلى بريطانيا "نحن نعيش في بريطانيا في مجتمع متعدد الأعراق"، أما فكر التفريق بين الأديان والجنسيات هو حيلة استعمارية يستخدمها المحتلون للسيطرة وإضعاف الصف، "وعلينا أن نفكر لماذا تم إثارة هذه الموضوعات الآن؟".

2.2. التفاعل مع المحتوى بالإعجاب والتعليق والمشاركة

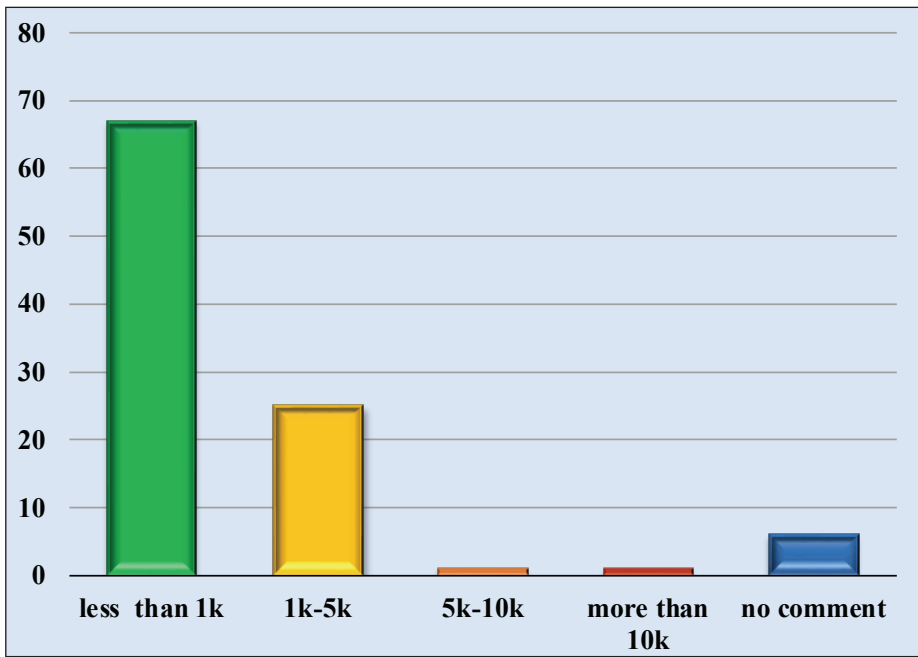
استناداً للفئات التي حددتها الباحثة، فإن 30٪ من الفيديوهات لاقت إعجاباً يتراوح بين "ألف وخمسة آلاف" مرة، ولاقت 22٪ من الفيديوهات إعجاباً يتراوح بين "10 آلاف و50 ألف" مرة، بينما لاقت نسبة ضئيلة فقط إعجاباً بـ "أكثر من مئة ألف مرة"، كما يوضح الشكل رقم (2). وقد لاقت جميع الأفكار تقريباً إعجاباً بـ "أقل من ألف مرة"، ولكن التكرارات الأكبر كانت لصالح فكريتي التعايش والصراع. أما الأفكار التي لاقت إعجاباً فائقاً فترتبط بمشاهد الاضطهاد والصراع. وحظيت الأفكار الخاصة بالحب والزواج والصدقة، أو المرتبطة بالمحتوى المعرفي الشارح، بدرجة متوسطة من الإعجاب.

شكل (2): توزيع نسب إعجاب المستخدمين بموضوعات الاستقطاب



أما التعليقات فجاءت بشكل عام أقل بكثير من الإعجاب كما ورد في الشكل رقم (3)؛ إذ وردت التعليقات بمعدل "أقل من ألف" بنسبة 67٪، أما التعليقات "بين الألف والخمسة آلاف" فجاءت بنسبة 25٪، ولم تتجاوز نسبة التعليقات التي بلغ عددها "أكثر من خمسة آلاف" 1٪. وانحصرت أكثر الموضوعات التي بلغت التعليقات عليها "أقل من الألف" في التعايش، والمعلومات الشارحة، إضافة إلى موضوعات الحب والصدقة، والزواج، والاضطهاد، والصراع. ولاحظت الباحثة أن نسبة 6٪ تقريباً من مجموع العينة لم يتم التعليق عليها مطلقاً، بينما أكثر الموضوعات التي لاقت تعليقات "تجاوزت عشرة آلاف" تمثلت في الصراع.

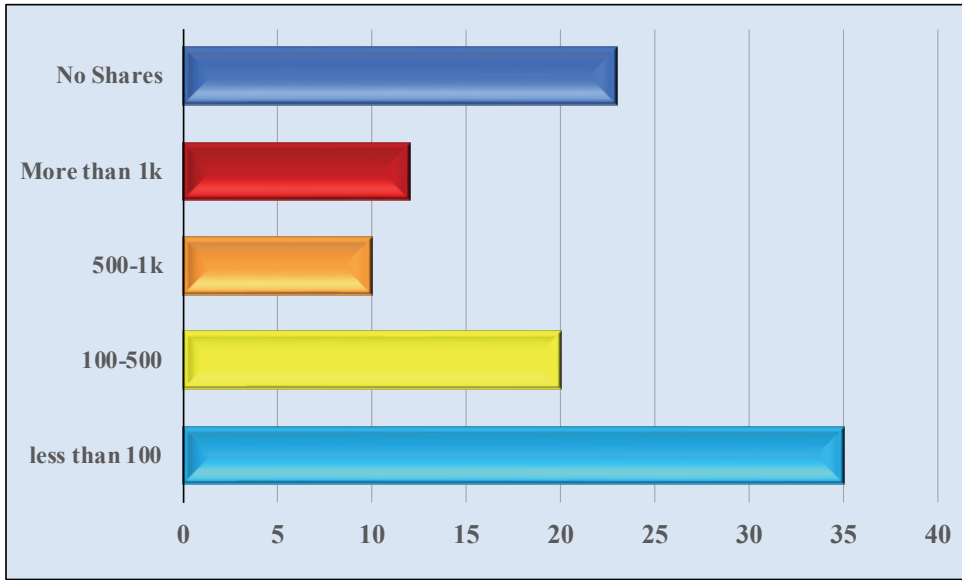
شكل (3): توزيع نسب اهتمام المستخدمين بالتعليق على موضوعات الاستقطاب



وجاء اهتمام المستخدمين بمشاركة المحتوى محل القضية المدروسة الأقل بين أنشطة التفاعل بشكل عام كما بيّن الشكل رقم (4)، حيث بلغت نسبة المشاركات "الأقل من مئة" حوالي 35٪، وما "بين مئة وخمسمئة" مشاركة للمحتوى كانت بنسبة 20٪، وما "فوق الخمسمئة إلى الألف" 10٪، وما "فوق الألف" مشاركة جاءت بنسبة 12٪. بينما بلغت نسبة المحتوى الذي لم تتم مشاركته حوالي 23٪. لكن معظم

الموضوعات تمت مشاركتها أقل من مئة مرة. أما موضوعات الحب والصدقة والمعلومات الشارحة فكانت الأكثر مشاركة "بين خمسمئة وألف مرة". وحظيت موضوعات الاضطهاد والصراع بأعلى نسبة مشاركات بين أفراد العينة فاقت الألف مرة. ويلاحظ عدم وجود دالة معنوية للارتباط بين موضوعات الاستقطاب والأنشطة التفاعلية للمستخدمين على المحتوى المنشور عند مستوى دلالة $p < 0.05$.

شكل (4): توزيع نسب اهتمام المستخدمين بمشاركة موضوعات الاستقطاب

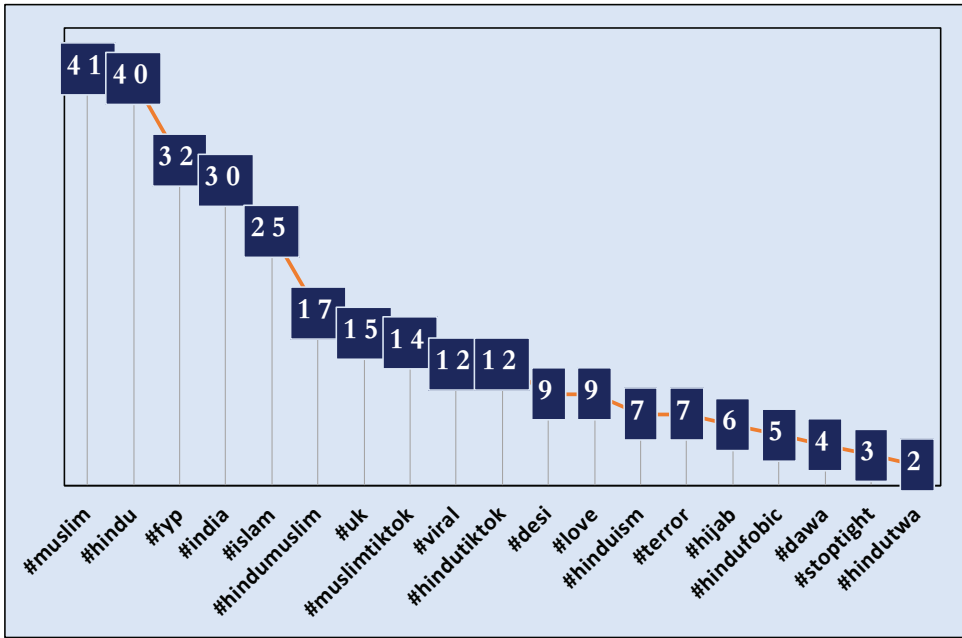


2.3. أكثر الوسوم استخدامًا مع أفكار ومنطلقات محتوى الفيديوهات

من أكثر الوسوم التي تداولها منتجو الفيديوهات في سياق حالة الاستقطاب بين المسلمين والهندوس برز وسم (#muslim) ثم وسم (#hindu)، وهما يمثلان معًا نسبة 30% من الوسوم المستخدمة في التعبير عن هذه الحالة على منصة تيك توك. ويليهما كل من وسم (#fyp)، وهو يشير لصفحة التفضيلات الموصى بها من المستخدمين (For You Page)، بنسبته 11%، ثم وسم (#india) بنسبة 10%، ووسم (#islam) بنسبة 8%، ووسم (#hindumuslim) بنسبة 5%. وهو ما يعني أن ما نسبته 53% تقريبًا من مجموع الوسوم يتجه نحو التأكيد على حالة الاستقطاب

الأيدولوجي بين المسلمين والهندوس على تيك توك. وقد يتناقض ذلك ظاهرياً مع نسب المحتوى الموضوعي لمقاطع الفيديو والتي تتجه في غالبيتها نحو تأكيد السلام والتعايش والحوار. لكن يبدو واضحاً أن آلية استخدام الوسوم تدفع المستخدمين بتوجهاتهم المختلفة إلى تأكيد هوياتهم الذاتية بالإشارة إلى الوسوم الداعمة لها حتى وإن كان المحتوى المصاحب يدعم قيم التعايش والتفاهم وقبول الآخر.

شكل 5: الوسوم الأكثر تكراراً في التوتّر الهندوسي-الإسلامي



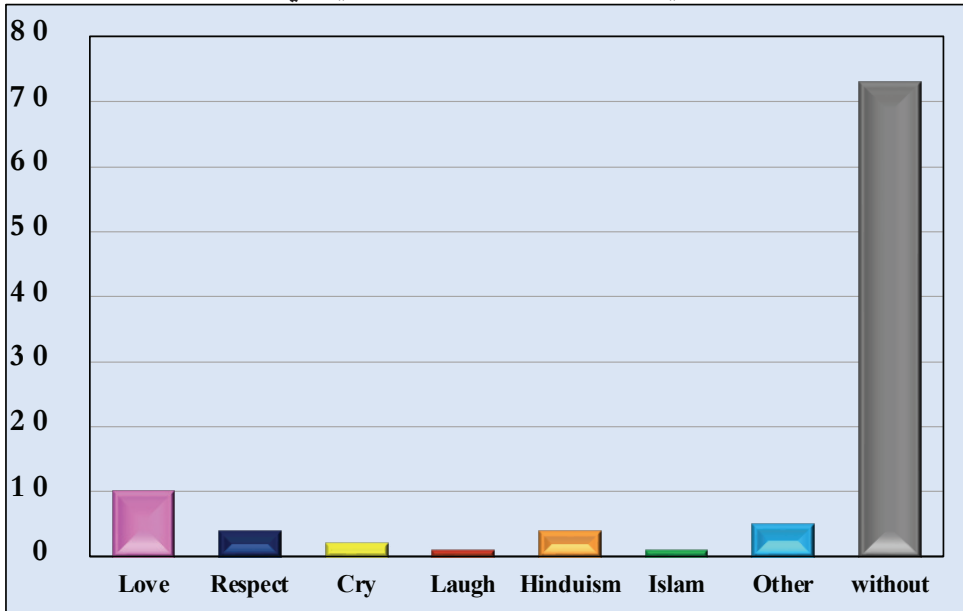
2.4. أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في الفيديوهات

من أكثر الرموز التعبيرية استخداماً في سياق حالة الاستقطاب بين المسلمين والهندوس كانت الرموز التي تعبّر عن الحب والصدقة والزواج، مثل أيقونات [🍒👉🥰💕💞💖💗💘💓]، وقد جاءت في سياق الحديث عن "الحب الممنوع بين الفتيات المسلمات والشبان الهندوس أو العكس". كما جاء استخدام هذه الرموز في سياق التعبير عن الصداقة التي تجمع بين الفتيات أو الشباب من ديانات مختلفة. وورد الرمز المعبر عن الاحترام [🙏] في سياق أفكار التعايش والحوار والتفاهم

بين أتباع الديانات والعقائد المختلفة، ويتساوى معه في الاستخدام كل من الرموز الدالة على الهندوسية والتي تشمل [🕌] والرموز الدالة على الإسلام [🕌] . [🇲🇪]

وجاء استخدام رمز البكاء [😭] في سياق التعبير عن الاضطهاد اللفظي أو السلوكي ضد المسلمين داخل الهند وخارجها، وأيضاً في سياق التجارب العاطفية التي يجمع الحب فيها أتباع الديانات المختلفة وما يلاقونه من مقاومة اجتماعية نتيجة لهذه العلاقة المرفوضة. وقد استخدمت رموز أخرى، ولكن بنسب ضئيلة للغاية، مثل هذا الرمز [😎] الذي جاء في سياق التعبير عن عدم المساواة بين المواطنين الهندوس المسلمين والهندوس. وورد هذا الرمز التعبيري [😊] في سياق حديث الداعية ذاكر نايك عن أن كلمة (Hindu) لا تعني هندوسي، ولكن تعني كل من وُلد على أرض شبه القارة الهندية، ومن ثم فالمسلمون ينطبق عليهم هذا الوصف، فهو ليس حكراً على الهندوس. أما الرمز التعبيري [😞] فجاء في سياق الاستغراب من جهل الكثيرين بأبسط المعلومات عن الهند التي تضم واحدة من أكبر الأقليات المسلمة عدداً، ومن ثم فلا مجال للاستغراب أن يحمل المواطن الجنسية الهندية ويدين بالإسلام. وجاء استخدام رمز المصافحة [🤝] في سياق التعبير عن أفكار التعايش والتفاهم الذي يجب أن يسود بديلاً عن الصدام والعنف الذي ترددت أصداؤه في أماكن متعددة في العالم مثل المملكة المتحدة (مظاهرات ليستر). وورد رمز الشيرير [🐯] مصاحباً لما يروجه البعض عن نسبة الهندوس المتحولين للإسلام التي تبلغ سنوياً ما يقرب من 800 ألف، وهو ما يعني أن الهند مهددة ديمغرافياً بزيادة أعداد المسلمين بما يهدد هويتها الدينية من وجهة نظر اليمين المتطرف؛ الأمر الذي يبرر سياسات الحكومة لتهجير المسلمين والتضييق عليهم ودفعهم للهجرة خارج الهند. وبلغت نسبة استخدام الرموز التعبيرية المصاحبة للمحتوى ما يقارب 27٪ فقط، أما المحتوى الذي لا تصاحبه أية رموز تعبيرية فبلغت نسبته حوالي 73٪، ويكتفي منتجو الفيديوهات بالوسوم (الهاشتاغات) إلى جانب شرح موجز لفكرة المحتوى أو مجرد عنوان مختصر. ويوضح الرسم البياني رقم (6) العلاقة بين استخدام الرسوم التعبيرية والمحتوى الموضوعي للفيديوهات التي تعرض قضية الصراع الأيديولوجي الإسلامي-الهندوسي على منصة تيك توك.

شكل 6: توزيع نسب استخدام الرموز التعبيرية في الفيديوهات

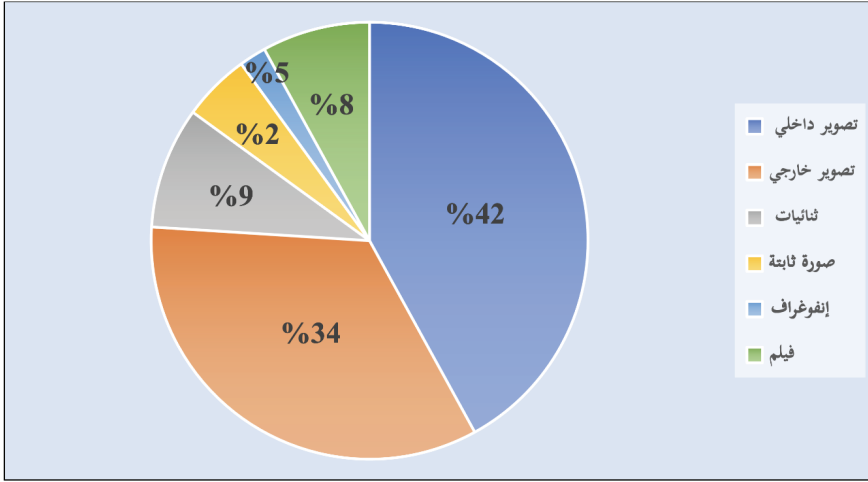


2.5. السمات البصرية والموسيقية لمحتوى الفيديوهات

بتحليل العلاقة بين الأشكال (7 و 8 و 9) انطلاقاً مما تحتوي عليه من عناصر صوتية وتصويرية وموسيقية وطبيعة الأفكار التي تناولتها، يمكن استخلاص عدة ملاحظات:

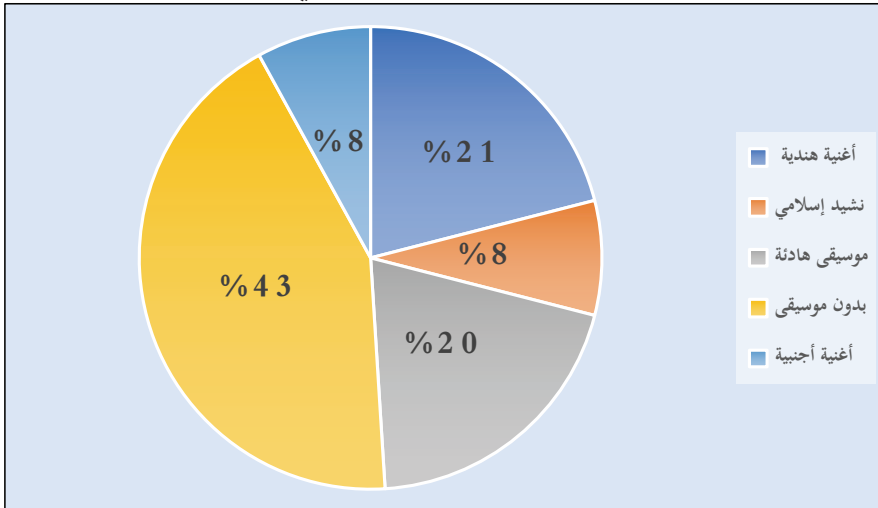
- تمثل طريقة التصوير الداخلي لمقاطع الفيديو النسبة الأكبر بنسبة 42% في مقابل 34% للتصوير الخارجي و 9% للتصوير باستخدام تقنية "الدويتو". ووظف المستخدمون التصوير الداخلي في المقاطع التي تشرح المعلومات بنسبة 12%، وفي موضوعات الصداقة والحب والزواج بنسبة 8%، والتعايش 7%. بينما تم توظيف التصوير الخارجي في موضوعات الصراع والتحريض والاضطهاد بنسبة 8%، كما استُخدم تصوير الفيديو في موضوعات التحريض والدعوة للسلام بنسبة 8%.

شكل 7: توزيع نسب نوع التصوير في الفيديوهات



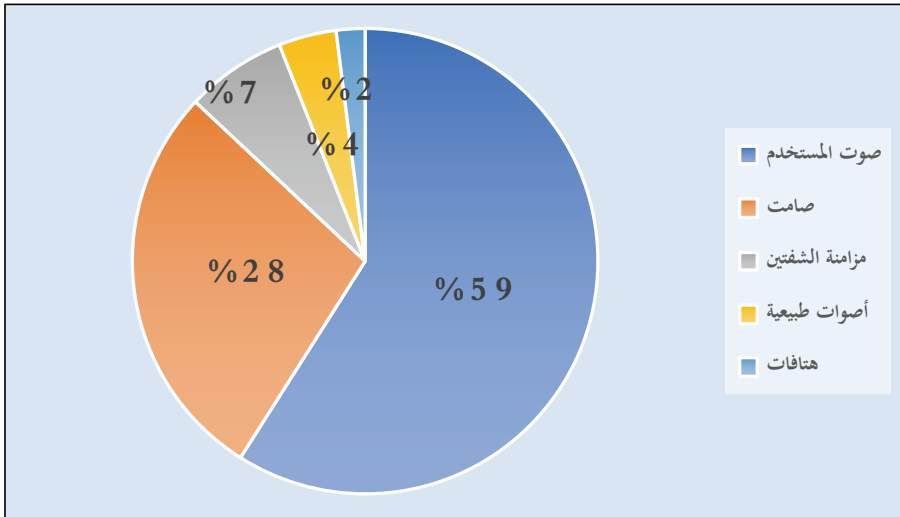
- استخدم معظم الفيديوهات الصوت الطبيعي لمتج المحتوى في شرح الموضوع بنسبة 59٪، مثل شرح المعلومات 16٪، والتعاشيش 11٪، والاضطهاد 9٪، في مقابل الفيديوهات التي عرضت الموضوعات بشكل صامت بدون صوت بنسبة 28٪، ومعظمها يتصل بموضوعات الصداقة والحب والزواج 10٪، والتعاشيش 6٪، والصراع 5٪. كما استخدم بعض المقاطع تقنية مزمنة الشفتين بنسبة 7٪ وكان معظمها في مقاطع الحب والصداقة والزواج.

شكل 8: توزيع نسب أنواع الموسيقى في الفيديوهات



- لم تستخدم معظم مقاطع الفيديو الموسيقي بنسبة 43٪، لكنها وردت مع الموضوعات التي تشرح المعلومات أو الحقائق التاريخية أو تلك التي تتكلم عن التعايش والسلام بنسبة 18٪. وتتساوى تقريباً نسبة المقاطع التي استخدمت موسيقى هادئة أو أغنية هندية مصاحبة للموضوع بنسبة 20٪، ووظفت الأغاني الهندية مع موضوعات الحب والزواج والصداقة بشكل أساسي. واستُخدمت الموسيقى الهادئة في موضوعات التعايش والصراع. كما استُخدم النشيد الإسلامي باللغة العربية مع مقاطع الاضطهاد، أما الأغاني الأجنبية فاستخدمت مع موضوعات الحب والصداقة، وقد تساوت نسبتها حيث بلغت 8٪ لكل منهما. وهناك دالة معنوية لاستخدام نوع معين من الموسيقى (0.01) أو شكل معين لتوظيف الصوت (0.03) مع أحد الموضوعات الداعمة للاستقطاب أو الرفض له. بينما لم تثبت دالة معنوية لاستخدام نوع معين من التصوير مع موضوعات الاستقطاب الأيديولوجي سلبياً أو إيجابياً.

شكل 9: توزيع نسب أنواع الأصوات في محتوى الفيديوهات

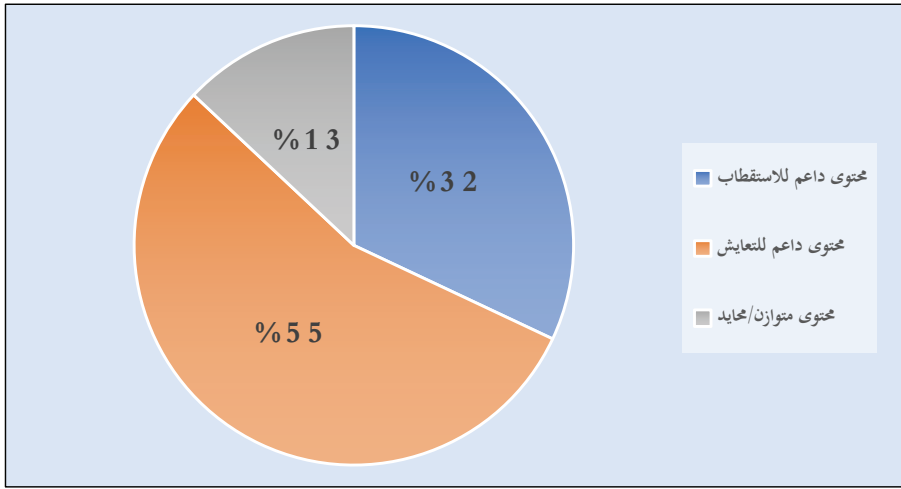


2.6. حجم المحتوى الداعم للاستقطاب والرفض له

من خلال مقارنة مجموع ما نُشر من محتوى الفيديوهات، سواء الأفكار الداعمة للاستقطاب أو الرفض له، يُلاحظ أن نسبة حضور الأفكار التي تنبذ الاستقطاب وتدعو إلى التعايش والحوار والسلام أكبر (55٪) من حضور الأفكار التي تدعم

الاستقطاب وتدعو إلى الصدام والصراع والتحريض وخطاب الكراهية (32%). كما يمكن النظر إلى المحتوى المتوازن الذي يستعرض المعارف الدينية من خلال الدعوة بالحكمة والحقائق التاريخية من مصادر موثوقة (13%) باعتباره محتوى يدعم العقلانية والدعوة إلى التفاهم والحوار أكثر من دعمه للاستقطاب.

شكل 10: توزيع نسب اتجاهات محتوى الفيديوهات نحو التوتر الهندوسي-الإسلامي



خلاصات

- تعمل منصة تيك توك بألية تشترك في سماتها مع بقية شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، من حيث طغيان تأثير العامل البصري اللافت للانتباه على العوامل الأخرى. ويتسم تيك توك بكونه منصة لتداول مقاطع الفيديو التي ينتجها مستخدمون هواة يتبارون فيما بينهم لجذب عدد أكبر من التفاعل والإعجاب. وكتيجة لهذه المنافسة، يتجه المستخدمون لتغليب عوامل الجذب والإبهار البصري أكثر من إنتاج محتوى عميق يدعو لإعمال العقل والتفكير. ومثال على ذلك ما فعله أحد المستخدمين من تشويش بصري على فتاة تشجب الحروب وتدعو للسلام بدلاً من الصدام مع الآخرين باعتبارهم قتلة، واستخدم في عملية التشويش البصري نوعاً من الكوميكس الذي يدمج بين صور المشاهير وكلمات السخرية والاستهزاء، الأمر الذي حول الانتباه عن دعوة السلام والتعايش التي قدمتها الفتاة إلى مجرد سخرية جوفاء تدعو إلى التعصب، ولكنها حظيت بتفاعل ضخم لا يقارن بما نشرته الفتاة. ما يعني أن

الآلية التي تعمل بها المنصة تجعل الزخم التفاعلي يتجه نحو عوامل الجذب البصري أكثر من المحتوى الداعي لإعمال العقل والتفكير.

- على الرغم من الجاذبية الهيكلية للمحتوى المصور على تيك توك، فإن نسبة المستخدمين الذين يحاولون توصيل معان عميقة وأفكار هادفة ومعلومات مفيدة، تدعو إلى التفاؤل. وهو ما جعل المحتوى الذي يدعو إلى التعايش والحوار والسلام أكبر من المحتوى العنصري والإقصائي الذي يدعم الاستقطاب. وما يعزز هذا التفاؤل هو أن الغالبية العظمى من المستخدمين الداعين إلى الصداقة والتعايش بين المسلمين والهندوس هم من الشباب صغير السن الطامح إلى إنهاء حالة الصراع والصدام بين الجانبين بكل الطرق الممكنة. بالإضافة إلى أن نسبة كبيرة من المقاطع التي تدعو إلى التعايش تحظى بالإعجاب والمشاركة، ويجتهد منتجوها في توظيف آليات المنصة لتأليف محتوى جذاب.

- تعكس خريطة تفاعل المستخدمين مع موضوعات المقاطع جانبًا من حالة الاستقطاب الأيديولوجي؛ حيث تشترك موضوعات التعايش والصراع معًا في كونهما الأكثر تعليقًا وإعجابًا على المنصة مقارنة مع غيرها من الموضوعات الأخرى إلا أن ما يغلب على المستخدمين هو تسجيل الإعجاب فقط، والتعليق في حالة الاستثارة العاطفية أو العقلية. أما مشاركة المقاطع مع الآخرين فمن الواضح أن المستخدمين لا يميلون للقيام بذلك في معظم الموضوعات المرتبطة بالاستقطاب الأيديولوجي سلبيًا أو إيجابيًا، وربما يكون الاستثناء الوحيد هو مشاركة الموضوعات المرتبطة بالصداقة والحب حيث يتبادلها المستخدمون فيما بينهم بصورة أكبر من غيرها. وتتعرض حالة الاستقطاب عند إثبات مرجعية المقاطع من خلال تحديد وسوم معينة جاءت غالبيتها لتأكيد الهوية الدينية لكل مستخدم مثل (#muslim) و(#hindu) اللتين حظيتا بأعلى نسبة تكرار بين كافة المقاطع تكاد تكون قاسمًا مشتركًا بينها جميعًا مع إضافة وسوم أخرى نوعية وفقًا لسياق الموضوع. بالإضافة إلى حرص الطرفين، المسلم والهندوسي، على التوصية بمشاهدة مقاطعهم من خلال إضافة وسم (#fyp) وكذلك وسم (#viral) في الغالبية العظمى من المقاطع التي أنتجها الطرفان.

المراجع

(1) Em Griffin et al., A First Look at Communication Theory, (McGraw-Hill Education, 2015), 447.

(2) Ashley Carman, "TikTok reaches 2 billion downloads," The Verge, April 29, 2020, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3KI3BAf>.

(3) Ankita Chakravarti, "A year since TikTok ban, Indian TikTokers narrate how their lives were impacted," indiaindian, July 2, 2021, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3Gsi9Sg>.

(4) شيماء عز الدين زكي جمعة، "أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق تيك توك في مصر"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد 27، 2020)، 263-297.

(5) شيماء ذو الفقار حامد زغيب، "استخدامات تيك توك ومعدلات القلق بين الشباب والمراهقين المصريين أثناء وباء كوفيد-19"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مصر، المجلد 2، العدد 59، 2021)، ص 1067-1098.

(6) هشام فولي عبد المعز، "استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام القاهرة، مصر، المجلد 5، العدد 54، 2020)، ص 3407-3462.

(7) ياسمين محمد إبراهيم السيد، "الإنتاج التفاعلي لمقاطع الفيديو القصيرة وعلاقته بالاغتراب الثقافي لدى الجيل الرقمي بالتطبيق على الأجيال الرقمية"، في المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين "الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر، المجلد 3، 2021)، ص 1641-1687.

(8) مها محمد فتحي، "تأثير تعرض الشباب لفيديوهات تيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر، المجلد 20، العدد 3، 2021)، ص 373-443.

(9) نورا طلعت إسماعيل رمضان، "اللامعيارية في استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي: تطبيق تيك توك"، أنموذجًا، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية (جامعة قناة السويس، كلية الآداب

والعلوم الإنسانية، مصر، العدد 31، 2019)، ص 61-108.

(10) ولاء محمد محروس عبده الناغي، "تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق "التيك توك" وعلاقتها بالإرشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد 33، 2021)، ص 339-405.

(11) إبراهيم بن محمد علي الثقفي، "التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق تيك توك من الشباب السعودي: دراسة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي"، مجلة علوم الاتصال (المجلد 2، العدد 7، 2021)، ص 29-88.

(12) رغد إياد عبد الرحمن طعمانة، استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق "تيك توك" وتأثيره على قيمهم الدينية: دراسة مسحية، (رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، إربد، 2021).

(13) محمد فتحي يونس، محمد عبد الغفار عبد الغفار، "سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "تيك توك": دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام القاهرة، مصر، المجلد 3، العدد 54، 2020)، ص 1613-1644.

(14) Amarnath Amarasingam et al., "Fight, Die, and If Required Kill?: Hindu Nationalism, Misinformation, and Islamophobia in India," Religions, Vol. 13, No. 5, (April 20, 2022), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3ZSt52p>.

(15) Shelley Boulianne, Lee Sangwon, "Conspiracy Beliefs, Misinformation, Social Media Platforms, and Protest Participation," Media and Communication, Vol. 10, No. 4, (September 2022), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/43sD15M>.

(16) Sahana Udupa, "Extreme Speech|Nationalism in the Digital Age: Fun as a Meta practice of Extreme Speech," International journal of communication, Vol. 13, (2019), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3Ke5xPu>.

(17) Megha Mishra et al., "TikTok Politics: Tit for Tat on the India-China Cyberspace Frontier," International journal of communication, Vol. 16, (2022), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3mnPTJt>.

(18) Justin Grandinetti, Jeffry Bruinsma, "The Affective Algorithms of Conspiracy TikTok," Journal of Broadcasting & Electronic Media, November

10, 2022, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3MnrEG5>.

(19) Daniela Jaramillo-Dent et al., "#Migrantes on TikTok: Exploring Platformed Belongings," *International journal of communication*, Vol. 16, (2022), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3KLOTZm>.

(20) Laura Cervi, Carles Marín-Lladó, "what are political parties doing on TikTok? The Spanish case," *El Profesional de la Información*, Vol. 30, No. 4, (2021): 1-17.

(21) Crystal Abidin, "Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours," *Cultural Science Journal*, Vol. 12, No. 1 (2021): 77.

(22) Bhumika Shah, "An Exploratory Survey on the Knowledge, Attitudes, and Perceptions toward TikTok," *Annals of Indian Psychiatry*, Vol. 6, No. 3 (2022): 271.

(23) Nataly Guíñez-Cabrera, Katherine Mansilla-Obando, "Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok," *Comunicar*, Vol. 30, No. 71, (2022): 113-123.

(24) Andreas Schellewald, "Communicative Forms on TikTok: Perspectives from Digital Ethnography," *International journal of communication*, (2021), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3zLuey9>.

الميديا الاجتماعية والاستقطاب السياسي: عوائق التحول نحو مجال عمومي بالمنطقة العربية

Social Media and Political Polarisation: Obstacles to the Shift to a Public Sphere in the Arab World

* نصر الدين لعياضي - Nacer-Eddine Layadi

ملخص:

بعد مراجعة نقدية لترجمة الكلمة الألمانية "Öffentlichkeit" في البحوث العربية والأجنبية، أصبح من الضروري التمييز بين المفهومين المتداخلين والمتقاطعين. وهما: الفضاء العام والمجال العام. يساعد هذا التمييز في تحديد الإنتاج العلمي المختلف الذي حاول تحديد مساهمة وسائل الإعلام و"الاتصال الجماهيري الذاتية" في إحياء مفهوم "المجال العام العربي". على ضوء هذا الإنتاج، فإن السؤال: هل تُشكّل وسائل التواصل الاجتماعي مجالاً عاماً في المنطقة العربية؟ يبدو غير مناسب، وحتى غير مُنتج علمياً. أمام هذا السؤال: إن اعتبرنا الميديا الاجتماعية فضاء عمومياً في المنطقة العربية، فهل يمكن أن تتحوّل إلى مجال عمومي؟ وإلى أي حدّ يُعد الاستقطاب السياسي والأيديولوجي عائقاً أمام تحول الفضاء إلى مجال عمومي بالمنطقة العربية؟ لمناقشة هذه المسألة، تعرض الدراسة مستندة إلى المنهج الجدلي الأطروحات والأطروحات النقيضة لاستخلاص توليفة لمناقشة المفهومين الأساسيين. وهما: "المجالات العامة الفسيفسائية" و"المجالات العمومية الشبكية" من أجل تقديم فهم أفضل لمكانة الميديا الاجتماعية والممارسات الإعلامية والأشكال المختلفة للتواصل السياسي في المنطقة العربية. وتخلص الدراسة إلى أن الاستقطاب السياسي والأيديولوجي والعاطفي يشكّل عائقاً عويصاً في تحول الميديا الاجتماعية إلى مجال عمومي؛ وذلك لكونه سياقاً سياسياً وأيديولوجياً ديناميكياً يحدث انقساماً بين المواطنين ويؤدي إلى تشكيل قطبين متعارضين، أو أكثر، حول المسائل الفكرية والقضايا ذات الصلة بالشأن العام. كما أن هناك أسباباً جوهرية وإجرائية تحول دون تحول الميديا الاجتماعية إلى مجالات عمومية، فلا يمكن للعدة التقنية أن تحل معضلة الاختلالات الاجتماعية والثقافية في المجتمع؛ إذ إن الكثير من الأنظمة السياسية والبنى الاجتماعية والثقافية تضيق ذرعاً بالحوار وبالرأي المخالف، ناهيك عن المعارض.

كلمات مفتاحية: الميديا الاجتماعية، المجال العمومي، الفضاء العمومي الشبكي، الفضاء العمومي الفسيفسائي، الفضاء العمومي المعارض، وفضاء الدهماء العمومي.

* أ.د. نصر الدين لعياضي، أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر.

Abstract:

After a critical review of the translation of the German word, "öffentlichkeit", in Arabic and foreign research, it becomes necessary to distinguish the differences between the two overlapping and intersecting concepts: public space and public sphere. This distinction helps us define the various scientific productions that have attempted to determine the contribution of media and "self-mass communication" to the revitalisation of the concept of the "Arab public sphere". In view of these productions, the question, "Does social media constitute a public sphere in the Arab region?" appears inappropriate, and even scientifically unproductive, relative to, "If we consider social media in the Arab region a public space, can it turn into a public sphere? And to what extent does political and ideological polarisation hinder the transformation of said public space into a public sphere in the Arab world?" Based on the dialectic approach, the study presents theses and antitheses to extract a synthesis to discuss two basic concepts, "mosaic public spheres" and "networked public spheres", to provide a better explanation of the status of social media in media practices and the various forms of political communication in the Arab region. The study concludes that political, ideological and emotional polarisation poses a significant obstacle to transforming social media into a public sphere. This is because it is a dynamic political and ideological context that creates divisions among citizens and leads to the formation of two or more opposing poles on intellectual issues and issues related to public affairs. It also concludes that there are fundamental and procedural reasons preventing social media from becoming public spheres. Technological tools cannot solve the social and cultural imbalances in society; and many political systems and social and cultural structures restrict dialogue let alone opposition. In addition, the nature of social media is not conducive to conducting debates on controversial topics.

Keywords: Social Media, Public Sphere, Public Web Space, Mosaic Public Space, Opposing Public Space, Plebeian Public Space.

مقدمة

تراجع مفهوم المجال العمومي البرجوازي، الذي شخّص بنيته يورغن هابرماس (Jürgen Habermas)، في أعماله الصادرة عامي 1962 و1989، تحت وطأة النقد. فبرزت مفاهيم عديدة ومتنوعة أكثر مرونة تشمل مختلف أشكال الاتصال، وقوالب التعبير، ومستويات التفكير والعاطفة، والعُدّة السوسيو-تقنية بدءًا بالصحافة في مراحل تطورها المختلفة، مرورًا بالإذاعة والتلفزيون، ووصولًا إلى شبكة الإنترنت والميديا الاجتماعية.

ونجم عن نقد تمثّلات المجال العمومي* العديد من الدراسات النظرية والبحوث الأمبريقية التي اهتمت بالإجابة عن الأسئلة التالية: هل ما زال للمجال العمومي وجود في ظل التحولات السوسيو تقنية، وتنوع الممارسات السياسية والاتصالية في المجتمعات المعاصرة؟ (1)، خاصة وأن البعض يعتقد أن هذا المفهوم تحوّل إلى استعارة استنزفت لتوظيفها في كل مقام، فبدأ مثل كيس يختلف شكله ومحتواه بما يُحشى به (2)، وهل تشكّل شبكة الإنترنت مجالًا عموميًا وفق النموذج البرجوازي أم إنها تؤسس لمجال عمومي جديد؟ (3) وهل تشكّل مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل موقعي فيسبوك وتويتر ويوتيوب، مجالًا عموميًا؟ (4).

على الرغم من كثرة الإجابات عن هذه الأسئلة فإنها لم تفلح في نيل إجماع الباحثين. فالمتفائلون يرون أن هذه الشبكات تشكّل مجالًا عموميًا باعتبارها قوة تعمل على ترسيخ الديمقراطية، بينما يرى المتشائمون أنها تقوضها. وقد لفت موضوع المجال العمومي في المنطقة العربية نظر الباحثين مع الانفتاح الذي شهده قطاع السمعي البصري في العقد الأخير من القرن الماضي، والذي ترتب عنه ظهور قنوات تلفزيونية ذات أوضاع قانونية مختلفة: مستقلة، وموجّهة وتجارية. واستقطب اهتمامهم أكثر نتيجة تزايد الاستخدام الاجتماعي لشبكة الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في هذه المنطقة، واتساع رقعة الاحتجاج والغضب فيها مع ما أصبح يعرف بالربيع العربي. وهذا بعد أن رسخ الاعتقاد بأهمية دورها في حدوثه.

لم يحاول الكثير من الدراسات التي اتخذت من الميديا الاجتماعية مدخلًا للحديث

عن المجال العمومي تحليل بنينه في ظل التطور الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي شهدته البلدان العربية. واكتفت بما تملك هذه الميديا من خصائص، مثل توفر العُدَّة التقنية، وسهولة استخدامها، وانفتاحها على الفئات الاجتماعية المهمشة، والتي أُقصيت من المجال العمومي "المهيمن" لأسباب اقتصادية واجتماعية أو عرقية أو لغوية أو دينية، ومقدرتها على توفير هامش من الحرية في تداول المعلومات وإبداء الرأي ومناقشته.

لقد سلّم الكثير من الدراسات بوجود مجال عمومي برجوازي في المنطقة العربية على غرار المجال المعياري الكوني الموروث عن فلسفة الأنوار، والذي تبلور في سياق تاريخي مخصوص ببعض المجتمعات الأوروبية(5)، أو أقرّت بتشكيل مجال عمومي جديد وفق التصور ذاته(6). ولم تلتفت إلى البحوث النقدية التي وصفت المجال العمومي البرجوازي بالمثالي، ولا إلى تلك التي نفت وجوده سواء في القرن 18 أو القرن 20 وفق تصور هابرماس له(7). وهذا لا ينفي وجود بعض الدراسات القليلة التي جادلت فكرة وجود هذا التصور، ورأت صعوبة تطبيقه في سياق تطور المجتمعات العربية، كما سنرى لاحقاً.

إن التفكير في العلاقة القائمة أو المحتملة بين الميديا الاجتماعية والمجال العمومي في المنطقة العربية، يبدو في غاية الصعوبة إن لم نأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الثلاثة: المتغير الأول، ويتمثل في تنوع خصوصية الأنظمة السياسية في المنطقة العربية فيما بينها من جهة، وعن أنظمة البلدان الغربية من جهة أخرى. المتغير الثاني، ويتجلى في طبيعة منظوماتها الإعلامية وتقاليد الاتصال التي تختلف فيما بينها، وتتباين عبرها الغايات من استخدام بعض مواقع الشبكات الاجتماعية(8). المتغير الثالث، ويكمن في ديناميكية تفاعل هذه الميديا في البيئة الإعلامية المعاصرة.

هل تشكّل الميديا الاجتماعية مجالاً عمومياً سواء عبر بعث مجال عمومي جديد على أنقاض التقليدي أو بتغيير بنينه، أو تشكيل مجال بديل؟ يبدو هذا السؤال غير مناسب أو ذا عائد علمي محدود، خاصة أن الواقع العملي الذي يغطيه مفهوم المواءمة أصبح يدل على التغيير التكنولوجي والثقافي والاجتماعي. ويعني تدفق المحتويات ذاتها على العديد من المنصات الإعلامية، وترحال الجمهور/المستخدمين من منصة إلى أخرى بحثاً عما يرغب فيه من أخبار، ومعلومات، وترفيه(9).

تأسيساً على ما سبق، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية: ما حدود الوصل والفصل بين الميديا الاجتماعية والفضاءات العمومية القائمة داخل شبكة الإنترنت ومختلف تطبيقاتها في المنطقة العربية، والمجالات العمومية خارجها، أي في الواقع الفعلي المادي؟ وإلى أي حدٍ يستطيع المشاركون في الفضاءات العمومية الهامشية أو البديلة أو الدهماء الانخراط في المداولات العقلانية حول القضايا العمومية في المنطقة العربية؟ وكيف يتحول الاستقطاب السياسي والأيدولوجي إلى عائق يضاف إلى العوائق الأخرى التي تقف ضد تحول الفضاء إلى مجال عمومي في المنطقة العربية؟

لمقاربة هذه الأسئلة، حاول الباحث الاستئناس بالمنهج الجدلي الذي يُعرّف بأنه نمط من المناقشة والمساءلة والتأويل، يستند إلى تحليل الواقع أو الظاهرة الاجتماعية بمجابهة الأفكار والأطروحات التي تبدو أنها متناقضة، من أجل تجاوزها ومحاولة تقديم أطروحات جديدة. وهذا وفق المخطط المبدئي والمبسط: أطروحة، ونقيضها، والتوليفة التي تستخرج منهما. لعل هذا المنهج يساعد في فهم العديد من الممارسات في البيئة الإعلامية المعاصرة التي تتسم بطابعها المفارقاتي، مما يستدعي "تطبيق الخطاطة الذهنية الموروثة من الماضي، وتبنى إستراتيجية تروم الفهم وفق منطق تفكير التضاد" (10). وحتى يتحقق ذلك استعان الباحث بالتوجه الوثائقي في البحث، باعتباره شكلاً من أشكال الملاحظة غير المباشرة (11)، الذي يعتمد على تحليل الدراسات النظرية والبحوث الأمبريقية، والاستفادة منها لاستخراج الأطروحات والأطروحات النقيضة ذات الصلة بالمجال العمومي بصفة عامة، وفي المنطقة العربية تحديداً، ومناقشتها من أجل إبراز خصوصية الميديا الاجتماعية، وتقديم فهم لهذا المجال في هذه المنطقة.

1. الإطار المفاهيمي والنظري

الميديا الاجتماعية

نقصد بها مجمل المنصات في شبكة الإنترنت التي تتيح التفاعل الاجتماعي بين مختلف المستخدمين حول المحتويات الرقمية (صور، نصوص، وشرائط الفيديو) حسب درجة الاستئناس والتألف والتجاذب (12). قد يحيل هذا التعريف إلى التداخل

بين "الميديا الاجتماعية" و"مواقع الشبكات الاجتماعية" أو "الشبكات السوسيو رقمية". لذا تقتضي الضرورة تأكيد الاختلاف بينهما بالقول: إن الميديا الاجتماعية تجمع طائفة غير متجانسة من المواقع والتطبيقات التي تلبى الاستخدامات الجماعية القائمة على اهتمام ومصصلحة مخصوصة (انشغالات، ممارسات مشتركة، مصالح مهنية...) وإنتاج المحتوى وتقاسمه، والبحث عن الشهرة واللقاءات العاطفية، وتضم المنتديات الرقمية، والمدونات الإلكترونية، ومدونات الفيديو، والبودكاست... وبهذا، فإن مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل جزءاً أساسياً من الميديا الاجتماعية، لكنها لا تستند إلى اهتمام محدد أو مصلحة معينة، بل تقوم على التنشئة الاجتماعية، من خلال التفاعلات الاجتماعية المختلفة بين الأصدقاء، وأفراد العائلة، والمعارف، لتبادل الأخبار عن حياتهم اليومية. وعلى هذا الأساس استبعد بعض المواقع الاجتماعية، مثل موقع لينكد إن، وتويتر، من خانة مواقع الشبكات الاجتماعية. فهذا الأخير يجمع مستخدميه حول هدف واحد: اقتسام الأخبار، بعد جمعها وتصنيفها(13).

فضاء أم مجال عمومي؟

يُفهم من العبارة الألمانية (Öffentlichkeit) العديد من المعاني، منها "الجمهور"، والرأي العام"، بيد أن دلالتها تختلف من لغة إلى أخرى، ومن حيز ثقافي إلى آخر. فاللغة الفرنسية، على سبيل المثال، ترجمتها بعبارة فضاء عمومي، بينما ترجمتها اللغة الإنجليزية بعبارة المجال العمومي(14). وتُرجمت إلى اللغة العربية بالمجال تارة، والفضاء طوراً، والحيز العام في بعض الحالات(15). وقد تم الاستناد في الترجمة العربية إلى الأصل اللغوي للكلمة دون التنقيب عن مرجعيتها الفلسفية، بدليل أن البعض ترجم (sphere) بالدائرة(16). وعليه، بدا مفهوم الفضاء (Raum) والمجال (Sphäre) كمترادفين يتداولان على المعنى ذاته(17)، فأنتجا نوعاً من الخلط بينهما. قد يعزى هذا الخلط في اللغة العربية إلى الأرضية المشتركة التي يقف عليها المفهوم، وإلى التاريخ الثقافي والسياسي في المنطقة العربية الذي لم يوفر الشواهد والتجارب التي تساعد الباحثين على الفصل بين الفضاء والمجال العموميين. لكن نتفاجأ بالخلط ذاته في أوساط الكتاب والباحثين الناطقين باللغة الفرنسية على الرغم من أن بعضهم حذر من الوقوع فيه، ودعا إلى التمييز بين المفهومين!(18) فقد وقفت الباحثة الكندية، فرانس أوبين (France Aubin)، على هذا الخلط عبر

رصدها لتطور استخدامهما في اللغة الفرنسية في الأدب والتاريخ، والمعمار، والعلوم السياسية والاتصال من 1990 إلى 2014.

ويرى الفيلسوف الفرنسي، تيري باكو (Thierry Paquot) (19)، أن الترجمة الفرنسية أثرت على استخدام مفهوم الفضاء العمومي؛ إذ أوحى بأنه حيز للنقاش السياسي ولمواجهة الآراء الخاصة التي يجعلها النشر والتوزيع عمومية، وهو أيضاً ضرب من الممارسة الديمقراطية، والاتصال، وتدقق مختلف وجهات النظر. بينما الفضاء بصيغة الجمع، أي الفضاءات، يتضمن معاني مختلفة؛ إذ يُقصد به الأماكن العمومية؛ أي تلك المتاحة التي يلجها الناس مجاناً دون تمييز بينهم، بصرف النظر عن وضعهم الاجتماعي أو عرقهم أو لغتهم، مثل الحدائق والساحات العامة، والشوارع.

للمساهمة في رفع اللبس بين المفهومين، يتبنى الباحث الفرق الذي وضعته فرانس أويين بين المفهومين؛ إذ ترى أن الفضاء العمومي هو مكان فيزيائي منتج للرباط الاجتماعي (الساحة العامة)، بينما المجال العمومي هو بمنزلة حزمة من إجراءات المشاركة في تشكيل النقاش العمومي (20). ويلتقي هذا الفرق مع ما ذهبت إليه بعض الترجمات إلى اللغة الإنجليزية، مثل تلك التي اقترحها مارشال سوليس (Marshall Soules) واعتبر فيها "المجال العمومي" منتجاً للآراء والمواقف التي تعمل على معارضة إدارة شؤون الدولة أو تدعيمها، ومن ثم توجيهها. ومن الناحية المثالية، فإن المجال العمومي هو مصدر الرأي العام الذي يضيف الشرعية على السلطة في أي نظام ديمقراطي فعال (21).

نظريات المجال العمومي المتجددة

يُعتبر مفهوم المجال العمومي اليوم بمنزلة الرثة التي أصبح يتنفس بها التفكير العلمي في رحلته من الفلسفة إلى بعض الحقول في العلوم الاجتماعية، مثل العلوم السياسية، وعلم الاجتماع، والأنثروبولوجيا، وعلوم الإعلام والاتصال. فأضحى من الصعوبة تفادي استخدامه في الحقول المعرفية المذكورة أعلاه. وبات كل باحث في العلوم الاجتماعية يعيد بناء بلغته (22).

ويرى بعض النقاد أنه على الرغم من أن "هابرماس دفن المجال العمومي بيديه إلا أنه لا يزال حياً؛ فمتمدوه يثون الحياة فيه باستمرار... إنه مفهوم ميت-حي" (23). وترجع مسألة الدفن إلى تأكيد هابرماس على موت المجال العمومي في القرن 20

نتيجة جملة من العوامل المترابطة، منها(24): جنوح وسائل الاتصال الجماهيري إلى تسليح الأخبار والثقافة وتسليتها، وبروز الدولة الرعوية التي حلت محل الإرادة الشعبية، وظهور أشكال جديدة من الإدارة الاجتماعية قوامها التسويق السياسي والعلاقات العامة، وتطور صناعة استطلاع الرأي التي لا تعبر عن رأي عام قائم بقدر ما تتجه، على قول بيير بورديو (Pierre Bourdieu)(25).

تعرضت نظريات المجال العمومي إلى الإثراء في سياق منعطفين أساسيين، وهما:
 - أولاً: ميلاد شبكة الإنترنت وتزايد الاستخدام الاجتماعي للجيل الثاني من الويب الذي سرّع تشذّر الجمهور والمستخدمين، مما أدى إلى ارتفاع عدد الفضاءات العمومية. فانتقل الحديث عن المجال العمومي من حقل الخطاب السياسي العقلاني المعياري إلى حقل النظرية الاجتماعية الشاملة(26)، التي تركز على التنشئة الاجتماعية والتفاعلات الرمزية التي تتيحها الميديا الاجتماعية، وعلى العلاقة الملتبسة بين ما هو خاص وما هو عمومي في بناء الذات الفردية والأنا الجماعية، وما يترتب عليها على الصعيدين السياسي والقانوني. هذا مع العلم أن بعض الباحثين لم يروا أي تأثير لهذا المنعطف. فالباحث لينكولن دهلبرغ (Lincoln Dahlberg)، على سبيل المثال، أكد أن "شبكة الإنترنت تسهّل بروز خطاب يعيد إنتاج البنية القاعدية للنقاش النقدي العقلاني الذي يقترب، بمختلف الأشكال، من المجال العمومي"(27).

- ثانياً: ظهور الحركات الاجتماعية المعاصرة التي لا تحكمها أيديولوجيا واضحة المعالم، ولا تخضع لتراتبية اجتماعية، ولا تنساق وراء قيادة واحدة وسلطة مركزية. لقد دفعت هذه الحركات بالنقاش إلى اعتبار المجال العمومي شكلاً من الفعل تجلّي في الانتفاضات التي ظهرت في أكثر من بلد في العالم وليس شكلاً من الخطاب العقلاني. فقد جمع هابرماس الفضاء العمومي، والخطاب، والعقلانية في مثلث مفاهيمي قال عنه إنه ظل شغله الشاغل(28).

ويقدم الجدول رقم (1) تدرج التصور للمجال العمومي، وانتقاله من كونه إطاراً للمشاركة والمداومات في قضايا الشأن العام من أجل تحقيق التوافق في الرأي، إلى اعتباره حزمة من أشكال الاتصال والسرود الذي يستند إلى العاطفة والسخرية يحركها الصراع والمنافسة، التي تتجلّى أكثر عبر قراءتها من منظوري البراديغم البنائي، والدراسات الثقافية.

جدول (1): صيرورة التصور للمجال العمومي

التعريف	المؤلف	الاسم
إن الجمهور المتكون من الأشخاص الذين يستخدمون حجة عقلهم يمتلكون المجال العمومي الذي تسيطر عليه الدولة، ويحوّلونه إلى فضاء يمارس فيه النقد ضد سلطة الدولة(29).	يورغن هابرماس	المجال العمومي البرجوازي
الفضاء العمومي فضاء للظهور (... يمكن أن تكون الحرية فيه واقعاً ملموساً)...). إنه فضاء الكلمة والفعل، حلبة يستطيع فيها الأشخاص التبادل والتداول والمناقشة بشغف، والقيام بالفعل جماعياً. إنه مكان للمروئية يعرض فيه كل شيء وكل شخص على النظر، إنه حيز للظهور(30).	حنا أرندت (Hannah Arendt)	الفضاء العمومي: حلبة المروئية
المجال العمومي يشكّل حلقات خطابية موازية يقوم فيها أعضاء المجموعات الاجتماعية المهمشة ببناء الخطابات المضادة وتوزيعها من أجل صياغة تأويلهم الخاص لهوياتهم، ومصالحهم، واحتياجاتهم(31).	نانسي فريزر (Nancy Fraser)	المجال العمومي الهامشي
لا يمكن اختزال الفضاء العمومي المعارض في مجموعة اجتماعية، مثل الطبقة العاملة الصناعية. إنه مفهوم يقوم على التجربة الحية التي لم يتم تمثيلها (حتى الآن) في الشكل المجرد للمصلحة العامة أو الإشهار البرجوازي. إنها التجربة التي تتحرف عن السجل التقليدي للتجارب المتعارف عليها، تجربة تسمح بإدراك العديد من المواقف التي يبرز فيها "الأويكوس" (Oikos) على حساب "الأغورا"(32).	أوسكار نغيث (Oskar Negt) ألكسندر كلوج (Alexander Kluge)	الفضاء العمومي المعارض

<p>حتى يتمكن الأشخاص من الانخراط في النضال من أجل الاعتراف، والأمل في الاعتراف والتقدير لصفاتهم الخاصة، يجب عليهم أولاً النضال حتى يكونوا مرئيين ويتم إدراكهم في فضاء العلاقات الاجتماعية (...). إن جوهر إزاحة الأشخاص الاجتماعيين من حقل المرئية لا يعني التقليل من قيمتهم فحسب، بل تجاهلهم بمحورهم من على سطح العلاقات الاجتماعية(33).</p>	<p>ألكس هونيث (Alex Honneth)</p>	<p>الفضاء العمومي للاعتراف والعدالة الاجتماعية</p>
<p>نظام مختلف تمنح فيه الدهماء لنفسها "مؤسسة"، وتنفذ من خلالها إلى الخطاب السياسي... إنها تجربة سياسية مخصوصة يتحرر فيها ذاتياً المقصون سياسياً(34).</p>	<p>مارتن بروغ (Martin Breugh)</p>	<p>فضاء الدهماء العمومي</p>
<p>فضاء عمومي يُبنى بالخطابات والمفاوضات ذات الطابع الرمزي ويمكن أن يفرز تيارات فعلية للرأي العام. إن عدم ملاحظة هذه التيارات أو ازديادها أو إدانتها لعدم "عقلانيتها" الزائفة، يعني التمسك بـ"سياسات النعمة" التي تنتمي إلى المركزية الإثنية(35).</p>	<p>ميهاي كومان (Mihai Coman)</p>	<p>الفضاء العمومي الرمزي</p>
<p>الفضاء العمومي ليس إدغاماً أنيقاً لمنتديات النقاش الذي من شأنه إحداث التوافق في الترتيب الهرمي لمواضيع نشرات الأخبار التي تثبت في التلفزيون على الساعة الثامنة مساءً وفي معرض الصحافة، الذي تذيعه المحطات الإذاعية صباحاً. إن الفضاء العمومي الفسيفسائي مجزأ وفوضوي تُفرض فيه أصوات متعددة، وتتنافر فيه الأصوات والمواقف والمناقشات(36).</p>	<p>إريك نوفو (Érik Neveu)</p>	<p>الفضاء العمومي الفسيفسائي</p>
<p>إنه بمنزلة مجال للاتصال تنتجها الميديا الاجتماعية أو تسانده. وتكون المشاركة في مواقع الشبكات الاجتماعية مفتوحة بكل حرية لكل المهتمين، ويمكن للقضايا ذات النفع العام أن تتناقش، وتكون المناقشة ظاهرة للجميع. ويتضمن هذا الفضاء أنواعاً من أساليب التواصل، ولا يتطابق إلا نادراً مع العقلانية والتحضر اللذين نصت عليهما نظرية المشاركة والمداولة(37).</p>	<p>مايك شيفر (Mike Schäfer)</p>	<p>المجال العمومي الرقمي</p>

<p>لا يتشكل المجال العمومي الشبكي من أدوات، بل من ممارسات الإنتاج الاجتماعي الذي تنتجه هذه الأدوات(38).</p> <p>المجال العمومي الشبكي هو الاسم الصحيح للمجالات العمومية الفرعية التي تنتجها الشبكات الاجتماعية(39).</p>	<p>يوشاي بينكلر (Yochai Benkler)</p> <p>بير ماسيب (Pere Masip)</p> <p>كارلوس رويز كاباليرو (Carlos Ruiz - Caballero)</p>	<p>المجال العمومي الشبكي</p>
--	--	------------------------------

انطلقت جل التعريفات أعلاه من القاسم المشترك في دحض خصائص المجال العمومي البرجوازي، وهي: الشمولية، أي عدم الإقصاء من النقاش العقلاني، وغض الطرف عن مكانة المساهمين في هذا النقاش، وتناول القضايا ذات الصلة بالشأن العام، والتداول من أجل تحقيق التوافق في الرأي عليها، لكنها تجاوزت، كلها، تقريباً، نظرة هابرماس التشاؤمية للميديا، وتركيزه على تحريفها للمجال العمومي. وهو التشاؤم الذي ورثه عن الجيل الأول لمدرسة فرانكفورت، وأدورنو تحديداً(40). لقد قلل من شأن قوة مقاومة المجتمع المدني، ومن القدرة النقدية للجمهور الذي تهيمن عليه وسائل الاتصال الجماهيري.

واتجه كل تعريف من التعريفات أعلاه إلى إبراز الجانب الذي يراه أساسياً في تشكيل أو إعادة تشكيل هذا المجال بالنظر إلى تطور الممارسات السياسية بعد الحرب العالمية الثانية، وأشكال التواصل التي تعددت وتنوعت في مطلع الألفية الحالية.

لقد آثرت حنا آرندت التفكير في هذا المجال بجملة من المفاهيم الأساسية، مثل: فضاء الظهور، والحميمي والاجتماعي. وراجعته نانسي فريزر بعدة مفهومية قوامها: الحلبات، تعددية المجالات (العامي، المنافس والهامشي). وأكدت أن المجموعات المهمشة تشكل جمهوراً معارضاً للمجال العمومي، ورأت أن هذا الجمهور يشكل حلبات خطابية موازية يتكرر فيها أعضاء هذه الجماعات الخطابيات المعارضة، ويوزعونها من أجل صياغة تأويلهم المعارض، الحامل لهويتهم، والمُعبر عن مصالحهم وحاجتهم(41). ويأخذ هذا الجمهور المعارض صيغة الجمع لدى بعض الباحثين، حيث ينتظم حول "الموضوعات" أو "القضايا"(42). وهذا ما أدى بالباحث نيكولاس غارنهام (Nicholas Garnham) إلى تصور إمكانية وجود مجالات عمومية داخل المجال العمومي الشامل، و"يكون كل مجال فرعي مهيكلًا حول بنيته السياسية

الخاصة، ومنظوماته الإعلامية، ومعاييره الخاصة ومصالحه" (43).

وعمل ألكس هونيث، من جهته، على إثراء نظرية المجال العمومي ببعض المفاهيم، مثل: "النضال من أجل الاعتراف"، وتجربة اللامرئية، والنضال لانتزاع الحق في المرئية. وعزّز أوسكار نغيت، وألكسندر كلوج (44) النقاش عن المجال العمومي بمفهومين مركزيين، وهما: الفضاء العمومي المعارض، والذاتية المتمردة. وقد حاكى بهذا المفهوم الأخير ما ذكره أدورنو عن التجربة غير المنظمة وغير المنضبطة؛ إذ أكد أنه عندما لا تجد هذه التجربة ترجمتها بالكلمات والإشارات لتعبّر عن ذاتها تسقط المبادلات الرمزية بين الأشخاص في اللامبالاة، والاكتفاء الظاهر والقصور الذاتيين، والخمول.

وأعاد إريك داشو (Eric Dacheux) (45) قراءة المجال العمومي انطلاقاً من الأبعاد الثلاثة: السياسي، والرمزي، والاقتصادي. ففي البعد الأول، تتجلى الحلقة في صورة مختلفة عن تلك التي شخصتها فرايزر؛ إذ يراها عبارة عن وسيط بين الفضاء المنزلي والفضاء العمومي، وتجمع، بطرق متنوعة، أكثر من منطق: منطق تعبير المهمشين، والمسجونين في فضائهم المنزلي، والاعتراف بالمنبوذين، ونقد القرارات السياسية. ويعتبر البعد الرمزي بمنزلة بنية لاشعورية تحدد طريقتها في فهم العالم. ويرى أن البعد الاقتصادي يؤثر على المجال العمومي. وبهذا يقترب من تصور المواجهة التي يراها هابرماس قائمة بين النظام الاقتصادي والقانوني وعالم الحياة (Lebenswelt)، أي بيئة المعيش أو الحياة التي تتضمن المجال المذكور (46).

وحدّد برنار مياج (Bernard Mieg) خمسة أنماط من الاتصال التي توالى على تنظيم المجال العمومي المعاصر، وهي: صحافة الرأي، والصحافة الجماهيرية التجارية، ووسائل الإعلام السمعية البصرية، والعلاقات العامة المعقدة، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الرقمية (47). ويعرف نمط هذه العلاقات بالقول إنها "تؤكد على الموضوعات التي تحظى بالإجماع، وتروم الانخراط في مختلف ميادين الحياة الاجتماعية. إنها تميل أكثر إلى التوجه إلى الأفراد/المستهلكين/المواطنين، وكمجموعات وجمهور وهو الاختيار الأفضل" (48). إن التمعن في هذا التحديد يضعنا أمام إشكالية شديدة التعقيد: هل المجالات العمومية وليدة وسائل الاتصال وأنماطها، ومنها يكتسي الحديث عن الفضاء التدويني، والفيسبوكي، والتويتري

مشروعيتها، أم إنها مرتبطة بالجمهور والمستخدمين، مثلما ذهبت إليه فريزر في تركيزها على الجمهور المعارض؟ أم إن الخطاب، الذي يخترق كل الفضاءات، هو الذي يحدد طبيعة المجال العمومي نظراً للحضور المتزامن والمتداخل لكل الأنماط المذكورة أعلاه في المنصات الرقمية؟

المجال العمومي في المنطقة العربية

يُميز مارك لنش (Mark Lynch) (49)، بين ما تسميه الصحافة بالشارع العربي والمجال العمومي. ويعتقد أن وسائل الإعلام غيّرت بنيته في بعدها القومي. وهذا بفضل الإذاعة القومية، في خمسينات وستينات القرن الماضي، التي ألهمت حماس الجماهير، والقنوات التليفزيونية الفضائية، في تسعينات القرن ذاته، بما أتاحتها من نقاش حول القضايا القومية. ومنحت للمعارضة السياسية، في هذا البلد العربي أو ذاك، إمكانية نقد بعض الأنظمة السياسية خارج وسائل الإعلام الوطنية الرسمية.

واقتنع محمد عايش (50)، ويسلم السقاف (51) بوجهة النظر هذه، فأكدوا دور هذه القنوات الفضائية في بروز مجال عمومي عربي في الشرق الأوسط، وفق التصور البرجوازي الذي قدمه له هابرماس.

وحذا حذوهما العديد من الباحثين الذين سلموا بقدرة شبكة الإنترنت والميديا الاجتماعية على تشكيل مجال عمومي افتراضي في المنطقة العربية (52) وذلك لكونها في متناول الجميع، وتمكن مستخدميها من النقاش، خاصة أنها لا تكشف عن مكانتهم وحتى هويتهم التي من المحتمل أن تكون سبب إقصائهم من المجال العمومي "التقليدي".

وتحفظ بعض الباحثين على وجود "مجال عمومي" في المنطقة العربية لكونه "موضع خلاف" (53) و"فكرته غريبة، والسياق العربي لا يمكن أن يسمح له بالوجود. ولا يكون له امتداد عملي في ظروف غير الظروف التي نشأ فيها في أوروبا" (54)، و"أن للمجال العمومي الهابرماسي حدوداً، نظراً لارتباطه بالسياق الثقافي الغربي ولتداعياته المعيارية المرتبطة بنظرية مخصوصة للديمقراطية" (55)، وأن المجال العمومي البرجوازي، الذي ظهر في سياق تاريخي خاص بالمجتمعات الغربية، نموذج من بين نماذج المجال العمومي الأخرى (56).

وهناك من ذهب إلى حد نفي وجود المجال العمومي لتدجينه؛ حيث أصبح النقد في بعض البلدان العربية مجرد وهم، مثل تونس أثناء حكم ابن علي (57). فلا وجود للمجال العمومي في غياب النقد، لأنه "فضاء رمزي تنتشر فيه الخطابات المتناقضة في معظمها، والصادرة عن مختلف الفاعلين السياسيين، والاجتماعيين، والثقافيين، والمفكرين الذين يشكلون المجتمع" (58).

ودُحضت، أيضاً، فكرة وجود مجال عمومي رقمي، واعتبرت مجرد استعارة، بل فكرة طوباوية، انطلاقاً من معاينة استخدام الميديا الاجتماعية في بعض "الثورات" (في سوريا، واليمن، وليبيا، على وجه الخصوص)؛ إذ يبدو المجال العمومي في هذه المناطق في طور التكوين، حتى وإن صاغت فيه وسائل الإعلام التقليدية والميديا الاجتماعية خطابات متناقضة ومتعارضة (59).

وهناك من استند إلى تجربة التدوين الرقمي في لبنان ليقتراح الاستغناء عن مفهوم المجال العمومي، واستبدله بمفهوم الحقل الذي نحتة بيير بورديو. ولم ينف بعض الباحثين القلائل وجود المجال العمومي في هذا البلد العربي أو ذلك، بل قاموا بقراءة مكوناته بمنأى عن عقلانية الخطاب، وبالاستناد إلى المنظور ما بعد البرجوازي، ومقارنته بالعدّة المفهومية لبعض الكُتّاب، مثل حنا آرندت (60)، وألكس هونيت (61)، ونانسي فريزر (62).

لا يمكن الحديث عن المجال العمومي في المنطقة العربية دون النظر إلى وشائجه مع الحراك الشعبي الذي دفع زين العابدين بن علي، وحسني مبارك، إلى التخلي عن السلطة. وقد تعدد توصيفه، فالباحثة ساميا ميهوب وصفته بالمعارض والاحتجاجي (63)، بينما وظف مارتن بروغ مفهوم فضاء الدهماء العمومي لقراءة دلالة القدرة السياسية لتعدد عبر تدافع عوام الشعب المصري لاحتلال ساحة التحرير بالقاهرة، ومقاومة الإقصاء السياسي، والانتقال من وضعية الكائن ما قبل السياسي إلى كائن سياسي (64)، فانتزع حقه في الكلمة. ونفت الباحثة آمال الهادي أن يكون الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في فبراير/ شباط 2019 قد شكّل مجالاً عمومياً بديلاً (65).

2. الميديا الاجتماعية والمجال العمومي في المنطقة العربية

في قراءتهم لأحداث ما أصبح يُعرف بالربيع العربي، تحولت الحلقة، التي ذكرتها نانسي فرايزر في توصيفها للمجال العمومي ما بعد البرجوازي، إلى "حلبة ثورية" لدى بعض الباحثين(66). أسهمت في صنعها الميديا الاجتماعية، وتحديدًا موقعا فيسبوك وتويتر. وعن تقدير هذه المساهمة تختلف الآراء والمواقف، فالبعض يقلل من أهمية الميديا الاجتماعية في تشكيل هذه الحلقة من خلال تركيزه على صعوبة الوضع الاجتماعي والاقتصادي الذي يعيشه قطاع واسع من المواطنين في بلدان الربيع العربي، والتنكر لحقوقهم السياسية والثقافية(67). فالباحث مصطفى مجاهدي(68) لا يرى أي علاقة آلية وخطية بين انتشار فضاءات التواصل والحوار الاجتماعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وحدوث الانتفاضات الشعبية في البلدان العربية، ودليله في ذلك أن البلدان العربية التي عرفت أول الاحتجاجات لا تتصدر قائمة ترتيب البلدان العربية من حيث نسبة تغلغل شبكة الإنترنت فيها. فتونس مثلاً كانت تحتل الرتبة الخامسة بـ20٪ في 2011، تليها مصر بـ16.5٪، ثم المغرب بـ7.6٪، وليبيا بـ4.5٪، واليمن في الرتبة الأخيرة بـ1٪.

وخلافاً لذلك، ثمن بعض الباحثين الدينامية التي أحدثتها الميديا الاجتماعية في "أحداث الربيع العربي"؛ إذ يرون أنها أسهمت في تنظيم حركات الاحتجاج، وسمحت باتحاد المواطنين والتنسيق السريع بينهم على أوسع نطاق. وهذا ما كان ليتحقق دون هذه العدة التقنية(69).

إن الاختلاف في تحديد مكانة الميديا الاجتماعية في الانتفاضات التي شهدتها بعض البلدان العربية، يعكس في جوهره عدم الاتفاق على دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تشكيل/إعادة تشكيل المجال العمومي في المنطقة العربية. وهذا يستدعي استحضار الأطروحات، التي ترفع لصالح هذا الدور وتلك التي تنفيه، وتحليلها قصد الوقوف على الحجج التي تبين عجز الفضاء العمومي في المنطقة العربية عن التحول إلى مجال عمومي، لعله يقربنا أكثر من معرفة شكل هذا المجال وخصائصه في هذه المنطقة.

الأطروحات

1. يتسم القسم الأكبر من الميديا الاجتماعية، أي مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر، ويوتيوب، بطابعها المنفتح على مختلف المشاركين، وبمقدرتها على نشر الأخبار والصور وشرائط الفيديو والآراء بسرعة فائقة، وتداولها على أوسع نطاق جغرافي واجتماعي. لقد برزت هذه الميديا في البلدان العربية كقناة اتصال، وأداة نضال؛ إذ منحت صوتاً للمهمشين والمقصيين لتجسيد حرية تداول الأخبار والكفاح من أجل نيل حقوقهم السياسية والاجتماعية(70).

وتزكي بعض البحوث الأمبريقية هذه الأطروحة؛ فالباحث ريزا جمالي يفسر السرعة الفائقة التي انتشرت بها مواقع الشبكات الاجتماعية في البلدان العربية من 2011 إلى 2013، بانعدام حرية التعبير في المنابر التقليدية، مما دفع النشطاء السياسيين إلى استخدام الميديا الاجتماعية، في بلد مثل تونس(71). بينما تكمن الأسباب الأساسية التي تجعل الأشخاص يميلون إلى استخدام الميديا الاجتماعية، في بلدان أخرى، مثل الولايات المتحدة الأميركية التي انتشرت فيها الإنترنت تدريجياً، في القضاء على الرتبة، ومشاركة هوياتهم مع الغير. ومنها استنتاج المعادلة الآتية: كلما قلت المشاركة السياسية في بلد ما اتجه مواطنوه إلى تجسيدها عبر الميديا الاجتماعية(72).

2. أمام احتكار السلطات لكل منابر النقاش والتعبير، لجأ المستخدمون في المنطقة العربية إلى نشر الفيديوهات الغنائية والرسوم الاحتجاجية(73) المنددة بالفساد والمحسوبية والتعسف في استعمال السلطة، وإلى إنشاء جماعات افتراضية بديلة، ومنتديات رقمية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية للتحرُّر من هيمنة الخطاب الرسمي. وهكذا امتلك هؤلاء المبادرة في "تحديد جدول الأعمال والنشاط في المجال العمومي"(74). حقيقة، يمكن أن نلاحظ أن هؤلاء يستخدمون أسماء مستعارة لإنشاء صفحات خاصة بهم أو للمشاركة بالرأي أو بالمعلومات في هذه المنتديات، لكن هذا الأمر لا يقلل من مساهمتهم في تحديد جدول الأعمال المذكور. بل بالعكس، يمنحهم جرأة النقد، ويفلتهم من بطش السلطات العمومية، ويجعل التجنيد في أرض الواقع أكثر فاعلية(75). وتشكّل التعليقات في مواقع الشبكات الاجتماعية في الأنظمة السلطوية فضاءً لتشكيل رأي عام(76).

3. يرى السقاف (77) أن المعايير الأربعة، التي وضعها ناتانيل بور (Nathaniel Poor) لتحديد المجال العمومي، والمستلهممة من المنظور الهابرماسي، تنطبق على المجال العمومي العربي عبر الإنترنت (Online Public Sphere). وهي (78): أ- المجالات العمومية هي فضاءات للخطاب الذي يتجسد في الغالب عبر واسطة إعلامية واتصالية. ب- تضم الفضاءات العمومية مناقشين جدداً كانوا مقصيين في السابق. ج- المواضيع التي تتطرق لها المجالات العمومية ذات طبيعة سياسية في الغالب. د- يُحكم على الأفكار المتداولة في المجالات العمومية بالنظر إلى جدارتها وأهميتها وليس بالنظر إلى أصحابها.

وبهذا يشاطر السقاف موقف كل من يعتقد أن المفهوم الهابرماسي للمجال العام صالح ومفيد للتفكير في المجتمعات غير الغربية، مثل البلدان العربية، وحتى في ظل نظام تسلطي (79).

الأطروحات النقيضة

1. القول بأن استخدام شبكة الإنترنت ومختلف تطبيقاتها في متناول الجميع في المنطقة العربية صحيح نظرياً، لكنه نسبي في الواقع، وذلك لأن الميديا الاجتماعية تعيد إنتاج عدم المساواة الاقتصادية والاجتماعية. فالتقارير الدولية تؤكد وجود شرائح اجتماعية بعيدة عن هذا الاستخدام بسبب التفاوت في البنية التحتية والمعرفة الرقميية، ولعدم المساواة في الظروف الاجتماعية والاقتصادية. ويُنْت دراسة أجريت في سبعة بلدان عربية أن نصف سكانها فقط يستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية يومياً، بينما حوالي ثلثهم لا يستخدمها مطلقاً. ولا تشكل النساء سوى ثلث مستخدميها، وحتى ربعهم في بلدان الخليج، على الرغم من ارتفاع معدلات النفاذ إلى شبكة الإنترنت فيها (80). أما على الصعيد السوسيولوجي، فنلاحظ أن الفئة الناشطة أكثر سياسياً في مواقع الشبكات الاجتماعية هي فئة الشبان (81) المتعلمين المنتمين إلى الطبقة الوسطى القاطنة بالمناطق الحضرية (82). وهذه كلها عوامل إقصائية من المشاركة في المجال العمومي في البيئة الافتراضية. يضاف لها ما يمارسه المشرفون على هذه المواقع أو "حراس البوابة الثانويون" (83) من حظر لبعض المتدخلين أو إخفاء لبعض ما ينشرونه لأسباب شتى. ناهيك عن الإقصاء الذي تمارسه خوارزميات الميديا الاجتماعية، كما سنوضح ذلك لاحقاً.

2. يمكن القول: إن الميديا الاجتماعية في المنطقة العربية هي منصات لممارسة حرية التعبير والتفكير لكنها أيضاً أداة فعالة للرقابة والقمع وتمييع النقاش. فعلاوة على قطع الاتصال بشبكة الإنترنت في بعض الظروف أو تخفيض سرعة تدفقها وسعتها، وتعليق استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، مثلما جرى في بداية ما أصبح يُعرف بأحداث الربيع العربي، تلجأ السلطات التنفيذية إلى قرصنة صفحات بعض النشطاء السياسيين، وإنشاء حسابات وهمية للتهجم عليهم، وتخريب النقاش بواسطة تقنية "التصيد"، خاصة عندما تتسع موجات الاحتجاج عبر الويب فيتم اختراقها بسهولة نظراً لمرونة هيكلها، وانعدام قيادة موحدة توجهها. وخلافاً للبلدان المتطورة الخاضعة للديمقراطية التمثيلية، تعتبر الدولة في الكثير من البلدان العربية قوة غير محايدة في التدافع بين القوى السياسية للتناوب على السلطة. وحتى نفهم هذه الممارسات لا بد من الاستعانة بمفهوم الشعبوية التي تؤمن بأن المجتمع أو الشعب هو كتلة واحدة متجانسة، ومن المفروض ألا يوجد أي خلاف أو نزاع بين أفرادها، وإن وجد فتُحوَّل إلى أصحابه. وهكذا سقط مصطلح الغريم من التداول في القاموس السياسي وتحوَّل إلى عدو، وخائن، وعميل يجب تصفيته.

لذا، فإن افتراض وجود تعددية الفضاءات العمومية في المنطقة العربية لا يعني بالضرورة وجود "جمهور متعدد ومتنافس"، مثلما ذهبت إليه فرايزر؛ فغياب الغريم يعني إلغاء المنافسة، وهذا مؤشر قوي على انعدام الديمقراطية التي تعرّفها ناديا إربناتي (Nadia Urbinati) بأنها نظام يسمح بالمنافسة السياسية والتنافس في الآراء(84).

لم تنج فكرة منافسة الأفكار في المجال العمومي من النقد، لأنها استندت إلى الاعتقاد بوجود مساواة بين المتداولين في المجال العمومي الذي تديره قاعدة: "الرأي لمن يملك قوة الحجة"(85)، وتجاهلت وزن مختلف الجماعات في النقاش. إن شعبية الأخبار والمعلومات والآراء المتداولة في الفضاء الافتراضي لا تستند إلى قوة الحجة، بل ترتبط بالعلاقات الذاتية، والولاء، والانتماء، وبمنطق خوارزمي يخضع إلى اقتصاد الانتباه(86). لذا يعتقد بعض الباحثين النقديين أن الميديا الاجتماعية ستسقط فيما سقطت فيه وسائل الاتصال الجماهيري التي أفسدت المجال العمومي، ما لم تتحرَّر من سيطرة الدولة والمؤسسة الاقتصادية، وتنصاع لمتطلبات الخدمة العمومية(87).

والإفساد في المنطقة العربية لا يأتي من هذا الباب فقط. فموقع فيسبوك، على سبيل المثال، الذي كان أداة نضال في حراك 22 فبراير/ شباط 2019 من أجل التغيير في الجزائر، تحوّل إلى ساحة لتصفية الحسابات، والوشاية، والتخوين، والقذف والشتم، والتهمك والتممر على الجميع، وأفرغ الفعل السياسي من محتواه بعد أن عمّ اليأس من تحقيق وعود الحراك.

3. يشكّل الاستقطاب السياسي والأيدولوجي والعاطفي عائقاً عويصاً في تحول الميديا الاجتماعية إلى مجال عمومي؛ وذلك لكونه سياقاً سياسياً وأيدولوجياً ديناميكياً يُحدث انقساماً بين المواطنين ويؤدي إلى تشكيل قطبين متعارضين، أو أكثر، حول المسائل الفكرية والقضايا ذات الصلة بالشأن العام. ولئن كانت البحوث الأمبريقية لم تصل إلى ما يثبت وجود علاقة سببية بين الاستقطاب والميديا الاجتماعية، فإن البعض يرجح وجود علاقة متبادلة بينهما. فالميديا الاجتماعية يمكن أن تكون سبباً للاستقطاب الموجود في المجتمع، ونتيجة له، في آن واحد(88).

تعمل الميديا الاجتماعية على تشكيل جماعات افتراضية تزداد تماسكاً بفضل الاستقطاب السياسي والأيدولوجي والعاطفي عبر آليتين، وهما: "الهوموفيليا" (Homophily)، وتعني ميل الشخص إلى مثيله، أي إلى من يملك قواسم مشتركة معه، مثل الظروف الاجتماعية، والهويات، والأفكار والمعتقد، واللغة. وفقاعة الغرلة التي يقصد بها مجمل الأخبار التي تقدمها محركات البحث ومواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بناء على البيانات التي جمعتها عنهم دون غيرها(89).

ويجسد الاستقطاب في شبكة تويتر، على سبيل المثال، عبر "الهاشتاغ"، ومتابعة تغريدات بعض الأشخاص ذوي الميولات السياسية والفكرية والثقافية الأقرب لمشتركي هذا الموقع، وإعادة توزيع تغريداتهم، وأيضاً من خلال ما يتيح هذا الموقع من روابط تحيل إلى المواقع الرقمية والنصوص، والشرائط الفيديو، التي يتقاسمها الأشخاص مع من يشبهونهم. وتزداد فاعلية مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل موقعي فيسبوك وتويتر، في إحداث الاستقطاب السياسي والأيدولوجي أثناء الحركات الاجتماعية، وفي الحملات الانتخابية. ففي الانتخابات الرئاسية الأميركية عام 2016 سمح الموقعان للمترشح، دونالد ترامب، بشتم النساء وقذفهن، والتهمج العنصري على الأقليات العرقية والدينية والمهاجرين من أجل تعزيز قاعدته الانتخابية

واستقطابها. لقد ساعدته هذه "التجاوزات" في الوصول إلى البيت الأبيض. وهذا ما أدى إلى الاستشعار لاحقًا بخطر هذه المواقع على الديمقراطية في المجتمعات الغربية.

ترسخ الاستقطاب على أسس عرقية ودينية وهوياتية في المنطقة العربية قبل ظهور شبكة الإنترنت. لقد سهرت، وتسهر، عليه مؤسسات سياسية وجمعيات ثقافية ودينية. فالصحف ظلت أحادية الفكر والتوجه تشجع الاصطفاف اللغوي -الصحافة الجزائرية مثلاً- والاصطفاف السياسي والأيديولوجي وحتى الطائفي -الصحافة اللبنانية مثلاً- والقنوات التلفزيونية الدينية ذات الطابع الطائفي، والمنتديات الإلكترونية الاقصائية. ولم تستطع صحافة ما بعد الاستقلال في جل البلدان العربية أن تشكل، في أغلب الأحيان، منبرًا لتبادل الآراء والمواقف بين جميع الأطياف السياسية والجماعات الاجتماعية ومناقشتها. وبلغ هذا الاستقطاب مداه إلى درجة أنه أعاق بناء قطاع السمعي - البصري القوي التابع للدولة اللبنانية. أما البلدان التي تمكنت من إنشاء هذا القطاع فإنها لم تجعل من الخدمة العمومية هاجسه المركزي، ولم يكن الحوار والتفاوض والمداولات بين الفرقاء السياسيين ديدنه. ويمكن أن ندرك، على سبيل المثال، عواقب غياب الحوار والتفاوض والتوافق أثناء حكم القذافي على ليبيا اليوم. قد عزز الغياب التاريخي للحوار والتشاور والتفاوض في المنطقة العربية الاستقطاب الممارس عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. ونشطت هذه الأخيرة بدورها ظاهرة الاستقطاب؛ إذ جعلته مرئيًا أكثر، ومنحت الجماعات المستقطبة ثقلًا في الفضاء الافتراضي أكبر من ثقلها في الحياة اليومية العينية. وهذا ما يوحى به عدد المشاركات أو التعليقات على المنشورات والفيديوهات التي تبثها هذه الجماعات أو تعيد توزيعها، وحدة الحملات التي تقودها لتشويه سمعة الأشخاص وتنفيه آرائهم المعارضة. وبهذا عززت التطرف والعنف اللفظي الذي يهيئ الأجواء لاستعمال العنف المادي من أجل حل الاختلاف في الرأي وتعارض المصالح.

إن ما يجعل مواقع الشبكات الاجتماعية أكثر مقدرة على الاستقطاب السياسي والأيديولوجي في المنطقة العربية يكمن في ارتفاع منسوب الثقة في منشورات مستخدميها، وضعف مصداقية الإعلام الرسمي لدى الجمهور. فناشر الأخبار في هذه المواقع وعبرها، ومن يثني عليه، والمعجب بما ينشره، هم محل ثقة لكونهم

من الأهل والأصدقاء والمعارف. هذا فضلاً عن أن المستخدمين يتعاملون مع مواقع الشبكات الاجتماعية بالمنطق ذاته مع أي وسيلة اتصال جماهيري (الصحيفة، والإذاعة، والتلفزيون) التي لم تساعد جمهورها على التأكد من صحة الأخبار؛ إذ ظلت تعتمد على مصدر وحيد لأخبارها، الذي يكون في أغلب الأحيان، رسمياً، هذا إن لم تكن خالية من أي مصدر ولم تمكن جمهورها من التمييز بين المعلومة والرأي؛ لذا أصبح يعتبر أن ما يُنشر في مواقع الشبكات الاجتماعية معلومة.

خلاصة

تأسيساً على ما تقدم يمكن استخلاص ما يلي:

1. يمكن اعتبار الميديا الاجتماعية في المنطقة العربية فضاءات عمومية تتضمن أشكالاً متنوعة من التواصل والسرود العاطفي، وخطابات متعددة الأصوات يتداخل فيها الخاص مع العام، وتشكّل من الإخبار، والتضليل، والتحليل، والدعاية، والتسويق، والسخرية، والإلهاء والتهكم، والتنديد، والنبد، والشااية، والتأييد، والإعجاب، والترفيه، والتضامن، والإقصاء. تتوسل النص المكتوب، والصورة، والكاريكاتير، والفيديو، والموسيقى والأغاني، والفنون التشكيلية، والرقص، لكن إن لم يتوافر الرابط البنيوي بينها وبين مسارات اتخاذ القرار، أي المجال العمومي، فإنها تبدو للدراسين ضرباً من الفوضى. وهذا لا يعني عدم استجابة السلطات العمومية، بين الحين والآخر، لبعض الشكاوى التي يرفعها مستخدمو مواقع الشبكات الاجتماعية، والمتعلقة بإدارة شؤون الحياة اليومية. إن هذا القول لا يتعارض بتاتاً مع الرؤية التي تؤكد أن هذه الفضاءات تشكل مسرّحاً للظهور وتحقيق الاعتراف، ولتحويل الشأن الخاص إلى عام، وإخراج بعض المشاكل إلى العلن لتكون مرئية، وتحويلها إلى قضايا عمومية.

تصطدم مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعتبر مملكة النرجسية بمكانة الفرد في الثقافة العربية الإسلامية، التي تبدو ذات نزعة جماعية؛ فالفرد لا يشكل فيها قوة مرجعية، كما هو شأن الفلسفة الإغريقية، وفلسفة الإصلاح البروتستانتية (90). وتصطدم أيضاً بنزعة السر والتكتم الذي لا يمارس على مستوى إدارة شؤون الدولة فحسب، بل حتى على مستوى الفرد. فهذا الأخير لا يكف عن الدعاء بالستر وهو

يعرض ذاته ويسردها بكل حميميتها في هذه المواقع التي تروم الشفافية والمكاشفة. تعيق جملة من الأسباب الجوهرية والإجرائية تحوُّل الميديا الاجتماعية إلى مجالات عمومية؛ فلا يمكن للعدَّة التقنية أن تحلَّ معضلة الاختلالات الاجتماعية والثقافية في المجتمع. ولا تنتج هذه الميديا موادَّ موجهة للجمهور، مثل وسائل الاتصال الجماهيري، بل تعرض ما ينتجه مستخدموها. لذا، تختلف باختلاف رغبات مستخدميها وسياق استخدامهم لها. فالميديا الاجتماعية هي ما أراد أصحابها أن يفعلوها بها، وسمحت لهم قدراتها وخوارزمياتها بذلك. وخير مثال على ذلك يتضح من متابعة مراحل تطور استخدام موقع فيسبوك، على سبيل المثال، في أكثر من بلد عربي، مثل تونس منذ ما قبل 2011 إلى غاية اليوم (91). فعلى الرغم من اللحظات التي توفرها الميديا الاجتماعية لتجربة ذاتية معارضة عندما تتوتر العلاقات بين الحكام والمحكومين، وتتمكن "الدهماء" بفضلها من فرض خطابها السياسي ولو إلى حين، لا تستطيع هذه الميديا أن تكون مجالاً للنقاش العمومي الذي يفضي إلى الاعتصام بالرأي الذي تجعله المداولات راجحاً. والسبب في ذلك يعود لطبيعة الميديا الاجتماعية غير المؤهلة لتجسيد المداولات حول موضوعات النقاش (92)، حتى وإن لم يشترطها الكثير من النقاد ويجعلون منها عنصراً تأسيسياً لتشكيل المجال العمومي ما بعد البرجوازي. والسبب الثاني أن الكثير من الأنظمة السياسية والبنى الاجتماعية والثقافية في المنطقة العربية تضيق ذرعاً بالحوار، وبالرأي المخالف، ناهيك عن المعارض، بدليل أن أحزاب المعارضة الشرعية ذات التمثيل في المجالس المنتخبة في البلدان العربية، التي تفر "بتعددتها السياسية"، تغيب، وتمنع من حقها في التعبير عن مواقفها في وسائل الإعلام الرسمية. ولا يتاح لها ذلك إلا في الحملات الانتخابية.

2. من الصعوبة بمكان النظر إلى المجال العمومي في المنطقة العربية من منظور ثنائية الجمهور: المهيمَن والمعارض، الذي تحدثت عنه نانسي فريزر، وذلك لجملة من الأسباب، نذكر منها ما يلي:

- يمكن الاعتراض على مفهوم "الهيمنة" بالمعنى الغرامشي في البلدان العربية، واستخدام مفهوم السيطرة التي تُفرض بحجة القوة بدلاً منه. ففي البلدان العربية التي تعاني من نزاعات مسلحة تخنفي ملامح هذه الهيمنة وراء القوة، سواء كانت

مشروعة أو غير مشروعة، كذلك الأمر بالنسبة لبعض البلدان القليلة التي تعاني من انقسام طائفي.

إن "الجمهور المعارض" مفهوم رجراج، مرن ومتحول، وتساعده الميديا الاجتماعية أن يكون كذلك. فقاعدته الاجتماعية والثقافية تتسع وتضيق. ويتضاعف وينشطر حسب الموضوعات المثارة مثل تلك المتعلقة بالحالة المدنية للأشخاص، والمواضيع الدينية، والقضايا التاريخية، ومسألة اللغة والعادات، وغيرها.

لو تمسكنا مجازاً بوجود جمهور بدل مستخدم الميديا الاجتماعية، فإن هذا الجمهور، حسب بعض النقاد، مثل ميشال وارنر (Michael Warner) (93)، هو فضاء الخطاب. فلا وجود لهذا الجمهور دون خطاب موجّه له أساساً، ولا وجود للخطاب دون جمهور؛ ففي الفضاءات التي تخلقها الميديا الاجتماعية، تتقاطع وتعارض خطابات مختلف الفرقاء؛ الفاعلين التقليديين في المجال العمومي: صحافيين ووسائل إعلام، وقادة الأحزاب، ونواب البرلمان، وممثلي السلطة التنفيذية، وممثلي المجتمع المدني، والناشطين السياسيين في الفضاء الافتراضي، والمعلمين والمؤثرين، بدليل أن وسائل الإعلام التقليدية أصبحت تستعمل مواقع الشبكات الاجتماعية لتوسيع قاعدتها الجماهيرية. وكذلك فعلت الأحزاب السياسية وهيئات المجتمع المدني. وتتغذى مواقع الشبكات الاجتماعية، أيضاً، من منتجات الميديا التقليدية. هذا علاوة على أن الكتابة غير الخطية في الويب -عبر الروابط الرقمية- تحيل النص إلى نصوص أخرى. وهكذا تُلغى الحدود بين الخطابات. إنها تُرحّل من منصة رقمية إلى أخرى، فتعيد صياغتها وتعديلها، وتتلاعب بمكوناتها حسب سياقات التلقي "يندرج سياقها". وهذه الممارسات تجلب الماء لطاحونة رواد الدراسات النقدية الذين يدحضون وجود مجال عمومي قائم ومهيمن بجانب مجالات عمومية نقيضة له (94). ويمكن التأكد من ذلك من محاولات السلطة تملك أغاني الاحتجاج وإعادة تدويرها وبثها في القنوات الإعلامية الرسمية، مثل أغاني الرباب في الجزائر، بعد أن مُنعت بثها لعدة سنوات.

إن الحركات الجماهيرية الواسعة، التي أزاحت حكم زين العابدين بن علي، وحسني مبارك، ومعمار القذافي، وعلي عبد الله صالح، وعبد العزيز بوتفليقة، في فبراير/ شباط 2019، حاصرت الخطاب الرسمي، ودفعته إلى استعمال شعاراتها واستعاراتها.

وسعت ثقافة ما أسماه آصف بيات بـ"لا حركة" - في رسمه للوحة أشكال النضال والمقاومة في كل من إيران ومصر وتونس (95) - إلى تفكيك هيمنة المجال العمومي الواحد أو المركزي.

3. إن كانت مواقع الشبكات الاجتماعية قد محت الفاصل بين الشأن العام والشأن الخاص، فهذا الأمر حدث في المنطقة العربية قبل ظهورها، وقبل انتشار برامج تليفزيون الواقع. إن التضييق على حرية التعبير أجبر الأشخاص على مناقشة قضايا الشأن العام داخل الفضاء العائلي، وفيه تبلورت المواقف والآراء. وجاءت مواقع الشبكات الاجتماعية لتعزيز هذا الاتجاه. وهذه حجة من بين الحجج التي تفند الثنائية التي تمسك بها بعض الكتاب في تحليلهم لأحداث الربيع العربي؛ إذ فصلوا الممارسات داخل شبكة الإنترنت عن تلك التي تجري خارجها، بل جعلوها متقابلة أو متعارضة (96) على الرغم من أن "الإحماض الرقمي" (97) يُعد امتداداً للإحماض في المقاهي الشعبية، وأن الشعارات والأهازيج التي انتشرت بسرعة في مواقع الشبكات الاجتماعية شكّلت صدى لما يردده مناصرو الأندية الرياضية في مباريات كرة القدم، كما هو الشأن في الجزائر (98).

يلح الباحث ماك دوز (Mark Deuze) على ضرورة اعتبار الميديا جزءاً جوهرياً من التجربة المعيشة؛ "إننا نعيش داخل الميديا وليس مع الميديا؛ فحياتنا أضحت ميديا تيكية" (99). فعلى الرغم من الفجوة التكنولوجية القائمة بين البلدان العربية، وتفاوت مستويات استخدام شبكة الإنترنت داخل البلد الواحد إلا أنه يمكن الإقرار بوجود "فضاء عمومي شبكي" يضم تشكيلة جديدة من النشاط والممارسات الاتصالية والمنتجات الإعلامية والثقافية، تتلاشى فيه الحدود بين الإنتاج والاستهلاك الإعلامي. مجال ذو بنية "سيفسائية" (100) تسهم في تشكيلها الميديا الاجتماعية باعتبارها فضاءات عمومية جزئية تضم المنتديات الرقمية، ومواقع التدوين، والتدوين المصغر، والصفحات الخاصة في مواقع الشبكات الاجتماعية، والصفحات الجماعية، وغيرها. ولكل فضاء منها بنيته الخاصة، ومعايره، وخطاباته وانشغالاته الهوائية، والسياسية، والثقافية ولغته، وتشكّل فيها وعبرها هوية الفرد والجماعات.

وهذا يعني أن الميديا الاجتماعية، أي هذه الفضاءات المختلفة وغير المتجانسة في المنطقة العربية، لم تتمكن من تشكيل مجال عمومي بالمنظور الهابرماسي والذي

تشكّل في القرن 18 في أحضان المقاهي والمنتديات الثقافية باعتبارها فضاءات عمومية.

فعلاً، إن الخدمات التي تقدمها الميديا الاجتماعية تخضع للمنطق الاقتصادي الربحي إلا أن هذا لا يشكّل عائقاً أساسياً يحول دون تحول الميديا إلى مجال عمومي؛ فالمجال العمومي البرجوازي تشكّل في رحاب المقاهي ذات الطابع التجاري/الربحي في القرن 18. حقيقة، إن الكثير من مواقع الميديا الاجتماعية ترفدها الإعلانات التجارية، وإن بعض المنتديات الإلكترونية والمدونات الإلكترونية أصبحت تابعة لإستراتيجية بعض القنوات التلفزيونية والصحف لكن هذه الحقيقة لا تسمح بإسقاط النظرة التشاؤمية لوسائل الإعلام الكلاسيكية وتعميمها على الميديا الاجتماعية في المنطقة العربية؛ فإن أسهمت هذه الميديا في تجلي أعراض أمراض الاتصال السياسي، فمن المستبعد أن تكون مسببها.

المراجع

* يستخدم الباحث صفة العمومي (Public) بدل العام (General)، للتمييز بينهما؛ فـ(Public) يعني المشترك؛ الذي يتقاسمه الجميع، أي إنه لعامة الناس، بينما يدل (General) على الكل، وعلى الشمول.

(1) انظر على سبيل المثال:

- Luke O'Sullivan, "The Critique of Videology: Games and the Digital Transformation of the Public Sphere," in The Digital Transformation of the Public Sphere: Conflict, Migration, Crisis and Culture in Digital Networks, eds. Athina Karatzogianni et al., (Palgrave Macmillan, 2016), 108.

- Zizi Papacharissi, A Private Sphere: Democracy in a Digital Age, (Cambridge: Polity Press, 2010), 112.

(2) Alain Girod, Les mutations de l'espace public et la construction médiatique de l'opinion publique, (France: Thèse de doctorat, Université Lumière Lyon, 2000), 37.

(3) انظر على سبيل المثال:

Jodi Dean, "Why the Net is not a Public Sphere?," *Constellations*, Vol. 10, No, 1, (2003): 95-112.

(4) انظر على سبيل المثال:

- Axel Bruns, Tim Highfield, "Is Habermas in Twitter, Social Media and the Public Sphere," in *The Routledge Companion to Social Media and Politics*, eds. Axel Bruns ET al., (Taylor & Francis, 2016), 7-56.

- Khaled Mejri, "Facebook, quel espace publique?," in *Facebook en Tunisie: Faiseur de politique ou espace public?* (Tunis: ATEP, Konrad Adenauer Stiftung, 21 Mai 2017), 27-34.

- Brett Bergie, Jaigris Hodson, "The Twitter Citizen: Problematizing Traditional Media Dominance in an Online Political Discussion," in *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks (Digital Formation)*, ed. Nathan Rambukkana, (Peter Lang, 2015), 255-266.

- Stephanie Edgerly et al., "YouTube as a Public Sphere: The Proposition 8 debate," conference: *Internet Researchers*, Milwaukee, (October 8-10, 2009), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/40wFKJz>.

(5) انظر على سبيل المثال:

- سارة محمود عبد اللطيف، منصة التواصل الاجتماعي تويتر والنخبة السياسية في مصر (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2018).

- هواري حمزة، "مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي"، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية* (جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، العدد 20، سبتمبر/أيلول 2015)، ص 221-232.

- ديل محمد عفيفي، القضايا الاقتصادية كما تعكسها الصحافة المصرية في مرحلة ما بعد 25 يناير (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2017).

- شيرين محمد كداوني، استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر (أطروحة دكتوراه في الإعلام، جامعة أسيوط، كلية الآداب، 2015).

- Mark Lynch, "Blogging the New Arab Public," March 12, 2007, *Arab Media & Society*, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/2yiW0To>.

(6) انظر على سبيل المثال:

- جوهر الجموسي، الافتراضي والثورة: مكانة الإنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي، (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2006)، ص 201.

- كريمة بومدين، "مواقع التواصل الاجتماعي: فضاء عمومي افتراضي وانعكاس قيم"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي (جامعة مستغانم، الجزائر، المجلد 6، العدد 1، 2019)، ص 35-48.
- Marc Lynch, "Beyond the Arab Street: Iraq and the Arab Public Sphere," Politics & Society, Vo. 31, No. 1, (March 2003): 55-91.

(7) نقلاً عن:

Richard Butsch, Media and public spheres (Palgrave Macmillan, 2007), 5.

(8) يمكن الاطلاع على الاختلاف في استعمال موقع فيسبوك على سبيل المثال بين الشباب المصري والمغربي من جهة، والسعودي من جهة أخرى، انظر:

Safa'a AbuJarour, Investigating the Use of Facebook by Arab People: An Empirical Approach (A thesis submitted for the degree of (M.Sc.) Humboldt-Universität zu Berlin, 2012).

(9) Henry Jenkins, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, (New York: New York University Press, 2008), 1-2.

(10) نصر الدين لعياضي، "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف"، مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية (مركز الجزيرة للدراسات، قطر، العدد 14، مايو/أيار 2022)، ص 13-62.

(11) إدريس علي، مدخل إلى مناهج البحث العلمي لكتابة الرسائل الجامعية، (ليبيا، الدار العربية للكتاب، 1985)، ص 41.

(12) Antoine Dupin, Communiquer sur les réseaux sociaux, (Paris: Fyp éditions, 2010), 14.

(13) Nawel Chaouni, Etude de réception transnationale d'une série télévisée et ses effets sur l'attractivité touristique d'une region rurale (These de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Montpellier Paul Valéry, France, 2018).

(14) استخدم الفرنسيون مفهوم الفضاء العمومي في أطروحة هابرماس التي قدمها في 1962 بالصيغة التالية:

Jürgen Habermas, L'Espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, (Paris: éditions Payot, 1978).

بينما استخدم الناطقون باللغة الإنجليزية مفهوم المجال العمومي:

Jürgen Habermas, The structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, (Massachusetts: MIT Press, 1989).

ويتجلى هذا الاختلاف في لغة المصادر التي اقتبست منها التعريفات في الجدول الذي تضمنه هذا البحث.

(15) انظر:

- عزمي بشارة، طروحات عن النهضة المعاقفة، (رام الله، المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، 2003)، ص 113-121.

- خالد الحروب، الحريات العامة و"الحيز العام"، غريباً وعريباً، مجلة رمان الثقافية فلسطين، 4 يونيو/ حزيران 2017، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3ZNuFTj>.

(16) انظر: رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، 15 يناير/ كانون الثاني 2022، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/2VwcbGy>.

(17) انظر على سبيل المثال:

- ليديا صفوت إبراهيم بخيت، "المجال العام والفعل التواصلي عند هابرماس كأطر موجهة للبحوث"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، العدد 61، الجزء 4، أبريل/ نيسان 2022)، ص 2365-2416.

(18) Visone, "Le problème de "la sphère publique" dans la pensée de Carl Schmitt,": 101-210.

(19) Thierry Paquot, L'espace public (la découverte, 2009), 9-11.

(20) France Aubin, "Entre espace(s) public(s) et sphère(s) publique(s): bilan des travaux francophones sur une notion," Canadian Journal of Communication, Vol. 39, No. 1, (2014): 1-23.

(21) Marshall Soules, "Jürgen Habermas and the Public Sphere," Media-Studies, 2007, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3M9bKir>.

(22) نقلاً عن:

Cyrille Bodin, Espace public et champ scientifique, la publicisation des agents scientifiques sous l'emprise de l'idéologie de la vulgarisation (Thèse de doctorat d'université en sciences de l'information et de la communication, université de Grenoble, 2013).

(23) Pere Masip et al., "Active audiences and social discussion on the digital public sphere," El profesional de la información, Vol. 28, No. 2, (2019), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3JZGfos>.

(24) نقلاً عن:

- Stuart Jeffries, Grand Hotel Abyss: The lives of the Frankfurt School, (New York: Verso, 2016), 322.

- Cyrille Bodin, Espace public et champ scientifique, la publicisation des agents scientifiques sous l'emprise de l'idéologie de la vulgarisation (Thèse de doctorat d'université en sciences de l'information et de la communication, université de Grenoble, 2013).

(25) Bourdieu Pierre, "L'opinion publique n'existe pas," Les temps modernes, No. 318, (Janvier 1973): 1292-1309.

(26) تطرق الباحث الفرنسي لويس كييري (Louis Quéré) لهذه الفكرة في 1992 من منظور إشكالية المجال العمومي في العلوم الاجتماعية، انظر:

Louis Quéré, "L'espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique," Quaderni, No.18, (Automne, 1992): 75-92.

(27) Lincoln Dahlberg, "Computer-mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol .7, Issue 1, (October 2001), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/2QGu5qM>.

(28) Jürgen Habermas, "Public Space and Political Public Sphere- The Biographical Roots of Two Motifs in my Thought," *The Journal of philosophy of disability*, Vol. 1, (2021): 105–115.

(29) Jürgen Habermas, *L'Espace public: Archéologie de la publicité*, 61.

(30) Leméteuil Élisabeth, "Arendt (Hannah): Espace public, espace subversif," *Publitionnaire*, 2007, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3Zw24BK>.

(31) Nancy Fraser, "Repenser la sphère publique: une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement," traduit de l'anglais par Muriel Valenta, *Hermès* 31, (2001): 127-156.

(32) Alexander Neumann, "L'espace public oppositionnel: lorsque l'oïkos danse à l'agora," *Cahiers Sens Public*, No. 15-16, (2013): 55- 67.

– (Oikos) كلمة يونانية، يقصد بها مكان السكن، منزل.

(33) Voirol Olivier, "Honnet (Axel): Espace public, lutte pour la reconnaissance, liberté sociale," *Publitionnaire*, (Décembre 2022), "accessed January 2023". <https://bit.ly/40wk6Fi>.

(34) Martin Breaugh, "À quoi ressemble l'espace public plébéen?," *Cahiers Sens Public*, Vol. 1, No. 15–16, (2013): 39–53.

(35) Mihai Coman, "Une approche symbolique de l'espace public", *Colloque Bogues, Globalisme et pluralisme*, Montréal, Avril 24-27, 2002.

(36) Eric Neveu, "Lire les "motifs" des espaces publics mosaïques," in Thomas Frinault et al., *Nouvelle sociologie politique de la France*, (Armand Colin, 2021), 229-240.

(37) Mike S. Schäfer, "Digital Public Sphere," in *The International Encyclopedia of Political Communication*, ed. Gianpietro Mazzoleni, (December 2015): 322-328.

(38) Yochai Benkler, *The Wealth of Networks How Social Production Transforms Markets and Freedom*, (Yale University Press, 2006): 220.

(39) Pere Masip et al., "Active audiences and social discussion on the digital public sphere," *El profesional de la información*, Vol. 28, No. 2, (2019), "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3JZGfos>.

(40) Jorge Adriano Lubenow, "The Public Sphere 50 Years Later: Public Sphere and Mass Media in Jurgen Habermas," In honor of the 50 years of The Structural Transformation of the Public Sphere, Trans/Form/Ação, Marília, Vol. 35, No. 3, (2012):189-220.

(41) Fraser, "Repenser la sphère publique: une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement,": 127-156.

(42) Nathaniel Poor, "Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot," Journal of computer -mediated communication, Vol. 10, issue 2, January 2005, "accessed January 16, 2023". <https://bit.ly/40zAip4>.

(43) Nicholas Garnham, "The media and the public sphere" in Habermas and the Public Sphere, ed. Craig Calhoun, (Cambridge, MIT Press, 1992), 371.

(44) Alexander Neumann, "Conceptualiser l'espace public oppositionnel," Revue Variations, Vol. 19, No. 26, (Avril 2016), "accessed January 16, 2023". <https://bit.ly/3nrmH11>.

(45) Eric Dacheux, "Les trois dimensions de l'espace public," archivesic, 2016, "accessed January 16, 2023". <https://bit.ly/3M8RVaZ>.

(46) Quéré, "L'espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique,": 75-92.

(47) Miège Bernard, "L'espace public: Au-delà de la sphère politique," Hermès, No. 17-18, (1995): 49-62.

(48) Bernard Miège, "L'espace public: perpétué, élargi et fragmenté" in L'espace public et l'emprise de la communication (sous la direction d'Isabelle Pailliat), (France: éditions Ellug, 1995), 168.

(49) Lynch, "Beyond the Arab Street,": 55-91.

(50) Muhammad Ayish, The New Arab Public Sphere, (Berlin: Frank & Timme, 2008), 13-14.

(51) Yeslam Al-Saggaf, "The Online Public Sphere in the Arab World: The War in Iraq on the Al Arabiya Website," Journal of Computer-Mediated Communication, No.12, (2006): 311-334.

(52) انظر على سبيل المثال:

- بخيت، "المجال العام والفعل التواصلي عند هابرماس كأطر موجهة للبحوث"، مرجع سابق.
- عبد اللطيف، "منصة التواصل الاجتماعي تويتر والنخبة السياسية في مصر"، مرجع سابق.
- هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة قاصدي مرباح، الجزائر العدد 20، سبتمبر/أيلول 2015)، ص 221-232.
- عفيفي، "القضايا الاقتصادية كما تعكسها الصحافة المصرية في مرحلة ما بعد 25 يناير"، مرجع سابق.
- كداوني، "استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر"، مرجع سابق.
- (53) Ratiba Hadj-Moussa, "Sur un concept contesté: la sphère publique arabe est-elle soluble dans les médias?," *Anthropologie et sociétés*, Vol. 36, No. 1-2, (2012): 161-180.
- (54) Daoud Djefaf, "Is There an Arab Public Sphere?," *Revue des sciences de l'homme et de la société*, No. 4, (Décembre 2012): 3-29.
- (55) Sadok Hammami, "The Three Phases of Facebook: Social Networks and the Public Sphere in the Arab World: the Case of the Tunisian Revolution," in *Media and Political Contestation in the Contemporary Arab World: A Decade of Change*, eds. Lena Jayyusi, Anne Sofie Roald, (Palgrave Macmillan 2016), 37-38.
- (56) Nada Al Bunni, *Investigating the Online Public Sphere for the Arabic World*, (A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy University of Southampton, November 2020).
- (57) Larbi Chouikha, Éric Gobe, "La Tunisie en 2012: Heurs et malheurs d'une transition qui n'en finit pas," *L'Année du Maghreb*, (IX 2013): 385-407.
- (58) Dominique Wolton, "Les contradictions de la communication politique," *Hermès, La Revue*, Vol. 3-4, No. 17-18, (1995): 107-124.
- (59) Oumar Kane, Khaled Zouari, "Le concept d'espace public à l'épreuve des terrains arabophones et subsahariens," *Communication*, Vol. 37, No. 2, (2020),"accessed January 17, 2023". <https://bit.ly/3KoDpul>.

(60) Hammami, "The Three Phases of Facebook," 39.

(61) نصر الدين لعباضي، برامج تليفزيون الواقع وإرهاصات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر، مداخلة قدمت في مؤتمر "الإعلام العربي وأسئلة التغيير في زمن التحولات"، كلية الإعلام والتوثيق، بالتعاون مع دراسات إعلامية لبنانية، 5-7 مايو/أيار 2016.

(62) Seteney Shami, ed., *Publics, Politics and Participation: Locating the Public Sphere in the Middle East and North Africa*, (New York: Social Science Research Council, 2009).

(63) Samia Mihoub, "Le cyberactivisme à l'heure de la révolution, tunisienne", *Archivio Antropologico Mediterraneo*, Vol. 2, No. 13, (2011): 17-31.

(64) Martin Breugh, "Que faire du désordre? L'expérience plébéienne au cœur de la logique démocratique," *Tumultes*, Vol. 1, No. 40, (2013): 164-179.

(65) آمال علي الهادفي، آليات تشكل الفضاء العمومي "البديل" في الجزائر: دراسة نقدية لخطاب النقد والاحتجاج في تفاعلات الجزائريين على مواقع الشبكات الاجتماعية، (أطروحة، جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2022).

(66) Hammami: "The Three Phases of Facebook," 37.

(67) انظر على سبيل المثال، توفيق مديني وآخرون: ربيع الثورات الديمقراطية العربية، الربيع العربي... إلى أين؟ أفق جديد للتغيير الديمقراطي، سلسلة كتب المستقبل العربي 63، (لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2011)، ص 59.

(68) مصطفى مجاهدي، "الشباب الجزائري والتعبئة السياسية عبر فضاءات الحوار الافتراضي في ظل موجة الاحتجاجات"، مجلة إنسانيات (الجزائر، العدد 55-56، 2012)، ص 67-81.

(69) David Tindall, "Activists and Activism, Digital," in *Encyclopedia of Social Media and Politics*, ed. Kerric Harvey, (Sage Publications, 2014), 9.

(70) Mokhtar Elareshi, Barrie Gunter, *Social Media in the Arab World: Communication and Public Opinion in the Gulf States*, (I.B Tauris, 2016), 223-225.

(71) Reza Jamali, *Social Media and Fundamental Change*, (Chandos Publishing, 2015), 2.

(72) Ibid, 14.

(73) يمكن الإشارة إلى أن الغناء والموسيقى استُعملا أداة نضالية قبل أحداث الربيع العربي والحراك في الجزائر والمغرب، انظر:

- Nancy Demerdash, "Consuming Revolution: Ethics, Art, and Ambivalence in the Arab Spring," *New Middle Eastern Studies*, Vol. 2, (2012), "accessed January 17, 2023". <https://bit.ly/3G8ybjS>.

- الهادفي، آليات تشكل الفضاء العمومي "البديل" في الجزائر، مرجع سابق.

(74) Yochai Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, (New Haven: Yale University Press, 2006), 225.

(75) Aziz Douai, Hala Nofal, Commenting in the Online Arab Public Sphere: Debating the Swiss Minaret Ban and the "Ground Zero Mosque", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 17, No. 3, (April 2012): 266-282.

(76) Al-Saggaf, "The Online Public Sphere in the Arab World: The War in Iraq on the Al Arabiya Website,": 311-334.

(77) انظر:

Al-Saggaf, "The Online Public Sphere in the Arab World: The War in Iraq on the Al Arabiya Website,": 311-334.

(78) Nathaniel Poor, "Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot," *Journal of Computer -Mediated Communication*, Vol. 10, issue 2, January 2005, "accessed January 16, 2023". <https://bit.ly/40zAip4>.

(79) Lynch, "Beyond the Arab Street,": 55-91.

(80) تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2022، (نيويورك، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للدول العربية)، ص 88.

(81) انظر:

David Coulson, "Dynamics of Social Media, Politics and Public Policy in the Arab World," *Global Media Journal*, Vol. 12, No. 22, (2013): 1-20.

(82) Cécile Brasseur, Edien Bartels, "Arab Spring in Morocco: Social Media and the 20 February Movement," *afrika focus*, Vol. 27, No. 2, (2014): 9-22.

(83) Singer Jane, "User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space," *New media & society*, Vol. 16, No. 1, (2014): 55-73.

(84) نقلًا عن:

Saddok Hammami, "Coup de force, "coup d'Etat médiatique"? La disruption de la sphère publique après le 25 juillet," *Revue Tunisienne de sciences politiques*, No. 8, (SEM. 2, 2022): 55-76.

(85) Habermas, "Public Space and Political Public Sphere- The Biographical Roots of Two Motifs in my Thought,": 105–115.

(86) جريالد برونر، "من خلال منطق اقتصاد الانتباه: هل أطفأت التكنولوجيا الرقمية الأنوار؟"، مجلة الدوحة (قطر، العدد 180، نوفمبر/ تشرين الثاني 2022)، ص 16-18.

(87) Christian Fuchs, "Social Media and the Public Sphere," *TripleC*, Vol. 12, No. 1, (2014): 57-101.

(88) Jeremy Kleidosty, "Polarization, Political," in *Encyclopedia of Social Media and Politics*, ed. Kerric Harvey, (Sage Publications, 2014), 951.

(89) Office québécois de la langue française, *Grand dictionnaire terminologique, vitrinelinguistique*, 2017, "accessed 15 January, 2023. <https://bit.ly/3K3R6NV>.

(90) نصر الدين لعياضي، "الفضاء التدويني العربي وإستراتيجيات بناء الذات وسردها"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، كلية الإعلام، العراق، العدد 18، 2013)، ص 73-93.

(91) Hammami: "The Three Phases of Facebook," *op, cit.*

(92) انظر على سبيل المثال إلى تفسير ذلك من خلال تحليل 2608 تغريدة لمدة ثلاثة أيام عن الإعلان عن ميزانية مقاطعة "ألبارتا" بكندا.

- Brett Bergie, Jaigris Hodson, "The Twitter Citizen: Problematizing Traditional Media Dominance in an Online Political Discussion," in *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks (Digital Formation)*, ed. Nathan Rambukkana, (Peter Lang, 2015), 255-266.

(93) Michael Warner, *Publics and Counterpublics*, *Public Culture*, Vol. 14, No. 1, (Winter 2002): 49-90.

(94) Sarah Jurkiewicz, *Blogging in Beirut: An Ethnography of a Digital Media Practice*, (Bielefeld: transcript publishing, 2018), 294.

(95) ويصنفها أيضاً بعبارة "الزحف الهادئ"، ويقصد به الممارسات البسيطة واليومية التي يقوم بها المهمشون والعاطلون عن العمل، والتي تميل إلى نقلهم إلى مرحلة النضال فيصبحوا منخرطين أكثر في الفعل الجمعي، وينظرون إلى أفعالهم وأنفسهم كأفعال سياسية عندما يواجهون أولئك الذين يهددون مكاسبهم.

- آصف بيات، الحياة سياسة، كيف يغير بسطاء الناس الشرق الأوسط، ترجمة أحمد زايد، (مصر، المجلس القومي للترجمة، 2014)، ص 125.

(96) Nathan Jurgenson, "Digital Dualism versus Augmented Reality," The society pages, February 24, 2011, "accessed 17 January 2023". <https://bit.ly/3UhKf8B>.

(97) يقال: أحض القوم إذا أفاضوا فيما يؤنسهم من الحديث والكلام، وقد استعمل الباحث سعيد يقطين مصطلح "الإحماض الرقمي" في مقال له بالعنوان ذاته نشر بصحيفة "القدس العربي"، في 3 يناير/كانون الثاني 2017.

(98) اطلع على نماذج منها في أطروحة الهادفي "آليات تشكل الفضاء العمومي" "البديل" في الجزائر"، مرجع سابق.

(99) Mark Deuze, "Media life," Media Culture Society, Vol. 33, No. 1, (2011): 137-148.

(100) Erik Neveu, Bastien François (dir.), Espaces publics mosaïques, Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains, (Presses universitaires de Rennes, 1999), 13-58.

شبكات التواصل الاجتماعي: من أخلاقيات المحتوى إلى التصميم الأخلاقي.. فيسبوك نموذجًا

Social Media: From Content Ethics to Ethical Design: Facebook as an Example

* هشام المكي - Hicham El Makki

ملخص:

تميز الدراسة بين أربعة مستويات لمعالجة أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتشمل: أخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على شبكات التواصل الاجتماعي، وأخلاقيات الاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الإعلاميين، وأخلاقيات استخدام عموم الناس لشبكات التواصل الاجتماعي، والمعايير الأخلاقية التي تتبناها شبكات التواصل الاجتماعي. ورغم أهمية هذه الجهود فإنها غير كافية لإقرار تنظيم أخلاقي فعلي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأسباب عدة من بينها التوجه التجاري لتلك المنصات. ولمقاربة هذه المستويات الأربعة، تعتمد الدراسة إستراتيجية بحثية مركبة تجمع بين الأنثروبولوجيا الرقمية، والآليات والقواعد والمبادئ الأساسية لعلم اتخاذ القرار، ثم المنهج الوصفي لعرض نماذج لأهم توجهات التنظيم الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتقوم بتحليلها وتحاول إثبات كيف أنها تمثل فقط أخلاقيات لمضمون التواصل. وتقتصر الدراسة أفقًا آخر للتفكير في أخلاقيات منصات التواصل الاجتماعي تُسميه التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي، والذي يُسهّل على الأفراد استخدام تلك المنصات بشكل أخلاقي أو على الأقل بشكل لا يعرضهم للضرر والاستغلال. كما تبحث الدراسة إمكانات هذا المنظور الجديد والإشكالات التي يطرحها، وتقدم مقترحات عملية تهم موقع فيسبوك نموذجًا.

كلمات مفتاحية: أخلاقيات، شبكات التواصل الاجتماعي، التصميم الأخلاقي، فيسبوك.

Abstract:

This study introduces four levels of addressing the ethics of using social networking sites: the ethics of specialised media publishing on social networking sites, the ethics of personal use of social networking sites by

* د. هشام المكي، أستاذ مشارك في الإعلام والتواصل، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المغرب.

Dr. Hicham El Makki, Associate Professor of Media and Communication, Sidi Mohamed Ben Abdellah University, Fez, Morocco.

media professionals, the ethics of public use of social networking sites, and the ethical standards adopted by social media platforms. Despite the importance of these efforts, they are not sufficient to establish an actual ethical regulation of the use of social media platforms for several reasons, including the commercial orientation of these platforms. To approach the aforementioned four levels, the study adopts a complex research strategy that combines digital anthropology; the mechanisms, rules and basic principles of decision-making science; and the descriptive approach to present models of the most important ethical orientations for using social media networks. It analyses them and tries to prove how they represent only the ethics of communication content. Ultimately, the study proposes another perspective for thinking about the ethics of social media platforms, which it calls "ethical design for social media networks". This facilitates individuals' use of those platforms in an ethical manner, or at least in a way that does not expose them to harm and exploitation. The study also explores the potential of this new perspective and the challenges it poses, and offers practical proposals that concern Facebook as a model.

Keywords: Ethics, Social Media, Ethical Design, Facebook.

مقدمة

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي مليئةً بالتحيزات الكامنة ذات التوجهات التجارية والأيدولوجية والسياسية، في مقابل مستخدمين غير مؤهلين في الغالب لقيادة استخدامات واعية ومتحررة من تلك التوجهات الخفية. ولا يرتبط ذلك فقط بتوجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو شرائح اجتماعية واسعة ذات مستوى بسيط من التعليم، وإنما يعود ذلك أساسًا إلى تصميم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يضمن إدمان المستخدمين، ويوجههم نحو أشكال بعينها من الاستخدام تُغذي التوجهات التجارية لتلك المنصات.

وباستثناء بعض القيود المعروفة على تداول محتويات بعينها (إباحية أو عنيفة مثلاً...)، نلاحظ غياب قواعد أخلاقية واضحة لتنظيم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهي فوضى أخلاقية مقصودة، تُسهّل على الفاعلين الكبار مهمة استغلال الأفراد وبيع خصوصياتهم تجاريًا. كما يمكن وصف الضوابط الأخلاقية الحالية بـ"أخلاقيات المحتوى"؛ إذ تقوم على تقييد أو حضر تبادل ونشر أنواع معينة من المحتويات. وقد يكون الاجتهاد في تطوير أخلاقيات ضمن هذا التوجه مهمًا، لكنه غير كافٍ نهائيًا لتأسيس أخلاقيات فاعلة لشبكات التواصل الاجتماعي.

وأمام مستخدمين غير مؤهلين بشكل عادل، ومنصات تواصل اجتماعي مصممة بشكل غير بريء وغير أخلاقي، فإن الدراسة تتبنى فرضية مفادها أن الاقتصار فقط على ضوابط استخدام تستند إلى أخلاقيات المحتوى سيخدم في نهاية المطاف التوجه التجاري لتلك المنصات، ولن يسفر عن تغييرات عميقة الأثر في نتائج الاستخدام، ولن يمنع الاستغلال التجاري للمستخدمين. لذا نحتاج أن نُصمّم شبكات التواصل الاجتماعي نفسها بشكل أخلاقي، يحمي المستخدمين من انتهاكات الخصوصية والاستغلال التجاري من جهة، ويُسهّل عليهم استخدام تلك المنصات بشكل أخلاقي من جهة أخرى. وهنا، تحاول الدراسة الإجابة عن إشكال محوري: كيف يمكن تصميم شبكات التواصل الاجتماعي ببناء يساعد الأفراد على استخدامها بشكل أخلاقي دون أن ينتقص من حرّيتهم الشخصية؟

وتستند الدراسة إلى إستراتيجية بحثية وخلفية مزدوجة: تتمثل الأولى في الأنثروبولوجيا الرقمية، التي أفادت الباحث كثيراً في الانتباه إلى الأبعاد الاجتماعية والقيمية التي ترتبط بأشكال استخدامنا لتكنولوجيا الاتصال؛ حيث إن الطريقة التي نستخدم بها تكنولوجيا الاتصال والقيمة التي نمنحها لها في حياتنا اليومية قد تكون أكثر أهمية من مضمون الاتصال نفسه. كما أن طرق الاستخدام تُعد فارقة ومنتجة للقيمة الاجتماعية، وهو ما جعل الباحث يفكر في نقل الأخلاقيات من مجال التوجيهات المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى مجال تصميم تجربة الاستخدام، فتحدث حينها عن أخلاقيات معمارية منصات التواصل الاجتماعي(1).

أما الخلفية الثانية فتتمثل فيما يصطلح عليه بعلم اتخاذ القرار، والذي يهتم عادة بتفسير الآليات التي يقوم عليها قرار الشراء عند المستهلكين، بهدف تصميم إعلانات تنجح في الحث على الشراء. وقد استثمر بعض الباحثين هذا التراكم المهم في فهم آليات اتخاذ القرارات والتأثير فيها، في مجال تصميم الاختيارات لأجل تحسين اتخاذ القرارات في المجالات المختلفة بشكل يساهم في تحسين حياة الأفراد، وهو ما استثمرته هذه الدراسة لاقتراح تصميم أخلاقي لفيسبوك يساعد الأفراد على استخدام تلك المنصة بشكل أخلاقي دون أن ينتقص من حريتهم(2).

وتعتمد الدراسة أيضاً المنهج الوصفي لعرض نماذج لأهم توجهات التنظيم الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ثم تقوم بتحليلها وتحاول إثبات كيف أنها تمثل فقط أخلاقيات لمضمون التواصل وكيف أنها غير كافية. وتقتصر الدراسة أفقاً آخر للتفكير في أخلاقيات منصات التواصل الاجتماعي، تُسميه التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي، والذي يُسهّل على الأفراد استخدام تلك المنصات بشكل أخلاقي أو على الأقل بشكل لا يعرضهم للضرر والاستغلال. كما تبحث الدراسة إمكانات هذا المنظور الجديد والإشكالات التي يطرحها، وتقدم مقترحات عملية تهم موقع فيسبوك.

1. أخلاقيات خدمات التواصل الاجتماعي: التوجهات السائدة

تبرز مواقع التواصل الاجتماعي حالة وسيطة بين المؤسسة الإعلامية والخدمة المتاحة لاستخدام الأفراد؛ إذ تمتلك من جهة أولى بعض مواصفات المؤسسة الإعلامية، من حيث وجود مؤسسة تمتلكها وتشرف عليها وتضع سياساتها التحريرية وتربح منها،

لكنها من جهة أخرى لا تحتكر إنتاج المضامين الإعلامية بالشكل المتعارف عليه في المؤسسات الإعلامية، ولا يمكن اعتبار روادها جمهوراً بالمعنى التقليدي للجمهور الإعلامي، كما أن الجمهور/المستخدمين يصبحون في أحيان كثيرة منتجي الأخبار ومروجيها.

ولأن المستخدمين هم الذين يضمنون حياة وحيوية مواقع التواصل الاجتماعي، سواء من خلال إنتاج المضامين أو الترويج لها ونشرها وتبادلها، فهذا يسمح باستخلاص استنتاجين اثنين:

- أولهما: من الواضح أننا بإزاء الحديث أساساً عن أخلاقيات الاستخدام وليس أخلاقيات الممارسة الإعلامية المعروفة.

- وثانيهما: نتحدث عن وسيط تواصل خدمي، أي يقدم خدمة ذات طبيعة تواصلية إلى الأفراد، وهو ما ظهر بتزامن مع تطبيقات الويب (2.0)، وأخذ أشكالاً عديدة من المواقع الإلكترونية والتطبيقات، التي استمر بعضها وتراجع الآخر.. ولهذا يطلق المتخصصون عموماً على هذه المواقع مصطلح "خدمات الشبكات الاجتماعية" (Social Networking Services) ويُشار إليها اختصاراً بـ(SNS).

وتشمل خدمات الشبكات الاجتماعية حالياً العديد من الخدمات الناجحة عبر العالم، مثل: يوتيوب وإنستغرام وتويتر، ولينكد إن، والسناپ شات، وتيك توك... أما فيسبوك لوحده فقد استأثر بأكثر من مليارين وتسعمئة مليون مستخدم(3).

وبهذا المعنى، فإن الحديث عن أخلاقيات خدمات التواصل الاجتماعي سيكون حديثاً عن أخلاقيات الاستخدام الموجهة أساساً للمستخدمين من تلك الخدمات، والتي تُنظّم ما يتم تبادلها من محتويات تواصلية مختلفة. فما التوجهات والسمات الأساسية لأخلاقيات خدمات التواصل الاجتماعي؟

تناول العديد من الدراسات العلمية والمقالات الصحفية موضوع أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهي تشترك في اقتراح مجموعة من الضوابط التي تحرص على مصداقية وصحة ما يتم تداوله من معلومات ومعطيات من جهة. كما تحرص من جهة أخرى على ضمان عدم إساءة ما يُنشر من مضامين إلى فئات معينة من الناس، في إطار القذف أو التشهير أو أي شكل من أشكال التمييز.

ويمكن أن نميز بين أربعة مستويات لمعالجة أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهي: مستوى أخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى أخلاقيات الاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي من قِبَل الإعلاميين، ومستوى أخلاقيات استخدام عموم الناس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى المعايير الأخلاقية التي تتبناها منصات التواصل الاجتماعي وتعلن عنها... وسنقدم نموذجاً عن كل مستوى من هذه المستويات الأربعة.

1.1. أخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على شبكات التواصل الاجتماعي

تطرقت العديد من الدراسات إلى الإشكالات الأخلاقية التي قد يتعرض لها الإعلاميون في بيئة الإعلام الجديد، وخصوصاً أثناء تعاملهم المهني مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اهتم بعضها بالتعرف على اتجاهات الإعلاميين في استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية(4)، بينما ركزت دراسة أخرى على ضرورة الضبط الأخلاقي للممارسة المهنية الصحافية في وسائل الإعلام الجديد، من خلال اقتراح ميثاق أخلاقية مهنية تراعي التحديات المرتبطة بالإعلام الجديد(5). في حين اقترحت دراسات أخرى بعض الضوابط الأخلاقية الأساسية لتنظيم الممارسة الإعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي(6). ونكتفي في هذا المستوى بالإشارة إلى نتائج دراسة أجريت بهدف معرفة رأي خبراء شبكات التواصل الاجتماعي في الأخلاقيات والضوابط الواجب توافرها في النشر عبر منصات التواصل الاجتماعي في فلسطين خلال الأزمات، وشملت 32 خبيراً ومتخصصاً في مجال شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث أشار الخبراء إلى مجموعة من الضوابط الأساسية للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي(7):

1. التأكد من دقة المعلومة وصحتها ودقة البيانات والتصريحات والوقائع.
2. الرجوع للمصدر الرئيس للخبر أو المعلومة.
3. التريث وعدم استباق الجهات الرسمية، خاصة الصحية والأمنية خلال الأزمات.
4. عدم النقل عن شبكات التواصل الاجتماعي دون التثبت من المصدر وذكره بشكل واضح.

5. عدم المبالغة والتهويل وعدم التسرع في النشر.
 6. عدم خلط المعلومة بالرأي مع وضوح الفرق بين الاثنين.
 7. عدم التعاطي مع الصفحات المشبوهة، وعدم نشر الأخبار نقلاً عن صفحات الاحتلال ومنسقيها وناطقياها، والابتعاد عن مصادر الاحتلال ومقاطعتها.
 8. الابتعاد عن التشويه والتشهير.
 9. مشاركة الخبر نقلاً عن مصدره الأصلي عند إعادة النشر أو التغريد وليس نسخه.
 10. الالتزام بالموضوعية والحيادية في نشر الأخبار ونقلها.
 11. مراعاة الحساسية الأمنية والمجتمعية عند النشر.
- كما أشار خبراء الدراسة أيضاً إلى بعض الأخلاقيات الأساسية الواجب توافرها في القائم بالنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وهي (8):
1. التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع وحماية المقاومة.
 2. الرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية عند القائم بالنشر.
 3. الالتزام بالآداب والأخلاق العامة للمجتمع.
 4. تقبل الرأي الآخر والتفاعل الإيجابي والسماح بالتعليقات على ما ينشر.
 5. ثقافة الاعتذار والتعديل لأي خلل في النشر.
 6. عدم استخدام المواد الإعلامية في غير الأغراض التي أنشئت لأجلها.
 7. احترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع واحترام الكرامة والإنسانية.
- ويظهر بشكل واضح أن مختلف الضوابط والأخلاقيات التي عبّر عنها الخبراء لا تخرج عن أحد الهدفين التاليين:
- أولاً: هدف صحة المعلومة ودقتها وحيادها. ويظهر ذلك في الضوابط: (1، 2، 4، 5، 6، 7، 9، 10)، وفي الأخلاقيات: (2، 5، 6).
- ثانياً: هدف احترام الآخر. ويشمل هذا الهدف تجنب القذف أو التشهير، واحترام الرأي المخالف، واحترام القيم المجتمعية. ويظهر ذلك في الضوابط: (3، 8، 11)، وفي الأخلاقيات: (1، 3، 4، 7).

ويتحقق الهدفان كلاهما من خلال تسييج المضامين والمحتويات المنشورة بضوابط معينة.

1.2. أخلاقيات الاستخدام الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الإعلاميين

يهتم هذا المستوى باقتراح بعض التوجيهات الأخلاقية التي تنظم استخدام الإعلاميين والصحافيين لشبكات التواصل الاجتماعي، خصوصاً تعبيرهم عن مواقفهم السياسية وآرائهم الشخصية على تلك المواقع، نظراً لصعوبة الفصل عند متابعتهم بين مستوى الحياة الشخصية لأولئك الإعلاميين، ومستوى الحياة العامة باعتبارهم مؤثرين في الرأي العام، أو لصعوبة الفصل عند الجمهور بين ما يصدر عن الإعلامي باعتباره يمثل مؤسسة إعلامية لها خطها التحريري، وبين رأيه الشخصي الذي لا يلزم به سوى نفسه.

وسيكتفي الباحث هنا بإيراد نموذجين، هما: هيئة البث البريطانية (BBC) الذي تم تحيينه في 2020، ونموذج شبكة الجزيرة للإعلام المحين في 2022. كما يمكن للباحثين الاطلاع أيضاً على تجربة "نيويورك تايمز"، مع الإشارة إلى أن آخر تحديث لها يعود إلى عام 2017(9).

أ- تجربة هيئة البث البريطانية

تقترح هيئة البث البريطانية أربع قواعد أساسية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تسري على جميع العاملين فيها، سواء تعلق الأمر بحساباتهم المهنية أو الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي. وهذه القواعد هي(10):

1. تصرّف دائماً بمهنية، وتعامل دائماً مع الآخرين باحترام وكياسة وتقيّد بقيم بي بي سي.

2. لا تعرّض سمعة "بي بي سي" للتشويه.

3. إذا كان عملك يتطلب منك الحفاظ على حيادك، فلا تعبّر عن أي رأي شخصي في القضايا التي تتعلق بالسياسات العامة أو السياسة أو "المواضيع المثيرة للجدل".

4. لا تنتقد زملاءك علناً واحترم خصوصية مكان العمل وسرية الإعلانات الداخلية.

وقد قامت هيئة البث البريطانية بتوضيح طريقة تطبيق هذه القواعد من خلال قائمة بما ينبغي فعله، وقائمة بما لا ينبغي فعله، وذلك ضمناً لأن يعرف الجميع طريقة التطبيق.

- ما ينبغي القيام به

1. تعامل دائماً مع الآخرين باحترام، حتى في مواجهة الإساءة؛ يجب على الأشخاص العاملين في هيئة الإذاعة البريطانية أن يكونوا قذوة في النقاش العام المتحضر.

2. افترض أن أي شيء تقوله أو تنشره سيُنظر إليه بشكل نقدي.

3. في حالة ما إذا كنت تنشر ضمن مجموعة "خاصة"، أو إذا أقلت إعدادات الخصوصية على حساباتك، فطبق نفس المعايير كما لو كنت تنشر علناً.

4. اعلم أنه لا يوجد تمييز بين الحساب الشخصي والحساب "الرسمي" على وسائل التواصل الاجتماعي: تنويهات إخلاء المسؤولية لا توفر الحماية.

5. إذا أدركت أنك قد أخطأت في أمر ما، فقم بتصحيحه بسرعة وبصراحة.

6. تذكر أن سمعتك الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الثانية بعد مسؤوليتك تجاه "بي بي سي".

7. يجب احترام سرية الاجتماعات والمناقشات الداخلية.

8. فكّر في إعجاباتك ومشاركاتك وتغريداتك واستخدامك لعلامات التصنيف (الهاشتاغ) والحسابات التي تتابعها، وما يقوله ذلك عنك وعن تحيزاتك الشخصية وآرائك.

9. كن منفتحاً على مختلف الآراء، وابحث عنها واحترمها وعبر عن ذلك.

10. إذا كنت تقوم "بالتغريد المباشر" حول مسألة ما، فأشر بوضوح إلى أن ما تشاركه ليس وجهة نظر نهائية أو ثابتة بل هي ما زالت تتطور.

11. فكّر كيف تشير إلى أن منشورك هو رأي مهني، وليس رأياً شخصياً، مع تضمين تحفظات أو روابط تدل على السياق.

12. استخدم منشورات منفصلة حول القضايا العامة بدلاً من الانضمام إلى المواضيع التي بدأها الآخرون.

13. كن حذراً عندما تدحض مسألة ما، فذلك يُوّجج النزاع.

- ما لا ينبغي القيام به

1. لا تنجذب إلى الحوارات والمحادثات المسيئة، أو تلك التي من شأنها أن تنعكس بشكل سيء عليك، أو على "بي بي سي".
2. لا تنشر عندما يكون حكمك على مسألة ما ضعيفًا.
3. لا تستخدم منصبك في "بي بي سي" لتحقيق مكاسب شخصية أو حملات شخصية.
4. لا تكشف عن طريقة تصويتك أو تعبر عن دعمك لأي حزب سياسي.
5. لا تعبر عن رأي بشأن أي سياسة هي موضوع نقاش سياسي حالي أو مسألة تتعلق بالسياسات العامة أو بخلاف سياسي أو صناعي أو أي "موضوع مثير للجدل".
6. لا تقدم أحكامًا لا تدرج ضمن مجال تخصصك.
7. لا تدعم الحملات، (مثلًا باستخدام علامات التصنيف "الهاشتاغ") مهما كانت القضية تبدو نبيلة أو تنطوي على رسالة مهمة أو كانت غير خلافية.
8. لا تنشر أي مادة قد تتعارض مع أخلاقيات "بي بي سي" وما تبثه على الهواء أو تنشره على منصاتها.
9. لا تسع إلى السرعة في مقابل الدقة؛ فأن تكون المصدر الثاني والصحيح أفضل من أن تكون الأول والمخطئ، فالمنشور غير الدقيق قد يمثل مشكلة لك ولزملائك ولـ"بي بي سي".
10. لا تنشر الأخبار على حساب شخصي؛ إذا كانت لديك مادة تريد نشرها، فإن منصات بي بي سي تحظى بالأولوية، حتى لو استغرق النشر وقتًا أطول قليلًا.
11. لا تنشر أي رابط لم تقرأ محتواه بالكامل.
12. لا تستخدم لغة وأسلوبًا غير رسميين على وسائل التواصل الاجتماعي. تتطلب مشاركاتك حول الأحداث والقضايا الإخبارية التفكير الدقيق والانضباط التحريري.
13. تذكر أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وحدهم لا يمثلون انعكاسًا دقيقًا للرأي العام.

ب- تجربة شبكة الجزيرة الإعلامية

وضعت شبكة الجزيرة الإعلامية (11) سياسة تنظم استخدام صحافييها لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرز بنودها:

1. يجب ألا ينخرط الموظفون في الترويج للتطرف والعنف أو مناصرته أو تبريره تحت أي ظرف من الظروف.

2. لا يجوز لموظفي الجزيرة مناصرة أو الترويج لخطاب الكراهية أو الحملات الداعية له.

3. يجب على الموظفين ألا ينشروا محتويات أو وجهات نظر تضر بنزاهتهم أو مصداقيتهم المهنية، بصرف النظر عن إعدادات الخصوصية، وحتى لو استخدموا عبارة إخلاء المسؤولية في تعريفهم على صفحاتهم الشخصية.

4. تنبّه الجزيرة صحفييها إلى أنه حتى عند تصرفهم بصفتهم الشخصية، فإنه سيُنظر لهم من قبل متابعيهم على أنهم ممثلون للجزيرة. لذا توصي الجزيرة بضرورة استحضار الصحفيين للسلطة التقديرية عند نشر أي محتوى عبر الإنترنت، والافتراض بأن أي محتوى على الإنترنت هو محتوى عام وسيبقى متاحاً.

5. وضعت الجزيرة اختباراً من 5 أسئلة يساعد الصحفيين على تقييم ما ينشرونه على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل لا يتعارض مع معايير الجزيرة، وهي:

- هل تنشر الجزيرة وجهات نظر مماثلة على شاشتها أو مواقعها؟

- هل لدى أي شخص يقرأ منشورك سبب للاعتقاد بأنك متحيز لموضوع معين؟

- هل يضر منشورك بقدرتك على أداء وظيفتك بكفاءة؟

- هل يضر منشورك بقدرة زملائك على أداء عملهم بكفاءة؟

- هل يمكن أن يشك أي شخص في قدرتك على تغطية الأحداث الإخبارية بنزاهة

وحياد بناء على ما تنشره على وسائل التواصل الاجتماعي؟

6. وفي حالة القواعد الخاصة بالحسابات الرسمية لمنصات المؤسسة المختلفة، تنص سياسة الجزيرة على وجوب تصحيح ما يتم نشره خطأً من تغريدات بشكل

فوري، أو منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى بالسرعة والشفافية المطبقة في الأخطاء الموجودة في أي خدمة من خدمات الجزيرة الأخرى. وإذا نُشر على حسابات الجزيرة أي خطأ فإن الاستجابة المناسبة هي الاعتراف بالخطأ، والتراجع عن المحتوى أو شرح الخطأ.

ولا يسع المجال للقيام بمقارنة بين نموذجي الجزيرة و"بي بي سي"، ولكن يمكن أن نلاحظ إجمالاً أن توجيهات النموذجين تتنظم ضمن الأهداف الآتية: أولاً: عدم ترويج محتويات مسيئة للآخرين (سواء الزملاء أو عموم الناس)، خصوصاً خطابات نشر الكراهية أو التطرف.

ثانياً: الحرص فيما ينشر على النزاهة والحياد والمصادقية والأمانة.

ثالثاً: الاهتمام بصورة المؤسسة الإعلامية ومنحها الأولوية القصوى.

رابعاً: التنبيه إلى أن الحسابات الشخصية تُؤوّل من قِبَل أغلب الناس على أنها امتداد للمؤسسة الإعلامية، لذا يستحسن النشر أساساً في الحسابات الرسمية للمؤسسة ووفق سياستها التحريرية.

1.3. أخلاقيات استخدام عموم الناس لشبكات التواصل الاجتماعي

يتناول هذا المحور أهم الأخلاقيات التي ينبغي على عموم مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي احترامها، وسيكتفي بعرض نتائج دراسة جامعية ميدانية، جمعت آراء عينة من أساتذة الإعلام والقانون في خمس جامعات أردنية. وقد خلصت إلى أهمية المبادئ الأخلاقية لتنظيم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قِبَل المستخدمين، وذلك على النحو التالي (12):

1. إن مجموعة من المعايير الأخلاقية هي ما تشكّل الإطار العام الذي ينبغي أخذه بنظر الاعتبار عندما يتم بناء ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها معايير القيم الأخلاقية.

2. إن احترام خصوصية الفرد من أهم عناصر الميثاق الأخلاقية.

3. إن الضابط الأخلاقي الأهم في نشر المعرفة أو المعلومة أو الخبر لدى الجمهور هو التثبت من سلامة المعلومة وصدقها.

4. في إعادة النشر ينبغي التعامل بالمسؤولية ذاتها للنشر الأولي، لأن المعلومة محكومة بوقت النشر وظروفه.

5. التأكيد على وضع معايير صارمة للحد من انتهاك خصوصية المستخدم، واعتبار الانتهاك جريمة يعاقب عليها القانون.

6. التأكيد على حظر سرقة الصور والمنشورات من حسابات الآخرين ونشرها في حسابات أخرى، دون اتباع السياقات المعمول بها في الاقتباس والمشاركة.

7. إن الأسرة مسؤولة بالدرجة الأساس عن توجيه الأبناء لاختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الاتصال، ومسؤولة حتى عن التوقيتات المناسبة للاستخدام، لاسيما في أوقات الدراسة والامتحانات.

8. إن المحافظة على القيم الأخلاقية وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل وتجنب السب والذم أو القذف تجاه الآخرين، يسهم في زيادة الأمانة والمصدقية عند المجتمع ويعزز من المحافظة على الآداب العامة.

ويظهر مما سبق، اهتمام الخبراء بأهمية المعايير الأخلاقية في تنظيم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ركزوا بشكل أساسي على ضرورة احترام الخصوصية وحمايتها، والتثبت من سلامة المعلومة وصدقها، واحترام الملكية الفكرية، ومراعاة الأخلاق والآداب العامة أثناء التواصل، مع التنبيه إلى دور الأسرة في التربية على هذه الأمور. وتصب هذه التوصيات في ثلاثة توجهات أساسية:

أولاً: ضمان دقة المضمون وصحته.

ثانياً: حماية الخصوصية.

ثالثاً: احترام الآخر أثناء التواصل.

أما فيما يتعلق بالقواعد الأخلاقية التي ينبغي أن تحكم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد توافق الأكاديميون من الإعلاميين والقانونيين على تركيز تلك المبادئ العامة في عشر قواعد أساسية(13):

1. الأمانة.

2. المصدقية عند نشر أي شيء.

3. المحافظة على الآداب العامة.

4. عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل.

5. التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات.

6. أن يكون المنشور مكتوبًا بلغة سليمة تحدد فيه الواقعة المراد نشرها.

7. تجنب استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين.

8. نشر القيم والأخلاق والدين.

9. التركيز على تبادل ونقل الثقافات.

10. عدم استخدام الأسماء المستعارة.

ومن خلال تحليل القواعد السابقة، يمكن تقسيمها إلى المجموعات التالية:

أولاً: مجموعة القواعد التي تضمن صحة المحتوى ودقته وسلامة لغته، وهي القواعد: 1 و 2 و 6.

ثانياً: مجموعة القواعد التي تحدد مواصفات المحتوى في أن يكون ناشراً للوعي والقيم والأخلاق والمعرفة، وهي القواعد: 5 و 8 و 9.

ثالثاً: مجموعة القواعد التي توصي بعملية تواصل تركز على احترام الآخرين، وهي القواعد: 3 و 4 و 7 و 10.

والملاحظ أن هذه القواعد المقترحة تغفل تنوع دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند الأفراد، والتي تشمل التعبير عن النفس والترفيه، وربما يعود ذلك إلى إسقاط العينة المستجوبة لذاتهم من حيث تصورهم لأغراض استخدام شبكات التواصل؛ حيث قد يميل الأكاديميون أكثر نحو التواصل العلمي عبر منصات التواصل الاجتماعي على باقي الاستخدامات.

1.4. أخلاقيات ومعايير فيسبوك

يعتبر فيسبوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً في العالم، ولكن هناك الآن ست منصات تواصل اجتماعي تجاوز عدد مستخدميها مليار مستخدم نشيط شهرياً (أو سبع منصات باحتساب فيسبوك مسنجر بعدد 976 مليون مستخدم إلى حدود

أكتوبر/ تشرين الأول 2022)، وأربع من هذه المنصات السبع مملوكة لشركة "ميتا". وعمومًا، يصل عدد المنصات التي تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم نشيط إلى 17 منصة تواصل اجتماعي. وباعتماد إحصائيات حديثة تعود إلى أكتوبر/ تشرين الأول 2022 (14)، فإن فيسبوك يعد أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخدامًا بما يفوق (2.934) مليار مستخدم نشيط شهريًا، يليه يوتيوب بـ(2.515) مليار مستخدم نشيط شهريًا، ثم واتساب بملياري مستخدم نشيط شهريًا. في حين لا يتجاوز مستخدمو تويتر (544) مليون مستخدم نشيط شهريًا.

ونظرًا لجماهيرية فيسبوك، فسنعرض سياسته الأخلاقية (15) بشكل مركز للتعرف على أهم توجهاته، حيث تُعرّف شركة "ميتا" فيسبوك باعتباره "مكانًا يشعر فيه الأشخاص بالقدرة على التواصل". وتنطلق هذه السياسة من أربع قيم أساسية هي: المصادقية، والسلامة، والخصوصية، والكرامة، لاقتراح معايير تمثل دليلًا للأمر المسموح بها وغير المسموح بها على فيسبوك. ومنذ عام 2016، استخدم فيسبوك إستراتيجية تقوم على ثلاثة أنواع من التدخل تشمل (16):

- أولاً: إزالة المحتوى الضار الذي يخالف سياسة الشركة.
 - ثانيًا: الحد من انتشار المحتوى المثير للمشكلات والذي لا ينتهك سياسة الشركة.
 - ثالثًا: إخبار الأشخاص بسياق إضافي حتى يتمكنوا من تحديد ما يقومون بالنقر عليه أو قراءته أو مشاركته، حيث يتم إبلاغ الأشخاص بأن المحتوى قد يكون حساسًا أو مضللًا، حتى لو لم يكن ينتهك صراحة معايير مجتمع فيسبوك.
- ويتبنى فيسبوك خمسة معايير أساسية، يتفرع كل معيار إلى مجموعة من المبادئ، ويتم تفصيل كل مبدأ إلى سياسات تفصيلية تشمل تعريف فيسبوك لذلك المبدأ، وموقفه منه، وسياسات فيسبوك تجاهه، خصوصًا ما يتعلق بما يُمنع نشره وتبادلته. فعلى سبيل المثال، يتضمن المعيار الأول "العنف والسلوك الإجرامي" خمسة مبادئ أساسية، أولها: "العنف والتحرير"، وضمنه يمنع فيسبوك نشر العديد من المحتويات مثل: التهديدات التي قد تتسبب في التعرض للموت (والأشكال الأخرى من أعمال العنف شديدة الخطورة)، والاعتراف بارتكاب أعمال عنف في الماضي تستهدف الأشخاص أو الأماكن، والاعترافات، أو عبارات إبداء النية، أو التأييد، أو دعوات اتخاذ إجراء،

أو العبارات التحريضية أو المشروطة لاختطاف أو خطف شخص مستهدف أو تلك التي تروج أو تدعم أو تؤيد الاختطاف أو الخطف...

معايير ومبادئ فيسبوك للمسموح وغير المسموح بنشره وتبادلته

مبادئها الأساسية	معايير فيسبوك
	<ul style="list-style-type: none"> - العنف والتحريض - الأفراد الخطرون والمنظمات الخطرة - تنسيق أنشطة ضارة والترويج لارتكاب الجرائم - الخدمات والبضائع المحظورة - الاحتيال والخداع
	<ul style="list-style-type: none"> - الانتحار وإيذاء الذات - عري الأطفال وإساءة معاملتهم واستغلالهم جنسياً - الاستغلال الجنسي للبالغين - المضايقة والإساءة - استغلال البشر - انتهاكات الخصوصية
	<ul style="list-style-type: none"> - الخطاب الذي يحض على الكراهية - المحتوى العنيف والصادم - العري والنشاط الجنسي للبالغين - الإغواء الجنسي
	<ul style="list-style-type: none"> - سلامة الحساب والهوية الحقيقية - المحتوى غير المهم أو الاحتمالي - أمن تكنولوجيا المعلومات - السلوك الزائف - المعلومات المضللة - إحياء الذكرى
	<ul style="list-style-type: none"> - الملكية الفكرية

وبمراجعة هذه المعايير ومختلف التفاصيل الواردة تحتها، يمكن تلخيص التوجهات الأخلاقية للفيسبوك كما يلي:

- أولاً: تقييد المحتويات المروجة للعنف والسلوك الإجرامي المخالف للقانون.
- ثانياً: تقييد المحتوى المروج لإيذاء الذات أو إيذاء آخرين، خصوصاً الاستغلال الجنسي وخطاب الكراهية.
- ثالثاً: الحرص على النزاهة والمصادقية من خلال تقييد المحتوى الاحتيالي وحذف المعلومات المضللة واحترام الملكية الفكرية.

ويتشدد فيسبوك أمام الخطاب الذي يحض على الكراهية، والمحتوى العنيف والصادم، والعُري والنشاط الجنسي للبالغين، والإغواء الجنسي.

ويمكن أن نشير أيضاً إلى أن فيسبوك يحرص على أربعة أمور أساسية تكررت في التوجيهات الأخلاقية السابقة، وتحتضن مختلف معاييرها: وهي المصادقية، واحترام الآخر، واحترام الخصوصية، وحماية الملكية الفكرية.

خلاصة القول: إن شبكات التواصل الاجتماعي في حاجة إلى مجموعة من قواعد الاستخدام، كما يظهر أن هناك تصورات مختلفة للحديث عن أخلاقيات التواصل الاجتماعي، فالمؤسسات الإعلامية تهتم أساساً بالحفاظ على سمعتها ومهنتها من خلال تنظيم علاقة العاملين فيها بمنصات التواصل الاجتماعي، في حين يهتم المثقفون وعموم الناس أكثر بالتوجه الأخلاقي بمعناه التقليدي حينما نتحدث عن أخلاقيات موجهة لعموم الأفراد، أما شبكات التواصل الاجتماعي فتهتم أكثر براحة زبائنها/مستخدميها وسلامتهم. فهل هذه التوجهات الأخلاقية كافية؟

2. من أخلاقيات المحتوى إلى تصميم بنية تحتية لأخلاقيات الاستخدام

2.1. أخلاقيات خدمات التواصل الاجتماعي: أوجه القصور

يرى الباحث أن جميع المحاولات السابقة لاقتراح أخلاقيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي ذات أهمية كبيرة لتنظيم هذا المجال، ولا غنى عنها، لكنها أيضاً "أخلاقيات" غير كافية، لمجموعة من الاعتبارات نلخص أبرزها فيما يلي:

أ- فيسبوك يتحايل على أخلاقياته

منذ عام 2016 وموقع "فيسبوك" يتعرض إلى اتهامات متتالية، شملت المشاركة في تزوير الانتخابات الرئاسية الأميركية في 2016، وانتهاك الخصوصية، ونشر الكراهية، بل وتعريض المراهقين لأخطار عديدة جرّاء استخدام منتجاته (17). كما تعرض موقع فيسبوك إلى فضيحة كبيرة إثر تسريب العديد من المعلومات التي تظهر خروقاته من طرف الموظفة السابقة في فيسبوك، فرانسيس هوغن (Francis Hogan)؛ حيث تطور الأمر لتقدم شهادتها أمام الكونغرس.

وقد أشارت التسريبات (18) إلى أن خروقات فيسبوك شملت التغاضي عمداً عن نشر الأكاذيب والمعلومات المضللة لزيادة أعداد المتابعين وخدمة بعض التوجهات السياسية. كما تعتمد فيسبوك التغاضي عن المنشورات التي تنشر معلومات خاطئة عن لقاح كورونا بدعوى الحفاظ على حرية التعبير، لكن الدافع الحقيقي هو أن تلك المنشورات تزيد التفاعل على المنصة. وتعتمد فيسبوك أيضاً التضييق على المعارضين للحزب الشيوعي الحاكم في فيتنام وذلك خشية حجب المنصة من الإنترنت والإضرار بأرباحه. وهكذا فضل فيسبوك التضحية بحرية التعبير على أن يضحى بأرباحه في سوق الإنترنت الفيتنامي.

ومن أخطر ما تعبّر عنه الفضائح المتوالية هو أن أخلاقيات موقع فيسبوك لا تتحقق فعلياً حينما يلتزم بها المستخدمون، وإنما الضامن الحقيقي لها هو الرغبة الفعلية لتحقيق تلك الأخلاقيات من المنصة ذاتها عبر إعدادات تقنية.. لذا تصبح المسألة الأخلاقية عملية تقنية تعبّر عن توجه تجاري.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي والمعضلات الأخلاقية

رغم ما تقدمه الاجتهادات الأخلاقية من إمكانات مهمة لتنظيم استخداماتنا لشبكات التواصل الاجتماعي، فإن تلك المواثيق الأخلاقية معرضة دوماً للتقادم؛ حيث إن المستجدات التقنية المتوالية والخدمات المحدثة باستمرار تتطلب في المقابل اجتهاداً أخلاقياً مستمراً لتأطيرها، وهو ما يسبب فجوة زمنية وبحثية بين ظهور بعض الخدمات والاستخدامات الجديدة، وبين الانتباه البحثي إليها، ثم تأطيرها أخلاقياً وتعميم التوجيهات الأخلاقية المرتبطة بها. وليس أدل على هذا الأمر من

تأخر التنظيم الأخلاقي الواضح لفيسبوك إلى يومنا هذا؛ حيث ما زالت استخداماته عفوية ولا تخضع لقواعد واضحة.

بالإضافة إلى ذلك، لا تُطرح أخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي بالبساطة التي تبدو عليها، وحتى إن سلمنا بالمعايير الأخلاقية التي وضعها فيسبوك مثلاً، أو بالتوجيهات الأخلاقية التي أشرنا إليها فيما سبق، فإن تلك الجهود لا تكفي لتأطير جميع المعضلات الأخلاقية المرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي، حيث عادة ما تتناول المعايير الأخلاقية تلك المعضلات الأخلاقية باختزال. وقد جمعت دراسة "التواصل الاجتماعي والأخلاق" لشانون فالور (Shannon Vallor)، والمنشورة ضمن موسوعة ستانفورد للفلسفة، أهم هذه المعضلات الأخلاقية؛ حيث يمكن للباحثين الرجوع إليها لتكوين رؤية شاملة عن الموضوع (19).

وعموماً، يمكن أن نسترد بتلك الدراسة للإشارة إلى نماذج من بعض الإشكالات المطروحة: فعلى سبيل المثال، تمكّن منصات التواصل الاجتماعي الأفراد من إدارة وتصميم وتقديم هوياتهم الرقمية بطرق غير متاحة في العالم الواقعي، فنتج عن ذلك هويات "انعكاسية وطموحة" (20)، لأنها هويات لها وجود فعلي في الواقع ولكنها أكثر وضوحاً وأكثر طموحاً نحو أفضل صيغة هوياتية ممكنة في منصات التواصل الاجتماعي. وتطرح هذه الإمكانية لصياغة الهوية الفردية بهذا الشكل إشكالات أخلاقية عديدة، يعرضها شانون فالور على النحو التالي: "أولاً: ما هو مصدر التوجيه المعياري أو القيمة التي يستمدّها المحتوى الطموح لهوية مستخدم خدمات الشبكات الاجتماعية بشكل أساسي؟ وهل تمثّل عروض الهوية عموماً على خدمات الشبكات الاجتماعية نفس التطلعات؟ وهل تعكس نفس ملامح القيم للمستخدمين كما في وضع عدم الاتصال؟ وهل تعرض أي اختلافات ملحوظة عن الهويات الطموحة لغير مستخدمي الشبكات الاجتماعية؟ هل القيم والتطلعات الموضحة في سياقات خدمات الشبكات الاجتماعية أكثر أو أقل تغايراً في الأصل من تلك التي يتم التعبير عنها في السياقات الأخرى؟ وهل تؤدي عروض الهوية الأكثر طموحاً والصريحة على شبكات التواصل الاجتماعي إلى تشجيع المستخدمين على اتخاذ خطوات معينه لتجسيد هذه التطلعات فعلياً في وضع عدم الاتصال، أم إنها تميل إلى إضعاف الحافز للقيام بذلك؟" (21).

ويبدو واضحًا أن المعايير والمواثيق الأخلاقية المنظمة لمسألة الهوية الشخصية على منصات التواصل الاجتماعي، تهتم أساسًا بقضايا، مثل المصداقية ومحاربة الهويات الزائفة أو المنتحلة؛ حيث يصرح فيسبوك مثلًا في معاييره بأنه يدعم التنوع في التعبير عن الهوية، لكنه يمنع "انتحال الشخصية وتزييف الهوية في الوقت ذاته، [كما يطالب] الأشخاص بالتواصل على فيسبوك باستخدام الاسم الذي يُعرفون به في حياتهم اليومية" (22).

لكن الإشكالات الهويةية التي تشغل الباحثين مثل تلك التي طرحها شانون فالور تبقى خارج التصور التجاري للهوية، فمسألة تأثير العرض الرقمي "الطموح والواضح" للهوية في الواقع الاجتماعي تبقى خارج اهتمام المواثيق الأخلاقية، رغم أن القضية تمس الوجود الإنساني، لأن المستخدمين أمام أحد تأثيرين لمنصات التواصل الاجتماعي، هما: "اتخاذ خطوات معينة لتجسيد هذه التطلعات فعليًا في وضع عدم الاتصال، أو إضعاف الحافز للقيام بذلك". فشبكات التواصل الاجتماعي تساعد الأفراد على الانتماء إلى مجتمعات رقمية مكونة من أشخاص يشبهونهم تمامًا، مهما كانت اهتماماتهم أو شخصياتهم أو توجهاتهم، وهذا يدعم الهويات المغلقة والعزلة الاجتماعية (23).

أما مسألة الخصوصية التي نتحدث عنها كثيرًا، فتتطلبها لا يتحقق فقط من خلال تمكين المستخدم من خاصية الموافقة على استخدام معلوماته الشخصية ومعلومات استخدامه للإنترنت مع وعد باحترام خصوصياته؛ حيث إن المستخدم غير مؤهل لفهم عواقب ذلك، بل في معظم الحالات لا يفهم كثير من الناس حتى لغة الإشعار وتعودوا فقط على الضغط على زر موافق. كما أن غياب البدائل أمام تطبيقات ومواقع تستخدم جميعها بياناتنا لا يترك أمامنا إلا حتمية الموافقة، وقد اعتبر جوردون هال (Gordon Hull) أن تمكين الأفراد من حماية خصوصياتهم من خلال سياسات الإشعار والموافقة القياسية هي طريقة لا تحمي فعليًا خصوصياتهم وإنما تدعم التصور النيوليبرالي للخصوصية الذي نعرض من خلاله أنفسنا كسلع جاهزة للبيع والتبادل (24).

ومن الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بمجال الخصوصية مسألة تداخل الخاص والعام؛ حيث يشير رافاييل كابيرو (Rafael Capurro) إلى أنه بالإضافة إلى المخاوف الغربية

بشأن حماية المجال الخاص من الانكشاف العام، يجب علينا أيضاً الحرص على حماية المجال العام من التدخل المفرط للمجال الخاص (25).

ويلاحظ شانون فالور أن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول قد أدى إلى ترسيخ هذا التداخل وتضخيمه "فعندما يتعين على المرء أن يتنافس مع فيسبوك وتويتر ليس فقط لجذب انتباه رفقاء العشاء وأفراد الأسرة، ولكن أيضاً لجذب انتباه زملائه من السائقين والمشاة والطلاب ورواد السينما والمرضى وأفراد الجمهور، هنا تبدو سلامة المجال العام هشة مثل تلك المرتبطة بالخاص" (26).

ج- أخلاقيات مضمون التواصل ومغالطة المستخدم الواعي

إن الطريقة التي يتعامل بها الأفراد مع تكنولوجيا الاتصال والأهمية التي يمنحونها لها لا تتحدد فقط بالبعد الوظيفي لتكنولوجيا الاتصال وما تتيحه لهم من خدمات، بل يمكن أن تكتسب السلوكيات التواصلية والطرق الاجتماعية في استخدام تكنولوجيا الاتصال القدرة على إنتاج قيم اجتماعية وتعديل أخرى. وما يؤكد ذلك، هو كون "الإدراك، مثل كل الأفعال المعرفية، ليس وظيفة فسيولوجية فحسب، بل هو نشاط تتفاعل فيه عوامل ثقافية متشعبة. فالذات المدركة تنتمي إلى سياق ثقافي واجتماعي، وتتأثر به، كما تتأثر بالذاكرة الجماعية التي تميز المجموعة البشرية التي تنتمي إليها، ولا وجود لفعل إدراكي خارج الذات" (27).

بهذا المعنى، فإن الطريقة التي نستخدم بها تكنولوجيا الاتصال الرقمي، والمكانة التي تحتلها في تفاصيل حياتنا اليومية، تتحددان في تفاعل مع السياق الثقافي الذي نعيشه، وبناء على خبرتنا الشخصية ونظامنا التأويلي الفردي، خصوصاً وأن "الناس يتجهون إلى رؤية ما يتوقعون رؤيته، وإلى أن يقعوا تحت تأثير عدة عوامل دقيقة في تلك الوضعية، وأن يغيروا اختياراتهم تبعاً للمعلومات اللاحقة. إننا نؤوّل العالم بواسطة أعضائنا الحسية، وآلياتنا الإدراكية؛ لكن ليست هناك أي ضمانة لتكون تأويلاتنا انعكاسات وافية للعالم الخارجي" (28).

وينبغي التمييز بين مستويين من الاستخدام فيما يخص تكنولوجيا الاتصال عموماً ومنصات التواصل الاجتماعي خصوصاً، وهما:

- المستوى الوظيفي، باعتبار أن تكنولوجيا الاتصال والشبكات الاجتماعية أدوات

ناقلة لمضامين تواصلية وتحقق استخدامات أداتية للأفراد، وهذا المستوى هو الذي انحصرت فيه الموائيق الأخلاقية جميعها، فتجدها اهتمت بمصداقية الخبر وأمانته، أو حرصت على ألا يتسبب المضمون المتبادل في إيذاء الآخرين أو الإساءة إليهم أو سعت إلى أن يكون المحتوى المتبادل مفيداً، أو مراعيًا لسمعة المؤسسة التي يتمي إليها المستخدم.

- ومستوى إنتاج المعنى والقيمة الاجتماعية، باعتبار أن ظروف وكيفيات الاستخدام تتحدد بناء على نظام تأويلي للقيمة التي تحملها الأداة التواصلية أو السلوك التواصلية أنفسهما والإمكانات الاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال من جهة؛ وباعتبار طقوس الاستخدام تلك تنتج بدورها تعلمًا معرفيًا واجتماعيًا. وعلى رأي ستيفان فيال (Stéphane Vial) فإن: "كل جيل يعيد تعلم العالم ويعيد التفاوض حول علاقته بالواقع بواسطة العتاد التقني الموضوع بتصرفه ضمن الطرف الاجتماعي - الثقافي والخاص به" (29).

إن المستوى الثاني من استخدامنا لمنصات التواصل الاجتماعي هو ما يحتاج فعلاً إلى تنظيم أخلاقي، فليس مضمون ما نتبادله على تلك المنصات هو الذي يحتاج فقط إلى تنظيم أخلاقي، بل معمارية مواقع التواصل وطرق استخدامها تحتاج أيضاً إلى تنظيم أخلاقي.. لأن طرق الاستخدام تؤثر في الإدراك وتقود تعلمات اجتماعية عديدة، تؤثر بدورها في قيمنا والطريقة التي نرى بها العالم والعلاقات الاجتماعية. وبالحديث عن تأثير الاتصال الرقمي في الإدراك، يعتبر ستيفان فيال أن الطريقة التي يظهر بها الوجود لنا تؤدي إلى حالة خاصة بالشعور في العالم، يسميها "الأنطوفانيا" (Ontophanie) (30) التي تضع شروطاً ومحددات قبلية للإدراك ذات طابع تقني. ويعرف هذا التوجه القبلي لتنظيم الإدراك وتصميمه قبل حدوثه و"ولادته" بالرحم الأنطوفانية؛ حيث يقول: "يمكن تعريف التقنية بوصفها رحماً أنطوفانية، أي بنية عامة للإدراك تحدد قبلياً الطريقة التي تظهر بها الموجودات. وبهذه الصفة، لا تنتمي هذه البنية إلى التنظيم الداخلي لملكة المعرفة الخاصة لدينا [...] بل إلى التنظيم الخارجي لثقافتنا التقنية [...] وهكذا، فإن الثقافة التقنية التي نعيش في فضائها تتوقف على نسق تقني" (31).

هذه الملاحظة نبهت الباحث إلى إعادة فهم كثير من السلوكات الاجتماعية المرتبطة

بتكنولوجيا الاتصال، فالطفل الصغير مثلاً حينما يكتشف خاصية تكبير الصور أو إزاحتها على الهاتف الذكي باستخدام أصابعه، يفعل ذلك أيضاً مع صور التلفزيون وصور المجلات، حيث يقوم بإسقاط الإمكان التقني على الصور الموجودة في الواقع. ويعتبر ذلك الإمكان التقني المرتبط بالوسيط أساساً، جزءاً من ماهية الصورة المتعينة في الواقع حتى ولو كانت صوراً ورقية.

والأمر ليس بسيطاً، بل هو بالغ الأهمية؛ حيث إن الأهمية التي نمنحها لتكنولوجيا الاتصال في حياتنا اليومية، وأشكال استخدامنا لتكنولوجيا الاتصال، تقود لدينا العديد من التعلّمات المعرفية والاجتماعية، وقد أوضح الباحث ذلك بالتفصيل في دراسة سابقة (32)، وقدم أمثلة متعددة، من بينها أن استخداماتنا الاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال قد غيرت تصوراتنا عن التواصل الإنساني، والتضامن الاجتماعي وما يرتبط به من قيم فرعية، مثل الستر، وأثرت في حدود التربية الوالدية، وغيرت مفهوم الخصوصية الاجتماعية (ولا أقصد الرقمية)، بل وأثرت في أساس الرابط الاجتماعي الذي تقوم عليه العلاقات الاجتماعية.

إن أشكال استخدام تكنولوجيا الاتصال تقوم بصياغة تصوراتنا عن الحياة الواقعية، وتعمل على تسريب تعديلات ناعمة على قيمنا الاجتماعية وتغييرها بشكل بطيء وخفي؛ حيث تعمل استخداماتنا لتكنولوجيا الاتصال الرقمي بمنزلة تعلم اجتماعي دائم ومستمر يقود التغيير الاجتماعي بشكل حثيث. وفي الوقت الذي ينشغل فيه أغلب المتخصصين بالتنظيم الأخلاقي لمضمون التبادل على منصات التواصل الاجتماعي، فإنهم لا ينتبهون إلى ضرورة التنظيم الأخلاقي لأشكال الاستخدام وطرق التبادل على تلك المنصات.

ولعل جزءاً كبيراً من هذا الإشكال قد نتج عن تعامل الباحثين مع خدمات التواصل الاجتماعي بمنطق الوسيلة الإعلامية وليس بمنطق المشروع التجاري، فمنصات التواصل الاجتماعي هي في الواقع استثمار ربحي لشركات كبرى تستثمر في عواطفنا وميولاتنا وقيمنا وثقافتنا وفي كل ما يجعل منّا بشراً، من أجل ضمان إدماننا على بيئة رقمية هي في عمقها تجربة استهلاكية خالصة بالمعنى الذي ذهب إليه جيل ليوفتسكي (Gilles Lipovetsky) في حديثه عن مجتمع الاستهلاك المفرط الذي ينشق بتراجع قيم الجماعة وقواعدها (33). ويكفي الاطلاع على الفيلم الوثائقي

"المعضلة الاجتماعية" (The Social Dilemma) لفهم خطورة هذا الواقع (34). بالإضافة إلى ذلك، فإن "أخلاقيات مضمون التواصل" تتأسس على افتراض غير دقيق، مفاده أن مستخدم منصات التواصل الاجتماعي مؤهل للقيام باستخدامات واختيارات واعية ومؤهل لتقدير مصلحته ولفهم الصواب، لذا نحتاج فقط إلى "تحسين" استخدامه ببعض التوجيهات الأخلاقية، والأمر بخلاف ذلك، لسببين اثنين: أولاً: إن طريقة استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وفيسبوك خصوصاً، مصممة من قبل فريق من الخبراء المتخصصين في علوم مختلفة تجتمع على فهم السلوك البشري وتوجيهه، لذا فإن تلك المنصات مصممة عمداً بشكل يجعلك تستخدمها لفترة أطول وتدمن عليها، وبما يجعل استخداماتك تتجه نحو اللهو والترفيه في الغالب. وباعتبار أن المنافسة بين مستخدم عادي وفريق من الخبراء، فالنتيجة ستكون محسومة مهما بلغت ثقافة المستخدم وعلا وعيه. فإذا تأملنا في فيسبوك على سبيل المثال، سنجد أن تصميم محتوياته على نحو خطي، يجعلك تنتقل باستمرار من تدوينة إلى أخرى دون أي مثير (بالمعنى السلوكي: مثير-استجابة) ينبهك إلى أنك وصلت نهاية ما أو تجاوزت حدود الوقت المسموح. وهذا التصميم غير الأخلاقي يدفعنا تلقائياً إلى قضاء وقت أطول مع فيسبوك.. كما أن الخوارزميات التي تحلل تفضيلات المستخدمين وتتغذى عليها لمحاصرتهم بالمحتويات التي ستروقه، تسهم أكثر في تعزيز هذا الإدمان. أما الانتقال الخطي بين تدوينات لا تخضع لمنطق ولا تصنيف، فهو يصعب علينا القيام بتصفح واع وهادف، فأنت تنتقل خطأً من تدوينة مفيدة إلى تدوينة طريفة إلى فيديو محزن إلى تدوينة تجارية دون أي منطوق واضح، بالإضافة إلى تقديم بعض المواقف التافهة على أنها "تحديات" أو "موضة" جماهيرية شائعة بين رواد فيسبوك. ويقودنا تأكيد تأثير طبيعة التصميم في أشكال الاستخدامات إلى السبب الثاني.

ثانياً: يتمثل السبب الثاني بكل بساطة في الطبيعة البشرية، فمن غير العادل أن نتحدث الآن عن كون فيسبوك وسيلة يمكن استخدامها بشكل إيجابي كما يمكن استخدامها بشكل سلبي، ومن غير العادل أن نعتبر أن الناس مذنبون في استخداماتهم السلبية لفيسبوك ومنصات التواصل الاجتماعي، لأنهم يعلمون الصواب ويميزونه عن الخطأ، ولأنه قد تم الإعلان عن المعايير الأخلاقية لتلك المنصات. فلا يمكنك أن تخبر

أطفالك الصغار بأضرار تناول الحلوى وبفوائد تناول الطعام الصحي، ثم تترك الحلويات على الطاولة، وتتوقع منهم فعل الصواب وعدم تناول الحلوى. قد يقول قائل: إن المقارنة لا تصح، لأننا إزاء أطفال لا يملكون النضج العقلي الكافي لفهم خطاب العقل، وكان الأولى بك إتباع توجيهاتك بإخفاء الحلوى أيضًا. لكن هل أفراد المجتمع عقلانيون فعلاً؟

يُميز المتخصصون في "علم اتخاذ القرارات" بين نوعين من التفكير: التفكير العقلاني التأملي، والتفكير التلقائي الحدسي. فالعقلانيون من الناس يميلون إلى التفكير بروية وبعقلانية فيما يصادفهم من مواقف، ثم اتخاذ قرار منطقي يكون في الغالب الأفضل لهم، أما التلقائيون فيتخذون قراراتهم بشكل عفوي وسريع، وهي تُبنى في الغالب على العاطفة، أو الحدس، أو الصدفة، أو غيرها من الأسس غير المنطقية (35).

لكن الأمر ليس بهذه البساطة دائماً؛ فجميع الأفراد عقلانيون وتلقائيون في الوقت نفسه: فالشخص المتعلم مثلاً، قد يتخذ قراره بشأن شراء سيارة بناء على أسس عقلانية، مثل نوع السيارة الملائم لوضعيته الأسرية، وعلاقة السعر بقدراته المادية وبجودة السيارة.. لكنه أيضاً قد يتخذ قراره لشراء منتج استهلاكي مثل غسول الشعر بشكل تلقائي، فيسارع باقتناء المنتج الذي يتزاحم عليه الناس، أو يشتري ببساطة أول منتج يصادفه على الرفوف...

لذا اهتم العديد من الجهات بتحسين قدرات الأفراد على اتخاذ القرارات الصحيحة، مع الحفاظ على مساحة الحرية الملائمة. وهذا ما يسمى بتصميم الاختيارات، وله تطبيقات عديدة: ففي إحدى المدارس التي تقدّم وجبات الطعام، قام المشرفون بالحفاظ على نفس قائمة الطعام، لكن مع تغيير وضعية الأطعمة وترتيبها أمام التلاميذ؛ وكانت النتيجة تغيراً ملحوظاً في الوجبات التي بدأ التلاميذ يختارونها. فحرية الاختيار مكفولة، لكن بتغيير طريقة عرض الخيارات فقط، أصبح التلاميذ يختارون طعاماً صحياً أكثر (36).

خلاصة القول: إن "أخلاقيات مضمون التواصل" غير كافية، لأنها -أولاً- تتأسس على افتراض خاطئ بكون مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مؤهلين للقيام باستخدامات واعية وصائبة؛ وثانياً: لأن منصات التواصل الاجتماعي صُممت بشكل غير أخلاقي يدعم التوجه التجاري لمالكها على حساب مصلحة المستخدمين. ويبقى

الحل الأفضل هو إعادة تصميم منصات التواصل الاجتماعي بشكل أخلاقي يدعم الاستخدامات الإيجابية لها.

فما أسس هذا التصميم الأخلاقي؟ وما الإشكالات التي يثيرها؟

2.2. التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك نموذجًا): مبادئ ونماذج

إن التصميم الأخلاقي لمنصات التواصل الاجتماعي هو تصميم يُقدّم للأفراد سياق استخدام لتلك المنصات يكفل لهم حرية الاستخدام، ويقوم بتيسير الاستخدامات الأخلاقية، وتسهيل اختيارها في نفس الوقت. وسيطرق الباحث لإشكالية التعارض بين التصميم الأخلاقي والحرية في نهاية البحث، وسيركز في الأمثلة والنماذج التي يُقدّمها على فيسبوك أساسًا باعتباره أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا، ويمكن مواءمة تلك النماذج مع منصات أخرى.

وينبغي التنبيه إلى أنه ما من خيار يُقدّم بطريقة محايدة، والطرق التي تُعرض بها الخيارات في مواقف اجتماعية وخدمات متنوعة توجّه الناس بشكل مضمّن نحو تبني خيارات معينة، كما سيظهر ذلك بوضوح في النماذج التي يتناولها الباحث لاحقًا. لذا سنقترح بعض نماذج التصميم الأخلاقي لطرق استخدام فيسبوك، ولتصميم أشكال عرض اختياراته المقترحة على المستخدمين بشكل يشجع الاستخدامات الإيجابية دون أن يقيد حرية الأفراد.. وللوصول إلى تصميم أخلاقي لفيسبوك ناجح في تعزيز الاستخدامات الإيجابية والأخلاقية، سوف يستعين الباحث بخمسة مبادئ لتصميم الخيارات كما عرضها المختصون، مع التنبيه إلى أن تطبيق المقترحات أدناه ينبغي أن يكون مصممًا بلغة ملائمة وأشكال مناسبة؛ حيث اقتصرَت الدراسة على توضيح فكرة المقترح (37):

1. إبراز الحوافز

يتعيّن التفكير في الحوافز عند تصميم نظام ما، ووضع الحوافز الملائمة للأشخاص الملائمين. والأساسي في هذه العملية، هو جعل الحوافز بارزة قدر الإمكان، وسهلة الملاحظة أثناء الاختيار؛ حيث يمكن التلاعب بالبروز؛ إذ يستطيع مصممو الخيارات البارعون اتخاذ خطوات لتوجيه انتباه الناس إلى الحوافز: فالهواتف في كلية "إنسياد"

لإدارة الأعمال في فرنسا مثلاً مبرمجة لعرض التكاليف الجارية للمكالمات الخارجية أثناء إجرائها. ولتخيل جهاز تكييف مبرمج على عرض المبلغ الذي تستطيع توفيره كل ساعة إذا رفعت درجة الحرارة فقط درجتين من 20 إلى 22 درجة أثناء موجة حر، ألن يكون هذا التصميم أكثر تأثيراً في سلوك الأفراد وأكثر توفيراً للطاقة من حافز الفاتورة الذي لا يظهر إلا مرة كل شهر؟

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

أوضح الباحث سابقاً أن تصميم فيسبوك غير أخلاقي، لأنه يدفع مستخدميه تلقائياً إلى قضاء وقت أطول في منافذه ويعزز القابلية للإدمان عليه. فمحتويات فيسبوك مصممة على نحو خطي يجعل المستخدم ينتقل باستمرار من تدوينة إلى أخرى دون أي إشارة تنبهه إلى أنه بلغ نهاية ما أو استخدم فيسبوك لوقت أطول من اللازم أو تجاوز حدود الوقت المعقول. لذا يمكن للتصميم الأخلاقي أن يُدمج تنبيهات معينة تُذكّر المستخدم بالوقت الذي قضاه في التصفح، مثل عداد بالدقائق يظهر بشكل بارز على الشاشة كل عشر دقائق، ثم يختفي بعد ثلاث ثوان، كما يمكن أيضاً إدراج خاصية أخرى تتمثل في اختيار زمن التصفح في كل مرة نفتح فيها فيسبوك، بحيث تظهر أمامنا ثلاثة اختيارات نختار من بينها، ثم يتفرع كل واحد منها إلى اختيارات أخرى فرعية وأكثر تحديداً، وذلك مثلاً كما يلي:

- الاختيار الأول: التصفح السريع، واختياراته الفرعية هي: أقل من ثلاث دقائق، ما بين 3 و6 دقائق، و10 دقائق.

- الاختيار الثاني: التصفح المتوسط، واختياراته الفرعية هي: من 10 إلى 15 دقيقة، ومن 15 إلى 20 دقيقة.

- الاختيار الثالث: التصفح الطويل، واختياراته الفرعية هي: من 20 إلى 30 دقيقة، ومن 30 إلى 60 دقيقة، وأكثر من ساعة.

2. فهم "المطابقات": العلاقة بين الاختيار والرفاه

تمثل المطابقة قدرة الأفراد على توقع درجة الرفاه التي سيقدمها لهم الاختيار الذي سيقومون به. يساعد نظام تصميم الخيارات الجيد الناس في تحسين قدرتهم على المطابقة، أي توقع مقدار الرفاه الناتج عن اختياراتهم، ومن ثم انتقاء الخيارات

التي تجعلهم في حال أفضل. ومن طرق القيام بذلك جعل المعلومات المتاحة عن الخيارات المختلفة مفهومة، وذلك بتحويل المعلومات الرقمية أو ذات اللغة المتخصصة إلى صيغة بسيطة ما أمكن ترتبط بطرق تنفيذ الاختيارات والنتائج المترتبة عنها.

وهذه ليست عملية سهلة دائماً على المستوى الاجتماعي؛ فاختيار "المثلجات" يرتبط عموماً بانتقاء المذاق الأفضل بناء على تجربة الفرد السابقة في التذوق أو إمكان التذوق الذي يتحبه صاحب المتجر. أما الاختيار من بين معالجات خاصة بمرض ما فهو مسألة أخرى، لنفترض أن شخصاً أُبلغ بإصابته بسرطان البروستاتا، وأن عليه الانتقاء من بين ثلاثة خيارات: الجراحة، أو الأشعة، أو "الترقب الحذر" (أي عدم فعل أي شيء الآن). ويأتي مع كل من هذه الخيارات مجموعة معقدة من النتائج المحتملة المتعلقة بالآثار الجانبية للمعالجة، ونوعية الحياة، وطول أمد الحياة... وهكذا فإن المقارنة بين الخيارات تنطوي على مثل المقايضات التالية: هل أنا مستعد للمخاطرة بنسبة الثلث بالإصابة بالعجز الجنسي أو سلس البول لزيادة العمر المتوقع من سنتين إلى ثلاث سنوات؟

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

يعد مبدأ المطابقة من المبادئ المفيدة جداً في التصميم الأخلاقي، ويسمح بمجموعة واسعة من التصاميم الذكية، وهذه نماذج منها:

يتم في الغالب إدارة الخصوصية من خلال إشعارات الموافقة التي تكون إما قصيرة ومطمئنة بأن معلوماتك الشخصية في يد أمينة، أو من خلال عرض رسائل طويلة مكتوبة بلغة قانونية وتعطيك خيار الموافقة للاستمرار. لكن تلك الصيغة لا تسمح لك بإجراء المطابقة، وبالتالي سيسمح الأفراد غير المؤهلين لفيسبوك بالاستثمار في خصوصيتهم، وبحسب رأي جاريد لانير (Jared Lanier): "الأمل الوحيد لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر استثمارية هو أن تظهر صيغة سحرية تصبح معها بعض طرق انتهاك الخصوصية والكرامة مقبولة" (38).

ولمساعدة المستخدمين على إجراء المطابقة، ينبغي أن نزوج في سياسة الخصوصية بين العرض القانوني المفصل الذي يمكن لمن شاء من المستخدمين الاطلاع عليه،

وبين استخدام صيغ التصميم الأخلاقي مثل:

- إشعارات الخصوصية: إذا وافقت على سياستنا للخصوصية سيمكننا بيع معلوماتك الشخصية إلى المستثمرين الذين سيدفعونك إلى شراء أشياء ما كنت لتشتريها في العادة.

- مشاركة الموقع: إذا فعّلت خاصية تحديد الموقع ومشاركته، يمكن للجميع معرفة مكانك بالضبط، لذا انتبه إذا كنت متغيّباً عن العمل بشكل غير قانوني، كما يحتمل أن يتعرض منزلك للسرقة إذا علم اللصوص بغيابك.

- مشاركة محتوى: حينما يريد المستخدم مشاركة محتوى ما، يتعين عليه أن يحدد نوع المحتوى الذي سيشاركه من بين قائمة لغتها بسيطة ومباشرة، تتضمن اختيارات مثل:

- أشارك محتوى مفيداً (وقد تعمدت البدء بهذا الاختيار لأنه يتضمن توجيهاً إيجابياً).
- أعرض حياتي الشخصية للعموم.
- أعرض جمالي وجسدي للعموم.
- أشارك معلومات (ويتفرع إلى: متأكد من صحة المعلومات، ولست واثقاً من صحة المعلومات).

3. الخيارات الافتراضية: سلوك المسار الأقل مقاومة

يتبع كثير من الأشخاص الخيارات التي تتطلب الجهد الأقل، أو المسار الأكثر بساطة، حيث إن التوجه الأكثر شيوعاً بين الناس هو الخمول، والانحياز للوضع الراهن. وهذا يعني ضمناً أنه إذا كان هناك خيار افتراضي، وهو الخيار الذي يحصل عليه من لم يفعل شيئاً، فإن عدداً كبيراً من الأشخاص سيحصلون على ذلك الخيار في النهاية، بغض النظر إذا كان جيداً لهم أم لم يكن. ويميل الناس أكثر نحو عدم فعل شيء إذا جاء الخيار الافتراضي مع اقتراح ضمني أو صريح بأنه يمثل مسار العمل السوي.

لا يمكن اجتناب الخيارات الافتراضية، فهي عملياً واسعة الانتشار، لذا يجب أن يكون كل نظام لتصميم الخيارات مرتبطاً بقاعدة تحدد ماذا يحدث إذا لم يفعل من يتخذ القرار أي شيء، لأنه في العادة تكون الإجابة المفترضة أنه لا يتغير شيء إذا

لم أفعل شيئاً؛ حيث توظف كثير من المؤسسات القوة الكبيرة للخيارات الافتراضية. مثل فكرة التجديد التلقائي للتأمين البنكي؛ حيث يورد عقد الاشتراك الأول فقرة صغيرة معناها أن الاشتراك في التأمين سيجدد سنوياً بشكل تلقائي ويتم اقتطاع الكلفة مباشرة من الحساب البنكي. وإذا لم يرغب العميل في تجديد التأمين فعليه أن يرسل إدارة البنك قبل فترة معينة من نهاية التأمين السابق، ونتيجة لهذا الخيار الافتراضي فإن كثيراً من الأشخاص يشتركون لفترات طويلة في خدمات تأمين لا يحتاجونها.

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

حينما يستخدم الفرد فيسبوك لأول مرة، فإن العديد من الاختيارات تكون مضبوطة على "خيار المصنع"، مثل خيار المشاركة "للعوم"، والعرض التلقائي للفيديو بمجرد التوقف عنده لثانية، وفعاقات المحادثة في المسنجر، وعرض الإعلانات ضمن شريط المحتويات، والتوصل بالإشعارات... وغيرها من "الإعدادات" القبلية للاختيارات التي تصب جميعها في مصلحة فيسبوك والمتمثلة بشكل أبرز في تشجيع الإدمان عليه وإطالة وقت استخدامه.

يقترح التصميم الأخلاقي جعل الاختيارات الضمنية لإعدادات المصنع حماية للمستخدم وبعبدة عن التوجه التجاري، ثم يمكن للمستخدم أن "يبدل مجهوداً" ويختار استخدامات ترفهية أو موافقات تجارية، مثلاً يتعين عليه الموافقة على استقبال إعلانات، والموافقة على تنبيهات فيسبوك ومسنجر المحجوبة مبدئياً ضمن الإعدادات الأساسية، واختيار المشاركة للعوم بدل عرضها تلقائياً، والموافقة على استقبال مقاطع الفيديوهات القصيرة...

4. تقديم التغذية الراجعة

تعد التغذية الراجعة من أفضل الطرق التي تساعد الأفراد على تحسين أدائهم. لذا فالأنظمة الجيدة التصميم تُبلغ الناس متى يحسنون الاختيار والعمل ومتى يرتكبون الأخطاء. ومن الأمثلة على ذلك الكاميرات الرقمية الجديدة التي تقدم تغذية راجعة فورية لمستخدميها؛ إذ تستطيع أن تشاهد فوراً نسخة عن الصورة الملتقطة، ومن ثم يمكنك إعادة التقاط صورة أفضل إذا كانت الأولى سيئة. لكن يجب أن تتجنب أنظمة التنبيه مشكلة تقديم تنبيهات كثيرة بحيث تؤدي إلى مفعول عكسي هو تجاهلها.

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

للاستفادة من هذا المبدأ، يقترح التصميم الأخلاقي مجموعة من الإجراءات مثل وسم اختيار نوع المحتوى الذي شاركه المستخدم بلون معين أو أيقونة خاصة أو عنوان ملازم بحيث يظهر دومًا على التدوينة ما يفيد أنها محتوى مفيد، أو عرض للحياة الشخصية، أو عرض للجسد والجمال، أو مشاركة لمعلومات صحيحة، أو مشاركة لمعلومات غير دقيقة..

كما يمكن أيضًا إرسال تقارير دورية للمستخدم، مصممة على شكل إنفوجرافيك جميل وبسيط، عن سلوكه على فيسبوك في فترة معينة، ولنفترض أن يضم هذا التقرير ما يفيد أن تدوينات عرض الحياة الشخصية (50)، وتدوينات المشاركة في الشأن العام أو عرض معلومات صحيحة (0).

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يقترح التصميم الأخلاقي تمكين الناس من التبليغ عن الاختيار الكاذب للمحتوى، بحيث يمكنك التبليغ من خلال الضغط على زر: تصريح خادع، إذا صادفت تدوينة تظهر تصنيف "عرض معلومات صحيحة" في حين أنها عبارة عن "عرض الحياة الشخصية"؛ حيث يتم إرسال تنبيهات إلى أصحاب التدوينات وهي بالطبع تغذية راجعة مفيدة.

5. توقع الأخطاء

يرتكب أغلب الناس الأخطاء؛ لذا فالنظام الجيد التصميم يتوقع من مستخدميه ارتكاب الأخطاء ويكون متسامحًا قدر الإمكان. ويبني تصميماته على هذا الأساس. ومن بين نماذج الأنظمة "المتسامحة التصميم"، نظام مترو الأنفاق في باريس، حيث يعتمد العمل ببطاقات ممغنطة للولوج، ويتمثل تسامح هذا النظام في كون البطاقة تعمل في جميع وضعيات الإدخال، عكس بطاقة البنك مثلًا التي تعمل في حالة واحدة فقط من بين أربع وضعيات إدخال ممكنة. وذلك لأن النظام صمم بشكل متسامح يفترض أن الناس سيخطؤون في إدخال البطاقة بالشكل الصحيح؛ مما يجعلهم يرتكبون وهم يعيدون المحاولة (التي تتضمن أربع احتمالات). لذا تم تزويد النظام بإمكانية تقنية تجعل البطاقة قابلة للقراءة في أي وضعية.

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

للاستفادة من هذا المبدأ، يقترح التصميم الأخلاقي جعل الاختيارات الضمنية لإعدادات المصنع حمائية للمستخدم مثلما أوضحنا في المبدأ السابق. كما ينبغي أن نفترض أن المستخدم قام باختيار خاطئ دون أن ينتبه وهو لا يعرف كيف يصلح الأمر، لذا يتعين على فيسبوك عرض رسائل تعديل الاختيارات بشكل دوري، كل أسبوع أو أسبوعين مثلاً، مع الحرص على صياغة تلك الاختيارات وفق مبدأ المطابقة. وفي هذه الحالة، سنساعد المستخدمين على تحسين تجربتهم في استخدام فيسبوك.

6. تنظيم الخيارات المعقدة

يبدع التصميم الجيد في تنظيم الخيارات الكثيرة والمعقدة، ويتكر أساليب جديدة في تنظيمها وعرضها أمام الأفراد وفق معايير يتم إبداعها تبعاً لطبيعة الخيارات ذاتها؛ حيث يعتمد الناس إستراتيجيات مختلفة وفقاً لحجم الخيارات المتاحة وتعقيدها. فعندما نواجه عدداً صغيراً من البدائل المفهومة، نميل إلى تفحص خصائص كل البدائل ثم نجري مقايضات عند اللزوم، لكن عندما تتسع مجموعة الخيارات، فإن على المصمم الجيد التفكير في طرق جديدة لتنظيم تلك الاختيارات وعرضها.

وقد يقترح المصمم الجيد أيضاً اختيارات تقوم على أساس الترشيح التعاوني، وذلك حينما يرشح لك اختيارات معينة بناء على كون الأشخاص الذين يشبهونك قد قاموا بهذه الاختيارات، لذا إذا عرفت أن أشخاصاً مماثلين لك يفضلون أشياء معينة، فإنك ستشعر بالارتياح حتى وأنت تختار منتجات لا تعرفها، فقط لأن أشخاصاً مماثلين لك يحبونها.

كيف نستفيد من هذا المبدأ في التصميم الأخلاقي لفيسبوك؟

من الملاحظ أن الكثير من المواقع الإلكترونية تستخدم الترشيح التعاوني بشكل غير أخلاقي في الحث على الشراء، من خلال عبارات من قبيل: "إن الأشخاص الذين اشتروا هذا المنتج (الذي اشتريته أو تصفحت معلوماته) اشتروا أيضاً المنتجات التالية"... لذا يقترح التصميم الأخلاقي أن يُمكن المستخدم من اختيار الأشخاص الذين سيستند إليهم الترشيح التعاوني، وبهذا يحدد الأفراد أشخاصاً يثقون فيهم وفي حكمهم باعتبارهم مرجعاً للترشيح التعاوني، ويمكن في نفس السياق أن يعرض فيسبوك أنماطاً من مرجعيات الترشيح التعاوني مثل: أساتذة، رياضيون، فنانون، باحثون...

2.3. نماذج من إشكالات التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي

ينبغي التذكير بداية أن الهدف الأساس لهذا البحث يتمثل في توسيع أفق التفكير في أخلاقيات منصات التواصل الاجتماعي من خلال عرض مقترح التصميم الأخلاقي الذي يحتاج إلى مزيد من الاجتهاد. ومن الإشكالات التي يثيرها:

1. أبوية التصميم الأخلاقي

دائمًا ما تُتهم عمليات تصميم الخيارات بأنها أبوية، أي تقييد حرية الاختيار عند الأفراد وتكاد تفرض عليهم اتخاذ خيارات أخلاقية. لذا تحاول التصميم الذكية أن تبقى دومًا في حدود تيسير اتخاذ القرارات الصحيحة واتباع الخيارات الأخلاقية، مع الحفاظ على حرية الأشخاص ومنحهم إمكان عدم فعل ذلك.

ويقوم التصميم الأخلاقي بتصميم طرق استخدام فيسبوك، وتصميم أشكال عرض الاختيارات المقترحة بشكل يشجع الاستخدام الإيجابية دون أن يقيّد حرية الأفراد.. ويتبنى الباحث هنا إستراتيجية التنبيه، وهو "أي جانب من جوانب تصميم الخيارات يغيّر سلوك الناس بطريقة متوقعة من دون منع أي خيار أو إدخال تغيير كبير على حوافزهم الاقتصادية. ولكي يعد التدخل مجرد تنبيه، يجب أن يكون من السهل وغير المكلف تجنبه. التنبيهات ليست إملاءات؛ فوضع الفاكهة على مستوى العينين يعد تنبيهًا لكن حظر الأطعمة الخالية من القيمة الغذائية لا يعتبر كذلك" (39).

وفي المقابل، ينبغي الانتباه إلى مسألتين أساسيتين، هما:

- أولاً: التركيز على مسألة الحرية هو أمر أساسي، لكنه أيضًا أولوية تستمد أهميتها من نسق الثقافة الغربية، في حين قد تهتم المجتمعات العربية والإسلامية أكثر باحترام القواعد الأخلاقية المستمدة من الدين أو الثقافة. لذا ينبغي الحديث عن ضمان حرية الاختيار ووضعها في سياقها الثقافي الملائم أيضًا.

- ثانيًا: كلما أردنا تصميم خيارات تزيد رفاهية الأفراد وتراعي مصالحهم، واجهتنا تهمة الأبوية، في حين أن الأبوية متحققة بشكل فعلي في جميع السياقات التجارية؛ فالتصميم الحالي لفيسبوك - كما أوضح الباحث - هو أبوي بشكل غير أخلاقي، ويعزز الاستغلال التجاري لمستخدميه، أفلا يسمح هذا الأمر ببعض المرونة في حالة

ما إذا مالت بعض التصاميم الأخلاقية التي تراعي تحسين قرارات الأفراد نحو تكريس درجة ما من الأبوية؟

2. أخلاقية التصميم الأخلاقي

قد توحى تسمية التصميم الأخلاقي للبعض بأن هذا التصميم يقدم للأفراد حصراً الاختيارات الأخلاقية بالمعنى التقليدي للكلمة، وهذا افتراض غير دقيق، وإن كان الباحث يأمل أن يكون هو المعنى الحقيقي، لكنه سيكون تصوراً صعب التحقق ومنافياً حتى للطبيعة البشرية. إن التصميم الأخلاقي هو أخلاقي، لأنه يقوم بتيسير الخيارات الأخلاقية، ويساعد الناس على تحسين وضعهم وتجربة استخدامهم. ويدافع عن هذه الفكرة نفسها لوتشيانو فلوريدي (Luciano Floridi) الذي يستخدم مصطلح "البنية التحتية للأخلاق" بنفس معنى التصميم الأخلاقي الذي يعتمد عليه الباحث في هذه الدراسة؛ حيث يقول: "الأنابيب الأفضل (البنية التحتية للأخلاق) ربما تحسن التدفق، ولكنها لا تحسن نوعية المياه (الأخلاق)؛ فالماء عالي الجودة يتبدد إذا كانت الأنابيب صدئة أو تتسرب منها المياه. لذلك، فإن إيجاد النوع الملائم من البنية التحتية للأخلاق والحفاظ عليه هو أحد التحديات بالغة الأهمية في عصرنا، لأن البنية التحتية للأخلاق ليست جيدة أخلاقياً في حد ذاتها، ولكنها الأقدر على أن تسفر عن صلاح خلقي إذا صُممت ودمجت مع القيم الخلقية الملائمة. ينبغي أن يكون النوع الملائم من البنية التحتية موجوداً لدعم النوع الملائم من القيم" (40).

وبهذا المعنى، فإن التصميم الأخلاقي قد يجد فرصاً أكبر ليتم تبنيه من قبل منصات التواصل الاجتماعي؛ حيث قد يظهر تهديده مخففاً، وهو لا يلغي الخيارات الأخرى التي قد لا تكون بالضرورة أخلاقية. ولهذا لم يقترح الباحث ضمن النماذج التي اقترحها إمكان حذف نشر الحياة الخاصة، وإنما قيدها بمقترح تصميم خيار وصف المحتوى بعبارة "أعرض حياتي الشخصية للعموم" أو "أعرض جمالي وجسدي للعموم". واضطرار المستخدم لتحديد توجه ما سينشره، قد يقدم له فقط تبييناً يساعده على اتخاذ قراري أخلاقي، لكنه في المقابل لن يمنعه من القيام بعكس ذلك.

3. صعوبة التطبيق

ويبدو من الصعب جداً تطبيق التصميم الأخلاقي، لأنه بكل بساطة يهدد التوجه التجاري لمنصات التواصل الاجتماعي، وهذا لا يشجعها على تبنيه. وإذا كان ما أوضحه الباحث سابقاً بشأن هامش الحرية الذي يكفله التصميم الأخلاقي قد يقدم تشجيعاً مقبولاً ويخفف من حدة مخاوف منصات التواصل الاجتماعي، فإنه أيضاً لا ينبغي أن تدفعنا صعوبة تبني المقترح إلى اليأس، فكثير من المكتسبات التي ينعم بها الناس حالياً هي ثمرة نضال طويل واستماتة. لذا نحتاج إلى تكاتف الجهود بين الباحثين والجمعيات والهيئات ومنظمات المجتمع المدني للضغط في هذا السياق، خصوصاً أن منصات التواصل الاجتماعي مضطرة أصلاً لتبني سياسات ومعايير أخلاقية تحت إكراه ضغوط الجهات المسؤولة أو المهتمة، وتحت إكراه الحفاظ على المستخدمين وطمأنتهم؛ لكن الشكل الذي تُصمّم به تلك السياسات هو أقرب إلى التحايل التجاري الذكي الذي يحصر تلك الأخلاقيات في معايير محتوى التبادل، ويحجب التفكير في أبعاد أخرى مثل التصميم الأخلاقي.

خاتمة

اتجهت جهود العديد من الأطراف لوضع أخلاقيات تنظم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهي تشترك في اقتراح مجموعة من الضوابط التي تحرص على ضمان مصداقية وصحة ما يتم تداوله من معلومات ومعطيات من جهة. كما تحرص من جهة أخرى على ضمان عدم إساءة ما يُنشر من مضامين إلى فئات معينة من الناس، سواء عبر القذف أو التشهير أو أي شكل من أشكال التمييز والإساءة.

ويمكن أن نميز بين أربعة مستويات لمعالجة أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهي: مستوى أخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى أخلاقيات الاستخدام الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الإعلاميين، ومستوى أخلاقيات استخدام عموم الناس لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى المعايير الأخلاقية التي تتبناها منصات التواصل الاجتماعي وتعلن عنها.

وتعكس هذه المستويات الأربعة أشكالاً متباينة نسبياً من التصورات الأخلاقية لتنظيم استخدام منصات التواصل الاجتماعي. فأخلاقيات النشر الإعلامي المتخصص على شبكات التواصل الاجتماعي تركز على ضمان صحة المعلومة المنشورة ودقتها وحيادها، كما تحرص على احترام الآخر ضمن منشوراتها من خلال تجنب القذف أو التشهير، واحترام الرأي المخالف، واحترام القيم المجتمعية. أما المؤسسات الإعلامية فهي تهتم أساساً بالحفاظ على سمعتها ومهنتها من خلال تنظيم علاقة العاملين فيها بمنصات التواصل الاجتماعي، في حين يهتم المثقفون وعموم الناس أكثر بالتوجه الأخلاقي بمعناه التقليدي حينما نتحدث عن أخلاقيات موجهة لعموم الأفراد، بينما تهتم شبكات التواصل الاجتماعي أكثر براحة مستخدميها وسلامتهم من كل أشكال الإساءة الممكنة.

ورغم أهمية كل تلك الجهود إلا أنها غير كافية لإقرار تنظيم أخلاقي فعلي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي، وذلك لأسباب كثيرة، من ضمنها أن منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، تتحايل على أخلاقياتها، حيث أبرزت الفضائح المتوالية لهذه الشبكة مثلاً، أن أخلاقياتها لا تتحقق فعلياً حينما يلتزم بها المستخدمون، وإنما الضامن الحقيقي لها هو الرغبة الفعلية لتحقيق تلك الأخلاقيات من المنصة ذاتها عبر إعدادات تقنية.. لذا تصبح المسألة الأخلاقية عملية تقنية تعبر عن توجه تجاري.

كما أن تلك الأخلاقيات تتأسس على افتراض غير دقيق بكون مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مؤهلين للقيام باستخدامات واعية وصائبة، وأيضاً، لأن منصات التواصل الاجتماعي صُممت بشكل غير أخلاقي يدعم التوجه التجاري لمالكيها على حساب مصلحة المستخدمين. ويبقى الحل الأفضل هو إعادة تصميم منصات التواصل الاجتماعي بشكل أخلاقي، يدعم الاستخدامات الإيجابية لها.

في هذا الصدد، اقترحت الدراسة مستوى جديداً لتخليق استخدام منصات التواصل الاجتماعي، أسمته التصميم الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي، باعتباره تصميمًا يقدم للأفراد سياق استخدام يقوم بتيسير الاستخدامات الأخلاقية وتسهيل اختيارها في نفس الوقت، حيث ركزت النماذج والأمثلة المقترحة على إمكانات إعادة تصميم طرق استخدام فيسبوك أساساً باعتباره أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً،

ويمكن مواءمة تلك النماذج مع منصات أخرى. وللوصول إلى تصميم أخلاقي للفيسبوك ناجح في تعزيز الاستخدامات الإيجابية والأخلاقية، تمت الاستعانة بستة مبادئ لتصميم الخيارات شملت إبراز الحوافز، وفهم المطابقات، وسلوك المسار الأقل مقاومة، وتقديم التغذية الراجعة، وتوقع الأخطاء، وتنظيم الخيارات المعقدة. ويُعد الهدف الأساس لهذه الدراسة هو توسيع أفق التفكير في أخلاقيات منصات التواصل الاجتماعي من خلال عرض مقترح التصميم الأخلاقي الذي يحتاج إلى مزيد من الاجتهاد، خصوصًا أنه يشير مجموعة من الإشكالات التي تناولتها الدراسة بالتحليل النقدي، وذلك مثل إشكال أبوية التصميم الأخلاقي، أي إنه يقيد حرية الاختيار عند الأفراد ويفرض عليهم اتخاذ خيارات أخلاقية، وإشكال أخلاقية التصميم الأخلاقي بدعوى أن هذا التصميم يقدم للأفراد حصرًا للاختيارات الأخلاقية بالمعنى التقليدي للكلمة، وهذا افتراض غير دقيق، لأن التصميم الأخلاقي يقوم فقط بتيسير الخيارات الأخلاقية لمساعدة الناس على تحسين وضعهم وتجربة استخدامهم، وإشكال صعوبة تطبيق هذا التصميم نظرًا لأنه يهدد التوجه التجاري لمنصات التواصل الاجتماعي.

وختامًا، يقترح الباحث على شبكة الجزيرة الاستثمار في بناء منصة تواصل اجتماعي تعتمد التصميم الأخلاقي، والتي ستمنح الشبكة فرصًا تنافسية كبيرة مع تنامي الوعي حاليًا بأضرار الاستخدام السلبي لمنصات التواصل الاجتماعي عند فئة كثيرة من الجمهور عبر العالم، وأيضًا لما تكفله من إمكانات إعلامية أيضًا، أقلها تخفيض كلفة مواجهة التضليل الإعلامي والأخبار الكاذبة.

المراجع

- (1) يمكن مراجعة: هيدر هورست، دانييل ميلر، الأثروبولوجيا الرقمية، ترجمة خالد الأشهب، ط 1 (البحرين، هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2020).
- (2) يمكن مراجعة: ريتشارد ثالر، كاس سنشستين، التنبيه: تحسين القرارات بشأن الصحة والثروة والسعادة، ترجمة عمر سعيد الأيوبي، ط 1 (منشورات جامعة يال، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2016).

(3) "Meta Reports Fourth Quarter and Full Year 2021 Results," Meta Investor Relations, February 2, 2022, "accessed January 15, 2023". <https://bit.ly/3ZTTEF2>.

(4) مجدي الداغر، "اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية"، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية (مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الكويت، العدد 493، 2018)، ص 9-53.

(5) وهيبه بشريف، أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة العربي التبسي، الجزائر، العدد 1، 2018)، ص 409-422.

(6) انظر مثلاً: إشراق بن حمودة، مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك، (رسالة ماجستير، جامعة منوبة، تونس، 2018).

(7) طلعت عبد الحميد عيسى، "أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي (جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 7، العدد 3، 2020)، ص 101-109-116.

(8) المرجع السابق، ص 109-110.

(9) "Social Media Guidelines for the Newsroom," The New York Times, October 13, 2017, "accessed January 14, 2023". <https://nyti.ms/3TkLvqM>.

(10) "Guidance: Individual Use of Social Media", The BBC, October 2020, "accessed January 14, 2023". <https://bit.ly/40tslSe>.

(11) يونس مسكين، محمد خميسة، دليل أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي، تحرير منتصر مرعي، (الدوحة، معهد الجزيرة للإعلام، 2022)، ص 53.

(12) سلطانة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، (رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016)، ص 68-69.

(13) المرجع السابق، ص 69.

(14) "Global social media Statistics", Kepios, October 20, 2022, "accessed January 14, 2023". <http://bit.ly/3ZnvL7W>.

(15) جميع المعطيات الواردة فيما يلي، والمتعلقة بالسياسة الأخلاقية لليسيبوك، مستمدة من معايير مجتمع فيسيبوك، (تاريخ الدخول: 30 مارس/آذار 2023):

- Transparency center, Meta, 2023, "accessed January 14, 2023". <http://bit.ly/3JUnouR>.

(16) لمزيد من التوضيحات، انظر توضيحات مركز الشفافية، (تاريخ الدخول: 30 مارس/آذار 2023):

- Transparency center, Meta, 2023, "accessed January 14, 2023". <https://bit.ly/40Hr5em>.

(17) رغيد أيوب، "صحف أميركية تنشر فضائح فيسيبوك: هل اقتربت نهاية عملاق التواصل؟"، 26 أكتوبر/ تشرين الأول 2021، الجزيرة نت، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3lkKIPz>.

(18) Elizabeth Dwoskin, et al., "Facebook Under Fire: The Case Against Mark Zuckerberg: Insiders Say Facebook's CEO Chose Growth Over Safety", The Washington Post, October 25, 2021, "accessed January 14, 2023". <http://bit.ly/3nAyY6U>.

(19) Shannon Vallor, "Social Networking and Ethics", The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2022 Edition), Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), Aug 30, 2021, "accessed January 14, 2023". <http://bit.ly/40mUuKR>.

(20) Patrick Stokes, "Ghosts in the Machine: Do the Dead Live on in Facebook?," Philosophy and Technology, Vol. 25, No. 3, (2012): 365.

(21) شانون فالور، التواصل الاجتماعي والأخلاق، موسوعة ستانفورد للفلسفة، ترجمة رنا الحميدان، مجلة حكمة من أجل اجتهاد ثقافي وفلسفي، 5 ديسمبر/ كانون الأول 2020، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023): <http://bit.ly/40KpPXu>.

(22) معايير مجتمع فيسيبوك، سلامة الحساب والهوية الحقيقية:

- Transparency center, Meta, 2023, "accessed January 14, 2023". <https://bit.ly/40Hr5em>.

(23) Mitch Parsell, "Pernicious virtual communities: Identity, polarisation and

the Web 2.0," Ethics and Information Technology 10, (2008): 41.

(24) Gordon Hull, "Successful Failure: What Foucault Can Teach Us about Privacy Self-Management in a World of Facebook and Big Data," Ethics and Information Technology 17, (2015): 89-101.

- نقلاً عن: شانون فالور، التواصل الاجتماعي والأخلاق، مرجع سابق، ص 15.

(25) Rafael Capurro, "Privacy. An Intercultural Perspective," Ethics and Information Technology, Vol. 7, No. 1, (2005): p 47.

(26) شانون فالور، التواصل الاجتماعي والأخلاق، مرجع سابق، ص 16.

(27) بناصر البعزاتي، الاستدلال والبناء: بحث في خصائص العقلية العلمية، ط 1 (المغرب، دار الأمان، 1999)، ص 231.

(28) Freedman Jonathan, Introductory Psychology, (Toronto: Addison-Wesley Publishing Company, 1982): 56.

(29) ستيفان فيال، الكينونة والشاشة: كيف يغير الرقمي الإدراك، ترجمة إدريس كثير، ط 1 (البحرين، هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2018)، ص 134.

(30) المرجع السابق، ص 102.

(31) المرجع السابق، ص 104.

(32) هشام المكي، "تكنولوجيا الاتصال الرقمي والتحول المجتمعية: الآليات التأثيرية والإشكالات البحثية"، في: العلوم الاجتماعية والتحول المجتمعية: إشكالات منهجية وموضوعاتية، تحرير عبد الرحيم العطري، ط 1 (المغرب، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية وإستراتيجيات التواصل، 2021)، ص 298-307.

(33) "Du bien-être au mieux-être," Entretien avec Gilles Lipovetsky, La Revue des marques, No. 64, (Octobre 2008), "accessed January 15, 2023". <http://bit.ly/3ZDcnns>

(34) "المعضلة الاجتماعية"، نتفليكس، 2020، (تاريخ الدخول: 15 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://bit.ly/3m9QPkA>.

(35) اعتمد الباحث في هذه الفقرة بشكل أساسي على المرجع الآتي: ثالر، سنشتاين، التنبيه، مرجع سابق.

(36) المرجع السابق، ص 9-11.

(37) تعرض بعض المبادئ بشكل مختصر وبتصرف من الباحث، لذا يمكن الاطلاع على الشروح المفصلة والأمثلة الأصلية في المرجع التالي: ثالر، سنشتاين، التنبيه، مرجع سابق، ص 101-126.

(38) Jaron Lanier, *You Are Not a Gadget: A Manifesto*, (New York: Alfred Knopf, 2010), 67.

(39) ثالر، سنشتاين، التنبيه، مرجع سابق، ص 14.

(40) لوتشيانو فلوريدي، الثورة الرابعة: كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، ترجمة لؤي عبد المجيد السيد، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 452، سبتمبر/أيلول 2017)، ص 239.

دراسات وأبحاث

النموذج الإخباري لقناة الجزيرة: بنيته ودينامياته

The News Model of Al Jazeera Channel: Structure and Dynamics

* Abdeslam Razak - عبد السلام رزاق

ملخص:

تبحث الدراسة في سمات وخصائص النموذج الإخباري لقناة الجزيرة من خلال التركيز على بنية وديناميات هذا النموذج الذي يمثل اختياراً تحريريّاً خاصاً بالقناة. وتفترض الدراسة أن النموذج الإخباري للقناة -باعتباره إتمظهر المادي لماهية وهوية الجزيرة كما تجسّده التغطيات الحية والمباشرة- يمثل حالة إعلامية خاصة بالجزيرة التي ظهرت في سياق سياسي واجتماعي عربي متسارع التحولات، وأصبحت متغيّراً مؤثراً في تحول المجتمعات العربية طوال هذه الفترة التاريخية التي امتدت لأكثر من عقدين ونصف من الزمن. وعبر مقارنة تركيبية استفادت من روافد معرفية ومنهجية مختلفة، خلصت الدراسة إلى أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة مرّ بمراحل متعددة وشهد ديناميات مستمرة تبعاً لنوعية العلاقات القائمة بين العناصر الأربعة: الحدث والقناة والجمهور والسياق. وقد شكّلت هذه الدينامية، والتفاعل مع متطلبات التغطية الإخبارية، سرّاً نجاح قناة الجزيرة في منافسة بقية القنوات الدولية والعربية، وبناء علاقة تفاعلية ومتواصلة بين المنتج الإخباري للقناة والجمهور العام العربي.

كلمات مفتاحية: الجزيرة، النموذج الإخباري، البنية، الديناميات، التغطية المباشرة، الاستقصاء، التغطية التفسيرية.

Abstract:

This study investigates the characteristics and features of Al Jazeera's news model, which constitutes a specific editorial choice for the channel, by focusing on its structure and dynamics. The study hypothesises that this news model, as the physical manifestation of the essence and identity of Al Jazeera and as embodied by live coverage, represents a media case exclusive to Al Jazeera. It emerged in a rapidly transforming Arab political and social context and became an influential factor in the transformation of Arab societies throughout a historical period that spanned over two and a half decades. Through a synthetic approach drawn from various cognitive and methodological streams, the study concludes that the news model of

* د. عبد السلام رزاق، إعلامي بشبكة الجزيرة وباحث في قضايا المغرب العربي وحوض المتوسط.

Al Jazeera channel went through multiple stages and witnessed ongoing dynamics based on the quality of relationships among the four elements: the event, the channel, the audience and the context. This dynamic and interaction with the requirements of news coverage have been the secret to the success of Al Jazeera Channel in its competition with other international and Arab channels. It has also contributed to building an interactive and continuous relationship between the channel's news product and the Arab general audience.

Keywords: AlJazeera, News Model, Structure, Dynamics, Live Coverage, Investigation, Interpretive Coverage.

مقدمة

بعد أزيد من عقدين ونصف من الحضور الوازن في المشهد الإعلامي الفضائي العربي والدولي، تُقدّم قناة الجزيرة الإخبارية اليوم نفسها للباحث العربي والأجنبي باعتبارها "ظاهرة استثنائية في السياق العربي الحديث". ويتأسس هذا التوجه من خلال مجموع الأدوار التي قامت بها القناة مرآة عاكسة لمجموع التحولات المجتمعية التي شهدتها العالم العربي طوال هذه الفترة الحاسمة في تاريخه، والتي تمثّلت في بروز تغيرات جوهرية لحقت البنية السياسية والثقافية العربية السائدة (1). كما قامت الجزيرة بدور الفاعل الإعلامي المواكب لهذه التغيرات، وما استتبع ذلك من تطور في مستويات الممارسة الإعلامية، وبلورة معايير مهنية جديدة تتفاعل مع هذه الاختيارات.

لقد راکمت قناة الجزيرة خلال هذه الفترة جملة من الإنجازات التي جعلت عددًا من الدارسين يصفونها بـ"صوت العرب الجديد ولسان حالهم من المشرق إلى المغرب". ورغم أن هذا التوصيف لا يخلو من درجات الصدقية، فإن "صوت الجزيرة" اليوم يمثّل الوجه النقيض والمقابل كليًا لـ"صوت العرب" الذي كان معروفًا في ستينات القرن الماضي؛ فذاك كان صوت الحاكم العربي الفرد ولسان حال جمال عبد الناصر، أما الجزيرة فتشكّل منبرًا لـ"الرأي والرأي الآخر"؛ إذ فسحت المجال لصوت المواطن، وخيارات المجتمع العربي في تعدديته وتنوعه انطلاقًا من ثنائية مواكبة بؤادر التحول والتغيير في المجتمعات العربية، والسعي لتطوير الرؤى والأدوات الإعلامية اللازمة لمواكبة هذه البؤادر التغييرية (2).

وطوال مسيرتها المهنية، ظلت الجزيرة مثار جدل واسع يتأرجح بين النقاش المعرفي الموضوعي الذي يسعى إلى البحث في وظيفة قناة الجزيرة ضمن السياق الإعلامي العربي، ودورها في إعادة صياغة راهن ومستقبل العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين السجال السياسي الذي لا تخلو منطلقاته من تأثيرات نظرية المؤامرة التي تختزل دور الجزيرة في أنها "تحمل أجندة تدميرية في العالم العربي، أو أنها مسؤولة عن الخلافات السياسية العربية-العربية" (3).

ورغم ما يقوم عليه هذا التوجه التبريري من افتراضات لا تجد سندًا واقعيًا وموضوعيًا، فإن مجموع النقاشات المعرفية والسجلات السياسية التي تناولت قناة

الجزيرة منذ لحظة التأسيس، في 1 نوفمبر/ تشرين الثاني 1996، هو الذي جعل منها ظاهرة دينامية تعيش على إيقاع التجديد المستمر، وأيضاً الأداة الأكثر تأثيراً في إعادة صياغة عدد من مقولات الواقع السياسي العربي منذ تسعينات القرن الماضي حتى اليوم(4).

وإذا كانت معظم المقاربات التي تناولت ظاهرة الجزيرة ركزت على الدور الوظيفي للرسالة الإعلامية للقناة، ومساهمتها في بلورة الشرط الديمقراطي والتغيير السياسي والاجتماعي، فإن هيمنة هذا المنظور لن يعفينا من القول: إن قناة الجزيرة، ورغم ظهورها في سياق إعلامي عربي تميز بهيمنة السياسة على الإعلام وغلبة المنظور الرسمي على الرسالة الإعلامية، تمكنت من طرح بديل إعلامي يقوم على إعادة صياغة مفهوم الخبر ووظيفته في علاقته بمنتج الخطاب والجمهور العربي ضمن سياق محدد(5).

ومن هذا المنظور، فإن قناة الجزيرة الإخبارية، وطوال مسيرة العقدين ونصف من الزمن، ظلت منشغلة بهذين البعدين:

أولاً: إعادة قراءة راهن ومستقبل العلاقة بين الدولة والمجتمع في السياق العربي الحديث من خلال إعادة صوغ مقولات السلطة، والمساهمة في بناء مجال عام عربي مفتوح يُعزز الخيار الديمقراطي والتداول السلمي على السلطة.

ثانياً: بلورة نموذج إخباري له القدرة على التفاعل مع هذه الاختيارات المجتمعية الجديدة في الفضاء العربي عبر إعادة بناء وتشكيل معايير وأدوات مهنية يمكنها تأسيس علاقة جديدة ومغايرة بين مكونات الرسالة الإعلامية التي تُقدمها الجزيرة.

وتسعى الدراسة إلى البحث في المحور الثاني الذي يتعلق بأداء قناة الجزيرة من خلال التركيز على بنية ودينامية نموذجها الإخباري، وذلك انطلاقاً من ملاحظات طبعت التجربة المهنية لقناة الجزيرة طوال هذه الفترة:

1. منذ تأسيس الجزيرة، في 1 نوفمبر/ تشرين الثاني 1996، حتى اللحظة الراهنة، تمكنت القناة من بناء وصياغة نموذج إخباري مغاير يقوم على الربط المباشر بين الحدث والجمهور، وتراجع مظاهر الوصاية الخارجية أو الرقابة الذاتية والموضوعة، وذلك بالاعتماد على التغطيات الميدانية المباشرة مفهوماً وممارسة.

2. إن بنية النموذج الإخباري للجزيرة، والذي يعتبر أحد مقومات نجاح مشروع القناة، يُعد نتاج علاقة تفاعلية بين أربعة عناصر مركزية تتمثل في:

- الحدث: ويعني جميع الوقائع الخبرية ودرجات تأثيرها في الجمهور. ونشير، هنا، إلى أن الحدث الإخباري كلما كان قوياً ومقترناً بوقائع كبرى وغير اعتيادية، حظي بنسبة متابعة قوية أيضاً، وأضحى له تأثير آني ومستقبلي في فئات واسعة من الجمهور.

- القناة: وتحضر القناة هنا باعتبارها وسيلة ناقلة للمحتوى الإخباري. لذلك فإن اختيار المسؤولين عن السياسة التحريرية للمحتوى الإخباري والجنس الصحفي الملائم لتغطية الحدث يُعد عنصراً حاسماً في إثراء النموذج الإخباري للقناة.

- الجمهور المستهدف: ويُراد به الجمهور العربي العام في تعدديته وتنوعه، وقد يُراد به الجمهور المحلي أو الإقليمي. وقد يحدث أن يكون الجمهور المستهدف من تغطية الجزيرة لحدث معين هو الجمهور الغربي، أو العالمي.

- السياق: ويمثل الإطار الزمكاني المؤطر للتغطية الإخبارية، ويتغير حسب العلاقة بين العناصر الثلاثة السابقة (الحدث والقناة والجمهور). فحينما يتعلق الأمر بتغطية حدث عربي، فإن السياق العربي يكون هو المهيمن، والأمر نفسه ينطبق على حدث دولي، مع مراعاة الأبعاد المختلفة للحدث وسياقاته القريبة والبعيدة للإجابة عن السؤال: لماذا؟ ونشير هنا إلى أن السياق الإخباري للأحداث والوقائع هو الذي يحدد غلبة عنصر على آخر دون أن يعني ذلك الغياب الكلي لبقية العناصر.

وكما سيتضح لاحقاً في سياق تحليل محاور الدراسة، فإن العناصر الأربعة تظل حاضرة في جميع التغطيات الإخبارية، لكن مقتضى الأحداث والوقائع يستلزم إبراز عنصر على حساب عناصر آخر. وتظل العلاقة بين هذه العناصر الأربعة قائمة على الترابط والتفاعل.

3. يُعد النموذج الإخباري لقناة الجزيرة نموذجاً دينامياً حسب العلاقة بين عناصره الأربعة أولاً، ثم السياق الخارجي العام المؤطر للسياسة التحريرية للقناة ثانياً.

وسيلحظ الراصد لتجربة الجزيرة منذ لحظة التأسيس أن معدلات المشاهدة ترتفع خلال تغطياتها للأحداث والتحويلات السياسية الكبرى والملفات الساخنة، حيث تبرز عناصر ومحددات النموذج الإخباري القائم على حضور المراسلين الحربيين في

المناطق الساخنة، مثل أفغانستان، والعراق، ولبنان، والأراضي الفلسطينية المحتلة، وهو ما لم يكن مألوفاً في الإعلام التليفزيوني العربي من قبل، إلى جانب المراسلين الميدانيين خلال الأزمات والكوارث الطبيعية، سواء في السودان أو إندونيسيا ودول أخرى. وكلما تعلق الأمر بأخبار وأحداث ساخنة، جرى التركيز على القصص والتقارير الميدانية من قلب الحدث، ومشاركة ضيوف من مكان الوقائع، لهم اتصال مباشر ببعض تفاصيله التي يجهلها الجمهور.

تأسسًا على هذه المنطلقات الثلاثة، تبحث الدراسة في خصوصية بنية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة وديناميته، ودوره في صياغة ثقافة إعلامية على المستوى الإقليمي والدولي. وتعتمد في مقاربة هذا النموذج الإخباري إستراتيجية منهجية مركبة تجمع بين دراسة الحالة التي تهدف إلى معرفة المحددات التي أسهمت في تشكل بنية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة ودينامياته، واستقصاء العوامل المفسرة لهذا النموذج من خلال الرجوع إلى مصادر وأدلة متعددة لرصد خصائصه وسماته في سياقاته الطبيعية دون عزله عن الشروط المحيطة به. كما تعتمد الدراسة منهج التحليل الوصفي عبر جمع الكثير من الحقائق والبيانات المتعلقة ببنية النموذج الإخباري ودينامياته ومراحل تطوره. ولهذه الاعتبارات المنهجية، اختارت الدراسة التركيز على محطات محددة وأحداث بعينها قامت الجزيرة بتغطيتها من أجل إبراز محددات بنية هذا النموذج الإخباري. وتتمثل هذه الأحداث في الحرب على أفغانستان عام 2001، ثم الحرب على العراق عام 2003، والحرب الإسرائيلية على لبنان، في يوليو/تموز 2006، ثم التحولات السياسية والاجتماعية في المنطقة العربية عام 2011، أو ما عُرف بالربيع العربي، خلال محطته الأولى في تونس.

1. النموذج الإخباري للجزيرة: مدخل للفهم والتحليل

من الناحية النظرية، يمكن القول: إن لكل مؤسسة إعلامية نموذجها الإخباري، سواء أكان معلناً أو مضمراً. وقبل تسعينات القرن الماضي وانتشار ظاهرة الإعلام الفضائي، نجح النظام الرسمي العربي في نشر وتعميم نموذج إعلامي نمطي يقوم على تبعية الإعلام للسلطة السياسية التي جعلته "جهازاً من الأجهزة الأيديولوجية للدولة"، حسب توصيف لويس ألتوسير (Louis Althusser)(6). ويستتبع ذلك هيمنة دائمة

للخبر الرسمي في الأجنحة الإخبارية، والحضور المتكرر لصورة الحاكم العربي، وبناء الخطاب الإعلامي وفق هرمية نمطية تسعى لتحقيق آلية إخضاع الجمهور العام، وصناعة الإجماع، وإقصاء الأصوات المعارضة (7). لكن بعد الانفجار الفضائي العربي، برزت نماذج إعلامية بعضها يتماهى مع نموذج الإعلام الرسمي العربي السابق، وبعضها الآخر اختار مساراً إعلامياً مختلفاً.

وتضعنا القراءة النقدية لتجارب شبكة "إم بي سي" (MBC) و"العربية" لاحقاً، و"المنار"، و"الحرّة"، و"فرانس 24"، و"روسيا اليوم" (RT)، و"تي آر تي" (TRT)، أمام نماذج إعلامية قد تتقاطع في بعض الرؤى والأدوات، وقد تختلف في نقاط أخرى. لكن يبدو جلياً أنه كلما تمكنت المؤسسة الإعلامية من امتلاك تصور واضح ودقيق للرسالة الإعلامية في علاقتها بالسلطة السياسية والمالية التابعة لها، وتجسيد هذا التصور على مستوى الممارسة الإعلامية القائمة على الموضوعية واحترام رأي المتلقي، وتشكيل جمهور دائم يطلب هذه الرسالة ويبحث عنها في سوق المنافسة الإعلامية، كلما أمكن الحديث عن نموذج إعلامي ناجح.

ففي العام 1996، وضمن سياق سياسي عربي غير مستقر، وتبعاً للتداعيات المرتبطة بما بعد حرب الخليج الأولى، وتحول المنطقة العربية إلى ساحة ساخنة للحروب العسكرية والسياسية، أقدمت دولة قطر على إطلاق قناة الجزيرة من العاصمة الدوحة. وهي تُعد أول قناة إخبارية عربية متخصصة في الخبر السياسي والبرامج الحوارية والتغطيات المباشرة، على شاكلة ما كان يُقدّم في الغرب، مثل قنوات "بي بي سي" (BBC) البريطانية، و"سي إن إن" (CNN) و"فوكس نيوز" (FOX NEWS) الأمريكيتين.

لقد سعى القائمون على تحديد "الهوية الإعلامية والسياسة التحريرية" للجزيرة من خلال جملة مبادئ ومعايير عامة إلى تقديم تعريف جامع للقناة أصبحت بموجبه الجزيرة "خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه، شعارها الرأي والرأي الآخر، وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المهنية في إطار مؤسسي... وإذ تسعى الجزيرة لنشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور، فإنها تطمح إلى أن تكون جسراً بين الشعوب والثقافات يُعزّز حق الإنسان في المعرفة وقيم التسامح والديمقراطية واحترام الحريات وحقوق الإنسان" (8).

ورغم أن هذا المنظور العام الذي يحدد الإطار الماهوي والوظيفي لقناة الجزيرة، فإنه يحتاج إلى جملة أدوات عملية، ومعايير تحريرية تتحقق داخل غرفة الأخبار، تكون وظيفتها الأساس إخراج هذا الإطار العام والنظري للعالم الخارجي الذي يجد دلالاته في مفهوم الجمهور الذي يمثل الهدف الأساس لأي نموذج إعلامي.

وسيالاحظ الدارس المُطلع على آليات العمل داخل غرفة أخبار قناة الجزيرة، ومراحل بناء النموذج الإعلامي للقناة، أن هناك انشغلاً واضحاً ببناء نموذج إعلامي جديد ومغاير يستحضر على الدوام جدلية "الرأي والرأي الآخر" إطاراً ناظماً ومُنظماً للسياسة التحريرية للقناة.

ويعود مردُّ هذا الانشغال إلى صعوبة الوصول لبناء سياسة تحريرية موضوعية في التعاطي مع الأخبار والوقائع السياسية. وطالما أن الصعوبة قائمة في التعامل مع الحدث الإخباري، باعتباره حقيقة سياسية يصعب الإمساك بها موضوعياً، ولأن هذا الحدث السياسي يخضع بالضرورة لأكثر من قراءة حسب الخيارات العامة التي تؤطر الرسالة الإعلامية، فإن الحلَّ يكمن في بناء وتشكيل نموذج إخباري يقترب من الحدث والوقائع الحية وينقلها للجمهور دون وساطات أو وصايات، سواء تعلق الأمر بخبر مفرد أو نشرة أخبار أو تغطية مباشرة ومفتوحة.

وانطلاقاً من هذا التناول لقناة الجزيرة من حيث الرؤية الحاكمة لهذا المشروع وترجمته من خلال معايير تحريرية واضحة المعالم، يمكن تحديد الجهاز المفاهيمي للدراسة إجرائياً وفق هذا المنظور.

- النموذج الإخباري: يحيل التناول الإجرائي لمفهوم النموذج الإخباري، كما تعبر عنه محاور الدراسة، على التماثل المادي للاختيارات الإعلامية المعتمدة في قناة الجزيرة من حيث ماهية المؤسسة وهويتها الإعلامية، وهو الإطار الناظم للمنتوج الإخباري اليومي للقناة. فكل ما يُقدَّم على شاشة الجزيرة من تغطيات مباشرة، أو تقارير إخبارية، أو لقاءات أو مقابلات مع ضيوف، يشكل جزءاً من هذا النموذج الإخباري. وإلى جانب كون هذا النموذج يمثل لسان حال المؤسسة، فإن كل نموذج إخباري يجب أن يكون في حالة تفاعل إيجابي مع السياسة التحريرية المعتمدة في القناة ويضع في اعتباره على الدوام الجمهور العام. وتبيّن مراحل التجربة المهنية للجزيرة أن النموذج الإخباري للقناة قدّم نفسه منذ لحظة التأسيس، باعتباره نموذجاً

خاصًا بالجزيرة، يقوم على اعتماد معايير إخبارية وقيم تحريرية غير تقليدية في الممارسة الإعلامية تعتمد التغطية المباشرة التي تعني هنا الارتكاز إلى صحافة الميدان، والحضور الدائم للمراسل الميداني، والقصص الحداثيّة، والضيوف القريبين من ذات الحدث، إلى جانب الاستحضار الدائم للسياق الزمني والمكاني للحدث بأبعاده المختلفة في فهم وتفسير وتحليل تفاصيل الوقائع الإخبارية.

- بنية النموذج الإخباري: تتحدد بنية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة في مجموع الأدوات والأساليب التحريرية التي يتوسل بها الصحفي لترجمة الاختيارات العامة لهذا النموذج داخل غرفة الأخبار. وعلى الرغم من أن بنية النموذج الإخباري تكاد تكون عامة ومشتركة بين جميع القنوات التلفزيونية، فإن محمول هذه البنية ومحتواها هو ما يعبر عن حالة التمايز والتفاضل بين النماذج الإخبارية. فالتغطيات الحية، والتقارير الإخبارية، قد تكون أساليب وقوالب تحريرية حاضرة في جميع التجارب الإعلامية التلفزيونية العربية، لكن هناك فروق واضحة بين بنية النموذج الإخباري الذي تعتمده قناة الجزيرة وما تُقدّمه قنوات تلفزيونية أخرى.

- ديناميات النموذج الإخباري: تتحدد دلالات مفهوم ديناميات النموذج الإخباري لقناة الجزيرة في التعبير عن حالة تمظهر وتطور للأساليب التحريرية المعتمدة داخل غرفة الأخبار الخاصة بالقناة وتفاعلها مع الأحداث الإخبارية أولاً، ومع الجمهور العام العربي ثانياً. فالبنية العامة للنموذج الإخباري لقناة الجزيرة ليست بالبنية الجامدة ولا بالقوالب الجاهزة، وإنما حالة إعلامية تقوم على جدلية التفاعل بين السياسة التحريرية للقناة في علاقتها بالجمهور العام أو المجتمع عمومًا. وبذلك، فالتناول الإجرائي لمفهوم الدينامية يتحدد في مجموع محطات وحالات التغيير والتحول التي طبعت هذا النموذج داخل حيز زمني معين. ويشير ذلك إلى أن العملية الإنتاجية للخبر ليست ثابتة بالضرورة، بل هي محصلة تفاعل بين المقولات التحريرية للقناة والسياقات الخارجية للمجتمع. والحال أن الاختيار المنهجي للدراسة، والقائم على هذا التناول الإجرائي للمفاهيم الثلاثة، يستجيب في جوهره لجميع الظواهر الإنسانية من حيث بنيتها التوليدية، وديناميتها التاريخية، ويهدف بالدرجة الأولى إلى تقديم كفاية تفسيرية لهذه الظاهرة الإعلامية كما يُعبّر عنها داخل غرفة أخبار قناة الجزيرة.

2. سلطة الوقائع واختلاف المنظور الإعلامي

كانت قناة الجزيرة منذ تأسيسها، في الأول من نوفمبر/ تشرين الثاني 1996، معنية أولاً بكسر وخلخلة عناصر النموذج الإخباري للإعلام الرسمي العربي، ولذلك جاءت نشرات الأخبار والبرامج المختلفة للقناة عاكسة لممارسة إعلامية مغايرة، من حيث طبيعة ونوع الأخبار وطرق تناولها. وقبل ظهور الجزيرة وتغطيتها للأخبار الساخنة، كانت قنوات "بي بي سي" البريطانية و"سي إن إن" و"فوكس نيوز" الأمريكيتان تهيمن كلياً على تغطية الأحداث العربية والإسلامية الكبرى.

ولأننا سنقتصر في هذا المستوى التحليلي الأول على الحدث الأفغاني، نجد أن الجمهور العربي كان قبل ظهور قناة الجزيرة أسير تغطيات القنوات الثلاث سالفه الذكر. لكن في العام 1999، أي بعد ثلاثة أعوام على انطلاق الجزيرة، وبأمر من قيادة حركة طالبان، ممثلة في وزير خارجيتها آنذاك، وكيل أحمد متوكل، تم السماح لكل من قناة الجزيرة، وقناة "سي إن إن"، بتغطية الأحداث في أفغانستان، لكن غابت المحطة الأمريكية عن الحدث. وهنا، ستبرز أولى معالم النموذج الإعلامي لقناة الجزيرة في سياق دولي حساس انطبع بما أسمته أميركا "الحرب على الإرهاب"، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001.

وتشير المعطيات في تلك الفترة (نهاية 1999)، أو حتى بعد الحرب الأمريكية على أفغانستان، إلى أن خطوة تأسيس مكتب الجزيرة في كابل كانت تعبر عن رؤية إستراتيجية/ استشرافية في التعامل مع جغرافية الأحداث وتوقعها وتطوراتها، خاصة أن المكتب أنشئ قبل الحرب على أفغانستان. وقد كان هناك نقاش مستفيض داخل إدارة القناة بشأن أهمية فتح المكتب في كابل، وغلبت الرؤية الإستراتيجية التي كانت تتوقع وتستشرف تحول المنطقة إلى "برميل بارود"، وبؤرة صراع سُتغيّر معالم السياسة الدولية. وجرى فتح مكتب متكامل يقوم على مدار الساعة بإعداد تقارير وإرسال صور حية، وبث مقابلات مباشرة مع قيادات ميدانية من أفغانستان، وأحياناً أخرى يتم فتح تغطيات مباشرة وتقديم سردية مصورة مغايرة لما كان تُقدّمه قناة "سي إن إن" في السابق.

وتساعدنا المادة الأرشيفية المتوافرة بمكتبة قناة الجزيرة في إبراز منظور المعالجة

الإعلامية وأساليب التغطية الإخبارية؛ حيث نجد أن تعامل النموذج الإخباري لقناة الجزيرة مع الحدث الأفغاني تم على مستويات متعددة ومختلفة.

ففي تغطيتها لوقائع الغارة الأميركية على العاصمة، كابل (9)، فتحت الجزيرة تغطية مباشرة لنقل تفاصيل الغارة الليلية على العاصمة؛ حيث أجريت مقابلات مباشرة على الهواء مع المراسل، تيسير علوني. وما يستوقف الباحث في التغطية هو أن صور كاميرا الجزيرة، وصوت المراسل، شكلاً الحدث الأبرز في التغطية الليلية. وفي التفاصيل، يُقدّم تيسير علوني معلومات عن استهداف الغارات الأميركية لمطار العاصمة، كابل، وسعي الإدارة الأميركية للقضاء على تنظيم القاعدة، ثم تنتقل كاميرا الجزيرة، بالصوت والصورة، لرصد تحركات الوحدات القتالية لحركة طالبان لصد الهجوم الجوي.

ولأن الصور الخاصة بالغارات الأميركية واللقاءات الحصرية كانت تبثها الجزيرة، باعتبارها القناة الوحيدة في قلب العاصمة، كابل، فقد لجأت جميع القنوات الأجنبية -بما في ذلك قناة "سي إن إن"- إلى نقل الأحداث عن الجزيرة. ويستدعي هذا الوضع الجديد إبراز الملاحظات الآتية:

- لأول مرة في تاريخ الإعلام العربي يجري كسر الهيمنة الغربية في تغطية الحدث العربي والإسلامي. فبعدما كان الجمهور العربي والإسلامي أسير نموذج إعلامي غربي خارجي يخدم المصالح الغربية، أصبح هناك نموذج إعلامي عربي محلي ينقل الأحداث من منظور مغاير لا يخضع بالضرورة للنموذج الإعلامي الغربي.

- برز نموذج إعلامي عربي استفاد من التجارب الإعلامية الغربية، لكنه قدّم تغطية خاصة للحدث الأفغاني من منظور يتواءم مع هوية القناة وفلسفتها الإخبارية، وبذلك استطاع هذا النموذج الإعلامي أن ينافس النموذج الغربي.

- تجلّت السمات والخصائص الأولى للنموذج الإخباري لقناة الجزيرة في نقل الأحداث والوقائع الأفغانية من خلال الاعتماد على الصور الخاصة والاستثنائية. ولأن الجزيرة كانت وحدها في تغطية الحرب على أفغانستان، فقد أصبحت صاحبة "سلطة" في تقديم تغطية جديدة ومغايرة عن الوضع في أفغانستان.

ومن هذا المنظور، فإن تغطيات قناة الجزيرة لمجريات الحرب، أو بشكل أدق الصور

الحية التي بثتها الجزيرة حصرياً عن مشاهد الحرب وتطوراتها، نجحت في تقديم نموذج إخباري مغاير ومختلف عن نماذج بعض الفضائيات الدولية. ففي الوقت الذي كانت القنوات الغربية تحاول أن تُقدِّم تغطية "نظيفة" للحرب على أفغانستان تحجب فيها الآثار التي تخلفها على مستوى البنية التحتية وغيرها، وتُعتمَّ فيها على المآسي الإنسانية، وتركز على التطور التكنولوجي للآلة العسكرية والحربية و"بطولة" الجنود - وقد حصل ذلك أيضاً في حرب الخليج الثانية والثالثة - نجد أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة يُقدِّم من خلال التغطية المباشرة منظوراً إخبارياً مغايراً وبديلاً يركز على "الإنسان" الذي يمثل ضحية هذه الآلة العسكرية. وبذلك يكشف هذا النموذج كلفة الحرب وآثارها المادية والإنسانية، وأيضاً تداعياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وبالرجوع إلى المادة الأرشيفية التي اعتمدها الدراسة في المتن التحليلي، نجد أن الصورة الإعلامية في تغطيات الجزيرة للحرب على أفغانستان كانت تسير جنباً إلى جنب التقرير الصوتي للمراسل، ولذلك تُعد جزءاً مركزياً من محمول الرسالة الإعلامية إن لم تكن تمثل أساسه. كما أن اختيار الصورة الجيدة والمعبرة عن الحدث تقود إلى الاقتناع بأن مراسل الجزيرة، تيسير علوني، كان يكتب للصورة ويجعلها حاملة الرواية الخبرية.

ويتحدد النموذج التحليلي الثاني في تغطية الجزيرة للحدث الأفغاني في تقرير إخباري ميداني؛ إذ نقلنا كاميرا الجزيرة من خلاله إلى مكان حطام الطائرتين الأمريكيتين في ولاية غزني، اللتين أعلنت حركة طالبان إسقاطهما. ففي الموقع الأول رصدت الكاميرا حطام طائرة مروحية متناثرة بمحيط المنطقة، أما الموقع الثاني فكان يضم حطام طائرة مسيرة مصنوعة من الألياف الزجاجية(10).

وما يستوقف الباحث في التقرير هو حضور "النفس الاستقصائي" ملمحاً مهماً في إعداد التقرير التلفزيوني وفق النموذج الإخباري المعتمد في قناة الجزيرة. فالتقرير المصور كان عبارة عن عملية تحريرية تقودنا الكاميرا عبرها لمعرفة تفاصيل جديدة عن سقوط الطائرتين في موقعين مختلفين. ومع تواصل فصول الرحلة المصورة، نقف على جملة من الوقائع المثبتة بالصور الحديثة (من الحدث)، وشهادات خاصة لشهود عيان من مكان الحدث، إلى جانب شهادات عناصر طالبان الذين كانوا يتحدثون عن غنائم.

أما المادة التحليلية الثالثة، فتتمثل في تقرير ميداني خاص حول "البحث عن قاعدة أميركية بولاية غزني الأفغانية" (11). فبعد إعلان حركة طالبان شكوكها بوجود قاعدة أميركية في ولاية غزني، نشرت مجموعات من رجالها لتمشيط المنطقة ودراسة الخرائط التي تم العثور عليها في مكان تحطم الطائرتين الأميركيتين في مديرية ناور. وبذلك جاءت المادة الفيلمية للتقرير عبارة عن صور حديثة حول عميلة البحث عن القاعدة المفترضة. ويكشف التقرير مرة أخرى جانباً من ملمح "صحافة الاستقصاء" القائمة على التحقيق الميداني.

ونستخلص من هذه النماذج التحليلية لمتظاهرات النموذج الإخباري لقناة الجزيرة أن تغطية الحرب على أفغانستان كانت مؤطرة بما يمكن تسميته بـ"سلطة الوقائع"، أي أن التغطية كانت محكومة بجملة من الوقائع التي فرضت نفسها عربياً وعالمياً، وكان يجب نقلها للجمهور العربي والعالمي من منظور يستجيب لهوية القناة. وكشفت هذه التغطيات أيضاً أن ما نقلته الجزيرة عبر تقاريرها الاستقصائية وتحقيقاتها الميدانية، أو عبر الشهادات الحية لضيوف غير مألوفين، أو التغطيات المباشرة، ما كان يُقدّم في وسيلة إعلام أميركية أو بريطانية.

وتشير سلطة الوقائع التي ميزت تغطية قناة الجزيرة إلى أن القصف الأميركي لمكتبها في العاصمة الأفغانية، كابل، في 7 أكتوبر/ تشرين الأول 2001، كان بسبب تمكن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة من كسر الهيمنة الإعلامية للنموذج الغربي، وتقديم صورة جديدة ومغايرة لا يمكن لساسة الغرب أن يرضوا عنها (12). لذلك فإن جميع التغطيات الحية لتسيير علوني إلى جانب التقارير الإخبارية والمقابلات، كانت تشغل على قاعدة أن من يمتلك الصورة يمتلك سلطة الإخبار، والإقناع والتأثير على أكبر قاعدة من الرأي العام العربي والإسلامي. ومن ثم، شكّلت سيطرة قناة الجزيرة على تغطية الوقائع الأفغانية أكبر نصر للجزيرة في مواجهة الوصاية الإعلامية والسياسية للولايات المتحدة الأميركية وقنواتها (13).

ومن هذا المنظور التحليلي نجد أن الصورة الذهنية (14) التي كانت لدى الجمهور العام الغربي والعربي عن أفغانستان، لم تعد هي ذاتها؛ إذ أصبحت هناك حقيقة إعلامية جديدة مغايرة بعد كسر هيمنة الشبكات الإعلامية الأميركية على المشهد الإعلامي العام في أفغانستان. فقد كانت "سي إن إن" و"فوكس نيوز"، وحتى "بي

بي سي" البريطانية، تحدّد الأولويات الإخبارية، ومن ثم الهيمنة على الرأي العام العالمي وتوجيهه أينما شاءت وكيفما أرادت، لكن غياب هذه القنوات الفضائية عن تغطية ما تسميه أميركا "الحرب على الإرهاب" في أفغانستان، فسح المجال للجزيرة كي تُقدّم منظورًا خاصًا لهذه الحرب، وصورة ذهنية جديدة لتحل محل صورة ذهنية مُقوّلة (15).

وهكذا، فإن الصورة الإعلامية في تغطية الجزيرة للحرب على أفغانستان تمثّل خطابًا مَبِينًا، وتعبر عن أفكار ومدرجات مغايرة للمنظور الغربي... تريد بناء حقائق جديدة تساعد الجمهور العربي والإسلامي وحتى الغربي على بناء إدراك جديد لا يخضع بالضرورة للمنظور الغربي الجاهز والمؤطر والمُنمط (16).

ومن باب المقارنة بين أداء النموذج الإخباري لقناة الجزيرة ونماذج إخبارية غربية، خاصة قناة "سي إن إن"، حاول الباحثان توماس جونسون (Thomas Johnson) وشهيرة فهمي، في دراستهما التي نشرت عام 2008 (17)، الإجابة عن سؤال استنكاري، وهو عنوان للدراسة أيضًا: "هل الجزيرة تمثّل مقابلًا موضوعيًا لـ"سي إن إن" المعروفة بتقليدها المهنية التي تقوم على الموضوعية في التعامل مع الخبر والمصادقية في التعاطي مع الجمهور أم إنها بوق لتفريخ الإرهاب؟". ورغم أن القيمة المضافة للدراسة تتحدد من خلال إنجازها في سياق زمني مطبوع بالحملة الأميركية على ما تسميه "الحرب على الإرهاب"، ودور الإعلام في صياغة معرفة جديدة ليست بالضرورة منسجمة مع الخيارات الأميركية العامة، أو السلطة السياسية الحاكمة في العالم العربي، فإنها قدّمت من خلال تحليل مواد أرشيفية للجزيرة أجوبة تنزع نحو الموضوعية عن جملة الأسئلة المرتبطة بسياسة صناعة الأخبار، وحق المواطن العربي في المعلومة الصحيحة.

وأكد الباحثان، جونسون وفهمي، من خلال التركيز على مفهوم المصادقية كفعل مركب يجمع أطراف الرسالة الإعلامية، أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة يعتبر مصدرًا موثوقًا للأخبار (18)، وأن النقد أو الانتقاد الذي يُوجّه لها من قبل الحكومة الأميركية، أو النظم الاستبدادية العربية، دليل على مصادقيتها.

وفي الوقت الذي نلاحظ فيه تأكيد هذه النتائج في دراسات عربية متقدمة تاريخيًا (19)، فإن الدارسة ركزت على اختبار مجموعة من العناصر المرتبطة بصناعة الخبر، مثل

الثقة والإنصاف والعمق والمصداقية، على عينة من مشاهدي الجزيرة تتكوّن من 646 مفردة تتوزع على 53 دولة عربية وإسلامية. وكشفت النتائج أن النموذج الإخباري للقناة حظي بتقديرات تجمع بين "الجيد" و"الجيد جدًا"، وهو يتقدم على "بي بي سي" و"سي إن إن". كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي العام أن مشاهدي الجزيرة يعتبرون القناة مصدرًا معتمدًا أو موثوقًا جدًا.

وفي ذات المسار الذي ميّز الدراسة السابقة للباحثين، توماس جونسون وشهيره فهمي، يحاولان مرة أخرى في دراستهما الصادرة عام 2010، بعنوان "من يفوز بقلب وعقل الرأي العام العربي؟: دراسة في كيفية حكم المشاهدين العرب على صدقية كل من قنوات الجزيرة والعربية والحررة والمحطات المحلية" (20)، أن يحصرًا عمليات البحث والتقييم داخل الفضاء الإعلامي العربي، وأن يحددا الأدوار والوظائف التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية في محيطها الاجتماعي والسياسي. وخلصت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة تفوقت على بعض القنوات العربية والدولية في جميع المستويات المعتمدة في صناعة الأخبار، وأرست نموذجًا لوسيلة الإعلام النزيهة في عملية صناعة الأخبار والتعاطي مع الجمهور العربي. ويبيّن أن الجزيرة نجحت خلال عقد واحد من الزمن في كسر الاحتكار الغربي لسوق الأخبار، وأن سوق المنافسة في صناعة الأخبار بالعالم العربي مالت لفائدة الجزيرة التي أصبحت صوتًا وعلامة عالمية.

3. تنازع السرديات وجدلية الإحلال والإبدال

في نفس المساق التحليلي للحرب على أفغانستان، نجد أن الجزيرة اعتمدت ذات النموذج الإخباري في تغطية الحدث العراقي ووفق ذات المنظور، لكن باعتماد دينامية جديدة تميزت بغلبة السياق الإعلامي والسياسي الخاص بالعراق وتأثيره في بقية العناصر الثلاثة، ويضاف إلى ذلك الحضور القوي للوقائع الخبرية ودورها في صياغة خطاب إعلامي خاص بالجزيرة.

ونشير هنا إلى أن التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثانية (2 أغسطس/ آب 1990 - 28 فبراير/ شباط 1991)، والتي تعرف في الأدبيات الغربية بـ"عاصفة الصحراء"، تميزت بكونها "حربًا متلفزة بشكل كبير"؛ إذ تمكنت خلالها قناة "سي إن إن" من

بث تغطيتها على الهواء مباشرة متسلحة بتكنولوجيا الأقمار الصناعية التي أسهمت في ظهور نوع جديد من "تغطية الحروب".

ورغم استفادة وسائل الإعلام البريطانية والأميركية من هذه التكنولوجيا، فإن تغطية القنوات الغربية كانت أسيرة "المعلومات والصور التي قدمها الجيش الغربي مما جعلها تغطية تابعة ومتحيزة" (21). لكن مع تغطية حرب الخليج الثالثة (غزو العراق في 20 مارس/ آذار 2003)، ودخول قناة الجزيرة لمعترك التغطيات الإخبارية، سيتغير الوضع كلياً.

ورغم أن قناة الجزيرة كانت حاضرة في العاصمة، بغداد، منذ انطلاق الحرب، إلا أن تغطيتها ليوم سقوط بغداد كان حدثاً إعلامياً بامتياز. فقد قامت الجزيرة بفتح تغطية مباشرة منذ الساعات الأولى لدخول القوات الأميركية إلى بغداد من خلال التركيز على مشهد تمثال الرئيس العراقي، صدام حسين، الذي كان منتصباً في قلب العاصمة. وشكّلت تلك اللحظة واحدة من أهم اللحظات التاريخية التي نقلتها الجزيرة عن حرب الخليج الثالثة.

ففي الوقت الذي انخرطت فيه القنوات الأجنبية في تتبّع حركة الدبابات التابعة لقوات التحالف وهي تدخل من محاور مختلفة إلى العاصمة، بغداد، ركزت قناة الجزيرة على الوضع الآني والمستقبلي لتمثال صدام حسين المنتصب في ساحة الفردوس بمنطقة الرصافة بالجزء الشرقي لبغداد. وعندما وصلت القوات الأميركية إلى مكان التمثال، انضمت جميع قنوات العالم لنقل لحظة محاولات إسقاط التمثال.

وقد قدّم موفد الجزيرة، ماهر عبد الله، منظوراً متميزاً في التغطية من خلال استنطاق الحدث واستدعاء الخلفيات المناسبة التي تعضد السردية العربية التي كانت غائبة في حرب الخليج الثانية. فقد استهل تغطيته بمجموعة من التساؤلات عن دلالات هذه "اللحظة الفارقة في تاريخ العراق والدبابات الأميركية تنوغل في أحياء عاصمة الرشيد من جميع الأطراف"، وهنا بدأت معالم بناء "سردية عربية للغزو الأميركي للعراق أو ما يُعرف بحرب الرئيس جورج بوش الابن" (22).

ومع تعدد زوايا الكاميرا لصور التمثال، أضاف مراسل الجزيرة قائلاً: "يوم غير عادي في حرب غير عادية.. هكذا وبكل سهولة اكتمل الاحتلال السهل، وقبّل العراقيون

بهذا الاحتلال" لبدأ بعدها التركيز على المحاولات المتعددة التي قام بها مواطنون عراقيون لإسقاط تمثال صدام حسين.

وباستمرار بث تفاصيل المشهد، والمنظور الخطابي للمراسل، بدأت تتبلور معالم سردية عربية. فقد أصبح الحدث في التغطية، بعدما تأكد احتلال القوات الأجنبية لبغداد، هو ما يقع في ساحة الفردوس بمنطقة الرصافة. ثم يتم الانتقال بعد ذلك لمشهد صغير من فندق فلسطين، حيث تحاول مجموعة من الشباب العراقيين تمزيق صورة صدام من على جدار الفندق، لكن الصورة تستعصي على التمزيق. وتتم العودة للمشهد المهيمن وهو تمثال الرئيس العراقي، صدام حسين، الذي يأبى هو الآخر السقوط على أياد عراقية. فالصور تتكلم وتقول كل شيء، ويأبى موفد الجزيرة إلا أن يقول هو الآخر: "بعد أن فشل العراقيون في تغيير نظام صدام وإسقاط تمثاله من قلب بغداد استنجدوا بالدبابة الأميركية والجنود لإسقاط التمثال".

وبذلك تتضح بعض عناصر النموذج الإخباري لقناة الجزيرة في تغطيتها لحرب الخليج الثالثة، والتي تقوم على إبراز سردية عربية في مواجهة سردية غربية من خلال التغطية الحية والمباشرة للأحداث المصرية. ففي مواجهة الجندي الأميركي الذي يحاول جاهداً وضع العلم على وجه تمثال صدام، وابتهاج الرئيس جورج بوش الابن، وهو يتابع المشهد من على شاشة "سي إن إن"، برزت سردية عربية لا تزال قائمة حتى اليوم، والتي نقل تفاصيلها موفد الجزيرة، ماهر عبد الله، وهو يتساءل: "بعد هذا السقوط السريع ووصول الدبابات الغربية إلى قلب بغداد لماذا ترفض صور صدام أن تحترق؟ ولماذا تمثال صدام يأبى السقوط؟ ولماذا هذا السقوط السريع منذ البداية؟ ومن سيسد فراغ سقوط نظام الرئيس صدام حسين؟ وكيف سيؤثر هذا الحدث في الكثير من التفاصيل في العاصمة، بغداد، والعراق والعالم العربي وحتى الغربي بعد هذا اليوم؟

ويبدو من خلال هذه المعالجة الإعلامية أن دينامية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة في حرب الخليج الثالثة، تتمثل في بناء سردية عربية تختلف عن السرديات الغربية التي كانت ترى في دخول الدبابات الأجنبية لبغداد حالة نصر ونهاية لنظام الرئيس صدام حسين الذي تمكن من بناء ترسانة نووية، وأصبح يشكل تهديداً لشعبه وللإقليم وللنظام الدولي بالكامل.

وقد شكّل مشهد انفعال مذيع قناة الجزيرة، محمد كريشان، وهو يقرأ خبر سقوط العاصمة العراقية، لحظة مهمة لكشف تفاصيل السردية العربية. ولأن الجزيرة قناة عربية الانتماء عالمية التوجه "فإن النَّفس العربي والإسلامي ظلا حاضرين في التغطية على مستوى الخلفية المعرفية والنفسية لصناعة الخبر"، وطالما أن السردية الغربية تسوغ لنفسها وللمدافعين عنها التذرع بالأسلحة النووية لاحتلال العراق وقتل الأطفال والنساء، فإن السردية العربية لها كامل الحق في التفاعل مع الحدث من منظورها الخاص وحسب بنيتها المعرفية والنفسية" (23).

وفي تغطية الجزيرة لليوم الثامن عشر من دخول القوات البريطانية إلى مدينة البصرة، وردت في التقرير الذي أنجزه الصحفي محمد الكبير الكتبي تفاصيل جديدة عن تنازع السرديتين، العربية والغربية، تجاه "حدث غزو العراق من قبل القوات البريطانية المدججة بالطائرات والدبابات وهي تحتل أحياء المدينة، مع اختفاء جميع أشكال المقاومة" (24). وعبر مشاهد التقرير نواجه بـ "خوف القوات الغازية وخشيتها من رصاص القناصة، وهجمات المقاومة ممثلة في فدائيي صدام، في مقابل أن المواطن العراقي كان يمارس حياته اليومية دونما خوف ولا وجل" ليتم بعدها التساؤل حول "مستقبل مدينة البصرة خلال الأيام والسنوات المقبلة بعد سقوط صدام، وهل من دور ممكن لحزب البعث؟". وعبر شهادات العراقيين نكتشف أن القوات البريطانية التي جاءت من أجل "تحرير العراق" لم تتمكن من الاستجابة لأبسط احتياجات الناس في مدينة البصرة، كما أن أغلبهم يخاف من عودة غير منتظرة للمقاومة العراقية. ويكشف مرة أخرى تنازع السرديات في تغطية الجزيرة لحرب الخليج الثالثة أن النموذج الإخباري للقناة الذي تزامن مع السنوات السبع الأولى لانطلاق الجزيرة كان محكومًا بألية محددة تتمثل في "إستراتيجية الإحلال والإبدال". فهناك سردية عربية جديدة في مقابل سردية غربية مهيمنة. ولأن المنظور الإعلامي مختلف فإن السردية العربية حلّت محلّ الغربية التي اضمحلت.

وخلال تغطية قناة الجزيرة للحظة استشهاد مراسل الجزيرة، طارق أيوب، في 8 أبريل/ نيسان 2003، تتضح معالم ذروة تنازع السرديتين العربية والغربية. فقد شكّل استهداف مكتب الجزيرة من قبل القوات الأميركية رغبة في حجب الحقيقة، واستهداف صحفيي الجزيرة، وإسكات السردية العربية المغايرة بكل الطرق. وهو ما

يُعد دليلاً على تراجع السردية الغربية، وهذا ما عبّر عنه طارق أيوب نفسه في آخر مقابلة له قبل استشهاده حين قال: "الحزن يخيم على عاصمة الرشيد، وحالة من الكآبة تُرسم على محيا أهلها الذين استهدفتم عمليات القصف المتواصلة وأحالت حياتهم لجحيم، لكنها لم تكسر من عزيمتهم" (25).

وقد اختزل مراسل الجزيرة، ماجد عبد الهادي، في مقابلة له تغطيات الجزيرة لحرب الخليج الثالثة وصراع السرديتين، الغربية والعربية، عندما قال: "نحن لسنا طرفاً في الحرب، لكننا شهود على ما يقع وعملنا أزجج الغرب ودفع بالإدارة الأميركية إلى إطلاق النار علينا كشهود لإخفاء الجريمة وبذلك تحولنا من شهود عيان إلى مستهدفين".

من هذا المنظور يتبين أن دينامية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة قد انتقلت في تغطيتها للحرب على أفغانستان من كسر الهيمنة الغربية إلى مرحلة ممارسة نمط من السلطة الرمزية، وتقديم وجهة نظر عربية أمام نظيرتها الغربية في حرب الخليج الثالثة. وفي كلتا الحالتين تمت الاستعانة بالطيران الغربي لإسكات السردية التي شكّلتها القناة، وهو ما يوضح أن الجزيرة أصبحت سلطة إعلامية. وبذلك يكون النموذج الإخباري لقناة الجزيرة في تغطيته للأحداث الأفغانية والعراقية قد بلور صورة جديدة، وسردية جديدة، وسلطة جديدة.

4. سلطة المراسل بين درجات المصادقية وأداء المؤسسة

تمثّل تغطية قناة الجزيرة لحرب يوليو/ تموز 2006 حدثاً إعلامياً مهماً يضاف للحدثين السابقين. فالحرب الإسرائيلية على لبنان، في 12 يوليو/ تموز من العام نفسه، والتي استمرت 34 يوماً، شكّلت لحظة فاصلة على المستويين الإعلامي والسياسي العربيين. ونشير هنا إلى أن الصراع العربي-الإسرائيلي عموماً، والقضية الفلسطينية على وجه التحديد، ظلا من أكثر الملفات حضوراً على مستوى تغطيات الجزيرة. كما أن حضور هذا الملف على مستوى الخريطة الإخبارية للقناة حظي بقسط وافر من المقاربات في الدراسات الأكاديمية العربية والغربية. ويعزو الباحثان، شهيرة فهمي وتوماس جونسون، هذا الحضور إلى سعي الجزيرة لتغطية هذا الحدث من خلال التركيز على الإنسان، وتفصيل الأحداث اليومية حتى تكتمل الصورة لدى المشاهد

العربي. ويُبرز ذلك التعالق الموضوعي بين درجات مصداقية أداء المؤسسة، وحدود حرية الإعلام في تناول القضايا التي تهم الإنسان العربي (26).

فمند اليوم الثالث عشر من يوليو/تموز، أي اليوم الثاني من الحرب، وصلت صواريخ حزب الله إلى الداخل الإسرائيلي، وخاصة مدينة حيفا. وكانت الحكومة الإسرائيلية قبل الحرب رفعت من سقف أهدافها، لكن بعد سلسلة الصواريخ التي أصابت الكثير من الأهداف الإسرائيلية، وكسر مقولتي: القبضة الحديدية والجيش الذي لا يقهر، أيقنت الجبهة الداخلية أن النصر لن يكون حليف إسرائيل في هذه المعركة الحاسمة، وأن الأهداف التي وُضعت يصعب تحقيقها. وهذا ما عبّرت عنه الصحافة الإسرائيلية بعد أن أصابت صواريخ حزب الله ميناء حيفا وجبل الكرمل ومدينة حيفا حينما أكدت أن "أولمرت والقادة العسكريين في إسرائيل قادوا جنود الاحتلال لمحرقة حزب الله" (27).

وتبيّن المادة الأرشيفية لقناة الجزيرة أن المستوطنات كانت أكثر المواقع استهدافاً من قبل صواريخ حزب الله (28). كما أن النقل المباشر لما يجري في العمق الإسرائيلي برّاً وبحراً وجوّاً، ونجاح مراسلي الجزيرة في تقديم تفاصيل الحرب في الداخل الإسرائيلي، أسهم في كشف زيف الدعاية الإسرائيلية عن قوة الجيش الإسرائيلي الذي لا يقهر.

هذه السياسة التحريرية لقناة الجزيرة في تغطية الأحداث والصراعات دفعت الأكاديمي ليون برخو (Leon barkho)، أستاذ الإعلام والاتصال في جامعة كوبنهاغن الدانماركية، إلى الإقرار بأن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة تفوق على قناتي "بي بي سي" و"سي إن إن" في تغطية أحداث الشرق الأوسط، وخاصة القضية الفلسطينية (29). فقد لاحظ من خلال تحليله للنموذج الإخباري بين القنوات الثلاث وجود خلافات جوهرية بين تغطياتها للحدث السياسي في الشرق الأوسط، خاصة فيما يتعلق بمستويات الحياد، وعدم التوازن في التغطية. وخلص برخو بالاعتماد على نماذج تحليلية من القنوات الثلاث إلى أن الجزيرة، وخلافاً لـ"بي بي سي" و"سي إن إن"، لها منظور خاص على مستوى بناء الجملة والاستشهادات وسياقات الأخبار. ولا تتردد في نقل الموقف الرسمي الإسرائيلي من الحرب للجمهور العربي، لأنها تعتبر أن من حق الجمهور العربي والدولي معرفة الحقيقة التي يجب عدم

السكوت عنها. كما توقف برخو عند صياغة الأخبار بين القنوات الثلاث والخلفية التي تحكم بنية الصياغات التحريرية والتباين في استعمال مفاهيم من قبيل الشهيد، والحق الفلسطيني، والأراضي المقدسة.

وفي الوقت الذي كشفت فيه تغطيات الجزيرة للحرب الإسرائيلية زيف التفوق الإسرائيلي، فإن ليون برخو عَضد هذا التوجه من خلال تأكيده أن الجزيرة تُصنّف ضمن المؤسسات الإعلامية الثلاث المؤثرة في العالم (الجزيرة، و"سي إن إن"، و"بي بي سي"). وهذا ما جعل الجزيرة مهيمنة على تغطية الأحداث الكبرى في المنطقة العربية، ومؤثرة في تطور الوعي السياسي بالصراع العربي-الإسرائيلي، وبناء وتفعيل مقولات سياسية وفكرية جديدة في العالم العربي؛ إذ إن قوتها نابعة من فاعلية وقوة تأثيرها في الجمهور العربي من المحيط إلى الخليج(30).

وعلى مستوى الداخل الفلسطيني، يبدو أن الانقسام بين الفصائل الفلسطينية وحضوره على مستوى التغطيات الإخبارية للجزيرة أسهم في تحقيق سبق صحفي يتعلق بالحصول على وثائق سرية بشأن محاضر لقاءات المفاوضات بين إسرائيل والسلطة الفلسطينية. ولأن الأمر يتعلق بأكبر تسريب إعلامي شمل نحو 1684 وثيقة سرية عن مفاوضات استمرت لأكثر من عشر سنوات(31)، فقد أصبحت الجزيرة عاملاً مؤثراً في معادلة القضية الفلسطينية داخلياً عبر بوابة "إعلام التحقيقات في الملفات السياسية".

وتوضح القراءة النقدية لهذا السبق الصحفي أن الجزيرة أماطت اللثام عن تنازلات فلسطينية خطيرة شملت القضايا الثلاث الكبرى التي ترتبط بمستقبل القدس، وقضية اللاجئين، والتنسيق الأمني مع إسرائيل. و"بهذا السبق الصحفي تكون الجزيرة قد كشفت المستور عبر جنس صحافة التحقيق"(32).

5. سلطة السياق والتفاعل مع التحولات السياسية

خلص الكثير من الدراسات والأطروحات الجامعية التي تناولت تجربة الجزيرة إلى وجود حالة من التعالق بين القناة وأهم محطات التحول الاجتماعي والسياسي في أكثر من بلد عربي خلال العقدين الأخيرين. وهو الأمر الذي تنبّه إليه الدارسون منذ السنوات الأولى لانطلاق القناة؛ إذ يرى الباحث هيو مايلز (Hugh Miles)،

في دراسته عن الجزيرة في العام 2005 ، أن تجربتها تختلف عن القنوات الأجنبية، فالجزيرة "لا تدافع عن الديمقراطية فحسب، بل تحفز على الفعل الديمقراطي في المنطقة العربية" (33)، وكشفت للمواطن العربي، عبر برامجها الإخبارية والحوارية القائمة على النقاش السياسي، معنى الفعل الديمقراطي وممارسته، وقامت بدور المحفز للوعي السياسي العربي في علاقتها بالشأن العام وتحقيق شروط التغيير. وبهذا المعنى يتحدد الدور السياسي لقناة الجزيرة، حسب مايلز؛ إذ "أنهت سنوات من الظلام الذي امتد لعقود عاش فيها المواطن العربي فقط على ما تقدمه وسائل الإعلام الحكومية" (34)، وتحولت إلى أداة للتربية على الديمقراطية، ومواجهة الرقابة في رقعة جغرافية مطبوعة بالاستبداد والتخلف وتبعية وسائل الإعلام للأنظمة السياسية.

وبذلك تكون الجزيرة وسيلة إعلامية لإعادة طرح القضايا السياسية على الجمهور العربي عبر نموذج إخباري يجد تمظهراته في نشرات الأخبار والبرامج الحوارية التي تقوم على عرض الحقائق دون وساطات و"البحث عن التوازن المفقود بين وجهات النظر ومواجهة الأخبار المزيفة والحقائق المغيبة"، والإيمان بأن "حرية الرأي والتعبير وتقديم الحقيقة للرأي العام في العالم العربي اليوم مسألة ذات أولوية خاصة" (35).

وتبدو قيمة هذه الأفكار في كونها مقدمة ضرورية لدينامية الأحداث السياسية الكبرى التي أفضت إلى مرحلة الربيع العربي التي تشكل التمفصل الأساس في مسيرة الجزيرة في علاقتها بالفعل السياسي العربي. فعبر تغطيتها للثورات العربية منذ شراراتها الأولى، ومواكبتها لتفاصيل الحراك الثوري العربي في ساحاته المختلفة، ونوعية التغطيات التي تعتمد على التكنولوجيات ومشاركة نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، قامت الجزيرة بدور محفز في الوعي بالفعل السياسي العربي الثوري في تونس ثم مصر وسوريا واليمن والبحرين والأردن والبحرين. وبهذا المعنى يكون النموذج الإخباري لقناة الجزيرة وتفاعله مع التحولات السياسية في الدول العربية منذ تسعينات القرن الماضي قد أسهم في إعادة صياغة سردية التغيير العربي، بل يمكن القول: إن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة وجد جميع تمظهراته ودينامياته في مرحلة ثورات الربيع العربي.

فالتغطيات المفتوحة والمباشرة على مدار الساعة من الميادين والساحات العربية، والنقل الحي للمسيرات المليونية والمواجهات بين قوات الأمن والمتظاهرين، التي

عرضتها شاشة القناة دون وسيط، كان لها بالغ الأثر في كسر حاجز الخوف ما جعل الملايين يخرجون للشارع للاحتجاج والتظاهر والاعتصام. كما تحولت نشرات الحصاد إلى مجال عمومي لمناقشة مطالب المجتمع، والاستماع لجميع الأصوات التي رجحت كفة خيارات الشعب في مقابل تآكل أطروحة السلطة.

وسنقتصر في المستوى التحليلي على نشرة الحصاد الإخباري، في 14 يناير/ كانون الثاني 2011، والتي كانت مخصصة لبداية الحراك الثوري في تونس (36)، وذلك لإبراز كيفية اشتغال النموذج الإخباري لقناة الجزيرة خلال ثورات الربيع العربي. فقد ركزت نشرة الحصاد على حدث واحد هو "فرار الرئيس زين العابدين بن علي" خارج تونس، وتصدرته ثلاثة عناوين:

- على وقع مظاهرات ومطالب بتنحيته: زين العابدين بن علي يغادر تونس.
- الوزير الأول، محمد الغنوشي، يعلن توليه صلاحيات الرئاسة إلى حين إجراء الانتخابات.

- إعلان حالة الطوارئ في كافة أرجاء تونس وسط انفلات أمني في عدد من المدن.
لعل أبرز ما يميز هذه العناوين الثلاثة هو الطابع الإخباري. ولهذا السبب كانت التغطية متابعة إخبارية متواصلة للتطورات المرتبطة بحدثي هروب الرئيس التونسي، ابن علي، وتولي صلاحيات الرئاسة من قبل الوزير الأول، محمد الغنوشي، ثم حالة الانفلات الأمني في البلاد والإعلان عن حالة الطوارئ. كما أن الأخبار العاجلة التي كانت تتوالى على الشاشة خلال النشرة بشأن موقف الخارجية القطرية التي عبّرت عن احترامها لإرادة الشعب التونسي، ورفض الرئيس الفرنسي، نيكولا ساركوزي، استقبال ابن علي على الأراضي الفرنسية، واعترافه بالانتقال الدستوري في تونس، زادت من قوة البعد الإخباري للتغطية.

ولترجمة هذا الخيار التحريري، استعانت القناة بسبعة تقارير أنجزها صحفيون في غرفة الأخبار. وقد توزعت موضوعاتها كالاتي:

- تقريران عن هروب ابن علي.
- تقرير عن ردود فعل البيت الأبيض.

- تقرير عن ديكتاتورية ابن علي ومحاربه للإسلاميين.
- تقرير عن الصدمات أمام مقر وزارة الداخلية.
- تقرير عن مستقبل تونس بعد ابن علي.
- تقرير بشأن النفوذ الواسع لزوجته ابن علي من خلال وثائق ويكيليكس.

يوضح محتوى التقارير السابقة أن قناة الجزيرة سعت إلى تحقيق وظيفة الإخبار بتفاصيل حدث هروب الرئيس، ابن علي، وتبعات هذا الهروب والأزمة التي ترتبت عنه، خاصة الجدل بشأن حالة الفراغ السياسي الذي عرفته تونس والصراع بين أنصار العهد القديم والمطالبين بالتغيير. لكن في المقابل نلاحظ نزوعاً نحو التحليل والتفسير في تقريرين آخرين. فالتقرير الخاص بعرض تفاصيل حياة الرئيس، ابن علي، وتاريخه الأمني حينما كان رئيساً للمخابرات التونسية، ثم وزيراً للداخلية وانقلابه على الرئيس الأسبق، الحبيب بورقيبة، ودوره في مطاردة الإسلاميين، ثم التقرير الآخر المخصص لأسرة الرئيس ودور زوجته ليلي الطرابلسي في بناء إمبراطورية اقتصادية من أموال الشعب، ينتقلان من مجال الإخبار إلى مجال التفسير لفترة حكم الرئيس، زين العابدين بن علي، التي كانت "محصلة سياسة حكم فردي ونظام شمولي قام على قوة وهيمنة القبضة الأمنية والفساد المالي لأفراد الأسرة الحاكمة" (37).

أما بالنسبة للمقابلات الصحفية في التغطية المباشرة للحدث التونسي، فلم تخرج هي الأخرى عن الإطار العام الذي تم رصده على مستوى التقارير؛ حيث بلغ عدد ضيوف التغطية خمسة ضيوف أغلبهم تونسيون. وتهدف مشاركة هؤلاء الضيوف التونسيين إلى معرفة ما يجري على الأرض، ورؤيتهم للوضع السياسي ومستقبله بعد ابن علي، في حين جاء الدور الوظيفي للضيوف الأجانب لاستكشاف رؤية العواصم الدولية الأكثر تأثيراً في السياسة التونسية تجاه تطورات المشهد السياسي. وقد أسهم ذلك أيضاً في انتقال التغطية المباشرة من إطارها الإخباري إلى إطار تفسيري واضح.

وتكشف هذه الأساليب في تغطية الحدث التونسي أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة كان محكوماً بالحاجة لتغطية إخبارية تحقق إشباعات الجمهور التونسي والعربي في معرفة ما يحدث ويجري في هذه اللحظة السياسية المفصلية التي ستؤثر تطوراتها في مسارات التحول السياسي بالبلاد. ولأن هذا الحدث التاريخي خلف

حالة من الفراغ السياسي، خاصة بعد تركيز الضيوف التونسيين على عدم قانونية تولي الوزير الأول، محمد الغنوشي، رئاسة الدولة، لجأت قناة الجزيرة لأسلوب التغطية التفسيرية. فعلى مستوى التطورات الميدانية، لاسيما فيما يتعلق بحدث هروب الرئيس ليلاً والمظاهرات والمواجهات بين قوات الأمن والمتظاهرين، كان يتم عرض الحقائق الموثقة من قِبَل المتظاهرين أنفسهم عبر قصص إخبارية موضوعية دون البحث في أبعاد هذه الأحداث، لكن حينما تناولت التغطية سيرة الرئيس، ابن علي، ومواقفه السياسية والأمنية والفساد المالي لزوجته، والخلفية المؤطرة لذلك، اعتمدت القناة التقارير والمقابلات لإعطاء التغطية ملمحاً تحليلياً.

إذن، تشير أساليب التغطية المذكورة إلى أن النموذج الإخباري لقناة الجزيرة خلال متابعته للتحول السياسي الناشئ في تونس، ومن ثم ثورات الربيع العربي، جاء محكوماً بسياق التغيير في العالم العربي من المشرق إلى المغرب. ولأن هذه الأحداث تهم الجمهور العام العربي فقد ركزت الجزيرة على التغطيات المفتوحة التي تتنوع حسب السياق بين الإخبار والتفسير والتحليل إلى جانب التوظيف الجيد لصور الحشود في الساحات والميادين العامة.

6. جيوسياسية الجزيرة

تشير معطيات التحليل السابق لأساليب ومرتكزات التغطية الإخبارية لقناة الجزيرة خلال الحروب والأزمات، وكذلك التحولات والانتقالات السياسية، إلى أن الجزيرة -واعتماداً على نموذجها الإخباري- أسهمت على مدى أكثر من عقدين ونصف -بجانب مؤسسات وشبكات إعلامية أخرى- في صياغة ثقافة إعلامية عربية جديدة. ومع الدور الجديد الذي أضحت تقوم به الأخبار اليوم في التأثير على المعادلات السياسية ومناطق النفوذ في الساحة العربية والدولية، فإن قناة الجزيرة كان لها دور في نشر المعرفة الحديثة بالوقائع الميدانية وتفسير وتحليل أبعادها المختلفة وسياقات تطورها، وهو ما أدى إلى فاعلية المجال العمومي وتأثيره في بنية السلطة السياسية في العالم العربي والتحويلات التي شهدتها المنطقة.

وبالرجوع إلى تعامل قناة الجزيرة مع الأحداث في أفغانستان والعراق ولبنان، ثم التحول السياسي الذي عرفه العالم العربي في أوائل العام 2011، وتطورات أحداث

الربيع العربي؛ حيث وظفت القناة جميع عناصر نموذجها الإخباري، يمكن القول: إن الجزيرة فرضت الكثير من المعادلات دون نفي الأدوار التي قامت بها قنوات عربية أخرى.

والملاحظ أن تفعيل عناصر وخصائص النموذج الإخباري لقناة الجزيرة خلال العقدين والنصف من الزمن، سواء في محطات أفغانستان أو العراق أو خلال الصراع العربي-الإسرائيلي أو حتى على مستوى الداخل الفلسطيني وانتهاء بمحطة الربيع العربي، جعل من الجزيرة "فاعلاً جيوسياسياً في مجموع الأحداث الكبرى التي عرفها العالم العربي بأقاليمه الثلاثة: الشرق الأوسط، والمغرب العربي، والخليج العربي" (38). وهذا ما أكده أيضاً الأكاديمي فيليب سيب (Philip Seib) حينما اعتبر أن الجزيرة أصبحت "قوة تغيير في الفضاء العربي بعد استفادتها من وسائل الإعلام الجديد" (39) لتأثيرها في دينامية التحول السياسي في العالم العربي.

وهنا يمكن الحديث عن معادلة الإعلام الجديد، أو البث الفضائي مدعوماً بالإنترنت، الذي شكّل معطى جديداً وفرض معادلات مغايرة في الشرق الأوسط، وبات الإطار الجديد لتحقيق التغيير السياسي والانتقال نحو الديمقراطية. لذلك أصبحت وسائل الإعلام، خاصة الجزيرة، إلى جانب الإعلام الإلكتروني المستقل، عدواً للحكومات الراضية لكافة أشكال التغيير، لأنها توفر للشارع العربي فضاء للتنفيس والتعبير ومناقشة الشؤون العامة.. ومنافسة الحكومات في تحديد أجندة الأخبار (40).

خلاصات

ظلت بنية النموذج الإخباري لقناة الجزيرة، الذي يقوم على تفاعل عناصره الأربعة (الحدث، القناة، الجمهور، السياق)، تسير وفق دينامية متصاعدة محكومة بسياق إخباري متغير. فقد تميزت التغطية الإخبارية للأحداث الأفغانية والعراقية بالنزوع نحو التغطية الحديثة ذات الملمح الاستقصائي، والسعي لتأسيس منظور إعلامي مغاير للمنظور الغربي من حيث الصورة والخطاب. وفي تغطية الحرب الإسرائيلية على لبنان، في يوليو/تموز 2006، والصراع العربي-الإسرائيلي إلى جانب متابعة الخلافات الفلسطينية-الفلسطينية، غلب طابع التغطية التفسيرية؛ حيث قدمت القناة الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر، وتمكين الجمهور من

جميع التفاصيل عبر تأطير الحدث في سياقاته وأبعاده المختلفة ومعالجة تطوراته. وفي محطة الربيع العربي تعزز هذا الأسلوب من التغطية الإخبارية التي تجمع بين التفسير والتحليل، وهذا الأمر الذي فرضته سياقات التحول السياسي في المنطقة العربية، التي كانت تحتاج إلى تشريح التطورات السياسية لحظة بلحظة، ومعرفة خلفياتها السياسية والأمنية والدستورية والقانونية، ومن ثم مآلاتها وتداعياتها. وهو ما يفسر البعد الدينامي للتغطية الإخبارية وتفاعلها مع صيرورة الأحداث سعيًا لتحقيق إشباعات الجمهور العربي في المعرفة والمشاركة في تلك التحولات عبر المجال الواسع الذي فسحته الجزيرة للرأي والرأي الآخر.

المراجع

- (1) Mohamed Zayani, *Al Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media*, 1st Edition, (New York: Routledge, 2005), 9-10.
- (2) عبد السلام رزاق، الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام العربي خلال الثورات العربية: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا، (الدوحة، دار نشر جامعة قطر، 2019)، ص 86.
- (3) مأمون فندي، حروب كلامية: الإعلام والسياسة في العالم العربي، ترجمة تانيا ناجية، ط 1 (بيروت، دار الساقى، 2008)، ص 88.
- (4) المرجع السابق، ص 10. انظر تفاصيل أكثر في الفصل الأول من الكتاب، ص 43 وما بعدها.
- (5) للمزيد، انظر التقسيم المقترح للمراحل التي مرت بها قناة الجزيرة في: رزاق، الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام العربي خلال الثورات العربية، مرجع سابق، ص 217-218.
- (6) Louis Althusser, "Ideology and Ideological State Apparatuses," Translated from the French by Ben Brewster, (La Pensée, 1970), marxists.org, "accessed March 1, 2023". <https://t.ly/6zIT>.
- (7) نعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام: الإنجازات الهائلة للبروباغندا، ترجمة أميمة عبد اللطيف، ط 1 (القاهرة، مكتبة دار الشروق الدولية، 2003)، ص 9-11.
- (8) رزاق، الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام العربي خلال الثورات العربية، مرجع سابق، ص 80-83.

- (9) انظر تفاصيل التغطية الأولى المفتوحة لقناة الجزيرة عن "الغارات الجوية الأولى على أفغانستان وبداية الحرب" عبر يوتيوب، (تاريخ الدخول: 1 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/yXYk>.
- (10) انظر التقرير الميداني الذي أعده المراسل، تيسير علوني، والذي بث على شاشة الجزيرة، في 2 أكتوبر/تشرين الثاني 2001، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 1 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/Rc1WY>.
- (11) انظر تقرير المراسل تيسير علواني، "طالبان تبحث عن قاعدة أميركية بولاية غزني الأفغانية"، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 1 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/207JJ>.
- (12) انظر المقابلة التي أجريت مع مراسل الجزيرة في أفغانستان، تيسير علوني، وتقييمه لتغطية الجزيرة للحرب الأميركية على كابل، في لقاء خاص/ قناة الجزيرة، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 1 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/dB0EL>.
- (13) Jeremy Sharp, "The Al-Jazeera News Network: Opportunity or Challenge for U.S. Foreign Policy in the Middle East?," Congressional Research Service, The Library of Congress, everycrsreport.com, July 23, 2003, "accessed March 1, 2023". https://t.ly/bs_w.
- (14) عبد القادر علال، "الصورة الإعلامية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 7، العدد 3، سبتمبر/أيلول 2019)، ص 47-57.
- (15) المرجع السابق، 47-57.
- (16) عبد المنعم لعجال، "تأثير الصورة على المتلقي وآلية التحقق من مدى مصداقيتها"، مجلة العلامة (المجلد 5، العدد 3، 2021)، ص 6-12.
- (17) Thomas J. Johnson, Shahira Fahmy, "The CNN of the Arab World or a Shill for Terrorists?: How Support for Press Freedom and Political Ideology Predict Credibility of Al-Jazeera among its Audience," International Communication Gazette, Vol. 70, Issue, 5, (October 2008).
- (18) Ibid, 341.
- (19) Mohamed Zayani, Muhammad Ayish, "Arab Satellite Television and Crisis Reporting: Covering the Fall of Baghdad," International Communication Gazette, Vol. 68, Issue. 5-6, (October 2006): 473-497.

(20) Thomas J. Johnson, Shahira Fahmy, "Who is winning the Hearts and Minds of the Arab Public? An examination of how Arab viewers judge the credibility of Al-Jazeera, Al-Arabiya, Al-Hurra and local Arab stations," International Communication Research Journal, Vol. 45, Issue. 1-2, (January 2010): 24-48.

(21) رزاق، الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام العربي خلال الثورات العربية، مرجع سابق، ص 135-136.

(22) انظر تفاصيل تغطية الجزيرة لـ"يوم سقوط بغداد"، 9 أبريل/ نيسان 2003، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، <https://t.ly/Z-jzx>.

(23) Zayani, Ayish, "Arab Satellite Television and Crisis Reporting,": 473-497.

(24) انظر تفصيل "دخول وسيطرة القوات البريطانية على مدينة البصرة العراقية" في تقرير الصحفي محمد الكبير الكتبي، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، <https://t.ly/3RvG>.

(25) انظر عينة من تقارير موفد الجزيرة، طارق أيوب، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، <https://t.ly/UzMp>.

(26) Johnson, Fahmy, "The CNN of the Arab World or a Shill for Terrorists?,": 31.

(27) انظر تفاصيل أكثر عن حالة الهلع في الشارع الإسرائيلي، وردود الفعل الشعبية والرسمية عن انكسارات إسرائيل في هذه الحرب في تقرير للقناة التلفزيونية الإسرائيلية (MVA Channel)، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، https://t.ly/MXL_.

(28) انظر تفاصيل أكثر في تقرير الصحفية رانيا حليبي، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، <https://t.ly/OE4V>.

وانظر أيضًا عرض المشاهد المصورة لاستهداف بارجة إسرائيلية قبالة الشواطئ اللبنانية واستعمال حزب الله لصواريخ بحرية في عملية القصف، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/ آذار 2023)، <https://t.ly/mUaT2>

(29) Leon barkho, "Unpacking the Discursive and Social Links in BBC, CNN and Al-Jazeera's Middle East reporting," Journal of Arab & Muslim Media Research Vol. 1, Issue. 11, (December 2007): 21.

- (30) عبد الحق يحيواوي، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي-الإسرائيلي: دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانية بمدينة الجفلة (الجزائر)، (رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، 2010)، ص 15-17.
- (31) انظر تفاصيل السبق الصحفي في نشرة الحصاد ليوم 25 يناير/كانون الثاني 2011، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/eBgO>.
- وانظر أيضاً متابعة قناة الجزيرة لهذه القضية من خلال برنامج "بلا حدود" مع القيادي في حركة فتح، صائب عريقات، <https://t.ly/XthX>.
- (32) أحمد إسماعيل إبراهيم نوفل، "وثائق الجزيرة حول المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية: تحليل مضمون"، مجلة دراسات شرق أوسطية (مركز دراسات الشرق الأوسط، المجلد 15، العدد 55، 2011)، ص 75-81.
- (33) Hugh Miles, Al-Jazeera: how Arab TV news challenge the world, (London: Abacus, 2005), 57.
- (34) Ibid, 329.
- (35) Ibid, 389.
- (36) انظر نشرة الحصاد، 14 يناير/كانون الثاني 2011، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/NyNW>.
- (37) انظر تفاصيل أكثر في تقرير فوزي بشرى عن "نهاية الديكتاتوريات العربية والعالمية"، يوتيوب، (تاريخ الدخول: 2 مارس/آذار 2023)، <https://t.ly/cctMi>.
- (38) رزاق، "الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام العربي خلال الثورات العربية، مرجع سابق، ص 135-136.
- (39) فيليب سيب، تأثير الجزيرة: كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية؟، ترجمة عز الدين عبد المولى، ط 1 (بيروت، الدار العربية ناشرون، 2011)، ص 8.
- (40) المرجع السابق، 168 وما بعدها.

دوامة الصمت في سياقات البيئة الاتصالية الجديدة: دراسة في تشكل الرأي العام نحو الأزمة السياسية في اليمن

The Spiral of Silence in the Context of the New Communication Environment: A Study of the Formation of Public Opinion towards the Political Crisis in Yemen

* جمال زرن - Jamel Zran

** عبد الله بخاش - Abdullah Bakhash

ملخص:

تتبع الدراسة التأثيرات المحتملة لبيئة الاتصال الجديدة في اشتغال آليات دوامة الصمت، وذلك بالتطبيق على ثلاث قضايا خلافية تتعلق بالأزمة اليمنية، وهي: دور التحالف العربي في اليمن، وشرعية الرئيس السابق، عبد ربه منصور هادي، والدعوة لفك ارتباط المحافظات الجنوبية عن دولة الوحدة اليمنية. وأظهرت نتائج الدراسة، باعتماد المنهج المسحي واستخدام طريقة عينة كرة الثلج التي تألفت من 438 مبحوثاً، وجود آثار محدودة لبيئة الاتصال الجديدة في اشتغال آليات دوامة الصمت. على مستوى الآلية النفسية، أكد المبحوثون شعورهم بالخوف من العزلة في اتصالاتهم الافتراضية بشكل أقل من اتصالاتهم المباشرة، رغم ارتفاع توقعاتهم بعدائية الآخر في تعاطيه مع الآراء المخالفة له. في الجانب الآخر، تُقدّم نتائج الدراسة دليلاً على تأثير اشتغال الآلية الاجتماعية لدوامة الصمت في البيئة الجديدة للاتصال؛ إذ تراجعت نسبة التطابق مع الرأي السائد وتقلص نسبة الفارق بين المتطابقين وغير المتطابقين مع مناخ الرأي الافتراضي؛ ما يعني اهتزازاً لفكرة الاتجاه السائد، ومن ثم انخفاض تأثير الضغط لأجل التوافق الاجتماعي. وبالرغم من نجاعة البيئة الاتصالية الجديدة في تخفيض الشعور بالخوف من العزلة وتخفيف الضغط الاجتماعي، إلا أن ذلك لم يكن حافزاً كافياً لتشجيع المبحوثين على إبداء

* د. جمال زرن، أستاذ الإعلام المشارك بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار في جامعة منوبة، تونس.

Dr. Jamel Zran, Professor at the Institute of Journalism and Information Sciences, University of Manouba, Tunisia.

** د. عبد الله بخاش، باحث في علوم الإعلام والاتصال.

Dr. Abdullah Bakhash, Researcher Specialising in Mass Communication and Media Studies.

آرائهم في نقاش عام عبر قنوات البيئة الجديدة للاتصال بشكل أفضل من ظروف بيئة الاتصال التقليدية.

كلمات مفتاحية: نظرية دوامة الصمت، البيئة الاتصالية الجديدة، اليمن، الرأي العام، الاتصال السياسي.

Abstract:

This study explores the potential effects of the new communication environment on the function of the mechanisms of the spiral of silence using three controversial issues relating to the Yemeni crisis: the role of the Arab coalition in Yemen, the legitimacy of former President Abdu Rabu Mansour Hadi, and the call to disengage the Yemeni southern governorates from the unified Yemeni state. By adopting the survey method and using the snowball sample method, which consisted of 438 respondents, the study finds that the effects of the new communication environment on the function of the mechanisms of the spiral of silence are limited. At the psychological level, respondents confirmed that they felt less fear of isolation in their virtual communications than in direct communications, despite their high expectations of hostility from others in response to opposing opinions. On the other hand, study findings provide evidence of the impact of the spiral of silence in the new communication environment on the function of the social mechanism, as the percentage of conformity with mainstream views and the difference between those who conform to the climate of hypothetical opinion and those who do not have declined. This means that the idea of the mainstream trend is shaky; and thus, the effect of pressure for social harmony is diminished. Despite the effectiveness of the new communication environment in alleviating the fear of isolation and relieving social pressure, it was not a sufficient incentive to encourage respondents to express their views in a public debate through the platforms of the new communication environment in a way that is better than the circumstances of the traditional communication environment.

Keywords: Spiral of Silence, New Communication Environment, Yemen, Public Opinion, Political Communication.

مقدمة

أظهر الاندماج العميق بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تبلور بيئة جديدة للاتصال، يمثل الإنترنت وسيطها الاتصالي الجديد. وارتبطت هذه البيئة بالوسائط الرقمية، فائقة السرعة والتجدد، والتي أثرت على نحو ظاهر في شتى مناحي الحياة الإنسانية، وكانت ذات صلة بالعديد من التحولات والظواهر السياسية والثقافية والاجتماعية المتعددة في المجتمع. أحد تلك المظاهر الفريدة هو دور الوسائط الحديثة في تمكين أفراد المجتمع والجماعات والأصوات المهمشة من إنتاج المعلومات وتوزيعها عبر الشبكات الاجتماعية واستهلاكها، وأيضاً حرية الاختيار من بين كل تلك المصادر المتعددة للمعلومات. وقد أفضى ذلك للتساؤل عما إذا كان كل تلك الوفرة قد أحدثت تغييراً ما في آليات تشكيل الرأي العام على نحو يتجاوز هندسة التوافق والإجماع الشعبي واحتكار قيادة الرأي العام تاريخياً من قبل النخب ووسائل الإعلام التقليدية.

تتمثل أهمية الدراسة* الموسومة بـ"دوامة الصمت في سياقات البيئة الاتصالية الجديدة: دراسة في تشكل الرأي العام نحو الأزمة السياسية في اليمن" في عنصرين: الأول: توسيع نطاق البحث والانتقال به من طوري الاتصال الشخصي والجماهيري إلى الاتصال الشبكي/ الفردي، بما يعكس المنظور التكاملي لبيئة الاتصال الجديدة. والثاني: نقل محور الاهتمام البحثي من دراسة ظاهرة دوامة الصمت في شكلها العام من حيث تحقق حدوثها من عدمه إلى الغوص في عمق الظاهرة في محاولة لتفكيك آليات اشتغالها وإخضاعها للاختبار العلمي، وهما: "الخوف من العزلة الاجتماعية، ومناخ الرأي السائد الذي يطلق حرية التعبير أو يقيدها"⁽¹⁾. وسيتيح ذلك فهماً أعمق لمعرفة ما إذا كان قد طرأ تغيير في كفاءة تلك الآليات نحو انفتاح فضاءات التواصل لمختلف الأصوات، أم زيادة ديناميكيتها نحو قمع الأصوات المخالفة وإفساد نقاشات الفضاء العام وإعادة ضبط بوصلة الرأي العام. ويمثل اختيار الأزمة اليمنية الراهنة مجالاً تطبيقياً وعينة لاختبار نظرية دوامة الصمت؛ إذ تتسم قضاياها بدرجة عالية من حدة الجدل والاختلاف، في ظل انقسام الاتجاهات والمواقف السياسية اليمنية على كل المستويات منذ حراك ما بعد 2011.

1. اعتبارات منهجية

إشكالية الدراسة

تتولد إشكالية هذه الدراسة انطلاقاً من شرطين أساسيين، هما:

- الأول: إذا كان الخوف من العزلة الاجتماعية هو الآلية المحركة لدوامه الصمت، التي تدفع الناس للتنازل عن آرائهم الشخصية في سبيل مساهمة اتجاه الأغلبية. هل نجحت بيئة الاتصال الجديدة في تمكين الجماهير من التعبير عن آرائها بحرية دون القلق من عواقب مخالفة الاتجاه العام في المجتمع؟

- الثاني: إن كان الناس يجدون في ملاحظاتهم اليومية للمحيط الاجتماعي من خلال قنوات اتصالاتهم الشخصية ووسائل الإعلام مؤشرات لاتجاه رأي الأغلبية من القضايا المثارة، ويننون عليها اتجاهاتهم ومواقفهم، هل يمكن القول: إن بيئة الاتصال الجديدة تقدم مؤشراً بديلاً لمناخ الرأي السائد، يساعد الجمهور في تجاوز دائرة الشعور بالانتماء لرأي الأقلية، والحصول على فرص التطابق مع اتجاه رأي له وزنه وثقله في مناخ متعدد الآراء ومتعدد لأحادية الاتجاه؟ تأسيساً على ما سبق، يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو الآتي: إلى أي مدى تؤثر البيئة الاتصالية الجديدة في آليات دوامة الصمت، بالتطبيق على قضايا الأزمة اليمنية؟

فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة لاختبار آليات دوامة الصمت في ظل تحولات البيئة الاتصالية الجديدة، من خلال ثلاث فرضيات علمية تتكامل مع بعضها، للتحقق من اشتغال آليات دوامة الصمت في السياق الاتصالي الجديد، وذلك على النحو الآتي:

- الفرضية الأولى: تساعد البيئة الاتصالية الجديدة في تخفيض حدة الخوف من العزلة لدى المبحوثين في نقاشاتهم بشأن قضايا الأزمة اليمنية بشكل أفضل من بيئة الاتصال التقليدية.

- الفرضية الثانية: تنجح البيئة الاتصالية الجديدة في تخفيض الضغط الاجتماعي على المبحوثين للتوافق مع رأي الأغلبية في قضايا الأزمة اليمنية بشكل أفضل من بيئة الاتصال التقليدية.

- الفرضية الثالثة: تنجح بيئة الاتصال الجديدة في تشجيع المبحوثين على إبداء آرائهم نحو قضايا الأزمة اليمينية عبر الوسائط الجديدة بشكل أفضل من بيئة الاتصال التقليدية.

أهداف الدراسة

- تحديد أثر البيئة الاتصالية الجديدة في آلية الخوف من العزلة الاجتماعية بالتطبيق على قضايا الأزمة اليمينية.
- معرفة أثر البيئة الاتصالية الجديدة في آلية مراقبة مناخ الرأي السائد بالتطبيق على قضايا الأزمة اليمينية.
- استقصاء أثر البيئة الاتصالية الجديدة في رغبة الأفراد في التعبير عن الرأي نحو قضايا الأزمة اليمينية في وضع تنافسي ومع وجود وجهات نظر متباينة.

دوامة الصمت: نظرية في الرأي العام

في مدونة بحوث علوم الإعلام والاتصال تعترضنا نظرية دوامة الصمت لتفرض نفسها بحثياً مختبراً لا يمكن تجاوزه في كل مشروع لدراسة علاقة الرأي بوسائل الإعلام ومسارات تشكله. وتعد هذه النظرية "من بين أهم نظريات الاتصال والأكثر استخداماً في بحوث الرأي العام" (2)، وتوصف أيضاً بـ"النظرية الأكثر أصالة وشمولية وإفادة للرأي العام" (3)؛ إذ توجد في مفترق تخصصات متنافذة بين علم الاجتماع والعلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال والكل يدعي نسبتها له. وتكمن أهميتها في أنها توفر نوعاً من العلاقة المركبة بين الفرد ووسائل الإعلام والرأي العام (4). و"تقدم مساهمات علمية مهمة في تفسير السلوك الفردي والمواقف الناشئة عن استهلاك الوسائط" (5) لفهم كيف يجمع الناس المعلومات عن القضايا المثارة وكيف يفسرونها، وكيف تمثل عاملاً محفزاً لإبداء الرأي أو إخفائه، والكيفية التي تؤثر بها وسائط الاتصال والإعلام في تشكيل الرأي العام. ويكمن تحدي البيئة الاتصالية الجديدة لنظرية دوامة الصمت فيما أفرزته الثورة الرقمية من تمكين إلكتروني للجماهير، يستهدف إخراج دوامة الصمت عن مسار الحركة، مما يسمح بكسر عزلة الأقليات، وارتفاع الأصوات، واتساع دائرة التعبير عن الرأي.

لقد وضعت الباحثة الألمانية، إيزابيث نويل نيومان (Elisabeth Noelle-Neumann)، نظرية "دوامة الصمت" (Spiral of Silence) عام 1974، للإشارة إلى ميل الناس للبقاء صامتين عندما يشعرون أن وجهات نظرهم بشأن قضية ما تتعارض مع رأي أغلبية المجتمع، أو تنتمي لرأي الأقلية فيه. وتصف النظرية حالة الضغط الزائد على مشاعر الناس، التي تدفعهم لإخفاء وجهات نظرهم عندما يعتقدون أنهم ينتمون لرأي الأقلية (6)، وتعكس أيضاً دور "الآلية النفسية الاجتماعية" (7) التي تقود لسيطرة اتجاه رأي معين وخفوت آخر (8). ويُقصد باليات دوامة الصمت في هذه الدراسة الدوافع النفسية الاجتماعية التي تكبح رغبة الفرد في إبداء رأيه نحو قضية ما في وضع جدلي استقطابي، وتشمل:

- الخوف من العزلة الاجتماعية، وهو شعور نفسي داخلي بقمع المجتمع للمخالفين لاتجاهه نحو قضية ما.
- ضغط مناخ الرأي، وهو هيمنة اتجاه رأي معين في المجتمع نحو قضية ما، ودفع الجمهور نحو مسابرة والتوافق معه.

تواضع الباحثون على مصطلح "دوامة الصمت" بوصفه أقرب المعاني وأكثرها توافقاً لترجمة المصطلح باللغة الإنجليزية (Spiral of Silence)؛ وذلك لقدرة على نقل المعاني المتضمنة في النظرية الخاصة بالأبعاد الاجتماعية والنفسية والاتصالية التي تؤثر في الأفراد عند تكوين آرائهم والتعبير عنها علانية أمام الآخرين (9). ورغم اجتهادات البعض في ترجمة المصطلح مثلاً إلى "تدعيم الصمت" (10)، وترجمها آخرون إلى "دورة الصمت" (11)، وإلى "لؤلؤ الصمت" (12)، إلا أن مصطلح "دوامة الصمت" (13) يبقى الأكثر شيوعاً واستخداماً في أغلب بحوث الاتصال العربية وتنظيراته العلمية. ويُعد مصطلح دوامة الصمت من المصطلحات المميزة في بحوث الاتصال، وإضافة علمية جديدة لم يكتمل قبولها بشكل أشمل بعد (14). وقد يرجع سبب هذا العزوف في البحث في نظرية دوامة الصمت عربياً إلى ما يشهده البحث في الرأي العام من تهميش يعود بالأساس إلى تهميش الرأي العام ذاته بحكم السياقات القمعية التي كانت تلفه قبل حراك الربيع العربي في عام 2011.

أدبيات الدراسة: دوامة الصمت بين الأفول والانبعاث

يأخذ موضوع البحث انطلاقته من انقسام الباحثين بشأن كتابة نهاية دوامة الصمت، وتباين نظرياتهم بين سقوطها بظهور الإعلام الاجتماعي والتأكيد على انبعاثها واشتغالها حتى في البيئة الجديدة للاتصال. اتساقاً مع خطاب النهايات، كتب الأكاديمي أشيوت أريال (Achyut Aryal) عن نهاية نظرية دوامة الصمت بصعود دوامة العنف نمطَ تعبير في مجتمع الأقليات الصامتة تاريخياً، بالتطبيق على قضية اللاجئين التبت في الهند⁽¹⁵⁾. فيما تنبأ الباحثان، إياهو كاتز (Elihu Katz) ويوناتن فيالكوف (Yonatan Fialkoff)، في دراستهما عن "تقاعد المفاهيم"، بأن دوامة الصمت ستكون واحدة من ستة مفاهيم نظرية قد يتخلى عنها علماء الاتصال في المستقبل⁽¹⁶⁾. ويمكن فهم حيثيات ذلك التنبؤ في ضوء ما يعنيه تعدد المحامل الاتصالية وتنوع مضامينها، وتنامي وسائل الاتصال والإعلام عبر الإنترنت بشكل يتيح المجال أمام آراء الأقليات للبروز، ويدفع إلى انخفاض الضغوط التي كانت تتعرض لها في سبيل قمعها وإسكاتها، وهذا يمثل تحدياً للنظرية. وذهب الأكاديمي كمال حميدو⁽¹⁷⁾ إلى تأكيد أن الإعلام البديل والشبكات الاجتماعية يدفعان الفرد في سياق الاضطرابات الاجتماعية المرتبطة بالحراك السياسي الجزائري نحو التعبير أكثر مما يدفعانه نحو الصمت. ولذلك طرح ما أسماه بـ"دوامة التعبير".

رغم أهمية تلك التنظيرات العلمية إلا أنها لا تمثل دليلاً قطعياً كافياً على نهاية دوامة الصمت؛ إذ يجد عدد آخر من الباحثين، مثل شيريس غيرهارت (Sherice Gearhart) وويوو زهانج (Weiwu Zhang)⁽¹⁸⁾ وساي هيل كيم (Sei-Hill Kim) وزملاؤه⁽¹⁹⁾ ومي علام⁽²⁰⁾، وباتريك مكوردي (Patrick McCurdy)⁽²¹⁾، أن دوامة الصمت تحدث أيضاً في سياق الاتصال عبر الإنترنت، وأن الإنترنت لم يساعد في تقليل الضغط الاجتماعي الذي يمنع المواطنين من التعبير عن رأي الأقلية. وخلصت دراسة دانييل ليمين (Daniel Lemin)⁽²²⁾ إلى عدم ثبوت دليل على وجود تأثيرات لأدوات النشر الاجتماعي، مثل تويتر، في إبداء رأي الأقلية أو أنها تتحدى تركيبة دوامة الصمت.

وأجرى الأكاديمي يورغ ماتيس (Jörg Matthes) وزملاؤه⁽²³⁾ مراجعة لعينة من الدراسات التي اختبرت نظرية دوامة الصمت بلغت 66 دراسة علمية، وأثبتت نتائجها وجود علاقة موجبة بين مناخ الرأي والتعبير عن الرأي، ولم تكن هذه العلاقة أضعف

في بيئة الاتصال عبر وساطة الإنترنت مقارنة ببيئات التعبير عن الرأي التقليدية الأخرى. فيما أظهرت نتائج اختبار ماثيو كوشين (Matthew Kushin) وزملائه (24) لنظرية دوامة الصمت في سياق انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2016، أن استعداد المبحوثين للتعبير عن دعمهم لمرشح معين كان مرتبطاً بمدى تطابق آرائهم الشخصية مع الاتجاه المؤيد للمرشح سواء في اتصالاتهم المباشرة أو الافتراضية.

في الصين، توصلت دراسة زهيبو شياو (Zhibo Xiao) (25) إلى أن مناخ الرأي المتضارب والخوف من العزلة الاجتماعية يتسببان في تقليل احتمالية التحدث علانية على الشبكات الاجتماعية بشأن زواج المثليين، بينما يميل المبحوثون إلى تبني إستراتيجيات تجنب التعبير والتلاعب بإعداد الخصوصية، مما يؤدي إلى دوامة معتدلة. وخلصت دراسة أورين سوفر (Oren Soffer) وغاليت غوردوني (Galit Gordoni) (26) إلى أن الخوف من العزلة له دور أكثر أهمية في الاتصال عبر الإنترنت منه في سياق الاتصال الشخصي وجهاً لوجه. وعلى نحو مماثل، وجدت دراسة بينغت جوهانسون (Bengt Johansson) (27) أن المبحوثين الذين يدعمون سياسة دعم اللاجئين الأكثر سخاء في السويد أصبحوا أكثر حذراً في التعبير عن آرائهم بشأن أزمة اللاجئين بعد تغيير السياسة، ومن يدعمون سياسة الحكومة السويدية الأكثر تقييداً كانوا أقل ميلاً للتحدث عن آرائهم الحقيقية بشأن أزمة اللاجئين، حتى مع تغير السياسة لصالحهم.

فيما قدمت نتائج دراسة الباحثة إنجي أبو العز (28) دعماً لنظرية دوامة الصمت في بيئة الاتصال الجديدة، من خلال تأكيد بروز السلوكيات العدائية عبر وسائل الإعلام الجديد مع استخدام الألفاظ غير اللائقة في المناقشات السياسية، مما يؤثر سلباً في رغبة التعبير عن الرأي في الفضاء الافتراضي. وبيّنت دراسة علي دشتي وزملائه (29) أن النوع الاجتماعي ومعرفة الناس يؤثران في مشاركة النساء الكويتيات لآرائهن في النقاش السياسي على منصات التواصل الاجتماعي عندما تتعارض وجهة نظرهن مع الأغلبية، مما يجبرهن على الدخول في دوامة الصمت.

يتضح مما سبق أن نتائج الدراسات والأبحاث العلمية التي اختبرت نظرية دوامة الصمت في سياق الاتصال عبر الإنترنت أفرزت نتائج متباينة، وهو ما يدعو إلى إعادة اختبار نظرية دوامة الصمت في قضايا متنوعة، وفي ظروف اتصالية، وعبر

سياقات ثقافية واجتماعية مختلفة أيضًا. وقد أفاد عرض الدراسات السابقة الباحثين كثيرًا في بلورة المشكلة البحثية، وصياغة الفرضيات العلمية، وتصميم الأدوات والمقاييس العلمية المستخدمة، وأتاحت لهما أيضًا إمكانية الاستفادة من نتائجها في عقد المقارنات بنتائج هذه الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينته

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي يرتبط مفهوم البحث فيها بـ"دراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره" (30). وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، الذي يُعد من أنسب الأساليب المنهجية المستخدمة في الدراسات الوصفية في الحقل الإعلامي؛ حيث "يستخدم في وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق" (31). وجرى الاعتماد عليه لمحاولة فهم عمل آليات دوامة الصمت في البيئة الاتصالية الجديدة وعلاقتها بمدى استعداد المبحوثين ورغبتهم لإبداء الرأي بشأن قضايا الأزمة اليمنية وقد كان ذلك من خلال توظيف واستعمال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) الخاص بالدراسات المسحية الكمية في العلوم الاجتماعية.

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور العام باليمن، وتألّفت عينة الدراسة من 438 مبحوثًا من خمس محافظات، جرى اختيارهم خلال الفترة الممتدة من 6 أبريل/ نيسان إلى 18 مايو/ أيار 2018، باستخدام طريقة عينة كرة الثلج، التي طوّرها كولمان جيمس (Coleman James) وغودمان ليو (Goodman Leo) كوسيلة لدراسة بنية الشبكات الاجتماعية (32). وتُعد هذه الطريقة الأكثر مواءمة للبحوث التي تجري في بيئات النزاع، وذلك بسبب انعدام الثقة والشكوك التي تواجه الباحث (33). وقد بدأ تنفيذها باختيار المفردة الأولى من المبحوثين في كل محافظة، والتنسيق من خلالها للوصول إلى مبحوثين آخرين في المرحلة الأولى، ثم طلب من كل واحد منهم المساعدة في الوصول إلى عدد آخر من المبحوثين في المرحلة الثانية، وهكذا حتى تم التوصل إلى بقية المفردات المستهدفة في العينة. ويأتي اختيار هذه الطريقة بالنظر لطبيعة دراسات دوامة الصمت وحساسية موضوع الدراسة والقضايا التي يتناولها، وبالنظر لطبيعة الظروف الأمنية واحتقان الأوضاع المتأزمة في المحافظات اليمنية.

أدوات الدراسة وإجراءاتها

اعتمدت الدراسة استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات المطلوبة من المبحوثين، والتي جرى تصميمها وفقاً للإجراءات المنهجية الآتية:

- أولاً: قضايا الأزمة اليمنية

أخذت الدراسة في الاعتبار عند اختيار قضايا الأزمة اليمنية (موضع الدراسة) أن تكون ذات طبيعة خلافية جدلية في المجتمع اليمني، بالقدر الذي يبعث قلق الناس من الإفصاح عن آرائهم بشأنها بشكل علني. وفي ضوء نتائج دراسة استطلاعية أجراها الباحثان لتحديد قضايا الأزمة اليمنية الأكثر جدلاً خلال فترة الدراسة فقد تصدرت ثلاث قضايا على الترتيب:

- القضية الأولى: شرعية الرئيس السابق، عبد ربه منصور هادي، التي ينقسم بشأنها الرأي العام المحلي بين مؤيد ومعارض؛ إذ يرى البعض أن فترة ولايته الدستورية التي انتخب فيها رئيساً توافقياً لمدة عامين في 21 فبراير/ شباط 2012 انتهت، وهو عاجز عن إدارة سلطة القرار السياسي في اليمن. في حين يرى البعض الآخر أنه لا يزال يمثل رمزاً للشرعية اليمنية، والقاسم المشترك الذي يلتف حوله اليمنيون في مواجهة "الانقلاب الحوثي".

- القضية الثانية: الدعوة لفك ارتباط الجنوب عن دولة الوحدة اليمنية؛ إذ يعبر أنصار الحراك الجنوبي منذ عام 2007 عن رفضهم للوحدة اليمنية ورغبتهم في فك الارتباط وتقرير المصير، ويرون أن حرب صيف 1994 ألغت الوحدة التوافقية بالوسائل العسكرية، وحولت الوحدة إلى احتلال (34). فيما يرى الاتجاه الآخر أن الوحدة اليمنية بحاجة لإعادة صياغة تحقق العدالة والمساواة والمواطنة المتساوية، وتقدم مخرجات مؤتمر الحوار الوطني صيغة جديدة لدولة اتحادية من ستة أقاليم، تتيح حكماً ذاتياً لكل إقليم وليس استقلالاً عن دولة الوحدة اليمنية.

- القضية الثالثة: دور التحالف العربي في اليمن؛ إذ تتباين وجهات النظر بشأنه، خصوصاً مع إطالة أمد الحرب دون حسم. يرى البعض أن التدخل العسكري للتحالف العربي جاء نصرةً للشعب اليمني ودعماً للحكومة الشرعية وردعاً لـ"الانقلاب الحوثي". وبالمقابل، يلاحظ الجانب الآخر كيف تحول التدخل السعودي/ الإماراتي

من مشروع دعم وإنقاذ إلى سيطرة واستحواذ على المدن والموانئ والمنافذ اليمنية، وتقويض سلطة الشرعية اليمنية بتغذية أعمال التمرد والخروج عن سلطتها. علاوة على ما خلفه التدخل العسكري في اليمن من دمار وبؤس وكوارث إنسانية مخيفة، دفعت منظمة الأمم المتحدة لإدراج التحالف العربي في قائمة "العار" لمنتهكي حقوق الأطفال في مناطق النزاع(35)، قبل أن تنجح السعودية لاحقاً في رفع اسم التحالف من القائمة السوداء.

- ثانياً: محاور الاستمارة

توزعت أسئلة الاستمارة على خمسة محاور: يتناول الأول علاقة المبحوثين بالبيئة الجديدة للاتصال، متضمناً الآتي: استخدام منافذ المعلومات وقنوات الاتصال، وأهمية القضية، ومصادر المعلومات. فيما يهدف المحور الثاني إلى التعرف على متغيرات مناخ الرأي السائد، من خلال سبعة أسئلة مغلقة، تسعى لتحديد: اتجاه الرأي الشخصي للمبحوث نحو قضايا الأزمة السياسية، وتقدير المبحوث لموقع الاتجاه الذي يتبناه نحو القضية وشعبيته في المجتمع، وما إذا كان ينتمي لاتجاه رأي الأغلبية أم الأقلية. بالإضافة إلى تقديره لاتجاه مناخ الرأي السائد في الوقت الراهن من خلال جماعته المرجعية وفي المجتمع وعبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، وأيضاً الاحتمال المتوقع لدى المبحوث عن مستقبل القضية، وما إذا كان أغلبية الجمهور سيؤيدها أم سيعارضها بعد عام من الآن.

ويهدف المحور الثالث إلى قياس متغير الخوف من العزلة لدى المبحوثين، باعتباره الآلية المحفزة التي تفضي إلى حدوث دوامة الصمت، ويضم: ردة الفعل العداوية المتوقعة في حال إبداء الرأي في القضية أمام أنصار الطرف الآخر المعارض لها. بالإضافة إلى مقياس الخوف من العزلة الذي تكون من 15 عبارة، موزعة على النحو الآتي: 7 عبارات تقيس الرقابة الذاتية، و4 عبارات تقيس الخوف من التقييمات السلبية، فيما تقيس 4 عبارات الخوف من العزلة الاجتماعية. وطلب من المبحوثين التعبير عن درجة موافقتهم على العبارات باختيار إحدى درجات مقياس ليكرت ثلاثي الدرجة بحيث ترمز درجات الموافقة على النحو الآتي: أوافق (3)، محايد (2)، لا أوافق (1). ومن خلال حساب متوسط عبارات المقياس أمكن توزيع استجابات المبحوثين على ثلاثة مستويات للخوف، هي: المستوى المنخفض (1 - 1.66)،

والمستوى المتوسط (1.67 - 2.33)، والمستوى المرتفع (2.34 - 3).

ويبحث المحور الرابع مدى استعداد المبحوث لإبداء رأيه في القضية بشكل علني أمام الآخرين، ولقياس هذا المتغير جرى تصميم ستة سيناريوهات مفترضة للإفصاح عن الرأي، تجسد البيئتين الاتصاليتين، التقليدية والجديدة، وتدرج فيها درجات علانية التعبير، باستخدام طريقة اختبار القطار أو الطائرة (Train /Plane Test) التي اقترحتها نيومان وطورها المركز الألماني لأبحاث الرأي العام(36)، مع ابتكار أوضاع مفترضة أخرى على النحو الآتي: الدخول في نقاش بشأن القضية مع شخص معارض في لقاء عابر، القبول بوضع ملصق أو شعار مؤيد للرأي على السيارة أو الحائط، الموافقة على الإدلاء بالرأي بشأن القضية في برنامج تليفزيوني، المشاركة في نقاش على شبكات التواصل الاجتماعي عن القضية، مشاركة منشور على صفحتك يؤيد رأيك في القضية، المشاركة في حملة إلكترونية ووضع شعارها على صفحتك. وتساعد هذه الطريقة في تحديد ما إذا كان المبحوثون يرغبون في إبداء آرائهم بشكل علني أم لا في حال مواجهتهم أوضاعاً مفترضة. أما الجزء الأخير من الاستمارة فيتعلق بالسمات الديمغرافية للمبحوثين، ويشمل: الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والانتماء الجغرافي.

- ثالثاً: اختبارات الصدق والثبات

جرى اختبار صلاحية الأداة البحثية (استمارة الاستبيان) بإخضاعها أولاً للتحكيم العلمي، من خلال عرضها على عدد من أساتذة الإعلام والإحصاء والعلوم الاجتماعية في عدد من الجامعات اليمنية والعربية** للتأكد من كفاءتها وصلاحيتها للتطبيق العلمي. بالإضافة إلى إجراء الاختبار القبلي للاستمارة من خلال تجريب تطبيقها على عينة من المبحوثين قوامها 10٪ من إجمالي المبحوثين لقياس مستوى وضوح الصياغة ومدى سهولة فهم المبحوثين لمحتواها واستيعابهم لطريقة الإجابة عن تساؤلاتها. كما جرى اختبار ثبات الأداة عبر إعادة الاختبار على نفس العينة بعد مرور فترة زمنية، وتقدير قيمة الثبات للأداة من خلال حساب معامل التوافق بين نتائج الاختبارين؛ حيث أثبت الاختبار ثبات الأداة بنسبة 83٪.

2. تشابك البيئة الجديدة للاتصال مع الإعلام التقليدي

سمات العينة: حضور الاتصال

تألّفت عينة الدراسة من 438 مبحوثًا، يشكّل الذكور فيها 84.5٪، والإناث 15.5٪. وتتراوح أعمارهم بين (15-54) عامًا، وينتمي ما نسبته 45.2٪ للفئة العمرية (25-34) عامًا، وما نسبته 31.1٪ للفئة (35-44) عامًا، وما نسبته 13.7٪ للفئة (15-24) عامًا، ويأتي أخيرًا ما نسبته 10٪ من الفئة (45-54) عامًا. تتسم العينة بطابعها النخبوي؛ إذ يحمل ما نسبته 61.6٪ مؤهلات جامعية، كما أن 32٪ منهم حاصل على مؤهلات علمية عليا (ماجستير/دكتوراه)، فيما تحصّل ما نسبته 6.4٪ على شهادة الثانوية العامة.

جدول (1): توزيع عينة المبحوثين وفقًا للسمات الديمغرافية

م	السمات الديمغرافية	ك	%
1	النوع الاجتماعي	ذكر	84.5
		أنثى	15.5
1	العمر	15-24	13.7
		25-34	45.2
		35-44	31.1
		45-54	10.0
1	المؤهل العلمي	ثانوية	6.4
		جامعي	61.6
		دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	32.0

أكد أغلب المبحوثين استخدامهم للإنترنت، ويعتمد 99.3٪ على الهواتف النقالة والأجهزة الذكية للوصول إلى خدمات شبكة الإنترنت. يمتلك جميع المبحوثين حسابًا أو أكثر على شبكات التواصل الاجتماعي. ويتصدر فيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا واعتمادًا بنسبة 95.7٪، يليه بفارق كبير موقع التدوين

المصغر (تويتر) بنسبة 59.8٪، ثم يوتيوب بنسبة 49.3٪، وغوغل بلس بنسبة 40.6٪، وإنستغرام بنسبة 37.9٪، وجاء لينكد إن في المرتبة الأخيرة؛ إذ لم يسجل سوى 12.3٪ من المبحوثين.

جدول (2): خصوصية علاقة المبحوثين بالبيئة الاتصالية الجديدة

م	علاقة المبحوثين بالبيئة الاتصالية الجديدة	ك	%
1	استخدام الهواتف الذكية للولوج إلى الإنترنت	نعم	99.3
		لا	0.7
1	فيسبوك	نعم	95.7
		لا	4.3
2	تويتر	نعم	59.8
		لا	40.2
3	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	نعم	40.6
		لا	59.4
4	إنستغرام	نعم	37.9
		لا	62.1
5	لينكد إن	نعم	12.3
		لا	87.7
6	يوتيوب	نعم	49.3
		لا	50.7

ردة فعل الآخر: عدائية متوقعة تنسف ديمقراطية الوسيط الاتصالي

يشير مفهوم ردة الفعل العدائية المتوقعة توقع المبحوث مواجهة ردود فعل عدوانية محتملة في حال أبدى وجهة نظره في القضية أمام أنصار الاتجاه الآخر المعارض لها. وترى نيومان أن الأشخاص في حالات الاستقطاب عادة ما يتحاشون الأشخاص الذين يعتقدون آراء مخالفة لأرائهم أو يناصرونها(37)، وهو ما يمكن تفسيره في سياق الخوف من التهديد والإيذاء النفسي والجسدي المتوقع خلافاً لما يُطرح بشأن

دَمَقَرَطَة الاتصال في البيئة الرقمية. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدائية متوقعة من الآخر في حال أبدى المبحوثون آراءهم عبر قنوات الاتصال في الفضاء الافتراضي؛ إذ إن 53.4٪ من المبحوثين يتوقعون تلقي ردة فعل عدائية من أنصار الاتجاه الآخر بشأن قضايا الأزمة اليمينية إجمالاً، مقابل تراجع نسبة من ذكروا أنهم يتوقعون ردة فعل غير عدائية (21.5٪). وهي نسبة تفوق مثلتها فيما يتعلق بتوقع المبحوثين ردة فعل عدائية من الآخر عبر قنوات بيئة الاتصال التقليدية (48.9٪)، وأقل منها فيما يتعلق بتوقعهم عدم عدائيته (23.3٪).

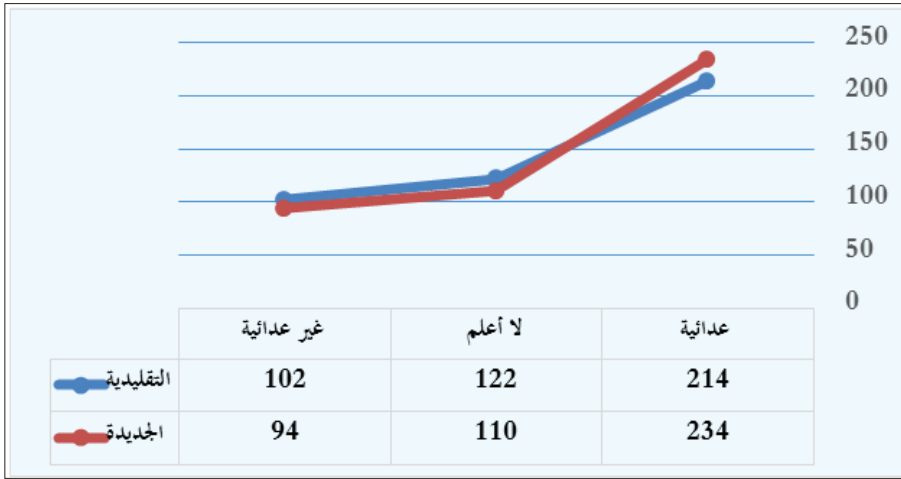
جدول (3): اختبار الفروق بين توقعات المبحوثين
لعدائية الآخر في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة

الدالة	درجة الحرية	الفرق بين المتوسطات	المتوسط	%	ك	ردة الفعل المتوقعة	
.1040	437	.060	1.74	48.9	214	عدائية	في بيئة الاتصال التقليدية
				27.8	122	لا أعلم	
				23.3	102	غير عدائية	
			1.68	53.4	234	عدائية	في بيئة الاتصال الجديدة
				25.1	110	لا أعلم	
				21.5	94	غير عدائية	

بمقارنة توقعات المبحوثين بشأن عدائية الآخر في حال إبداء رأي مخالف له، وباستخدام اختبار (T-Test) لحساب الفروق بين المتوسطات، يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين توقعات المبحوثين بعدائية رد فعل الآخر عبر قنوات بيئتي الاتصال. تشير نتائج الاختبار الإحصائي إلى أن الفرق بين المتوسطين كان ضئيلاً، لم يتجاوز (0.06) ولم يكن ذا دلالة إحصائية؛ مما يعني عدم وجود اختلافات بين توقعات المبحوثين بتلقي ردود فعل عدائية من أنصار الطرف الآخر باختلاف بيئة الاتصال، سواء في اتصالاتهم المباشرة أو عبر قنوات الاتصال الافتراضية. وهو الأمر الذي يعكس تشابه السلوك الاتصالي المحتمل في حال الاختلاف مع رأي الآخر، بغض النظر عن طبيعة البيئة الاتصالية التي تستضيف موضوع النقاش والجدل. لذلك،

يمكن القول: إن بيئة الاتصال الجديدة لم تتمكن من تخفيض توقعات المبحوثين بعدائية الآخر في نقاشات الفضاء الافتراضي بشكل أكبر من النقاش المباشر عبر قنوات الاتصال التقليدية ويعبر عن ذلك بشكل جلي الشكل رقم (1).

شكل (1): توزيع المبحوثين وفقاً لتوقعاتهم
ردة فعل الآخر في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة



إن ارتفاع توقعات المبحوثين بعدائية الآخر في نقاشات الفضاء الافتراضي إلى أكثر من النصف تضع التفاؤل بديمقراطية الفضاء الافتراضي في زاوية حرجة؛ إذ ينتقل الناس بثقافتهم وسلوكياتهم الاجتماعية إلى الفضاء الافتراضي، بعيداً عن ثقافة الحوار والنقاش العقلاني، ليجعلوا منه ساحةً أخرى لممارسة الهيمنة والتسلط والإرهاب الفكري، كما لو كان نسخة أخرى من تفاعلات الواقع، أو محاولة اجترار للواقع إلى العالم الافتراضي. ولا شك أن مستوى العنف والكراهية والتنمر الإلكتروني ضد الآخر على منصات التواصل الاجتماعي هو محصلة في الأخير لدوامات العنف والصراع السياسي في اليمن، والتي سيكون لها انعكاسات على مستوى توقعات المستخدمين بعدائية الآخر، وتصوراتهم لمناخ الرأي العام وتأثيره على مسار النقاش العام.

مؤشرات القلق النفسي بين بيئتين اتصاليتين

يتشكّل قلق الفرد في الموقف الاتصالي من خوفه من التعرض للنقد، أو من نظرة الآخرين له وتقييماتهم في أعقاب ما سثيره وجهات نظره من تصورات لديهم عنه، كما يخشى أيضاً من ردود فعلهم العدوانية المحتملة التي قد تعرّضه إلى الإساءة والإيذاء أو تعرض حياته للخطر. ورغم أن ذلك له علاقة بشخصية الفرد إلا أن طبيعة الموقف الاتصالي وبيئة الاتصال يفرضان بعض التأثير على ذلك، فالخوف من العزلة الاجتماعية هو انعكاس لتهديدات المجتمع للمخالفين من الأفراد. في ظروف الصراع في اليمن، أظهرت نتائج الاختبارات الإحصائية باستخدام اختبار (T-Test) لحساب الفروق بين المتوسطات في الجدول رقم (4) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.000) بين مستوى إحساس المبحوثين بالخوف من العزلة الاجتماعية في اتصالاتهم المباشرة وعبر الفضاء الافتراضي، لصالح الاتصال المباشر.

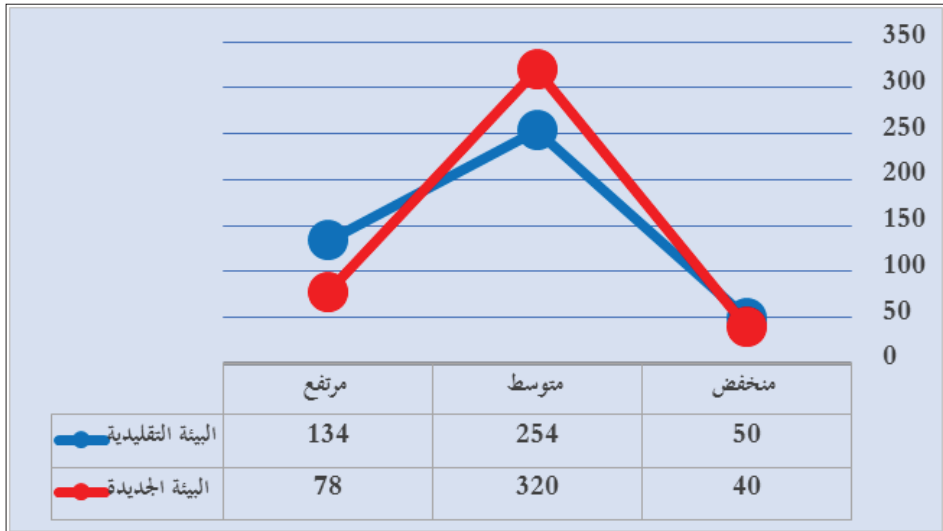
جدول (4): اختبار الفروق بين متوسطات خوف المبحوثين من العزلة في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة

الدالة	درجة الحرية	الفرق بين المتوسطات	المتوسط	%	ك	مستوى الشعور بالخوف من العزلة	
.000	437	.105	2.19	11.4	50	منخفض	في بيئة الاتصال التقليدية
				58	254	متوسط	
				30.6	134	مرتفع	
			2.09	9.1	40	منخفض	في بيئة الاتصال الجديدة
				73.1	320	متوسط	
				17.8	78	مرتفع	

تشير نتيجة الاختبار الإحصائي إلى أن متوسط شعور المبحوثين بالخوف من العزلة الاجتماعية في اتصالاتهم الافتراضية (2.09) أقل من متوسط شعورهم بالخوف في اتصالاتهم المباشرة (2.19)؛ مما يعني إحساس المبحوثين بالخوف من العزلة أعلى في شبكة اتصالاتهم التقليدية من اتصالاتهم الافتراضية. وتؤكد هذه النتيجة

أيضاً بالنظر لنسبة المبحوثين الذين أكدوا ارتفاع مخاوفهم من العزلة في شبكة اتصالاتهم المباشرة بدرجة مرتفعة 30.6% مقابل تراجعها إلى ما نسبته 17.8% فقط في اتصالاتهم الافتراضية. وحتى عندما أشارت المعطيات إلى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين أكدوا شعوراً بالخوف في بيئة الاتصال الجديدة بدرجة متوسطة إلى ما نسبته 73.1%، فإن ذلك لم يبلغ قيمة الفارق الذي أحرزته بيئة الاتصال الجديدة لصالح التمكين الجماهيري، وهو تخفيض مستوى الشعور بالخوف. كما يلاحظ ذلك أيضاً من تراجع نسبة المبحوثين الذين أكدوا خوفهم فيها بدرجة مرتفعة إلى نحو نصف المبحوثين الذين أكدوا ذلك في بيئة الاتصال التقليدية. ويمكن تبرير ذلك الفارق بالنظر لطبيعة الاتصال في ظروف البيئتين التقليدية والجديدة، حيث تؤمّن الأخيرة للمستخدمين ظرفاً اتصالياً أكثر أماناً بغياب الضغوط الاجتماعية التي تمارسها المرجعيات المختلفة في المجتمع بحق المخالفين والمعارضين، وما قد ينشأ عنها من صور العنف المباشر المهدد للحياة.

شكل (2): توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى خوفهم من العزلة في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة



رغم ظروف الحرب في اليمن والتهديدات المحتملة من كل الأطراف إلا أن المخاوف التي قد تعترى المستخدمين في حال نقاشاتهم الافتراضية تظل أقل من

مثيلاتها في اتصالاتهم المباشرة في بيئة الاتصال التقليدية. لذلك يمكن تأكيد ثبوت صحة الفرضية الفائلة: "تساعد البيئة الجديدة للاتصال على تخفيض حدة الخوف من العزلة لدى المبحوثين في اتصالاتهم الافتراضية بشكل أفضل من اتصالاتهم المباشرة".

مؤشرات التطابق الاجتماعي: الجماعة المرجعية مقابل الافتراضية

تفترض نظرية دوامة الصمت أن إدراك التطابق مع اتجاه الرأي السائد يعمل محفزاً لإبداء الرأي، ويعرّف التطابق مع مناخ الرأي السائد بـ"الوضع الذي يكون فيه الاتجاه الشخصي للمبحوث متوافقاً مع إدراكه لاتجاه الرأي السائد" (38). وتقدم آلية مراقبة مناخ الرأي السائد قدرة للفرد على معرفة موقع رأيه، وتقدير ما إذا كان يحظى بالدعم والتأييد أم لا. وقد مكّنت البيئة الاتصالية الجديدة الجمهور من إعادة تشكيل منافذه الاتصالية بما يتناسب مع اتجاهاته، مما يتيح له الإحساس بعدم الانتماء إلى رأي الأقلية. كما أن تعددية المنافذ الاتصالية والإعلامية في البيئة الجديدة للاتصال ستعمل على إضعاف سيطرة اتجاه واحد على مناخ الرأي، ومن ثم التقليل من تأثير ضغط المجتمع للتوافق معه.

بمقارنة متوسطات تطابق اتجاهات المبحوثين مع مناخ الرأي السائد في الجدول رقم (5)، بيّنت نتائج اختبار (T-Test) وجود اختلافات دالة إحصائية بين التطابق مع الاتجاه السائد في اتصالاتهم الافتراضية والشخصية ضمن الجماعة المرجعية الأولية (الأسرة والأصدقاء والزملاء)؛ حيث جاء الفرق بين المتوسطين (0.11) دالاً إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.000) لصالح التطابق مع اتجاه الجماعة الافتراضية.

يعني ذلك أن المبحوثين كانوا أكثر تطابقاً مع اتجاه الجماعة المرجعية؛ إذ يتضح تطابق اتجاهات أكثر من ثلثي المبحوثين مع اتجاه الرأي في جماعاتهم الأولية بنسبة 69.9% مقابل التطابق مع اتجاه الرأي في الجماعة الافتراضية بنسبة 58.9%. وتحيل هذه النتيجة إلى مؤشر مهم، وهو تفوق الاتصالات الشخصية في محيط الأسرة والأصدقاء على بقية الأنماط الاتصالية، من حيث تطابق اتجاهات المبحوثين مع الاتجاه السائد فيها؛ الأمر الذي يعكس "أهمية الاتصالات الشخصية بين أفراد المجتمع وقوة تأثيرها في تشكيل اتجاهاتهم وأحكامهم بشأن القضايا وفي حركة

الرأي العام، حيث تكون عمليات التأثير من خلال الجماعة أكثر قوة من غيرها من المؤثرات" (39).

إن فعالية الاتصالات الشخصية والعلاقات الاجتماعية في المجتمع اليمني تأتي امتداداً لطبيعة تكوين المجتمع اليمني، الذي تتجذر فيه الانتماءات الأسرية والطائفية والقبلية عميقاً، وتهيمن على طبيعة العلاقات الاجتماعية فيه؛ إذ لا تزال الأسرة والقبيلة والطائفة من أهم الأطر الفاعلة التي تصوغ الوعي الجمعي للمجتمع. ويرى الأكاديمي فؤاد الصلاحي أن القبيلة والعشيرة في اليمن تبرز كبنى اجتماعية فاعلة، لا ترتبط فاعليتها بالسلوك الفردي فحسب بل والجمعي أيضاً، وضمن مجالات الفعل السياسي والاجتماعي (40).

جدول (5): الفروق بين تطابق اتجاهات المبحوثين مع اتجاهات الرأي السائد في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة

التطابق مع الاتجاه السائد في اتصالات المبحوثين الافتراضية والشخصية					
اتجاه الجماعة الأولية		اتجاه الجماعة الافتراضية		التطابق	
%	ك	%	ك		
69.9	306	58.9	258	متطابق	1
30.1	132	41.1	180	غير متطابق	
100	438	100	438	المجموع	
1.30		1.41		المتوسط الحسابي	
.11				الفرق بين المتوسطات	
.000				الدلالة	
التطابق مع الاتجاه السائد في اتصالات المبحوثين الافتراضية ووسائل الإعلام					
اتجاه وسائل الإعلام		اتجاه الجماعة الافتراضية		التطابق	
%	ك	%	ك		
60.3	264	58.9	258	متطابق	2
39.7	174	41.1	180	غير متطابق	
100	438	100	438	المجموع	

1.40	1.41	المتوسط الحسابي
.01		الفرق بين المتوسطات
.629		الدلالة

بالمقابل، تُظهر النتائج أيضاً عدم وجود اختلافات دالة إحصائية بين التطابق مع الاتجاه السائد في اتصالاتهم الافتراضية وفي وسائل الإعلام، إذ لم يكن الفرق بين المتوسطين ذا دلالة إحصائية. ويعني ذلك تماثل مستوى تطابق اتجاهات المبحوثين مع الاتجاه السائد في اتصالاتهم الافتراضية وفي وسائل الإعلام إلى حد كبير، ويعكس ذلك تقارب المتوسطات الحسابية والنسب المئوية بينهما. ويمكن تبرير ذلك في ضوء تنوع الآراء والاتجاهات في وسائل الإعلام والفضاء الافتراضي، مما يسمح بالتباين فيهما خلافاً لاتجاهات الجماعة المرجعية الأولية التي لا تتسم في المعتاد بالتنوع.

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن تعددية الآراء وتنوعها في بيئة الاتصال الجديدة لم تفض إلى تطابق أفضل مع اتجاهات الرأي في الفضاء الافتراضي، قياساً بالاتصالات المباشرة. ويعود ذلك إلى السمة الأساسية للبيئة الجديدة للاتصال، وهي التعددية والتنوع. فالشبكات الاجتماعية تعمل على كسر سمة التشابه والتجانس لصالح الحضور المتنوع والمتوازن لكل الأصوات. وليس هناك شك في أن التفاعلات غير المتجانسة ستزيد من تنوع دوائر المتابعين على مواقع الشبكات الاجتماعية (41).

إن تراجع نسبة التطابق مع اتجاه الرأي على الشبكات الاجتماعية وتقلص الفارق بين نسبي المتطابقين (58.9%) وغير المتطابقين (41.1%) يشي باختلال وظيفي في اشتغال الآلية الاجتماعية؛ إذ انعكس ضعف المجتمع في ممارسة الضغط الاجتماعي على المبحوثين في البيئة الجديدة للاتصال في صورة ارتفاع تباين الاتجاهات وتراجع نسبة التوافق. وكما تُظهر النتائج، فإن المبحوثين كانوا أكثر تطابقاً مع اتجاه الرأي السائد نحو قضايا الأزمة اليمنية عبر اتصالاتهم الشخصية أكثر من اتصالاتهم الافتراضية. ولذلك، يمكن تأكيد قبول الفرض القائل: "تنجح بيئة الاتصال الجديدة في تخفيض الضغط الاجتماعي على المبحوثين للتوافق مع اتجاه رأي الأغلبية".

مؤشرات التعبير عن الرأي: البيئة التقليدية مقابل البيئة الرقمية

تمثل علانية التعبير عن الرأي محور التحدي في نظرية دوامة الصمت؛ إذ يعمل الخوف من تهديد المجتمع على كبح رغبة الأفراد في الإفصاح عن آرائهم المخالفة لرأي الأغلبية. ويحقق الاتصال عبر وساطة الإنترنت فرصًا فريدة للتعبير عن الرأي تتحدى آليات اشتغال دوامة الصمت؛ حيث يتحرر المستخدم كثيرًا من التسلسلات الهرمية الاجتماعية التي يراعيها، ومن علاقات الهيمنة والسيطرة في الأنماط الاتصالية الشخصية والجماعية والجماهيرية. ويعرض الجدول رقم (6) نتائج اختبار (T-Test) لقياس الفروق بين المتوسطات، والتي أظهرت وجود اختلافات دالة إحصائيًا بين متوسطات التعبير عن الرأي بالمقارنة بين سيناريوهات الاعتماد على شبكتي الاتصال التقليدية والافتراضية.

وتظهر نتائج الاختبار أن المبحوثين كانوا أكثر استعدادًا لإبداء آرائهم السياسية نحو قضايا الأزمة اليمنية عبر خيارات الاتصال التقليدي أكثر من بدائل الاتصال الافتراضي، وذلك في حالتي القبول بالنقاش مع شخص آخر أو الحديث إلى مراسل تليفزيوني. ولم تسجل خيارات الاتصال الافتراضي تفوقًا على قنوات الاتصال التقليدي إلا في حالة واحدة؛ إذ أظهرت النتائج أن المبحوثين أكدوا تفضيلهم التعبير عن آرائهم بالتعليق على منشور مخالف، ومن خلال مشاركة منشور على صفحاتهم، والمشاركة في حملة إلكترونية أكثر من القبول بوضع ملصق على السيارة أو الحائط مؤيد لاتجاهاتهم ومواقفهم. ومن ثم، تذهب النتائج إلى نفي ما افترضته الدراسة من أن "البيئة الجديدة للاتصال ستشجع المبحوثين على التعبير عن آرائهم في قضايا الأزمة اليمنية عبر الوسائط الجديدة بشكل أفضل من قنوات البيئة التقليدية للاتصال"؛ إذ أثبتت الاختبارات الإحصائية عكس ذلك تمامًا، فالمبحوثون كانوا أكثر استعدادًا للتعبير عن آرائهم نحو قضايا الأزمة اليمنية عبر شبكة اتصالاتهم التقليدية أكثر من قنوات اتصالاتهم الجديدة.

جدول (6): الفروق بين متوسطات استعداد المبحوثين للتعبير عن آرائهم في بيئتي الاتصال التقليدية والجديدة

الدلالة	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطات	المتوسط	خيارات وأساليب التعبير عن الرأي	
.313	.946	-.046	2.18	كتابة تعليق	1
			2.22	الحديث لمراسل	
.000	.913	.557	2.18	كتابة تعليق	2
			1.62	وضع ملصق	
.028	.951	-.100	2.18	كتابة تعليق	3
			2.28	الدخول في نقاش	
.000	.909	-.283	1.94	مشاركة منشور	4
			2.22	الحديث لمراسل	
.000	.794	.320	1.94	مشاركة منشور	5
			1.62	وضع ملصق	
.000	.978	-.338	1.94	مشاركة منشور	6
			2.28	الدخول في نقاش	
.000	.933	-.301	1.92	المشاركة في حملة إلكترونية	7
			2.22	الحديث لمراسل	
.000	.834	.301	1.92	المشاركة في حملة إلكترونية	8
			1.62	وضع ملصق	
.000	.976	-.356	1.92	المشاركة في حملة إلكترونية	9
			2.28	الدخول في نقاش	

خاتمة: بيئة جديدة واتصال قديم

سعت الدراسة إلى استكشاف مدى كفاءة اشتغال آليات دوامة الصمت في سياق البيئة الجديدة للاتصال، تطبيقاً على ثلاث من قضايا الأزمة اليمنية، تتسم بالطبيعة الخلافية وينقسم المجتمع اليمني بشأنها، وهي: دور التحالف العربي في اليمن، وشرعية الرئيس السابق، عبد ربه منصور هادي، والدعوة لفك ارتباط المحافظات الجنوبية عن دولة الوحدة اليمنية. واستهدفت الدراسة البحث في عوامل التمكين الإلكتروني التي تقدمها بيئة الاتصال الجديدة لعزل عوامل عزلة الفرد، والتعبير عن الرأي دون الحاجة للتوافق مع رأي الأغلبية.

وعلى الرغم مما توفره بيئة الاتصال الجديدة من بدائل وإمكانات للتعبير عن الرأي بحرية إلا أن النتائج تُظهر تفضيل المبحوثين إبداء آرائهم في قضايا الأزمة اليمنية عبر خيارات الاتصال التقليدي أكثر من بدائل الاتصال الافتراضي. وكانت خيارات المبحوثين الأعلى خوفاً من العزلة في البيئة الجديدة للاتصال تتجه نحو استبعاد إبداء الرأي عبر سيناريوهات التعبير المختلفة أو التزام الحياد. كما أشارت النتائج إلى تأثر رغبة التعبير عن الرأي بمدى تطابق اتجاه الرأي الشخصي مع مناخ الرأي العام بغض النظر عن طريقة التعبير والفضاء الاتصالي المستخدم. وكان المبحوثون الأكثر تطابقاً مع اتجاه الرأي الأكثر استعداداً لإبداء آرائهم نحو قضايا الأزمة اليمنية؛ ما يعني أن التطابق مع اتجاه رأي الأغلبية في المجتمع يبقى حافزاً للإفصاح عن الرأي.

تذهب نتائج الدراسة إلى تأكيد أن ما يعوق الإفصاح عن الرأي في بيئات النزاع ليس عدم مقدرة الأفراد على الوصول إلى المنابر الإعلامية وقنوات النشر، وإنما ذات الآليات النفسية الاجتماعية لدوامة الصمت - كما حدتها إليزابيث نيومان- التي يراعيها الأفراد وتدفعهم لممارسة الرقابة الذاتية في تواصلهم بالآخرين. ولئن كانت ظروف الاتصال قد تغيرت اليوم فإن آليات دوامة الصمت لا تزال فاعلة في بيئة الاتصال الجديدة، وبذلك تكون قد اكتسبت قنوات وظروف اشتغال جديدة.

تجاوزاً لأهمية النتائج العلمية التي توصلت لها الدراسة وصدقيتها فإن الأهم في كل ذلك هو ما توفره من زعزعة فكرية وقطع مع الأحكام المسبقة والعاطفية حول ما يحتمل أن توفره الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي من قدرة حتمية على

إعادة تشكيل الرأي العام، وأن وفرة المعلومة ومجانيتها ستوفر أيضاً مقدرّة مضاعفة في عملية صناعة الرأي العام بكل حرية واستقلالية. وهي مقاربات احتفائية بشبكة الإنترنت في حاجة إلى مزيد المراجعة العلمية، وذلك بحكم التفاضل عن أثر السياقات والبيئة ليس فقط في شقها التقني بل أيضاً السوسيوثقافي كما ذهبت إلى ذلك نيومان صاحبة نظرية دوامة الصمت.

المراجع

* تُعدّ مادة هذا البحث جزءاً مطوراً من رسالة دكتوراه ناقشها الباحث عبد الله بخاش تحت إشراف الدكتور جمال زرن بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بجامعة منوبة في تونس سنة 2022، كان عنوانها "آليات دوامة الصمت في سياق البيئة الاتصالية الجديدة: دراسة في تشكيل الرأي العام اليمني نحو الأزمة السياسية".

(1) محمد سعود البشر، الرأي العام: الأسس ومقاربات الواقع، (الرياض، العبيكان للنشر والتوزيع، 2014)، ص 44.

(2) Daniel G. McDonald et al., "The Spiral of Silence in the 1948 Presidential Election," *Communication Research*, Vol. 28, No. 2, (2001): 139.

(3) Mihaly Csikszentmihalyi, "Reflections on the 'Spiral of Silence.'" in *Communication Yearbook: Volume 14*, ed. James Anderson, (Sage Publications, Inc, 1990), 297.

(4) جوديت لاوار، سوسولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة علي أسعد وطفة، هيثم سطايجي، (دمشق، دار الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، 1994)، ص 66.

(5) Dietram Scheufele, Patricia Moy, "Twenty- five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook," *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 12, No. 1, (2000): 8.

(6) Andrew Ledbetter et al., *A First look at Communication Theory*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill Companies, Inc, 2008), 372.

(7) Elisabeth Noelle-Neumann, "Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 41, No. 2, (1977): 144.

(8) Elisabeth Noelle-Neumann, "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion," *Journal of Communication*, Vol. 24, No. 2, (1974): 44.

(9) عادل عبد الغفار، الإعلام والرأي العام: دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية-الاسرائيلية، سلسلة أطروحات الدكتوراه (43)، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003)، ص 74.

(10) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص 355.

(11) محمد شومان، دور الإعلام في تكوين الرأي العام: حرب الخليج نموذجًا، (القاهرة، المنتدى العربي للدراسات والنشر، 1998)، ص 178.

(12) إريك ميغري، سوسيولوجيا الاتصال والميديا، ترجمة نصر الدين لعياضي، (المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2018)، ص 416.

(13) حسن عماد مكاوي، ليلي السيد حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 279.

(14) ميخائيل سينجلتري، جيرالد ستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، ترجمة عبد الله بن أهنية، سعد القحطاني، (الرياض، معهد الإدارة العامة، مركز البحوث والدراسات، 1999)، ص 170.

(15) Achyut Aryal, "Theorizing Spiral of Violence: Death of Spiral of Silence Theory," *Mass Communication and Journalism*, Vol. 4, No. 2, (2014): 1-8.

(16) Elihu Katz, Yonatan Fialkoff, "Six Concepts in Search of Retirement," *Annals of the International Communication Association*, Vol. 41, No. 1, (2017): 86-91.

(17) كمال حميدو، "التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير"، مجلة لباب (مركز الجزيرة للدراسات، قطر، العدد 3، 2019)، ص 100-49.

(18) Sherice Gearhart, Weiwu Zhang, "Same Spiral, Different Day? Testing the Spiral of Silence Across Issue Types," *Communication Research*, Vol. 45, No. 1, (2018): 34-54.

(19) Sei-Hill Kim et al., "Talking About Genetically Modified (GM) Foods in South Korea: The Role of the Internet in the Spiral of Silence Process," *Mass Communication and Society*, Vol. 17, No. 5, (2014): 713-732.

(20) Mai Allam, "The Role and Impact of Social Media on Arab Networks on Arab Spring: A Case Study on the Egyptian Revolution, (unpublished Master Thesis, Department of Journalism and Mass Communication, The American University in Cairo, 2014).

(21) Patrick McCurdy, Breaking the Spiral of Silence: Unpacking the "Media Debate" within Global Justice Movements: A case study of Dissent and the 2005 Gleneagles G8 Summit," *Interface*, Vol. 2, No. 2, (2010): 42-67.

(22) Daniel Lemin, Public Opinion in the Social Media Era: Toward a New Understanding of the Spiral of Silence, (Unpublished Master Thesis, Faculty in Communication and Leadership Studies, School of Professional Studies, Gonzaga University, 2010).

(23) Jorg Matthes et al., "The Spiral of Silence Revisited: A Meta-Analysis on the Relationship Between Perceptions of Opinion Support and Political Opinion Expression," *Communication Research*, Vol. 45, No.1, (2018): 3-33.

(24) Matthew J. Kushin et al., "Societal Majority, Facebook, and the Spiral of Silence in the 2016 US Presidential Election," *Social Media + Society*, Vol. 5, No. 2, (2019): 1-11.

(25) Zhibo Xiao, The spiral of silence on WeChat Moments: Analyzing the influence of reference groups and expression avoidance strategies regarding the legalization of same-sex marriage, (Master Thesis, Department of Media and Communication, University of Leicester, 2020).

(26) Oren Soffer, Galit Gordoni, "Opinion Expression via User Comments on News Websites: Analysis Through the Perspective of the Spiral of Silence, Information," *Communication & Society*, Vol. 21, No. 3, (2017): 388-403.

(27) Bengt Johansson, "Expressing Opinions about the Refugee Crisis in Europe: The spiral of Silence and Crisis Communication," *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, Vol. 1, No. 1, (2018): 57-82.

(28) إنجي أبو العز، دور الإعلام الجديد في التأثير على سلوك الجمهور المصري في إطار نظرية دوامة الصمت، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016).

(29) Ali Dashti et al., "Social Media and the Spiral of Silence: The Case of Kuwaiti Female Students Political Discourse on Twitter," Journal of International Women's Studies, Vol. 16, No. 3, (2015): 42-53.

(30) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط 2 (القاهرة، دار الفجر، 2003)، ص 78.

(31) ربحي عليان، عثمان غنيم، أساليب البحث العلمي، ط 2 (عمان، دار صفا للنشر والتوزيع، 2008)، ص 54.

(32) سعد الحاج جخدل، العينة والمعاينة: مقدمة منهجية قصيرة جداً، (عمان، دار البداية ناشرون وموزعون، 2019)، ص 66.

(33) Nissim Cohen, Tamar Arieli, "Field research in Conflict environments: Methodological Challenges and Snowball Sampling," Journal of Peace Research, Vol. 48, No. 4, (2011): 423-435.

(34) محمد علي السقاف، "الحراك الجنوبي فاعل غير رسمي"، في شفيق شقير، الفاعلون غير الرسميين في اليمن: أسباب التشكل وسبل المعالجة، (الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات، 2010)، ص 70.

(35) جو بيكر، "التحالف بقيادة السعودية على "قائمة العار" الأممية بسبب الانتهاكات ضد الأطفال"، هيومن رايتس ووتش، 6 أكتوبر/ تشرين الأول 2017، (تاريخ الدخول: 13 أغسطس/ آب 2019)، <https://bit.ly/3KIPqtK>.

(36) Ledbetter et al., A First look at Communication Theory, 376.

** أسماء الأساتذة المحكمين مرتبة وفقاً للترتيب الأبجدي:

- الدكتور جمال زرن، أستاذ الاتصال والإعلام بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة في تونس.

- الدكتور حسن منصور، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعة الملك سعود في الرياض.

- الدكتور عادل العياري، أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تونس.

- الدكتور عبد الباسط الحطامي، أستاذ الإعلام المشارك بكلية الإعلام، جامعة صنعاء.

- الدكتور عبد الرحمن الشامي، أستاذ الإعلام بقسم الإعلام، جامعتي صنعاء وقطر.

- الدكتور عبد الله الحيدري، أستاذ الإعلام بقسم الإعلام جامعة قطر ومعهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس.

- الدكتور علي العمار، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام، جامعة صنعاء.

- الدكتور مصطفى النمر، أستاذ الإعلام المشارك بكلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض.

- الدكتور مهدي مبروك، أستاذ علم الاجتماع بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تونس.

- الدكتور نواف التميمي، أستاذ الإعلام المساعد بمعهد الدوحة للدراسات العليا في قطر.

- الدكتور وديع العززي، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعتي صنعاء والملك سعود بالرياض.

- الدكتور يوسف سلمان، أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا بصنعاء.

(37) Elisabeth Noelle-Neumann, *The spiral of silence: Public opinion - our social skin*, 2nd ed. (Chicago: University of Chicago Press, 1993), 6.

(38) Kyoungtae Nam, *The Effect of Personality on the Spiral of Silence Process*, (PhD dissertation, University of Tennessee, 2002), 61.

(39) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 18.

(40) فؤاد الصلاحي، "المجتمع والنظام السياسي في اليمن"، في شفيق شقير، الفاعلون غير الرسميين في اليمن: أسباب التشكل وسبل المعالجة، (الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات، 2011)، ص 9.

(41) ديراج ميرثي، تويتر: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ترجمة محمد عبد الحميد، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014)، ص 58.

المعجم الإعلامي الحديث

مساهمة بحثية في مشروع المعجم الإعلامي الحديث

Research Contributions to the Modern Media Dictionary

* عماد بشير - Imad Bachir

توطئة:

يمثل مشروع المعجم الإعلامي الحديث، الذي يُصدره مركز الجزيرة للدراسات، إسهامًا معرفيًا في صناعة معجمية تحقق التراكم المعرفي الإعلامي، باعتبارها وسيطًا علميًا يُوثق الصلة بمجال اشتغاله، ويُكسب المتلقي أيضًا وعيًا عميقًا بالكيفية التي يُعبر بها النسق المعجمي عن صيرورة الظواهر والقضايا التي يعالجها من خلال البحث في أصول الكلمات، وتَشكّل المصطلحات، وبلورة المفاهيم واستقصاء تطورها التاريخي. سيكون هذا المعجم الإلكتروني منطلقًا لفهم الطبيعة التاريخية لمصطلحات الإعلام، والسياقات المختلفة التي تبلورت فيها، والقضايا والإشكاليات التي تُعبر عنها في علاقتها بالتحوّلات الاجتماعية والسياسية والفكرية والفلسفية، وتأثيرها على التفكير الإنساني في تلك القضايا، لأن المصطلحات لا يمكن عزلها عن هذه البنى التي أنتجتها (الاجتماعية والتاريخية والسياسية...)، كما أن بعض العمليات الاجتماعية والتاريخية تحدث من داخل المصطلحات نفسها. وفي هذا العدد، يشارك الدكتور عماد بشير بهذه المادة العلمية التي أعدها ضمن سلسلة المعجم الإعلامي الحديث مساهمًا في بناء لبناته ومنظومته.

Foreword:

Published by Al Jazeera Centre for Studies, The Modern Media Dictionary is a cognitive contribution to the lexical industry that achieves an accumulation of media knowledge as a scientific means of documenting the connection to its field of work, giving the reader a deep awareness of how the lexical system expresses the process of phenomena and issues that it deals with through research on the origins of words, forming vocabulary and concepts, and investigating their historical development. This electronic dictionary will be the starting point for understanding the historical nature of media terminology; the different contexts in which they were formed; the issues and

* د. عماد بشير، أستاذ دراسات المعلومات وتكنولوجيا الإعلام في الجامعة اللبنانية، ومدير سابق لكلية الإعلام فيها.

problems that it portrays in its relationship with social, political, intellectual and philosophical transformations; and their effect on human thought on these issues. This is because terminology cannot be isolated from the social, historical and political structures that produced it. In addition, some social and historical operations occur from within the terminology (e.g. cyberspace, social media networks). In this issue, Dr. Imad Bachir contributes with this scientific article that he prepared as part of the Modern Media Dictionary series, contributing to its construction and system.

الإحباط (Frustration)

كلمة أصلها الاسم (إِحْبَاط) في صورة مفرد مذكر وجذرها (حَبَط). مصدر أَحْبَطَ، جمع إحباطات (لغير المصدر). وَحَبَطَ حَبْطًا وَحُبُوطًا: عمل عملاً ثم أفسده، والله أَحْبَطَهُ. وَفِي التَّنْزِيلِ {أَوْلَيْكَ لَمْ يُؤْمِنُوا فَأَحْبَطَ اللَّهُ أَعْمَالَهُمْ}، أي أبطلها وأضاع ثوابها، {أَوْلَيْكَ الَّذِينَ حَبَطْتُ أَعْمَالَهُمْ} {فَأَوْلَيْكَ حَبَطْتُ أَعْمَالَهُمْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ}، أي بطل العمل ولم يحقق ثمرته وذهبت أجورهم، وفسد وذهب سدى. وإذا عمل الرجل عملاً ثم أفسده قيل: حَبَطَ عمله، وأحبطه صاحبه، وأحبط الله أعمال من يشرك به. وقال ابن السكيت: يقال: حَبَطَ عمله يَحْبِطُ حَبْطًا وَحُبُوطًا، فهو حَبْطٌ. وقال الجوهري: بطل ثوابه وأحبطه الله. وَأَحْبَطُ، إعاقة النشاط المتجه نحو هدف إما بإيقافه أو التهديد بإيقافه أو الإيحاء بأن ماله الهزيمة والخيبة. وفي الحديث: أَحْبَطَ اللَّهُ عمله أي أبطله. وَحَبَطَتِ البئرُ حَبْطًا إِذَا ذَهَبَ مَآوِهَا. وقال أبو عمرو: الإِحْبَاطُ أَنْ تَذَهَبَ مَاءُ الرَّكِيَّةِ فَلَا يَعُودُ كَمَا كَانَ(1).

إذن، يدل المعنى اللغوي لكلمة الإحباط على الإبطال والإفساد. ويرد مصطلح إحباط في باب مساوئ الأخلاق كالرياء والعجب وغير ذلك. له استخدامات في علم النفس للتعبير عن حالة مرضية. وهو ظرف أو حالة أو عمل يحول بين المرء وتحقيق إحدى حاجاته الاجتماعية أو النفسية، وأيضاً شعور بالضيق يحدث عندما لا تسير الأمور كما يتوقعها الفرد، أو الشعور بعدم الثقة لأن الفرد لا يستطيع تحقيق ما يريد، وكذلك شعور مزمن عميق وحالة من انعدام الأمن وعدم الرضا عن مشاكل لم يتم حلها أو عدم تلبية احتياجات الفرد، وهو ما يمكن رصد في تعريفات بعض المعاجم الإنجليزية والفرنسية التي تتوافق حتى في مبنى الكلمة (Frustration)(2). وهذا المعنى النفسي للإحباط نجده أيضاً في الموسوعة العربية وقد أسمته بـ"الموقف الإحباطي"؛ إذ إن لكل دافع لدى الإنسان غرضه، فإذا قام الإنسان بالسلوك المحرّك بالدافع قيل عن السلوك: إنه موجه بغرض. وقد يكون الغرض واضحاً، وقد يكون غير واضح. ويتم إشباع الدافع بوصوله إلى غرضه، في بعض الأحيان، وقد يمتنع ذلك، في بعض الأحيان، بسبب عائق، وتكون النتيجة شعور الإنسان بالخيبة وبضيق يرافقها. في مثل هذه الحالة يقال: إن الدافع قد أحبط، أو إن سلوك ذلك الإنسان قد أحبط. ولما كان الدافع، والسلوك الموجه به، والنتيجة الناجمة عن الإعاقة، تؤلف

كلها عملية نفسية متكاملة، اتجه استعمال مصطلح "الإحباط" نحو الدلالة على كامل العملية، أي يدل على حالة الجبوت لدى الإنسان من حيث الدافع والسلوك الذي ظهر لديه. وحين تؤخذ هذه العملية المتكاملة ومعها الظروف المحيطة فإن المصطلح الذي يغلب استعماله عندئذ هو "الموقف الإحباطي" (3).

وفي المجال العسكري، يؤدي الضعف المعنوي وتراجع الروح المعنوية إلى شلل في الطاقة لدى الجنود، وهو ما يؤثر سلبًا في شخصية الأفراد ويخلق إحساسًا بعدم الرضا عن النفس والشعور بالنقص والدونية والخيبة والاضطراب ومن ثم الإحباط. لذلك فالروح المعنوية العالية تجعل الجندي يتعايش مع الواقع بنفسية مستقرة، ويتعد عن الاكتئاب والضيق والملل، وهو الشرط الأساسي كي يصاب باليأس، لأن الشعور بالإحباط يقود إلى الفشل (4).

وتشير بعض الدراسات (5) إلى أنواع مختلفة للإحباط، منها الإحباط الداخلي، والإحباط الخارجي، والإحباط الأولي، والإحباط الثانوي، والإحباط السلبي، والإحباط الإيجابي. وتنتج هذه الأنواع عن عوائق متعددة إما خارجية (اقتصادية أو مادية أو ثقافية مجتمعية أو مهنية)، وإما داخلية (قيمة أخلاقية أو خبرة سابقة، دوافع قوية شخصية...).

في المجال الإعلامي تُستعمل كلمة إحباط باعتبارها أحد أهداف الحروب النفسية في الصراع بين الدول، أو أهداف الصراعات الرمزية داخل المجتمعات المحلية. ولعل ما يثير الانتباه هنا ما يتداوله بعض الإعلاميين العرب بخصوص هذا المفهوم، ومن ذلك "إعلام الإحباط" و"تصدير الإحباط"، و"إعلاميون ضد الإحباط". والمقصود بـ"إعلام الإحباط" هو الإشارة إلى دور وسائل الإعلام في بثّ ونشر رسائل وأخبار مُضلّلة وكاذبة تصيب المجتمع ومكوناته بالإحباط فيما يتعلق بحاضره ومستقبله واهتماماته المحلية داخل حدود مجتمعه أو خارجها (6). أما "تصدير الإحباط" فهو إشارة إلى بعض الآليات المستحدثة التي أضافها الخطاب الإعلامي الدولي إلى آلياته، وتمثّل في إثارة روح الإحباط والتشاؤم والنقد الهدام، إضافة إلى تكريس حالة نفسية تستهدف سيكولوجية الشعوب بحيث تركز لديهم اليأس وعدم إصلاح الأحوال. هذا إلى جانب التضخيم في المعالجات الإعلامية والتركيز على الأخبار والأحداث السلبية (7). وهو ما يعني إبطال هذا الإعلام لدوره في الاستجابة لاحتياجات المتلقي السياسية والثقافية والفكرية.

ويهدف مصطلح "إعلاميون ضد الإحباط" إلى تحميل وسائل الإعلام مسؤولية إيصال المجتمعات إلى الإحباط في مقابل دورها الأساسي الذي يفترض أن تؤديه في محاربة اليأس ومقاومة الإحباط وغرس الأمل بنشر الأخبار التي تستجيب لاحتياجاته السياسية والمعرفية والثقافية، وعدم بيع الأكاذيب والأوهام، وأن يُصّر الإعلام المجتمعات بالمخاطر، وأن يسلط الضوء على مواضيع الوجد، وأن يشير إلى مراكز الخلل والقصور في المعالجات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وكل ما يتعارض مع تحقيق التنمية. في السياق نفسه، ورد مصطلح "صناعة الإحباط" في إشارة إلى الدور الذي قد تلعبه وسائل الإعلام في إحباط الشعوب، وتعد هذه الفكرة تجلياً لأحد أنواع الحروب النفسية لجعل المواطنين لا يثقون في مستقبلهم.

ليس جديداً أن لوسائل الاعلام، بما تبثه من محتوى إعلامي، تأثيراً في الرأي العام الذي تخاطبه. ويُعتبر الإحباط -بما يُشكّله من تأثيرات سلبية في قدرات المتلقي النفسية وبما ينتجه من تشاؤم وانهازم وانهايم معنوي وأخلاقي في المجتمعات المرصودة- أحد أهم عوارض استخدام وسائل الإعلام الرقمية المتطورة فيما يسمى الحروب الناعمة، أو حروب الجيل الرابع. علماً أن الإعلام بوسائله المتنوعة التقليدية والإلكترونية كان أحد أسلحة الحروب العالمية، ولا يزال من الأسلحة المستخدمة في الحروب النفسية بين المتصارعين خارج ساحات القتال والمعارك العسكرية. إن مجرد بحث بسيط على الإنترنت عن الحروب النفسية يسترجع لك عشرات الكتب الأجنبية والعربية عن هذا الموضوع، وبعض هذه الكتب يقدم تفاصيل وأساليب وأنواع ونماذج عن هذه الحروب النفسية التي تُستخدم بهدف زرع الإحباط في النفوس المدنية والعسكرية في إطار الصراعات الرمزية داخل المجتمعات الواحدة أو الصراعات والحروب الدولية والحدودية(8). من ضمن هذه الحروب يُشار إلى الحروب النفسية القائمة من خلال وسائل الإعلام التقليدية والناعمة في الحرب الأوكرانية الروسية، حيث تجهد وسائل الإعلام المنخرطة في الحرب بين هدفين: دَبّ الإحباط من جهة، ورفع المعنويات من جهة أخرى، وذلك من خلال ما تبثه من محتوى مدروس لاسيما في توقيته وكلماته وصوره من خلال التلفزيون والمواقع الإلكترونية على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وتشير بعض الموسوعات المعرفية إلى أن المحلل العسكري والمؤرخ البريطاني، جون فولر (John F.C. Fuller)، هو أول من استعمل مصطلح الحرب النفسية (Psychology warfare) في

العام 1920، علمًا بأن الأساليب المرتبطة بهذا النوع من الحروب استُخدمت قبل هذا التاريخ. ويرى فولر أن الحرب النفسية قد تستبدل بالوسائل التقليدية للحرب في الوقت المناسب؛ حيث لا تستخدم الأسلحة أو السعي وراء ساحات القتال؛ إذ تقوم الحرب النفسية بإفساد العقل البشري وإضعافه، وتفكيك الحياة الأخلاقية والروحية للأمة(9).

إجمالاً، لا يمكن تحديد دلالات وأبعاد الإحباط في صلته بوسائل الإعلام دون ربطه بتمثُّل الأشخاص لهذه الوسائل للكشف عن تجلياته عبر العديد من المستويات، ومنها:

- المستوى الأول: يشعر الجمهور بما تسببه وسائل الإعلام من إحباط نتيجة التفاؤل المفرط بقدرتها على تنوير الرأي العام، ويسعيها لتقريب الأمم بعضها البعض وإتاحة فرص التفاهم بين الشعوب، والقبول بالاختلاف بين الثقافات، وتعزيز أسس التعايش المشترك من جهة، ووقوعها في التضليل ونشر الكراهية والدعاية إلى الحرب وتأجيج النزاعات المسلحة، من جهة أخرى. وينجم الإحباط عن عدم الحذر وغياب الحس النقدي في تلقي منتجاتها. ف"انتباهنا" لبعض الجوانب من الواقع، وقدراتنا في التصرف معها، أصبح يمر اليوم عبر العدة التقنية التي تشاركنا فيما نشعر به، وما نفكر فيه، وما نعبر به، وما نقوم به(10). ويترتب عن هذا الإحباط تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام، وحتى في الانصراف عنها.

- المستوى الثاني: كل تكنولوجيا تظهر اليوم تصبح متجاوزة غداً. هذا ما يمكن استخلاصه عبر تاريخ الكمبيوتر، وفي اكتساب الهاتف المتحرك الذكاء الاصطناعي، فجمَعَ العديد من الأجهزة والحوامل التي كانت مستقلة بذاتها: الكاميرا، جهازي "آيپود" (iPod)، ونظام تحديد المواقع "جي بي إس" (Gps)، والكمبيوتر، والمذياع، والتليفزيون، والساعة والمنبه، وغيرها. ومكن المستخدم من القيام بالعديد من الوظائف المختلفة عبر الهاتف. ولئن استطاع هذا التطور التكنولوجي إشباع بعض حاجات المستخدمين، فقد أضحى مصدرًا لإحباطهم. فإحساس الفرد بمواكبة كل مبتكر تكنولوجي في مجال الاتصال أصبح مؤجلًا أو صعب المنال. وإن تحقَّق اليوم، فسيبتد غداً بعد إدخال التحسينات على الأجهزة التكنولوجية(11) وبرمجياتها.

- المستوى الثالث: لا تتفوق الميديا الجديدة على وسائل الإعلام الكلاسيكية بذاتية

ما تنقله فقط، بل بسرعة بثه أيضاً. لذلك نعيش استبدال السرعة. فمن لم يعجل يتخلف، إن لم يتعثر، سواء في مجال الرياضة وتحقيق الأرقام القياسية أو في الألعاب التليفزيونية. وحتى أجهزة الكمبيوتر أصبحت تقاس بسرعتها، أي بمقدرتها على معالجة أكبر عدد من العمليات في أقل وحدة زمنية ممكنة (12). فالإحباط يكمن في إيمان الكثيرين بأن تكنولوجيا الاتصال ستوفر المزيد من الوقت الذي يحتارون في كيفية صرفه، وإذا بها تسحب منهم الكثير منه. فأصبحوا يعانون من ضيقه أو ندرته (13).

- المستوى الرابع: آمن الكثير من الناس بالخطاب عن التكنولوجيا الحديثة التي ستحقق آمال البشرية في الحرية، حيث يملك الجميع الفرص والإمكانيات للتعبير الحر وهم على قدم المساواة؛ فكان إحباطهم على قدر ما آمنوا به. فحرية التعبير أصبحت مهددة أكثر فأكثر باسم الحرية ذاتها من قبل الجماعات المتطرفة التي تبث خطاب الكراهية والإقصاء، ومن قبل مختلف القوى الاقتصادية والسياسية؛ فأضحى المواطن المعاصر عرضة للمراقبة اللصيقة أكثر من القرن الماضي. ترصد كل حركاته وسكونه وميوله ومواقفه وحتى ذوقه. كما أن حياته الخاصة أصبحت مستباحة برضاه أو بدونه يعاني فيها من صعوبة التحكم في صورته.

- المستوى الخامس: يتفق بعض الباحثين على أن الميديا الاجتماعية تشكل مصدراً للإحباط من خلال وصفها بأنها غير اجتماعية (14). ويُعلّلون ذلك بأن الناس يبالغون في إظهار سعادتهم عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، خاصة فيسبوك، من خلال إظهار سفرياتهم السياحية، وتفوقهم الدراسي، وجمال مقر إقامتهم، وهندامهم، وزيتهم. ولا يترددون في نشر صور وسائط الفيديو عن رفاهية الحياة التي ينعمون بها. كل هذا يجعل الناس يشعرون بالحزن والإحباط بعد مقارنة وضعهم اليومي بوضع أولئك الذين يفرطون في التعبير عن سعادتهم عبر هذه المواقع. ربما يتسع حجم الإحباط بامتداد الحقل المرئي للسعادة، سواء كانت فعلية أو مزعومة، عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. فالباحثة لبيي كوبلاند (Libby Copeland) ترى أن فهم هذا الإحباط يقتضي العودة إلى الفيلسوف مونتسكيو الذي يؤكد أنه "إذا أردنا أن نكون سعداء فقط؛ فالأمر يمكن أن يتحقق عاجلاً أو آجلاً. أما إذا أردنا أن نكون أكثر سعادة من الآخرين، فهذا أمر صعب المنال، لأننا نعتقد أن الآخرين سعداء أكثر مما هم عليه" (15).

الإحصاء (Statistics, Statistique)

مصدره الفعل أحصى. وأحصى الشيء: عدّه وأحاط به، وحصره وضبطه وعرف قدره. وأحصى الكتاب، أي حَفِظَه. والإحصاء كلمة مفردة جمعها إحصاءات. والإحصاء: العدُّ والحِفظ. وفي التنزيل: {وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا}، أي أحاط علمه سبحانه باستيفاء عدد كل شيء. وأحصيتُ الشيء: عدَدته. وأما قول النبي صَلَّى اللهُ عليه وسلم: إن لله تسعة وتسعين اسمًا من أحصاها دخل الجنة، فمعناه من أحصاها علمًا وإيمانًا بها ويقينًا بأنها صفات الله عز وجل، ولم يُرد الإحصاء الذي هو العدُّ. وقال ابن الأثير في قوله من أحصاها دخل الجنة: قيل من أحصاها من حَفِظها عن ظهر قلبه. وفي الحديث: أكل القرآن أحصيت أي حفظت. وقوله للمرأة: أحصيتها أي احفظيها. وفي الحديث: استقيموا ولن تُحْصُوا، واعملوا أن خير أعمالكم الصلاة، أي استقيموا في كل شيء حتى لا تميّلوا ولن تطيقوا الاستقامة من قوله تعالى: {عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصَوْهُ}، أي لن تطيقوا عدّه وضبطه(16).

والإحصاء هو عملية (Process) الاشتغال على أية بيانات عبر استخدام الرياضيات أو الطريقة الوصفية لاستخلاص اتجاه أو معلومات ذات مغزى. وقد اشتقَّ المصطلح باللغة الإنجليزية (Statistics) من الكلمة الإيطالية (Statista)، والكلمة الألمانية (Statistik)، والكلمة اللاتينية (Status)، وهي مصطلحات تُعنى بحقائق ومعلومات عن الدولة، حيث كانت بداية استخدام هذا المصطلح لجمع البيانات التي تخص أفرادها ومواطنيها من أجل إنشاء قاعدة بيانات تضبط فرض الضرائب(17). وفي المعجم الفرنسي "لاروس" (La Rousse)، ورد مصطلح الإحصاء (Statistique) بمعنى مجموع البيانات الناتجة عن الملاحظة، التي ترتبط بمجموعة من الأفراد أو الوحدات (غالبًا ما تكون بصيغة الجمع). ويُراد بالإحصاء أيضًا مجموعة من الطرق التي تهدف إلى جمع البيانات العددية لظاهرة معينة، ومعالجتها وتفسيرها لاستخلاص بعض النتائج(18).

وفي ضوء ذلك، يمكن تعريف علم الإحصاء بأنه مجموعة من النظريات والطرق العلمية التي تبحث في جمع البيانات، ومن ثم عرضها وتفسيرها بأساليب علمية، وذلك من أجل ترسيخ هذه النتائج لوضع التقارير واتخاذ القرارات المناسبة حول قضية معينة(19)، أو ظاهرة اجتماعية أو غيرها من الظواهر. ويتوافق بعض

المتخصصين على أن علم الإحصاء هو أحد فروع علم الرياضيات، ويهتم بجمع وتلخيص البيانات وتمثيلها وإيجاد الاستنتاجات من البيانات. ويرتكز الإحصاء كعلم على تجميع الظواهر والوقائع والأشياء وتنسيقها على نحو يؤدي إلى علاقات عديدة ثابتة تمكن الباحث من التكهن بالمستقبل. وترجع البدايات الأولى لعلم الإحصاء إلى منتصف القرن السابع عشر، بينما نشأ مصطلح الإحصاء بالمفهوم الحديث في ألمانيا في العام 1749، وسبقته الإشارة إلى بعض أشكال الإحصاءات مع العالم اللغوي، الخليل بن أحمد الفراهيدي، عام 786، في كتابه: "رسائل التشفير"، ثم العالم الرياضي، يعقوب بن إسحاق الكندي، عام 873، في كتابه: "فك رموز رسائل التشفير".

استخدم العالم الألماني، غوتفريد أتشينووال (Gottfried Achenwall) (1719-1772)، كلمة الإحصاء للمرة الأولى في منتصف القرن الثامن عشر لتوصيف فن الحكم فيما يتعلق بجمع البيانات واستخدامها من الدولة. ووفقاً للإحصائي البريطاني، يودني يول (Udny Yule) (1871-1951)، ظهرت كلمة الإحصاء في أوائل استخداماتها ضمن منشور عائد للبارون فون بيفيلد (Von Biefeld) (1717-1770). كما ظهرت في موسوعة "بريتانिका" (Britannica)، عام 1797، واستخدمها السير جون سنكلير (John Sinclair) (1754-1835) في بريطانيا في سلسلة من المجلدات نُشرت بين عامي 1791 و1799 (20). من أوائل الإحصائيين في العصر الحديث يُشار إلى البريطاني كارل بيرسون (Karl Pearson) (1857-1936) ومواطنه السير رونالد فيشر (Ronald Fisher) (1890-1962).

استُخدم الإحصاء في حقول علمية ومعرفية مختلفة، مثل العلوم البيولوجية والطبية والزراعية والاقتصاد والإدارة والتأمين وعلم الاجتماع وعلم النفس والصناعة والكيمياء والرياضة، وغيرها من العلوم. وبدأت الدراسات المنهجية الأولى لجماهير وسائل الإعلام في أواخر القرن التاسع عشر، عندما بدأ الباحثون في اعتماد الأساليب الإحصائية لجمع البيانات عن عادات القراءة لدى قراء الصحف والمجلات (21). ويعتبر جورج غالوب (George Gallup) من أقدم الذين أجروا دراسات إعلامية مستخدماً تقنيات العينة الإحصائية لقياس الرأي العام في ثلاثينات القرن العشرين (22). وتزايدت أهمية الإحصاءات في البحوث الإعلامية وتوسعت

وتنوعت اعتباراً من منتصف القرن الماضي؛ حيث بدأ الباحثون باستخدام الأساليب الإحصائية لفحص آثار وسائل الإعلام في الجماهير، مثل تأثير الإعلان في سلوك المستهلك، أو آثار المضامين العنيفة على الأطفال وسواهم من الشرائح الاجتماعية. كما استخدم الباحثون تقنيات إحصائية لقياس تأثير الإعلانات التجارية الإذاعية في سلوك المستهلك. منذ ذلك الحين، أصبحت الإحصاءات مكوناً أساسياً في البحث الإعلامي، لاسيما مع تطور التقنيات الجديدة والقنوات الإعلامية التي أدت إلى زيادة الحاجة إلى الرؤى المستندة إلى البيانات. إضافة إلى ذلك، أدى تطور التكنولوجيات الجديدة ووسائل الإعلام والاتصال، مثل التلفزيون والإنترنت، إلى ظهور أشكال جديدة من البحوث الإعلامية التي تعتمد اعتماداً كبيراً على التحليلات الإحصائية.

وتعاضمت الحاجة أيضاً إلى الإحصاء في علوم الإعلام والاتصال في عصر البيانات الضخمة (Big Data) الناتجة عن منصات الوسائط الاجتماعية وخدمات البث والوسائط الرقمية الأخرى. وحصرت متغيراتها في البيئة الرقمية في ثلاثة متغيرات، على الأقل، وهي تلك التي تشترك في الحرف اللاتيني (V) في بداية اسمها (23): الحجم (Volume) الذي يعنى ضخامة البيانات المتزايدة والتي يصعب، بل يستحيل قياسها دون عُدّة رقمية. والتنوع (Variety)، أي تعدّد أشكال الآثار والميمات القابلة للتحليل العلمي، والسرعة (Velocity)، التي تُعدّ خاصية مستحدثة حقاً والمتعلقة بإيقاع توليد البيانات وفترة ظهورها في الشاشات قبل أن تختفي (24). فلم يوجد ما يعادل هذه البيانات في البحوث الكلاسيكية، مثل تلك التي دشن بها بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld) البحوث الإعلامية، مستفيداً من تقنيات استطلاع الرأي العام التي أنجزتها مؤسسة غالوب في ثلاثينات القرن الماضي.

منح الإحصاء أفاقاً جديدة للدراسات الإعلامية والاتصالية، وأعطى أبعاداً جديدة لمجالاته المعرفية التي لم تعد تشترط كفاءة معينة في هذا المجال المعرفي أو ذاك فقط، بل أصبحت تتطلب كفاءة إحصائية. فالسيمياء التي ارتبطت تاريخياً بالبحوث الكيفية، استفادت من الإحصاء لتنتقل إلى البحوث المختلطة؛ فأصبحت تشتغل على البيانات ذات الدلالات الإحصائية والسمائية في آن واحد (25). وبدأ الاعتماد على الإحصاء لإنشاء نماذج اتصالية في البيئة الرقمية، كما هو شأن الدراسات المتعلقة بالمؤثرين في مواقع الشبكات الاجتماعية وظاهرة العدوى في الويب (26). وأسهم

الإحصاء في تشكيل أدوات بحثية، مثل الإحصاء النصي الذي يتعامل مع الكلمات كأرقام ليعالجها من منظور تواترها في تيمات محددة، فيجمعها وفق الاشتقاق والترادف في المعاني. وقد سمح هذا الإحصاء بقياس الكفاية اللغوية لهذا الشاعر أو الروائي على سبيل المثال، بل استعمل لإثبات فرضية أن الروائية البريطانية، أغاثا كريستي (Agatha Christie)، أصيبت في آخر حياتها بداء الزهايمر بناء على الإحصاء النصي الذي أكد توارى بعض الكلمات والنعوت إلى غاية اختفائها نهائيًا في آخر رواياتها.

أمام الاستخدام المتزايد والدقيق للإحصاء في البحوث الاجتماعية والإعلامية يحتد النقاش حول مدى موضوعية الإحصاء وحياده في دراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية. ربما المسألة لا تتعلق بحياد أداة القياس في حد ذاتها، بل يرتبط بالسؤال المركزي: لماذا نقيس أو نحصي أصلاً؟ ففي هذا الإطار تشير الباحثة دانا بويد (Danah Boyd) إلى أنه إذا كانت رهانات الإحصاء كبرى وهامة، ستكون البيانات الإحصائية أقل موضوعية. فاختيار نوع البيانات، وطريقة تصنيفها وعرضها تكشف عن التزامات أيديولوجية واجتماعية وسياسية (27).

ربما يتعلق الأمر أيضًا بمسألة سوء تأويل البيانات الإحصائية أو عدم تأويلها أصلاً ليس في البحوث الاجتماعية والإعلامية والاتصالية فحسب، بل حتى في العمل الصحفي. فإن كانت وسائل الإعلام تتعاطى مع الإحصائيات كأحداث أو وقائع، فالمفروض أن تقدمها إلى جمهورها بكل دقة وصواب. لكنها مع الأسف، لا تفعل ذلك في العديد من الحالات. فبعض البحوث الإعلامية أثبتت أن بعض وسائل الإعلام تقدم الإحصائيات كمادة خام مما يتعسر فهمها على حقيقتها، هذا إن لم تحرفها أو تؤولها بطريق الخطأ، مستغلة في ذلك عدم امتلاك الجمهور نظرة نقدية لها (28).

يُدرس الإحصاء تحت أسماء عدة تحدد مسار استخدامه، وهي: الإحصاء الاجتماعي، والإحصاء الاستدلالي، والإحصاء العلمي، والإحصاء الوصفي، وقد تكون هناك تقسيمات أخرى، ولكن التسميات المذكورة تُعد الأكثر تداولاً واستخداماً في إطار علم الإحصاء. علمًا بأن المتخصصين يتحدثون عن نوعين من الإحصاء: الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics)، والإحصاء الاستدلالي أو التحليلي أو الاستنتاجي (Inferential Statistics).

ويشير الباحثون في علم الإحصاء إلى أن العملية الإحصائية تتضمن أربع مراحل (29):

1. جمع البيانات: وهي المعلومات الأولية العددية ويتم الحصول عليها من المصادر الحكومية، أو الخاصة المسؤولة، أو بإجراء استفتاء، أو اختبار عينة دون الحاجة إلى دراسة الكل.

2. تنظيم البيانات: إن البيانات التي يتم الحصول عليها تُنظَّم عادة في جداول إحصائية، أو عبر رسوم بيانية، بهدف معالجتها رياضياً ولسهولة الاطلاع عليها ومعرفة بعض المؤشرات الأولية.

3. المعالجة الرياضية: وتتم من خلالها معالجة البيانات رياضياً وذلك لاستخراج نتائج عددية لها مؤشرات إحصائية، مثل مقاييس النزعة المركزية، أو التشتت، أو معاملات الارتباط وغيرها.

4. تحليل نتائج: وتُعد من أهم مراحل العملية الإحصائية وبدونها تبقى النتائج مجرد أرقام صماء لا معنى لها، ويتطلب التفسير قدرًا كافيًا من الأمانة والصدق وعدم التحيز والخبرة والإلمام التام بالموضوع المبحوث.

ويضيف البعض مرحلة خامسة إلى المراحل الأربع السابقة، وتتعلق بالهدف من العملية الإحصائية، أي اتخاذ القرار أو تحديد الإجراء الذي يجب اتخاذه إزاء حالة معينة. ويمكن أن تشمل الإجراءات أشياء كثيرة، مثل إطلاق حملة إعلانية عبر الإنترنت، والتطعيم أو عدم التطعيم (30) وغيرها من القرارات التي يتخذها الباحث أو القائم بالإحصاء في سياق أهداف العملية الإحصائية.

الإحصاء الاجتماعي (Social Statistics, statistiques sociales)

يتوافق المتخصصون عمومًا على نوعين من الإحصاء، هما: الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics) والإحصاء الاستدلالي (Inferential Statistics). ولكن الإحصاء يرد بأكثر من اسم في الإنتاج الفكري الخاص به ضمن المجالات البحثية التي يتناولها وليس باعتباره نوعًا من أنواع الإحصاء. من هذه الأسماء يشير الباحثون إلى مصطلح الإحصاء الاجتماعي (Social statistics) للدلالة على الاهتمام بالقضايا الاجتماعية، والتي غالبًا ما تتضمن الهياكل الاجتماعية، والديمقراطية

للسكان، ومستوى معيشتهم، ورفاهيتهم. كما تتضمن مجالات البحث في قضايا الثقافة والصحة والتعليم...إلخ. ويشير عدد من المعاجم المتخصصة إلى هذا التعريف؛ إذ يربط الإحصاء الاجتماعي باستخدام الأساليب الإحصائية للوصول إلى السلوك البشري وتحليله وتفسيره في البيئة الاجتماعية(31). وهو أيضاً تطبيق الأساليب الإحصائية لفهم المشكلات والقضايا الاجتماعية(32). ونجد هذا المعنى كذلك في بعض الدراسات والبحوث التي اهتمت بالإحصاء في العلوم الاجتماعية، وترى الإحصاء الاجتماعي حقلاً للعلوم الإحصائية الذي يتعامل مع دراسة الظواهر الاجتماعية، لاسيما السلوك البشري في بيئة اجتماعية. وتمثل هذه الظواهر الأنشطة البشرية بما في ذلك أنشطة الأسر والمجتمعات والأمم وتأثيراتها على الثقافة والتعليم وغيرها من المجالات. ويتعامل الإحصاء الاجتماعي مع تطبيق المنهج الإحصائي في مجالات متعددة، مثل المنهج المسحي، والإحصاءات الرسمية، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والعلوم السياسية، وعلم الجريمة، وأبحاث التسويق، والديمغرافيا، والاقتصاد وغيرها(33).

إن بحثاً بسيطاً عن مصطلح الإحصاء الاجتماعي عبر محركات البحث المتوافرة على الإنترنت والمرئية من "غوغل" يسترجع آلاف الوثائق التي ورد فيها المصطلح بشكل مطابق، ولكن ليس باعتباره النوعي، بل بما يخص القضايا والظواهر التي يعالجها. وأشير هنا إلى كتاب متكامل عن الإحصاء وأنواعه وأساليبه وتقنياته بعنوان "مقدمة في الإحصاء الاجتماعي"، لكنه لا يذكر هذا المصطلح عند الحديث عن أنواع الإحصاء، وليس فيه أيضاً أية فقرة تتحدث عن الإحصاء الاجتماعي كنوع من أنواع الإحصاء، ولم ترد هذه التسمية إلا في عنوان الكتاب كدلالة على منحى الإحصاءات التي يستعملها الكتاب في نماذجه العملية(34).

يستخدم الباحثون مصطلح "الإحصاءات الاجتماعية" (Social Statistics) مرادفاً وتعبيراً مماثلاً لمصطلح "الإحصاء الاجتماعي" عند الحديث عن نتائج بحوثهم الاجتماعية. وتختلف الإحصاءات الاجتماعية عن فروع الإحصاء الأخرى في موضوعها الخاص. وتكمن أصالتها في القنوات التي تتمددها للحصول على المعلومات الأولية، وفي استخدام طرق خاصة لمعالجة هذه المعلومات وتعميمها وفي الاستخدام العملي لنتائج التحليل. كل هذا يؤكد الحاجة إلى تحديد الإحصاءات

الاجتماعية مجالاً منفصلاً للعمل الإحصائي، فضلاً عن مجال خاص للتطور العلمي يتم من خلاله حلُّ القضايا النظرية والمنهجية للإحصاءات الاجتماعية(35). ويُعد استخدام الأسلوب الإحصائي في أي دراسة اجتماعية الوسيلة الآمنة التي يمكن أن تضمن تحقيق الأهداف المرجوة من وراء تنفيذها، سواء كان الهدف المقصود من الدراسة التعرف على نواح معينة لبعض الظواهر الاجتماعية، أو دراسة مشكلة معينة قائمة، أو متوقعة، ووضع الحلول المناسبة لها(36).

يُفرد المتخصصون تفسيرين لمفهوم "الإحصاء الاجتماعي" أولهما باعتباره حقلاً للعلوم، وثانيهما بوصفه مجالاً للنشاط العملي. وهو في مجالات العلوم يطور نظاماً من التقنيات والأساليب لجمع المعلومات الرقمية حول الظواهر والعمليات الاجتماعية في المجتمع وتحليلها ومعالجتها. أما في مجالات ممارسة النشاط العملي فيهدف إلى تنفيذ عمل هيئات الإحصاء الحكومية والمنظمات المعنية لجمع وتعميم المواد العددية التي تميز بعض العمليات الاجتماعية(37). ويتضح الغرض من الإحصاء الاجتماعي والإحصاءات الاجتماعية من خلال ما هو متداول في البحوث الاجتماعية، وهو الكشف عن تبدل الظروف الاجتماعية لحياة الناس وتطورها في مختلف المجالات. وبفضل هذه الإحصاءات "يتم إعادة إنتاج صورة كاملة لأسلوب حياة الشخص: طريقة حياته، وظروفه المعيشية في فترة تاريخية محددة"(38).

وإذا كان الإحصاء الاجتماعي ينضوي في إطار الظواهر الاجتماعية وعلم الاجتماع، فإن علم الاجتماع الإعلامي يتصف بكونه علماً وفرعاً من فروع علم الاجتماع. وهو يدرس العلاقة بين وسائل الاتصال التقليدية والرقمية والمجتمع، وتختلف طبيعة هذه العلاقة باختلاف المجتمع الذي تُستخدم فيه. ويُعد علم الاجتماع الإعلامي حديث النشأة نسبياً بالمقارنة مع علم الاجتماع، وقد ظهر بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، بينما ظهر علم الاجتماع في أواخر القرن التاسع عشر. وتُشير الدراسات التاريخية حول الموضوع إلى أن جامعة كولومبيا الأمريكية، وعالم الاجتماع النمساوي الأميركي، بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld) (1901-1976) كان لهما السبق والفضل في نشأة علم الاجتماع الإعلامي وانتشاره(39).

وفي هذا السياق الإعلامي، يمكن اعتماد الإحصاءات الاجتماعية لفحص العلاقات بين وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية من جهة، والمجتمع والأفراد من جهة

ثانية، وذلك بهدف التوصل إلى تحديد أنماط استهلاك المحتوى الذي تنتجه وسائل الإعلام. كما يمكن استخدام الإحصاءات الاجتماعية من أجل الإضاءة على دور وسائل الإعلام وتأثيرها في النتائج الاجتماعية للمواقف السياسية والقيم الثقافية في المجتمعات المدروسة. ويُعتبر تطبيق الإحصاءات الاجتماعية في البحوث الإعلامية من الإجراءات المهمة للتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية والمعرفية للمجتمعات. ومن الأدوات والآليات التي يمكن استخدامها لهذا الغرض هناك تحليل المحتوى الإعلامي، ودراسة الجمهور من خلال استطلاع الرأي، والمقابلة، والاستبانة... الخ. ومن الأمثلة على الإحصاءات الاجتماعية في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية دراسة دور النوع الاجتماعي وتمثيلاته في المضامين التي تبثها وتنشرها هذه الوسائل، وكذلك دراسة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك الانتخابي للمواطنين. ولعل الدراسة المعنونة بـ"الإحصاء الاجتماعي: تاريخه وبعض القضايا المعاصرة"، التي تتبعت تاريخية الإحصاءات الاجتماعية قبل القرن العشرين وتربطها بتطور المنهج الإحصائي في العلوم الطبيعية، تضيء على فرعية الإحصاء الاجتماعي وليس نوعيته ضمن الدراسات الإحصائية. كما ناقشت الدراسة الوضع الراهن فيما يتعلق بالإحصاء الرياضي (Mathematical statistics) مقابل الإحصاء النظري (Theoretical statistics) وأوجه التشابه والاختلاف بين الإحصاء ونظرية الأخطاء (Theory of Errors)(40).

الإحصاء الاستدلالي (Inferential Statistics, Inférence Statistique)

يُعرف أيضًا بالإحصاء التحليلي والإحصاء الاستنتاجي. يهتم هذا النوع من الإحصاء بدراسة العلاقة بين المتغيرات المدروسة في البحوث الإحصائية المعنية. وهو يركز على الاستنتاجات المنبثقة عن هذه العلاقة من خلال اختبارات المقارنة، وصياغة الفرضيات والتحقق منها. ويتمكن الباحثون من خلال أساليب الإحصاء الاستدلالي من تحليل البيانات المعالجة بهدف التنبؤ وإضفاء فهم إضافي أكثر سهولة على الواقع الحالي للظاهرة أو المشكلة. ويعتبر المتخصصون أن العمليات الحسابية الخاصة بالإحصاء الاستدلالي تمثل الوسيلة الملائمة لشرح الظواهر والمشكلات وتفسيرها. وخلافًا للنوع الآخر من الإحصاء المعروف بالإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics)، يوفر الإحصاء الاستدلالي العديد من الأدوات التحليلية التي تساعد

في رسم الاستدلالات وإجراء التعميمات حول بيانات مجتمع الدراسة من بيانات العينة(41).

يشير المتخصصون إلى نوعين رئيسيين من الإحصاءات الاستدلالية أو الاستنتاجية: تحليل الانحدار (Regression Analysis)، واختبار الفرضيات (Hypothesis Testing)، وهما يعتمدان طرقاً مختلفة لاستخلاص الاستنتاجات حول بيانات مجتمع الدراسة. أما نوع العينات التي تتواءم مع هذا الأسلوب الإحصائي فتشمل العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sampling)، والعينة الطبقيّة (Stratified Sampling)، والعينة العنقودية (Cluster Sampling)، والعينة المنتظمة (Systematic Sampling). ويتمثل اختبار الفرضيات في مجموعة من الاختبارات، ولعل الأكثر استخداماً تلك التي تنضوي تحت "الاختبارات المعلمية" (Parametric Tests) مثل اختبار (z)، واختبار (f)، واختبار (AVOVA)، واختبار (t). كما أن هناك بعض "الاختبارات اللا معلمية" (Non-Parametric Tests) مثل اختبار تصنيف موقع (Wilcoxon)(42).

يتوافر في الإنتاج الفكري الإعلامي العربي عدد من الكتب المعنية بالأساليب الإحصائية واستخداماتها في البحوث الإعلامية(43). كما أن هناك كتباً متخصصة عن هذا الموضوع باللغة الإنجليزية(44). يُعد فهم الأساليب والمفاهيم الإحصائية التي تقوم عليها الدراسات الأكاديمية أمراً ضرورياً لامتلاك القدرة لتقييم جدارة بحث معين. حتى لو لم يتمكن المرء من إتقان الإحصاءات، فإن معرفة اللغة الأساسية يمكن أن يساعد في صياغة أسئلة أفضل وأكثر أهمية للخبراء، ويمكن أن يعزز التفكير الأعمق والشكوك حول النتائج. علاوة على ذلك، يتطلب المجال الناشئ لصحافة البيانات أن يجلب الصحفيون المزيد من الدقة التحليلية للكميات الكبيرة المتزايدة من الأرقام والأعداد والبيانات التي يستخدمونها. ويمكن أن يساعد استيعاب بعض النظريات الأكاديمية وراء الإحصاء في ضمان هذه الدقة(45).

تؤدي الإحصاءات الاستدلالية دوراً كبيراً في استيعاب أنماط المحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام واتجاهاته وفي سلوك الجمهور. عادة، يستخدم الباحثون أساليب إحصائية استدلالية لتحليل البيانات التي حصلوا عليها جراء التقنيات البحثية التي اعتمدها والعينة التي درسوها، وهذا يساعدهم في تحديد العلاقات بين المتغيرات

وفهمها واستخلاص النتائج العائدة لمجتمع الدراسة. على سبيل المثال، قد يلجأ الباحثون الإعلاميون إلى أساليب الإحصاء الاستدلالي لاستكشاف العلاقة بين السلوك العدواني للأطفال ومدى تعرضهم إلى محتوى تليفزيوني عنيف، أو قد يستخدمونها لدراسة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الاستقطاب السياسي لدى الشباب عمومًا أو في دولة محددة. وفي كلتا الحالتين يتم ذلك من خلال تحليل البيانات اعتمادًا على عينة تمثيلية من الأطفال أو الشباب من مستخدمي وسائل التواصل. إجمالاً، هناك توافق كبير بين الباحثين والأكاديميين في مجال الإعلام على أهمية استخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية وإسهامها في التوصل إلى استنتاجات مفيدة في التعاطي مع الأزمات والمشاكل المجتمعية وفي تطوير نظريات وأطر جديدة في الدراسات الإعلامية.

الإحصاء العلمي (Scientific Statistics, Statique Scientifique)

كان ظهور الإحصاء كعلم في إنجلترا في النصف الثاني من القرن السابع عشر في أعمال مدرسة ما يسمى بعلماء الحساب السياسي، مثل جون غراونت (John Graunt) وويليام بيتي (William Petty). ويعتبر الإحصائي الإنجليزي غراونت (1620-1674)، مؤسس علم الديمغرافيا (Demography) في عام 1661، وهو الدراسة الإحصائية للسكان. حينها ألف غراونت ما يمكن اعتباره أول كتاب عن الإحصاءات بعنوان "الملاحظات الطبيعية والسياسية على وثائق الوفيات" (46).

تضمنت "وثائق الوفيات" سجلات الوفيات الأسبوعية في مدينة لندن إلى جانب أسباب الوفاة. وكانت المدينة عانت كثيرًا خلال تلك الفترة من تفشي العديد من الأوبئة. وبناء على هذه الوثائق قام غراونت بتقدير عدد سكان لندن، وقد تكون المرة الأولى التي يفسر فيها شخص مثل هذه البيانات، لذلك يعتبره البعض علامة على بدايات الإحصاءات السكانية. أما الاقتصادي ويليام بيتي (William Petty) (1623-1687)، وهو عالم رياضيات وصديق لغراونت، فقد أراد إنشاء مكتب إحصاء وطني في إنجلترا يمكنه من حساب الخسائر والفوائد الاقتصادية الناجمة عن وباء الطاعون (47).

هناك تقسيمات كثيرة ومتعددة لعلم الإحصاء وتفرعاته، ويتوافق الباحثون في هذا الحقل المعرفي على تقسيم الإحصاء فيما يخص نوعه إلى إحصاء وصفي

(Descriptive statistics) وإحصاء نوعي (Qualitative statistics). ولكن هناك تقسيمات أخرى لها علاقة بتفريعه حسب موضوع الاهتمام، مثل الإحصاء الاجتماعي أو الإحصاء التربوي أو الإحصاء السكاني... إلخ، أو حسب وجهة التخصص مثل الإحصاء الرياضي (Mathematical statistics)، أو الإحصاء التطبيقي (Applied Statistics)، أو الإحصاء الحاسوبي (Computational Statistics). ما يفيدنا هنا أن الإحصاء دخل طور العلوم، وهو علم بامتياز، ولم يعد هناك من استخدام للإحصاء خارج حدود العلم، لذلك فإن الإشارة إلى الإحصاء تُعد إشارة إلى الإحصاء العلمي بغض النظر عن تقسيماته وتفرعاته. راهناً، من الصعب رسم الحدود بين التخصصات والتقسيمات والتفرعات المختلفة للإحصاء. وهذا لا يعني أن الإحصائي الرياضي لن يكون جيداً في الإحصاء التطبيقي، أو العكس. ولكن سيكون الإحصائي الرياضي أكثر تركيزاً على الجانب الرياضي للأشياء مقارنة بشخص يتعامل مع الحوسبة الإحصائية التي دخل معها الكومبيوتر علم التطبيقات الإحصائية المحوسبة (48).

تتطلب جميع هذه التخصصات -رغم تنوعها- مهارات وقدرات مميزة وفريدة. والإحصاء علم لا يمكن الاستغناء عنه في حياتنا اليومية، وحتى تتمكن من دراسة هذا العلم ومعرفة مضامينه لا بد من الإلمام بالأسس التي يبنى عليها، والأساليب التي جاء بها، فلكلمة الإحصاء معان كثيرة، تختلف باختلاف الناس؛ إذ منهم من يجد فيها الجداول والأعداد المعنية بالحياة وفعاليتها، ومنهم من يراه من خلال ما تقدمه الصحف والمجلات من بيانات متنوعة. تاريخياً، سُمي الإحصاء بالحساب السياسي، أو حساب الدولة. كما سُمي بعلم العد، أو علم الأوساط، أو علم الأعداد الكبيرة. استخدم العرب الإحصاء بشكل مفيد في العصور الإسلامية... وهنا يذكر لنا التاريخ أن أول عملية إحصاء عام سكاني، كانت قد جرت في عهد الخليفة العباسي، عبد الله المأمون (786-833). وقد كانت غاية إجراء التعداد السكاني لتقدير مقدار الإيرادات التي ستأتي لبيت مال المسلمين من الزكاة وغيرها (49). للتعريف بالإحصاء نجد أن معظم الباحثين والمتخصصين في علم الإحصاء يتفقون على كونه علماً. ومن تعاريف علم الإحصاء نذكر منها أن "الإحصاء طريقة لجمع وتلخيص وتحليل البيانات الرقمية"، وهو "العلم الذي يهتم بجمع البيانات عن الظواهر كافة، لاسيما تلك التي يمكن تقديرها عددياً"، ويمثل أيضاً "مجموعة الطرق والوسائل والقواعد والقوانين المبنية على التحليل المنطقي، تستخدم وسيلة لقياس وتحليل الظواهر

والحقائق، واستخلاص النتائج ووضعها بصورة مناسبة لتوضيح العلاقة القائمة بينها"، وهو كذلك "العلم الذي يبحث في جمع البيانات، وتنظيمها، وعرضها، وتحليلها، واستقراء النتائج، واتخاذ القرارات بناءً عليها"، وأيضاً "أسلوب علمي لجمع وتنظيم وإعادة عرض واختصار البيانات، مع استنتاجات صادقة وثابتة" (50).

الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics, Statistique) (Descriptive)

يؤدي الإحصاء دوراً مزدوجاً من خلال ما ينتج عنه من إحصاءات. ويتمثل هذا الدور في تلخيص البيانات من جهة، وفي استخراج الاستنتاجات منها من جهة ثانية. يمكن القول: إن علم الإحصاء يختص بجمع المشاهدات والبيانات، وتمثيلها، وتحليلها، وتفسيرها، مثل احتساب معدل الدخل الشهري والنفقات لعائلة ما، أو حساب نسب الطلاق والزواج في دولة معينة، أو إعداد صحيفة استبيان لاستطلاع رأي المجتمع حول قضية محددة. ويُعتمد الإحصاء الوصفي لوصف البيانات وتحويلها إلى أرقام من أجل عرضها بالصورة المناسبة من خلال الخرائط، أو الجداول الإحصائية، أو الرسوم والأشكال، أو المنحنيات البيانية التي توضح الظواهر بشكل أفضل من أي أسلوب آخر. كما يتضمن حساب بعض المؤشرات الإحصائية، مثل مقاييس النزعة المركزية (Measures of Central Tendency) التي تتضمن، المنوال (Mode)، والوسط الحسابي (Mean)، والوسيط (Median) وغيرها. ومقاييس التشتت (Measures of Dispersion) التي تتضمن الانحراف المعياري (Standard Deviation)، والتباين (Variance)، والمدى (Minimum and Maximum Variables)، وغيرها (51).

يعتمد هذا النوع من الإحصاء على الوصف أكثر من الحصول على النتائج، ويرافق عادة مع مجموعة من الرسومات البيانية والأشكال التوضيحية والجداول... إلخ. ويعتبر الإحصاء الوصفي من أول وأهم الأساليب الإحصائية في البحث العلمي، بل هو ذلك الجزء من علم الإحصاء الذي يهتم بتزويد الباحث بمقاييس تلخيصية للبيانات. ويعتمد الباحثون الإحصاء الوصفي في الدراسات التجريبية والميدانية، كما يستعملونه عند حساب المقاييس التي تُعين في وصف طبيعة البيانات أو المشاهدات التي تم تجميعها، وفي قراءة نتائج الدراسات البحثية.

لا تتبأ الإحصاءات الوصفية أو تستنتج عن مجتمع الدراسة الذي استُخلصت منه البيانات، بل توفر طريقة مفيدة لوصف الأنماط والاتجاهات الأساسية ضمن مجموعة البيانات المدروسة. وتُستخدم الإحصاءات الوصفية في الدراسات والبحوث الإعلامية كما في دراسة الإنسانيات والعلوم الاجتماعية عمومًا. ومن الأمثلة على تطبيقها في الحقل الإعلامي ما تشير إليه عملية الإحصاء الوصفي التي تركز على تحليل سلوك وعادات الجمهور في مشاهدة التلفزيون أو ساعات استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ومركب تفضيلات المتلقي لمحتوى هذه الوسائل. ويُذكر أن غالبية البحوث الإعلامية العربية المنشورة في الدوريات العربية، انطلاقًا من دراسة تفحصت مجموعة منها، تنحو باتجاه الإحصاء الوصفي (52)، وكذلك غالبية الأطروحات في دراسات الإعلام والاتصال.

المراجع

(1) للتوسع، انظر:

- أبو الفضل جمال الدين بن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر، ب.ت) ج 4، ص 18.
- "تعريف ومعنى إحباط في قاموس اللغة العربية المعاصر"، المعاني، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، <https://t.ly/v7k0>.

(2) للاستزادة، انظر: المعجم الإنجليزي "ميريام ويبستر"، والفرنسي "لاروس":

"Frustration," merriam-webster, "accessed July 16, 2023". <https://t.ly/HMT6>.

"Frustration," larousse, "accessed July 16, 2023". https://t.ly/y_Gx.

(3) "الإحباط"، الموسوعة العربية، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، <https://t.ly/> .hs_9p

(4) ناديا متى فخري، الروح المعنوية العالية عامل ضروري لصقل الشخصية العسكرية"، lebarmy، أغسطس/ آب 2002، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، <https://t.ly/> .ZUZM

(5) للاستزادة، انظر:

- ابن طراد زينة، "قياس مستوى الإحباط من وجهة نظر عينة من أعوان الحماية المدنية: دراسة ميدانية بوحدة الحجار-عنابة"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (العدد 31، ديسمبر/ كانون الأول 2017)، ص 643-644.

- بشرى رهدون، خديجة مخالفة، الإحباط لدى خريجي الجامعات البطالين، (الجزائر، جامعة 8 ماي- قالمة، 2021)، ص 32-34.

(6) معتمد عبد الغني، "إعلام الإحباط... العمل عكس أليات المجتمع"، دوت مصر، 5 أكتوبر/ تشرين الأول 2016، (تاريخ الدخول: 21 يونيو/ حزيران 2023)، <https://shorturl.at/cpGQ1>.

(7) جمال عبد العظيم، "الإعلام الدولي... وتصدير الإحباط"، الوطن، 17 نوفمبر/ تشرين الثاني 2016، (تاريخ الدخول: 21 يونيو/ حزيران 2023)، <https://shorturl.at/ciqFI>.

(8) للاستزادة، انظر ما كتبه هؤلاء المؤلفون:

- حميدة سميسم، الحرب النفسية، (الدار الثقافية للنشر، 2004)، ص 140-153.

- صلاح نصر، الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، ط 2 (القاهرة، الوطن العربي، 1988)، ج 1، ص 467.

- Dave Grossman, On Killing: The Psychological Cost of Learning to Kill in War and Society, (New York: Back Bay Book, 1955), 52.

- David Marlowe, Psychological and Psychosocial Consequences of Combat and Deployment, (Rand, 2001), 75-116.

(9) "Psychological Warfare: History, Modern Doctrine and Methods," encyclopedia, May 21, 2023, "accessed July 16, 2023". <https://rb.gy/uncev>.

(10) Yves Citton, Médiarchie, (Paris: Seuil, 2017), 338.

(11) Emma Fraser, Clancy Wilmott, "'No Device Found': Failure and Frustration in Critical Digital Methodologies," in Sybille Lammes et al., Failurists When Things go Arwy, (Amsterdam: The Institute of Network Cultures, 2023), 34-37.

(12) نصر الدين لعياضي، مساورات الكلمات، (الشارقة، سلسلة كتاب الرافد، 2017)، ص 16.

(13) المرجع السابق، ص 17.

(14) Libby Copeland, "Facebook, le réseau antisocial, En donnant aux autres l'air d'être heureux, Facebook nous rend tristes," Traduit par Antoine Bourguilleau, slate, January 31, 2011, "accessed June 20, 2023". https://t.ly/y_jCP.

(15) Ibid.

(16) أبو الفضل جمال الدين بن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر)، ج 4، ص 146.

(17) طه حسين الزبيدي، مبادئ الإحصاء، ط 1 (عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013)، ص 17.

(18) "Statistique," larousse, "accessed June 16, 2023". <https://t.ly/WhPo8>.

(19) كامل فليل، فتحي حمدان، الإحصاء (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2013)، ص 14.

(20) Muhammad Imdad Ullah, "The word Statistics Meaning and Use," itfeature, February 26, 2012, "accessed June 5, 2023". <https://shorturl.at/gMUW3>.

(21) Bernard Berelson, Content analysis in communication research (Glencoe, IL: Free Press, 1952).

(22) George Gallup, "The First Cross-Sectional Study of a Representative Sample of Newspaper Readers," Journalism Quarterly 9, No. 4, (1932): 295-308.

(23) Stefan Schmidt, "Les 3 V du Big Data: Volume, Vitesse et Variété," Le Journal du Net, journaldunet, May 31, 2015, "accessed June 20, 2023". <https://t.ly/RhEM>.

(24) نصر الدين لعياضي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، في السياق الرقمي، خلاف واختلاف (الدوحة، مجلة لباب، العدد 14، مايو/أيار 2022)، ص 12-63.

(25) انظر:

Dario Compagno, "Signifiant et significatif. Réflexions épistémologiques

sur la sémiotique et l'analyse des données," Questions de communication, Humanités numériques, corpus et sens, 31, (2017): 49-70.

(26) انظر على سبيل المثال:

Thomas Beauvisage et al., "Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion? Une analyse des recherches sur la viralité," Tracés Revue de Sciences humaines, No. 21, (2011): 151-166.

(27) نقلاً عن:

Hubert Guillaud, "Nous défaire de nos imaginaires statistiques," Internet actualité, December 16, 2021, "accessed June 20, 2023". <https://t.ly/MN96u>.

(28) Gentiane Haesbroeck, Chiffres et statistiques, Statistiques dans la presse, (Belgique: Université de Liège, 2023), 1.

(29) الزبيدي، مبادئ الإحصاء، مرجع سابق، ص 19.

(30) "The Statistical Process & Design of Studies," byuistats, "accessed June 16, 2023". <https://t.ly/jsR->.

(31) "Social Statistics," sociologydictionary, "accessed June 16, 2023". <https://shorturl.at/abqWX>.

(32) "Social Statistics," psychologydictionary, "accessed June 16, 2023". <https://shorturl.at/otuw4>.

(33) Petros Maravelakis, "The use of statistics in social sciences," Journal of Humanities and Applied Social Sciences, Vol. 1, No. 2, (October 17, 2019): 87.

(34) اعتماد محمد علام، مقدمة في الإحصاء، ط 2 (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2009)، ص 181.

(35) "الهدف من دراسة الإحصاء الاجتماعي"، bolcheknig، (ب.ت)، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، https://t.ly/fo_f.

(36) الهيئة العامة للإحصاء، "أهمية استخدام الأساليب الإحصائية (السعودية)"، 12 سبتمبر/ أيلول 2017، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، <https://t.ly/KZoS>.

(37) "الهدف من دراسة الإحصاء الاجتماعي"، مرجع سابق.

(38) المرجع السابق.

(39) ميادة القاسم، "حول مفهوم علم الاجتماع الإعلامي"، التنويري، 31 أغسطس/ آب 2022،
تاريخ الدخول: 14 يونيو/ حزيران 2023، <https://t.ly/ZVGM>.

(40) Oscar Sheynin, "Social Statistics: Its History and Some Modern Issues,"
Journal of Economics and Statistics, Vol. 223, No. 1, (2003): 91-112.

(41) تقي خالد، "ما هي أهمية الإحصاء الاستدلالي للبحث العلمي؟"، المدونة، 18 مايو/ أيار
2022، (تاريخ الدخول: 16 يونيو/ حزيران 2023)، <https://shorturl.at/aqzSV>.

(42) "Inferential Statistics- Definition, Types, Examples, Formulas,"
makemeanalyst, "accessed June 16, 2023". <https://shorturl.at/fgLNO>.

(43) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية
(القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2020).

(44) Anthony Donoghue, Statistical Thinking through Media Examples, 3rd
ed. (California: Cognella Academic Publishing, 2022), 346.

(45) Leighton Walter Kille, "Statistical Terms Used in Research Studies: A
primer for Media," journalistsresource, April 7, 2015, "accessed June 16,
2023". <https://t.ly/sgi2>.

(46) John Graunt, Natural and Political Observations Upon the Bills of
Mortality, (Oxford: Printed by William Hall, for John Martyn, and James
Allestry, printers to the Royal Society, 1665).

(47) Henry Connor, "John Graunt F.R.S. (1620-74): The founding father of
human demography, epidemiology and vital statistics," Journal of Medical
Biography, February 15, 2022, "accessed July 16, 2023". <https://rb.gy/4742a>.

(48) ديفيد جيه هاند، علم الإحصاء: مقدمة قصيرة جداً، ترجمة أحمد شكل، ط 1 (القاهرة،
هنداوي، 2016)، ص 109.

(49) محمد جسم الياسري، مبادئ الإحصاء التربوي، ط 2 (النجف، دار الضياء للطباعة، 2011)،
ص 15-17.

(50) مروان عبد المجيد إبراهيم، الإحصاء الوصفي والاستدلالي، ط1 (عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2000)، ص 27.

(51) الزبيدي، مبادئ الإحصاء، مرجع سابق، ص 19.

(52) مرام بنت ضيف الله العصيمي وآخرون، "الاتجاهات الموضوعية والمنهجية لدراسة الإعلام والاتصال في الدول العربية: دراسة مسحية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 31، 30 سبتمبر/أيلول 2022)، ص 11-38.

قراءة في كتاب

تأثيرات الإعلام الرقمي

Digital Media Effects

* Wael Abdelal - وائل عبد العال

ملخص:

تقدّم الورقة قراءة نقدية لكتاب "تأثيرات الإعلام الرقمي" للأكاديمي والباحث الأميركي، وليام جيمس بوتز. ويتناول الكتاب أهمية دراسة تأثير الإعلام الرقمي في الأفراد والمجتمعات، وتحديد ما إذا كانت تأثيراته مختلفة عن تأثيرات وسائل الإعلام التناظرية/التقليدية التي جرت دراستها سابقًا. واعتمد المؤلف على مجموعة كبيرة من الدراسات المعمقة التي تبحث في تأثير الإعلام الرقمي، والتي تُظهر أن وسائل الإعلام الجماهيرية تؤثر بشكل مستمر ومتراكم في الأفكار والمعتقدات والعواطف والسلوك وفي كيفية تفاعل الناس مع بعضها البعض. وتحاول الورقة تحليل أهم الأطروحات التي استند إليها الأكاديمي بوتز حول تأثير الإعلام الرقمي وإظهار نقاط القوة والضعف فيها، والأدوات التي استخدمها في الفهم والتفسير والتحليل، لمساعدة القارئ على فهم الأطروحات المختلفة للكتاب. وتناقش الورقة أيضًا أهم التقاطعات مع أطروحات مماثلة في سياق أوسع لفهم واستكشاف مختلف التأثيرات الحالية والمستقبلية للإعلام الرقمي في الأفراد والمجتمعات والكيانات. كما تحاول استكشاف الفجوة المعرفية في الكتاب والجوانب التي يمكن التركيز عليها مستقبلاً.

كلمات مفتاحية: الإعلام الرقمي، الإعلام التناظري، التحول الرقمي، تأثيرات وسائل الإعلام، الحتمية الرقمية، حتمية التأثير.

Abstract:

This paper is a critical review of Digital Media Effects by American academic and researcher W. James Potter. It addresses the importance of studying the impact of digital media on individuals and societies and determining whether it is different from the impacts of traditional media that have previously been studied. Potter relied on a large body of in-depth studies that examine the impact of digital media, which show that mass media continuously and cumulatively influence ideas, beliefs, emotions, behaviour and how people interact with each other. Moreover, the review analyses the most important arguments that the academic Potter relied on regarding the impact of digital media, highlighting their strengths and weaknesses, as well as the tools

* د. وائل عبد العال، أستاذ مساعد بقسم الإعلام، جامعة قطر.

he used in understanding, interpreting and analysing them in order to help readers understand the various arguments presented in the book. The review also discusses crucial intersections with similar theses within a broader context, and explores the different current and future impacts of digital media on individuals, societies and entities. However, it attempts to identify the cognitive gap in the book itself and the aspects that can be explored in future studies.

Keywords: Digital Media, Analogue Media, Digital Transformation, Media Effects, Digital Determinism, Inevitability of Influence.

عنوان الكتاب

تأثيرات الإعلام الرقمي

Digital Media Effects

المؤلف: وليام جيمس بوتنر (William James Potter)

دار النشر: رومان وليتلفيلد (Rowman & Littlefield)

تاريخ النشر: 2021

اللغة: الإنجليزية

الطبعة: الأولى

عدد الصفحات: 252

مقدمة

في عالم يتسم بالتغير المستمر والسريع، باتت وسائل الإعلام جزءاً أصيلاً من تشكيل المجتمعات المعاصرة لما لها من تأثير بالغ الأهمية في معظم أوجه النشاط الإنساني. لذلك فإن دراسة تأثير وسائل الإعلام لا تُعد مجرد موضوع ذي طابع أكاديمي فحسب، بل هي مهمة حيوية لفهم كيفية تأثير الإعلام في حياة الناس والمجتمعات. منذ بدايات القرن العشرين، شهدت دراسات تأثير وسائل الإعلام تطوراً واضحاً، وأدت إلى ظهور العديد من الأطروحات والنظريات التي تشرح تأثير وسائل الإعلام. تبدأ هذه النظريات بالتأثير القوي والمباشر، الذي يُعتقد أن وسائل الإعلام لديها قدرة قوية على تشكيل آراء ومواقف الجمهور، ثم تحورت هذه النظريات لتشمل التأثير المحدود والمعتدل، الذي يرى أن قوة وسائل الإعلام محدودة بسبب عوامل مختلفة، مثل العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية للجمهور. وقد تطورت هذه النظريات على مرّ الزمن لتشمل مفاهيم، مثل التوجيه الاستدلالي والتأثير الضمني. وتعاظم هذا التأثير مع تحول العالم إلى العصر الرقمي، حيث أصبح الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي أساسياً في حياة الناس اليومية.

إن الخصائص الفريدة التي يتميز بها الإعلام الرقمي، بأشكاله المختلفة، تجعله أكثر تأثيراً في الأفراد والجماعات والكيانات المختلفة، وتمس التأثيرات جوانب بالغة الأهمية كالعلاقات الاجتماعية، والمعرفة والصحة النفسية، والهوية، والقيم والعادات والتقاليد، والسياسة والعلاقات الدولية مع تحديات أخلاقية وقانونية تستوجب دراسة متأنية لهذا الموضوع. وفي هذا السياق، تأتي قراءة كتاب الأكاديمي وليام جيمس بوت (William James Potter): "تأثيرات الإعلام الرقمي".

يتناول الكتاب أهمية دراسة تأثير الإعلام الرقمي في الأفراد والمجتمعات، وتحديد ما إذا كانت تأثيراته مختلفة عن تأثيرات وسائل الإعلام التناظرية التي جرت دراستها سابقاً. يحتوي الكتاب على اثني عشر فصلاً، تدرجت موضوعاتها من شرح البيئة الحالية لوسائل الإعلام الرقمية ومقارنتها بالإعلام التماثلي (التقليدي) إلى تعريف مفهوم "تأثير وسائل الإعلام" ووصولاً إلى صلب الموضوع وهو "تأثيرات الإعلام الرقمي". بالإضافة إلى الفصول يحتوي الكتاب على ثبوت بالمصطلحات وقائمة

المراجع، فضلاً عن مقدمة الكتاب وتعريف بالكاتب. اعتمد وليام جيمس بوتر في كتابه على مجموعة كبيرة من الدراسات المعمقة التي تتناول تأثير الإعلام الرقمي، والتي تُظهر أن وسائل الإعلام الجماهيرية تؤثر بشكل مستمر ومتراكم في الأفكار والمعتقدات والعواطف والسلوك وفي كيفية تفاعل الناس مع بعضها البعض.

تزداد أهمية هذا الإنتاج المعرفي النوعي من كون كاتبه، البروفيسور وليام جيمس بوتر، الذي تنوع خبرته الأكاديمية والبحثية، يجمع في تخصصه بين التكنولوجيا والعلوم الإنسانية والعلاقة بينهما؛ حيث يتمتع بفهم عميق لآليات عمل التكنولوجيا وكيفية إحداث الأثر في الجمهور من خلال عمله الأكاديمي في دراسات الإعلام والاتصال بجامعة كاليفورنيا سانتا باربرا. يعتبر بوتر عالماً رائداً في مجال دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، فقد أَلَّف وشارك في تأليف العشرات من الكتب والمقالات حول هذا الموضوع، بما في ذلك تأثير وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمعات، والإعلام والعنف، والإعلام والصحة/الصحة النفسية، والتربية الإعلامية، والإعلام الجديد. ويُعد من أوائل الباحثين الذين بدؤوا في دراسة تأثير العنف الإعلامي في الصحة النفسية والسلوك الإنساني. وقاد وشارك في العديد من المشاريع البحثية في هذا المجال في تسعينات القرن الماضي وما بعدها، مثل دراسة تأثير العنف في الإعلام على الأطفال والمراهقين، ودراسة تأثير مشاهد العنف في الإعلام على المجتمعات العربية، وغيرها من الدراسات الأخرى. وكانت أبرز مساهماته في هذا المجال بحثه المعنون بـ"النظر في سياسات حماية الأطفال من العنف التلفزيوني" (1)، و"العنف الإعلامي والأطفال: دليل كامل للآباء والمهنيين" (2).

في الوقت الحالي، يحرق بوتر موسوعة "العنف الإعلامي" التي ستكون الأولى من نوعها في أدبيات تأثيرات وسائل الإعلام، كما يعكف على تطوير نظرية عامة لوسائل الإعلام، يتم من خلالها دمج النظريات ونتائج الأبحاث المتعلقة بصناعة الإعلام وتأثيرها في الجمهور بغية التوصل إلى إطار موحد وشامل لفهم وتحليل أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمعات بشكل أفضل (3).

في هذه الورقة يحاول الباحث تقديم قراءة نقدية في أطروحات وليام جيمس بوتر ومقاربتها مع أطروحات أخرى لاستكشاف مختلف التأثيرات الممكنة للإعلام الرقمي في المجتمعات.

1. بيئة وسائل الإعلام: الحتمية الرقمية وحتمية التأثير

يشرح المؤلف تطور وسائل الإعلام من الوسائط التقليدية "التناظرية" إلى الوسائط الرقمية من خلال تعريفها ومقارنتها وتبيان التشابهات والاختلافات بما يوفر إطاراً شاملاً لفهم تطور وسائل الإعلام وتأثيرها في حياة الناس. وفي هذا السياق، يناقش الفرق الجوهرى بين خصائص الإعلام التناظري والإعلام الرقمي بالنسبة لقرار النشر (الأجنده). فالإعلام التناظري يتميز بتفاعل محدود مع الجمهور بسبب الاعتماد على قنوات اتصال مركزية ومحددة؛ مما يجعل رسائله ثابتة وموحدة. أما الإعلام الرقمي فيتميز بسهولة الانتقال بين القنوات؛ مما يوفر تفاعلات أكثر مرونة وشخصية للمستخدمين، ومن ثم تأثيراً أكبر عليهم. مع زيادة استخدام الأجهزة الرقمية بين مصنعي المحتوى والجمهور، ازداد تأثير هذه الوسائط في حياة الناس بشكل أوسع وأعمق على المستويين المعرفي والسلوكي.

تشير الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم بلغ 4.4 مليارات مستخدم، غير أن هذا العدد سيكون في ازدياد مع ارتباط الإنترنت في حياة الناس بشكل أكبر فيما يعرف بـ"إنترنت الأشياء"، وهو مصطلح يشير إلى ارتباط الإنترنت بالأجهزة الرقمية، والسيارات، والأجهزة المنزلية والمتاجر... إلخ. وهو ما يزيد الاعتماد على الإنترنت بشكل مطرد؛ إذ يُتوقع أن "الأشياء" المرتبطة بالإنترنت قد وصلت إلى 25 مليار شيء(4).

يترتب على ذلك زيادة تأثير الإعلام تلقائياً في الحياة اليومية للأفراد. ويرى بوتر أن التأثير الذي يمارسه الإعلام الرقمي في جمهوره يتم دون إدراك واضح من جانب المستهلكين، ويعزو هذه الظاهرة إلى العادات اليومية للأفراد التي تمنح الإعلام الفرصة للتأثير المستمر في الجمهور من خلال ما أطلق عليه تعبير "البرمجة الذاتية لأنماط السلوك". ويشير بوتر إلى أن الإعلام الرقمي يتداخل مع الأفكار والمشاعر بصورة متواصلة؛ حيث إن بعض هذه التأثيرات يمكن تمييزها وفهمها بسهولة، بينما يتم التأثير الأكبر بطريقة غير ملموسة ولا شعورية مكونة بذلك أنماطاً وسلوكيات لا شعورية وتلقائية.

يعمل الإعلام باستمرار على برمجة وإعادة برمجة أنماط التفكير والتصرفات بشكل تلقائي، ومثال ذلك هو التسوق عبر تطبيقات توصيل الطعام؛ حيث تُستخدم تقنيات

التسويق الرقمي لتوجيه الإعلانات والعروض الترويجية للمستخدمين. وتُجمع البيانات عن المستخدمين وتُوظف لتحديد العروض التي يمكن أن تكون مثيرة للاهتمام بالنسبة لهم وتحفيزهم على الشراء. ووفقًا لدراسة أجريت عام 2018، أفاد 56٪ من المستخدمين بأنهم قاموا بشراء طعام عن طريق تطبيقات التوصيل بسبب الإعلانات التي تم توجيهها لهم(5).

ويتفق ما قدّمه بوتر مع أطروحة نيكولاس كار (Nicholas Carr)(6) في كتابه: "الأعمق: ما تفعله الإنترنت بأدمغتنا" الذي يتوسع في شرح تأثير استخدام الإنترنت والإعلام الرقمي؛ حيث تؤكد الأطروحة أن استخدام الإنترنت والإعلام الرقمي يؤثر بشكل كبير في تطور الدماغ والقدرة على التفكير العميق والتركيز. ويقدم كار في الكتاب أدلة على أن الإنترنت والإعلام الرقمي يؤثران في صحة العقل والنفس، ويؤديان إلى فقدان التركيز وتقليل القدرة على التفكير العميق والإبداع(7).

وتناقش الأكاديمية شيري توركل (Sherry Turkle)، أستاذة الدراسات الاجتماعية للعلوم والتكنولوجيا في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا ومؤلفة بارزة في الآثار الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام الرقمية، في كتابها "وحيدون معًا" (Alone Together)، تأثير التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في البشرية والعلاقات الإنسانية. وترى أن التكنولوجيا الرقمية تؤثر سلبيًا في قدرة الناس على التواصل والتفاعل الاجتماعي في العالم الحقيقي، وكيف أن هذه التكنولوجيا تشجع على الانعزال والابتعاد عن الآخرين. ويُقدّم الكتاب نظرة شاملة على مدى التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الرقمية في الحياة الاجتماعية والعلاقات الإنسانية. ويستعرض أمثلة عديدة على كيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية في الحياة اليومية، وكيف أن هذا الاستخدام يؤثر في الناس. وتتركز أطروحة توركل في أن الناس يمكن أن يجدوا أنفسهم "وحيدين معًا"، أي إنهم معًا في الفضاء الافتراضي ولكنهم في الوقت نفسه منعزلون عن بعضهم البعض في العالم الحقيقي(8).

هناك أطروحات بارزة تؤكد ما سبق، وتتوسع في شرح تأثيرات الإعلام الرقمي، ومنها كتاب دانا بويد (Danah Boyd)، والتي تركز فيها على الآثار الاجتماعية والثقافية للوسائط الرقمية(9)، وأطروحة أستاذة علم النفس في جامعة ولاية سان

دييغو، جين ماري توينج (Jean Marie Twenge)(10)، التي تناولت التأثيرات النفسية والاجتماعية للوسائط الرقمية في الأطفال والمراهقين المتصلين بالإنترنت. ويُعد كتابها عن مشكلات الأطفال الذين يتمتعون بالاتصال الفائق من أهم ما كُتب في هذا المجال؛ إذ تشرح توينج الآثار المترتبة على استخدام الأطفال والمراهقين للتكنولوجيا والإعلام الرقمي بشكل مكثف. وتخلص الباحثة إلى أن الجيل الجديد، والذي أسمته بـ(iGen)، يعاني من مستويات أدنى من السعادة، وزيادة أكبر في مشكلات الصحة العقلية، مثل القلق والاكتئاب. وبحسب توينج، يُعزى ذلك جزئياً إلى قضاء الوقت عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل الرقمي على حساب التفاعلات الاجتماعية الواقعية. إضافة إلى ذلك وجدت الباحثة أن هذا الجيل يجد صعوبات في التأقلم مع البلوغ وتحقيق الاستقلال، بسبب قضائهم الوقت الطويل على الإنترنت والتكنولوجيا بدلاً من تطوير المهارات الحياتية والاجتماعية، فضلاً عن تأثيرات معرفية وسلوكية أخرى أسهبت الباحثة في تفصيلها وتحليلها.

هذا كله يعيدنا إلى عنوان هذا الجزء من الورقة حول "حتمية" التغيير الذي لا مفر منه، والحتمية هنا تشمل:

- أولاً: الحتمية الرقمية التي تُعد جزءاً من التحول الرقمي الهائل الذي تشهده البشرية في كل المجالات تقريباً، ومنها حتمية التحول الرقمي في الإعلام؛ فالتحول الرقمي أصبح حقيقة واقعة يلمسها الناس في كل تفاصيل حياتهم.

- ثانياً: حتمية التأثير التي ترى أن التكنولوجيا الرقمية والإنترنت والوسائط الاجتماعية تمتلك قدرة لا مفر منها على إحداث تحولات حتمية في الحياة البشرية بطرق متعددة ومتداخلة على صعد مختلفة، منها التواصل والعلاقات الاجتماعية، والصحة النفسية والعقلية، والوصول إلى المعرفة والمعلومات، والاقتصاد وسوق العمل، والسياسة والعلاقات الدولية...إلخ.

ترتبط هذه الفكرة بشكل وثيق بفلسفة مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan)، الذي اعتبر أن الوسائط الإعلامية تؤثر في الأفراد والمجتمعات بشكل حتمي ولا مفر منه، وأن الثقافة والتكنولوجيا تتفاعلان مع بعضهما البعض بشكل متبادل ومتشابك(11)؛ فقد اعتبر ماكلوهان أن "الوسيلة هي الرسالة" بمعنى أن وسيلة الاتصال تؤثر في المعنى المنقول فيها أكثر من المحتوى نفسه(12).

2. صناعة الأخبار والإعلانات والترفيه في البيئة الرقمية

يشرح وليام جيمس بوتر التحولات التي طرأت على مفهوم الأخبار والإعلانات والترفيه في ثلاثة فصول منفصلة من كتابه. ويستعرض أهم التطورات التاريخية في تطور صناعة الأخبار والإعلانات والترفيه وكيف أثرت بيئة الإعلام الرقمي بشكل جذري وجوهري في هذه المجالات. إن أهم ما يمكن الإشارة إليه ليس فقط ما يتعلق بتطور محتوى الرسائل الإعلامية، بل تأثيرها العميق في الجمهور. وتحاول الورقة هنا استكشاف هذه التطورات وتأثيراتها المختلفة.

أولاً: الأخبار في العصر الرقمي

حصلت تحولات هائلة في طريقة صناعة الأخبار وتصنيفها واستهلاكها، فقد أضافت الخصائص الرقمية مميزات استثنائية؛ إذ تميز الإعلام الرقمي بالأخبار الفورية والمحلية والأكثر قصرًا، بالإضافة إلى تقديم ميزات الوسائط المتعددة؛ وهو ما يتيح للناس الوصول السريع إلى الأخبار وعدم انتظار نشرة الأخبار أو انتظار الصحيفة الورقية في اليوم التالي.

تُعد مؤسسات صناعة الأخبار، في نهاية المطاف، مؤسسات تجارية تخضع لمبدأ "مجتمع السوق" القائم على المنافسة المفتوحة بين أصحاب هذه المؤسسات لكسب فئات الجمهور المختلفة، ومن ثم الميل إلى الربح المادي، لذلك نجد أن بعض المؤسسات باتت تنتج الأخبار الترفيهية والمناسباتية والخفيفة بدلاً من تقديم المحتوى الصحفي الرسمي والجددي.

ومن المهم الإشارة إلى أن هذا التحول في بيئة الإعلام الرقمي أدى إلى تحول في مفهوم الحقيقة والمصداقية في الأخبار. فعلى الرغم من وجود العديد من المنصات الإخبارية ذات المصداقية العالية، فإنه أيضًا من الممكن لأي شخص إنشاء موقع أو حساب على وسائل التواصل الاجتماعي ونشر محتوى مُضلل أو غير صحيح.

ثانيًا: الإعلانات الرقمية

أدت الثورة الرقمية إلى تغيير جذري في طريقة تفكير المعلنين، وكيفية تصميم حملات الإعلان، والأدوات الجديدة للإقناع التي توفرها الوسائط الرقمية. فقد شرح

بوتر الأدوات التي يستخدمها الإعلان الرقمي للتعرف على الجمهور المستهدف وإقناعه بشراء منتجاته، ومنها البحث الإلكتروني، والتخصيص الإلكتروني، والمؤثرون، والتوصيات، وغيرها. ويتفق الكاتب مع الكثير من الأطروحات التي تؤكد قوة وفعالية الإعلانات التجارية عبر المنصات الرقمية، والتي يمكن القول إنها غيرت وجه الإعلان التجاري بشكل جذري وجوهري.

غير أن ما لم يشر إليه الكاتب بشكل واضح، هو توظيف شركات التكنولوجيا، ولاسيما شبكات التواصل الاجتماعي بالاعتماد على استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي، في عمليات التسويق الرقمي، وخصوصاً في التوصية بالإعلانات. وعلى الرغم من أن استخدام هذه الخوارزميات يمكن أن يكون فعالاً في الوصول إلى الجماهير المستهدفة وزيادة نسبة النجاح في الإعلان، فإنه يثير القلق بشأن مسألة الخصوصية. فمثل هذه القضية لها أبعاد أخلاقية وتطرح أسئلة مهمة للغاية لا بد من الإجابة عنها وضمان سلامة بيانات المستخدمين وعدم اختراق القوانين.

تطرق إلى هذه المسألة باحثون آخرون، كما جاء في كتاب شوشانا زوبوف (Shoshana Zuboff): "العصر الرأسمالي للمراقبة: النضال من أجل مستقبل إنساني على الحدود الجديدة للسلطة" (13) الذي يتناول استخدام منصات التواصل الاجتماعي للبيانات الشخصية وتأثير ذلك في الخصوصية والديمقراطية. وهذه المخاوف أثرت بشكل أكبر بعد ما عُرف بفضيحة "كامبريدج أناليتيكا" التي كشفت استخدام بيانات المستخدمين في الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك، لتصميم إعلانات سياسية تستهدف توجيه الناخبين بشكل محدد والتأثير في الانتخابات الأميركية عام 2016.

ثالثاً: التعرض للمحتوى الترفيهي في الإعلام الرقمي

يجادل الأكاديمي بوتر بأن التعرض للمحتوى الترفيهي يمثل نمطاً مماثلاً للتأثير الناتج عن التعرض للمحتوى الترفيهي في وسائل الإعلام التناظرية، معتبراً أن الوسائط الرقمية لم تغير جوهرياً طريقة سرد القصص لكن الوسائط الرقمية تتمتع بخصائص أكثر مرونة بالنسبة للمستخدمين والمنتجين؛ فقد تميزت الوسائط الرقمية بتقديم خيارات أوسع للمستخدم من حيث التنوع في المحتوى وفي اختيار الأوقات التي تناسبه، فضلاً عن توفير تصنيفات للمحتوى ومعلومات تفصيلية عن كل محتوى

مما يساعد المستخدم في تحديد خياراته. أما المنتجون وصانعو المحتوى فبإمكانهم تقديم قصصهم بمرونة أكبر وبدون الحاجة للوصول إلى معايير جودة معينة مفروضة من قبل وسائل الإعلام التقليدية.

يشرح بوتر كيف استفادت شركات، مثل "نتفليكس" (Netflix) و"أمازون برايم" (Amazon Prime) و"هولو" (Hulu)، من الوسائط الرقمية لتوفير تجارب ترفيهية جديدة ومتنوعة للمستخدمين في صناعة المحتوى الترفيهي، مع إمكانيات كبيرة أتاحت مشاركة الفيديوها والموسيقى بسهولة بين المستخدمين.

ويُستنتج من دراسة بوتر أنه لا توجد أدلة قاطعة تُظهر أن تأثيرات التعرض للترفيه في الوسائط الرقمية تختلف عن تلك الناشئة عن التعرض للترفيه في الوسائط التقليدية. ويبدو أن الاختلافات تكمن في تأثيرات المحتوى الترفيهي نفسه، وليس في طبيعة الوسيط الذي يُقدم هذا المحتوى. ويعزى سبب عدم التأكد من هذه النتائج إلى نقص الدراسات الأكاديمية حول تأثير الإعلام الرقمي الترفيهي؛ حيث إنه موضوع جديد نسبيًا.

لكن هذه الخلاصة تبدو غير متفقة مع ما جاء في العديد من الأطروحات التي تناولت تأثير الإعلام الرقمي الترفيهي، كما ورد في أطروحة سيدنيف ماتريكس (Sidneye Matrix) عن تأثير منصة نتفليكس على المراهقين. فقد أشارت إلى أن جزءًا من التأثير يتعلق بطبيعة استخدام الوسيلة الرقمية وخصائصها، مثل سرعة الوصول إلى المحتوى، وسهولة اختيار المحتوى، وغيرها (14).

لذا، قد تتغير الاستنتاجات التي خلص إليها بوتر في المستقبل مع توجه المزيد من الباحثين للنظر في كيفية تعزيز أو تقليل قوة رسائل الترفيه للتأثير في أنماط التفكير والسلوك والمعتقدات. ويتطلب هذا الاتجاه المزيد من الأبحاث الأكاديمية والدراسات المستقبلية لفهم كيفية تفاعل المستهلكين مع المحتوى الترفيهي على الوسائط الرقمية والتأثيرات الناجمة عن ذلك على مستويات متنوعة.

من جهة أخرى، تجاهل بوتر تأثير العولمة في صناعة الترفيه، وهو التأثير العابر للحدود الذي يصل إلى شعوب لها خصوصيتها الثقافية والاجتماعية والدينية، وقد أدى ذلك إلى زيادة الاهتمام بالأفلام والبرامج التلفزيونية الأجنبية، وزيادة النفوذ

العالمي للإنتاجات باللغات غير الإنجليزية. ويعتبر هذا التحول جزءاً من عولمة المحتوى الإعلامي بما يحدثه من تأثير، لكن لم يتطرق إليه بوتر في كتابه. بينما يظل تأثير الإعلام الرقمي الترفيهي واقعاً لا يمكن تفاديه كما جاء في عدد من الدراسات حديثة النشر.

3. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والعيش في العالم الافتراضي

يشرح الأكاديمي بوتر أهم القضايا الناجمة عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، مثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الأفراد، والتنمر الإلكتروني والآثار السلبية المرتبطة به، والإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والعلاقات الاجتماعية غير الحقيقية المبنية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثير المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الأفراد في مجال العلاقات العاطفية، والتعرض للكذب على مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً التأثير المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد في المجال السياسي وغيرها. وقدم بوتر أدلة على تأثيرات متنوعة لشبكات التواصل الاجتماعي، في العنوانين المذكورة آنفاً، غير أن الكاتب لم يتطرق إلى دراسات ذات أهمية كبرى عن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية لمستخدميها.

صحيح أن المؤلف تناول مسائل مهمة كالإدمان والتنمر الإلكتروني، لكن ثمة عناوين لا يمكن تجاهلها في هذا السياق. ويكفي في هذا الصدد الإشارة إلى دراستين نُشرتاً حديثاً، الأولى بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية"، وتستعرض تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية، وتخلص إلى أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى اضطرابات نفسية مثل الاكتئاب والقلق والوحدة (15). والدراسة الثانية بعنوان "التربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة"، وتبحث العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة. وتشير إلى أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى زيادة مخاطر الاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة. واستخدمت الدراسة عينة عشوائية تتألف من 2.037 شاباً في الولايات المتحدة، وتم

قياس استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ومستويات الاكتئاب بالاستعانة بأداة الاستبيان. ووجدت الدراسة أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يزيد من خطر الاكتئاب لدى الشباب (16)؛ وهذا يبرز أهمية دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية لدى الشباب، وهو من أهم الموضوعات المرتبطة بتأثيرات الإعلام الرقمي.

هذا يقودنا إلى ما أورده الكاتب عما يعرف بـ"العوالم الافتراضية" وتأثيرها. والعوالم الافتراضية بيئات رقمية تعمل على خوادم متصلة بالإنترنت، وتوفر للمستخدمين الوسيلة لينغمسوا في تجارب بديلة عما يمكنهم أو يرغبون في تجربته في حياتهم الحقيقية. كما توفر هذه العوالم ما يسمى بـ"البيئات المستدامة"؛ مما يعني أنها تستمر في الوجود بأشكال مستقرة حتى عندما لا يكون الشخص في تلك العوالم. ومع ذلك، فإن العوالم الافتراضية ليست ثابتة ولا تتغير، بمعنى أن الزوار يمكن أن يؤثروا في الأحداث داخل هذه العوالم، ويمكنهم حتى "بناء حياة". استعرض الكاتب العديد من النماذج للعوالم الافتراضية التي تتراوح بين الألعاب والمنصات التعليمية والاجتماعية، مثل "سكند لايف" (Second Life) وهي منصة اجتماعية افتراضية تم إطلاقها عام 2003 وتتيح للمستخدمين إنشاء شخصيات افتراضية والتفاعل مع الآخرين وبناء وتكوين بيئاتهم الخاصة، ومثلها منصات "فارمفيل" (FarmVille) و"ذا سيمز" (The Sims)، وغيرها من الأمثلة التي لم ترد في الكتاب مثل "ماينكرافت" (Minecraft)، و"في آر تشات" (VRChat) ومنصات تنتمي إلى هذا النوع.

استعرض الكاتب سلسلة من العناوين الفرعية حول تأثيرات العوالم الافتراضية، وخلص إلى أن تجربة الوجود في عالم افتراضي مختلفة جداً عن تجربة التعرض للوسائط التناظرية، إلا أن تلك التجارب الرقمية أحياناً تؤدي إلى تأثيرات تم توثيقها بالفعل مع الوسائط التناظرية (مثل التكيف السلوكي، وبناء المعتقدات، وبناء المعنى).

خاتمة

ليس هناك شك في أن الأكاديمي وليام جيمس بوتر قدّم أطروحة مميزة ومهمة في تأثيرات الإعلام الرقمي، في جوانب متعددة ومنها تأثير التحول الرقمي ذاته، والتحول في صناعة الأخبار والإعلانات والترفيه، وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي، وتداعيات ذلك اجتماعياً وثقافياً وسياسياً، واستند في ذلك على أدلة علمية موثقة.

وتناول الكاتب هذا الموضوع من خلال منظوره الخاص وعرض الأطروحات المتعددة لتفسير وفهم التأثيرات المختلفة للإعلام الرقمي مستخدماً مجموعة واسعة من الأدوات والمفاهيم التي ساعدته على فهم وتفسير مسألة التأثيرات، كما قدّم أمثلة حية ودراسات حالة للتوضيح والتأكيد على تعزيز ذلك. وبينما كانت بعض هذه الأدوات قوية ومقنعة، فإن بعضها الآخر استند إلى معلومات محدودة أو تفسيرات غير مكتملة. لذلك فإن هذا الكتاب بأطروحاته المختلفة يطرح المزيد من الأسئلة أكثر مما يقدم إجابات. وقد لا يكون الأمر متعلقاً بالكاتب الذي اجتهد وأنتج هذا العمل المميز، بالقدر الذي يتعلق بسياق تطور وسائط الإعلام الرقمية الذي يشهد سرعة هائلة، لا أحد يستطيع أن يتنبأ إلى أين يمكن أن يصل، وكيف يمكن أن يكون شكلها وأدواتها بعد سنوات من الآن.

تناول المؤلف بوتر التحديات والإشكالات المستقبلية المرتبطة بالإعلام الرقمي، لكن لا يمكن الجزم بأن التحديات والإشكاليات التي ناقشها يمكن أن تمثل خلاصات حاسمة، فربما يخلص الباحث إلى أطروحة معينة وسرعان ما تتغير بسبب التطور غير المتوقع في وسائل وأدوات الإعلام الرقمي كظهور منصات وتطبيقات جديدة تكتسح المشهد الرقمي كما هي الحال مع تطبيق "تيك توك"، أو تطبيقات الذكاء الصناعي الجديدة.

ما زالت هناك أسئلة كثيرة حول تحديات أساسية في تأثيرات الإعلام الرقمي، ومنها على سبيل المثال لا الحصر التلاعب بالمعلومات والأخبار الزائفة وما يمكن أن يحدثه ذلك من انقسامات اجتماعية وسياسية، ومواجهة التمييز والتحيز في الإعلام الرقمي وضمن تمثيل متوازن لجميع الأصوات والآراء، والإدمان على الإعلام الرقمي وتأثير ذلك نفسياً واجتماعياً، والجوانب الأخلاقية والقانونية، والتطور التكنولوجي المستمر المتعلق بالذكاء الصناعي والواقع الافتراضي والواقع المعزز وغيرها، والأمن السيبراني، وتوجيه الشباب والأطفال، والفجوة الرقمية وضمن توفير فرص الوصول إلى الإنترنت والتكنولوجيا لجميع الفئات الاجتماعية والاقتصادية.

إن تطور الإعلام الرقمي يتطلب استكشاف ودراسة مثل هذه التحديات وغيرها بشكل مستمر لضمان التكيف مع هذا التطور، وتحسين الفهم العام لتأثيرات الإعلام الرقمي على الأفراد والمجتمعات والكيانات المختلفة.

المراجع

(1) William James Potter, Ron Warren, "Considering Policies to Protect Children from TV Violence." *Journal of Communication*, Vol. 46, No. 4, (1996): 116-138.

(2) William James Potter, "The Frontiers of Media Research," in *Media Violence and Children: A Complete Guide for Parents and Professionals*, ed. Douglas A. Gentile, (Westport, CT: Praeger, 2003), 247-262.

(3) للمزيد من المعلومات حول الأكاديمي وليام جيمس بوتتر، انظر صفحة المؤلف الرسمية على موقع "جامعة كاليفورنيا سانتا باربرا"، قسم الاتصال، (الدخول: 6 أبريل/ نيسان 2023)، <https://bit.ly/3Vfc3ed>.

(4) William James Potter, *Digital Media Effects*, (Rowman & Littlefield, 2021), 9.

(5) Riley Panko, "How Customers Use Food Delivery and Restaurant Loyalty Apps?," *The Manifest*, May 15, 2018. "accessed March 24, 2023". <https://bit.ly/40R51gE>.

(6) نيكولاس كار كاتب وناقد تقني، وهو معروف بكتاباته الكثيرة عن تأثير الوسائط الرقمية في الإدراك والمجتمع. يعد كتابه "الأعماق: ما فعله الإنترنت بأدمغتنا" عملاً بارزاً في هذا المجال. عمل كار محرراً تنفيذياً في مجلة "ذي أتلانتيك" (*The Atlantic*)، وكبير محرري مجلة "تكنولوجيا ريفيو" (*Technology Review*) التابعة لمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا. نشر أيضاً مقالات في العديد من الصحف، مثل "نيويورك تايمز"، و"ول ستريت جورنال"، ويعتبر من الأصوات الرائدة في دراسة التقنية والثقافة والاقتصاد والأخلاقيات والأدب، ويهتم بأسئلة حول مدى تأثير التكنولوجيا في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات.

(7) Nicholas Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, (New York, NY: W. W. Norton & Company, 2010).

(8) Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, (Basic Books, 2011).

(9) Danah Boyd, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, (Yale University Press, 2014).

- (10) Jean Marie Twenge, *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy-and Completely Unprepared for Adulthood*, (Atria Books, 2017).
- (11) Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, (Routledge, 1964).
- (12) Marshall McLuhan, Quentin Fiore, *The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects*, (Random House, 1967).
- (13) Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, (Public Affairs 2019), 8-12.
- (14) Sidney Matrix, *The Netflix Effect: Teens, Binge-watching, and On-Demand Digital Media Trends*. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, Vol. 6, No. 1, (2014): 119-138.
- (15) Osman Ulvi et al., "Social Media Use and Mental Health: A Global Analysis," *Epidemiologia*, Vol. 3, No. 1, (2022): 11-25.
- (16) Ariel Shensa et al., "Association between Social Media use and Depression among U.S. Young Adults," *Depression Anxiety*, Vol. 33, No. 4, (April 2016): 323-331.

رسائل جامعية

PhD Dissertation

أطروحة دكتوراه

**تلقي النخبة الجزائرية لمضامين قناة الجزيرة الإخبارية والإشباع
المحققة لديهم: دراسة مسحية على عينة من الأساتذة الجامعيين**

**The Algerian Elite's Reception of Al Jazeera News
Channel: A Survey Study on a Sample of University
Professors**

إعداد – by

يوسف خرفي - Kherfi Youcef

إشراف – Supervisor

د. نجيب بخوش – Dr. Nadjib Bekhouche

المشرف المساعد - Assistant Supervisor

د. طيب محمد أحمد – Dr. Tayeb Mohamed Ahmed

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر، بسكرة

**Faculty of Humanities and Social Sciences, University of
Mohamed Khidar Biskra, Algeria**

السنة – Year

2022-2021

اللغة: العربية – Language: Arabic

مقدمة

أعطى الإعلام الإخباري العربي الفرصة للمتلقي لمتابعة التحولات السياسية في المنطقة العربية، ومسرح الأحداث العالمية. واستطاع أن يحقق إنجازات إعلامية مهمة من خلال تغطيته للعديد من الأحداث والتطورات، خصوصاً في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط التي لطالما شكّلت بؤرة توتر استقطبت اهتمام العديد من وسائل الإعلام العالمية، التي أدى فيها الإعلام الأميركي دوراً احتكاريّاً، من خلال تغطيات إعلامية تقوم على خدمة المصالح الأميركية. وتعتبر قناة الجزيرة أول فضائية إخبارية عربية -انطلق بثها في الأول من نوفمبر/ تشرين الثاني 1996- استطاعت أن تستقطب منذ لحظة التأسيس اهتمام شرائح واسعة من الجمهور العربي، ونجحت في بناء مكانة لها في المشهد الإعلامي العالمي، من خلال تغطيتها الإعلامية المميزة لمختلف الأحداث العربية والدولية بنوع من الجرأة في الطرح بعيداً عن إكراهات الأنظمة السياسية العربية، والإملاءات الأميركية، وهو ما شكّل ظاهرة إعلامية عربية استثنائية.

لقد تمكنت قناة الجزيرة من تحقيق نجاحات إعلامية كبيرة، بفضل مهنتها وامتلاكها موارد مادية ضخمة، ساعدتها في استخدام وسائل تكنولوجية متطورة، كما سمحت لها باستقطاب موارد بشرية مؤهلة وذات كفاءة ومهنية عالية من مختلف الجنسيات العربية. لذلك احتكرت الإعلام الإخباري العربي لعدة سنوات قبل أن تظهر مجموعة من الفضائيات الإخبارية العربية المنافسة لها. وتحرص قناة الجزيرة دائماً على تطوير أدائها الإعلامي بشكل كبير من خلال توسيع نشاطها الإعلامي عبر فتح مكاتب لها في مختلف أنحاء العالم، وبث مضامين تليفزيونية جديدة شكلاً ومضموناً، تواكب مختلف التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال، وهو ما يتضح جليّاً في استخدام القناة لمختلف المنصات الرقمية فضاءً مفتوحاً للجمهور من أجل التفاعل مع ما تبثه من برامج تليفزيونية متنوعة.

وتعتبر الدراسات التي تتناول جمهور قناة الجزيرة من الدراسات المهمة، نظراً لكون القناة تخاطب بالدرجة الأولى جمهوراً واعياً يهتم بمختلف الأحداث والقضايا السياسية والإنسانية التي تحرص القناة على تغطيتها بمضامين تليفزيونية معمقة،

بعيدة عن التناول الإعلامي السطحي.

وتحاول هذه الأطروحة، التي أعدها الباحث يوسف خرفي، تسليط الضوء على كيفية تلقي النخبة الجزائرية، ممثلة في الأساتذة الجامعيين، لمضامين قناة الجزيرة والإشباع المحققة لديهم. وركزت الدراسة على فئة الأساتذة الجامعيين باعتبارهم من النخبة التي تمتلك مستوى علمياً عالياً يسمح لها بالاستخدام المتوازن والنشط لمضامين القناة، وبإشباع حاجات مقصودة، كما يمكن لها تقييم هذه المضامين من حيث الشكل والمضمون.

1. اعتبارات منهجية ونظرية

مشكلة الدراسة

استطاعت قناة الجزيرة أن تستقطب اهتمام مختلف فئات الجمهور الجزائري، خصوصاً فئة النخبة التي تمتلك مستوى علمياً كبيراً، ورغبة دائمة في متابعة ومواكبة الأحداث والقضايا التي تعالجها القناة. وفي هذا السياق، تحاول الدراسة الإجابة عن هذا السؤال الإشكالي: كيف يتلقى الأساتذة الجامعيون بالجزائر مضامين قناة الجزيرة؟ وما الإشباع المحققة لديهم؟

ولاستقصاء كيفية تلقي هؤلاء الأساتذة الجامعيين لمضامين قناة الجزيرة ودوافعهم والإشباع المحققة في التعرض لمتوجها الإخباري، تبحث الدراسة أيضاً الحقل الاستفهامي الآتي:

1. ما عادات وأنماط تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين قناة الجزيرة؟
2. ما دوافع تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة؟
3. ما الإشباع المحققة من تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة؟
4. ما مستويات تفاعل الأساتذة الجامعيين مع مضامين الجزيرة؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في اهتمامها بقناة الجزيرة التي تعتبر أول فضائية إخبارية عربية استطاعت أن تحقق نسباً عالية من المشاهدة في العالم العربي، وذلك بسبب

احترافية خريطة برامجها الإخبارية والحوارية والاستقصائية والوثائقية، فضلاً عن توظيف أحدث الابتكارات في مجال البث التلفزيوني. كما تكتسي الدراسة أهميتها انطلاقاً من تسليط الضوء على تلقي النخبة الجزائرية، ممثلة في الأساتذة الجامعيين، لمضامين قناة الجزيرة وتفاعلها معها، خصوصاً أن فئة الأساتذة الجامعيين تمتلك الأدوات المعرفية اللازمة التي تسمح لها بالاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام. ويمكن لهذه الدراسة أن تشكل أيضاً إضافة علمية في علوم الإعلام والاتصال، لاسيما أنها تهتم بموضوع التلقي، الذي بات يحظى بأهمية بالغة في ظل التطورات الكبيرة التي تعرفها العملية الإعلامية، والتي أصبح الجمهور يشكل أهم أركانها.

نوع الدراسة

تندرج الأطروحة ضمن الدراسات الوصفية التي تأتي في مرحلة لاحقة بعد الاستطلاعية أو الاستكشافية، وذلك في محاولة لمعرفة كيفية وجود الظاهرة عبر وصف ملامحها وتجلياتها، ثم تشخيص ذلك بتقديم إجابة أو المساعدة في الإجابة على هذين السؤالين: لماذا هذه الظاهرة على هذا الشكل؟ وكيف كانت من قبل؟ حيث تتناول الدراسة فئة من الجمهور، الذي تجسده النخبة الجامعية ممثلة في الأساتذة الجامعيين بالجزائر، وتسعى للكشف عن سلوك هذه الفئة ودوافعها واستجاباتها في تلقي مضامين قناة الجزيرة.

منهج الدراسة وأدواتها

تعتمد الأطروحة المنهج المسحي باعتبارها تنتمي إلى دراسات الجمهور، وهو المنهج الأنسب لمثل هذا النوع من البحوث. ويسمح المنهج المسحي بالتعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه، من خلال جمع المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية، والكشف عن علاقاتها الداخلية والخارجية. ويُعرف أيضاً بمنهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال البحث في الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المطلوب.

واستندت الأطروحة في جمع البيانات المرتبطة بتلقي الأساتذة الجامعيين في الجزائر لمضامين قناة الجزيرة على مجموعة من الأدوات، من بينها: الملاحظة وذلك لفهم

أبعاد الموضوع، حيث ساعدت هذه الأداة الباحث في الحصول على معلومات كثيرة حول طبيعة مضامين قناة الجزيرة، وكيفية تلقيها من طرف الأساتذة الجامعيين في ظل البيئة الاتصالية الرقمية؛ مما أسهم في ضبط متغيرات ومؤشرات الدراسة، وعملية التحليل الكيفي لتائجها.

كما اعتمد الباحث استمارة الاستبيان أداة رئيسية في الدراسة، وقد صُممت وفق أسس منهجية من خلال تطبيق إجراءات الصدق والثبات. وجرى التحقق من صدق الأداة من خلال تحكيم استمارة الاستبيان، والتأكد من ثباتها عبر إعادة الاختبار؛ حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة صغيرة من الأساتذة الجامعيين، في فترتين زمنيتين تفصلهما 15 يوماً، ل يتم حساب ثبات الاستبيان. وقد بلغ معامل الثبات (0.87)، مما يعني ثبات الأداة. وبعد التحقق من إجراءات صدق وثبات الأداة، ونظرًا للظروف الاستثنائية التي تعيشها الجزائر والعالم جرّاء انتشار فيروس كورونا وضرورة الحفاظ على إجراءات التباعد الجسدي، اعتمد الباحث الاستبيان الإلكتروني، واستغرقت مدة توزيع استمارة الاستبيان شهرين، خلال يونيو/ حزيران ويوليو/ تموز 2021.

واستخدم الباحث في تحليل البيانات بعض المفاهيم المرتبطة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي عبر برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS: V24) لتسهيل الحساب والحصول على نتائج دقيقة.

مجتمع الدراسة وعينته

استندت الأطروحة في دراسة المجتمع البحثي إلى عينة كرة الثلج التي يقوم فيها الباحث باختيار فرد معين، وبناء على ما يقدمه هذا الفرد من معلومات تهتم موضوع الدراسة، يقرر الباحث من هو الشخص الثاني الذي سيقوم باختياره لاستكمال البيانات والمعلومات التي تتطلبها الدراسة؛ حيث يعتبر الفرد الأول النقطة المركزية التي تمثل محورًا لاكتمال شبكة العينة، وهي عينة غير احتمالية، وتنسب إلى البحوث الكيفية أكثر من البحوث الكمية، وقد لجأ الباحث إلى عينة كرة الثلج لصعوبة حصر مجتمع الدراسة، والحصول على أكثر عدد من المفردات. وتألّفت عينة البحث من 270 مفردة شملت أساتذة جامعيين من مختلف الجامعات الجزائرية، باختلاف تخصصاتهم، ودرجاتهم الوظيفية.

الإطار النظري للدراسة

نظرًا لكون الأطروحة تدرج ضمن دراسات الجمهور؛ حيث تهدف إلى دراسة تلقي النخبة الجامعية الجزائرية لمضامين قناة الجزيرة، اعتمد الباحث في تحليل وتفسير البيانات والمعلومات على نظرية الاستخدامات والإشباع التي غيّرت التساؤل الرئيسي في بحوث تأثيرات الإعلام التي كانت تهتم بـ"ماذا تفعل وسائل الإعلام للناس؟" إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟". وبهذا الطرح أضافت نظرية الاستخدامات والإشباع مفهوم الجمهور النشط في دراسات الاتصال، وهي فكرة تتوافق كثيرًا مع وجهة نظر مؤسسي الدراسات الثقافية. ويمكن تلخيص النظرية في الفروض الخمسة الآتية:

- يستخدم الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة، وهو ما يؤكد أنه جمهور نشيط.
 - يمتلك أفراد الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها قادرة على إشباعها.
 - تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى من أجل إشباع حاجات الجمهور.
 - يمتلك أفراد الجمهور الوعي الكافي حول اهتماماتهم، ودوافع استخدامهم لوسائل الإعلام، وهو ما يسهّل على الباحثين فهم طبيعة هذا الاستخدام بشكل جيد.
 - الجمهور هو الطرف الوحيد القادر على تقييم ما تبثه وسائل الإعلام.
- وقد ساعدت فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع الباحث في ضبط الموضوع، وشكّلت الخلفية العلمية لضبط تساؤلات الدراسة، وكذا مختلف الجوانب المنهجية التي تم الاعتماد عليها لتحقيق أهداف الأطروحة. ويمكن تحديد بعض نقاط الاتفاق بين فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع والطرح العلمي للباحث في الدراسة:
- تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشيط يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة، وهو ما يتفق مع هذه الدراسة التي تهتم بدراسة فئة النخبة، وتحديدًا الأساتذة الجامعيين، الذين يعتبرون من أنشط أنواع الجماهير؛ إذ تتمتع هذه الفئة بمؤهلات فكرية عالية تسمح لها باستخدام وسائل الإعلام بشكل متوازن لتحقيق إشباع معينة.

- تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور، وهو ما تؤكد عليه هذه الدراسة؛ حيث إن الجمهور وتحديداً النخب أضحت محل تنافس بين وسائل الإعلام، نظراً للأهمية الكبيرة التي تلعبها داخل المجتمع.

2. سياسة قناة الجزيرة الإخبارية

رفعت الجزيرة منذ انطلاقتها شعار "الرأي والرأي الآخر"، وأكدت باستمرار التزامها بهذا الشعار في البرامج الحوارية التي تقدمها، وهو الأمر الذي لم يألُفه المشاهد العربي، فكان هناك برنامج "الرأي والرأي الآخر"، و"الاتجاه المعاكس"، وبرنامج أخرى، فسحت في المجال لآراء متعارضة، واستضافت أيضاً قوى معارضة عربية، وبعض القوى الإسلامية المعتدلة والراдикаلية، وأتاحت للجميع الفرصة للتعبير عن مواقفهم، خلافاً للإعلام الرسمي العربي الذي يغيب كل الأصوات التي لا تساير.

ومن ناحية أخرى، مكّنت الجزيرة المشاهد من سماع رأي الخبراء والسياسيين الدوليين، سواء كانوا أميركيين أو أوروبيين وحتى صحافيين وساسة، وآراء بعض الإسرائيليين، وهذا ما شكّل سابقة في الإعلام العربي؛ وبسبب ذلك حدثت اضطرابات في تقويم أداء القناة سواء من الناحية الرسمية، أو من الناحية الشعبية؛ ما جعل حكومات عربية عديدة تعادي الجزيرة لسماحها لقوى المعارضة بالظهور، والتعبير عن آرائها، بل وحتى انتقاد قيادات عربية، التي كانت من الرموز المقدسة التي لا يجوز المساس بها.

وهكذا، فإن قناة الجزيرة التي تعتبر أول قناة فضائية عربية إخبارية متخصصة، جاءت في وقت تصاعدت فيه الأحداث السياسية على الصعيدين المحلي والعالمي، وانتهت فيه الثنائية القطبية، وتفردت الولايات المتحدة الأميركية بالسيطرة عالمياً قوة عظمى وحيدة. وقد كان لذلك تداعيات كبيرة على الموقف العربي؛ حيث تفاقمت الأزمات السياسية العربية، وتعمقت القضية الفلسطينية، وكذا العلاقة مع دولة إسرائيل والموقف العربي، فضلاً عن تشرذم الموقف العربي في مواجهة التكتلات الدولية... إلخ.

وتُحدّد الأطروحة بعض أبرز وجوه المرجعية الإعلامية للجزيرة في:

أولاً: مرجعية التحرر من التبعية الإخبارية والسياسية

التحرر الإخباري

يتجلى دوره في التغطية الإخبارية على الصعيد العالمي، بما فيها أخبار الدول العربية والإسلامية، بفضل المراسلين المنتشرين في العالم، ونقل الأحداث مباشرة أثناء وقوعها بالصوت والصورة، أي من موقع الحدث بينما كانت تبث في العادة بشكل غير مباشر ممن عايش الحدث أو شارك في صنعه، وهي بذلك كشفت الكثير من الأكاذيب، والتضليل، والتحريف الذي كان صنعة الشبكات العالمية عند تغطيتها لأحداث المنطقة. ولذلك حظيت الجزيرة باحترام المتلقين الذين أصبحوا يبلورون رؤيتهم من خلالها لما خبروه من مصداقية وموضوعية ودقة.

التحرر التحليلي والتفسيري

أثارت الجزيرة قضايا جوهرية تتعلق بمسائل كانت من المحرمات من المنظور الرسمي من خلال استضافتها للخبراء والمسؤولين وصنّاع القرار، فكانت منبراً للتعبير عن الرأي والرأي الآخر، ومنبراً يعبر عن المهمشين والمحظورين وصوتاً للمُقاطعين إعلامياً بسبب مواقفهم المعارضة لسياسة الدول الكبرى وللأنظمة الحاكمة المستبدة، في مقدمتهم الإسلاميون الذين كانت أصواتهم مصادرة في وسائل الإعلام الرسمية. وبهذا، أسهمت قناة الجزيرة في إعادة التوازن داخل الحقل المعرفي، خاصة في مسألة المصطلحات، مثل مفهوم الاحتلال، والمقاومة، والعدوان، والغزو، وجرائم الإبادة، والشهادة والاستيطان، والعمليات الاستشهادية، والمعارضة السياسية، والاستبداد، والتزوير... وغيرها، وأسهمت بذلك في تسمية الأشياء بأسمائها، وإضفاء دلالات حقيقية للمفاهيم، بفضل النخب ذات العمق الشعبي والجماهيري.

التحرر في الإنتاج الوثائقي السياسي

تناولت قناة الجزيرة ملفات تتعلق بقضايا سياسية وتاريخية حساسة من خلال برامج، مثل: "شاهد على العصر"، و"مع هيكل"، و"تجربة حياة". وتوسعت شبكة الجزيرة عبر قناة الجزيرة الوثائقية في معالجة الوثائق والتاريخ السياسي، وتمكنت القناة من جذب المتلقي العربي والإسلامي ليتابع مجموعة مهمة من البرامج حول قضايا أخرى، مثل

تلك البرامج التي تناولت مساعي الشركات متعددة الجنسيات الغربية، كما عالجت الأبعاد الانهزامية في تشكيل شخصية المتلقي العربي.

ثانياً: مرجعية في التطوير المهني والأكاديمي

اتخذت الجزيرة نهجاً متنوعاً من أجل تحرير الإعلاميين العرب والمسلمين من التبعية المهنية والأكاديمية للغرب؛ حيث أقامت المؤتمرات والندوات والدورات الإعلامية، وتوجت شبكة الجزيرة ذلك بتأسيس معهد الجزيرة للإعلام، الذي خُصص لتدريب الكوادر الإعلامية وتطوير مهاراتها ورفع كفاءتها، وقدمت خدماته لعموم العاملين في الحقل الإعلامي، وفي مؤسسات إعلامية وغير إعلامية ذات صلة بالمجال الإعلامي عربياً وإقليمياً ودولياً؛ فساعدت بهذا العمل في تأصيل المعرفة وتعميقها في حقل الإعلام، وترقية الخبرات ومستوى الأداء الإعلامي ومواكبة المستجدات وإنجاز ما من شأنه تحقيق التحرر المهني والأكاديمي من التبعية والهيمنة الغربية الموجهة.

وتهدف قناة الجزيرة من خلال سياستها الإعلامية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تقديم أخبار للمشاهد العربي بلغته العربية تغنيه عن شبكات إعلامية دولية أجنبية.
- الابتعاد عن المحلية والإقليمية، لتكون بذلك جسراً إعلامياً حضارياً يوصل الخبر إلى المشاهدين العرب، ويجعله يطلع باستمرار على آخر المستجدات في العالم في مجالات السياسة والمال والأعمال والبرامج الوثائقية.

3. تلقي الأساتذة الجامعيين بالجزائر لمضامين الجزيرة والإشباع المحققة

تُبرز الأطروحة في هذا المحور نتائج التحليل الكمي والكيفي لأبعاد السؤال الإشكالي والحقل الاستفهامي الذي يؤطر كيفية تلقي النخبة الجامعية بالجزائر لمضامين قناة الجزيرة ودوافعها والإشباع المحققة جراء التعرض لبرامجها الإخبارية والحوارية.

أولاً: المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

أظهرت الدراسة، من خلال الجدول رقم (1)، وبالنظر إلى تكرارات أفراد العينة والبالغ عددهم 270 فرداً، أن نسبة الذكور بلغت 64.1٪، بمعدل تكرار قُدِّر بـ173

فردًا، في حين أن نسبة الإناث بلغت 35.9٪، بمعدل 97 فردًا. وتبيّن هذه النسب أن الأساتذة الذكور هم أكثر إقبالاً على تلقي مضامين قناة الجزيرة مقارنة بالإناث، وعزت الأطروحة ذلك إلى اهتمام الذكور بالشأن السياسي ومختلف القضايا المرتبطة به مقارنة بالإناث.

جدول (1): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	173	64.1
أنثى	97	35.9
المجموع	270	100

ويبيّن الجدول رقم (2) أن عدد الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 31 عامًا بلغ 10 أفراد بنسبة 3.7٪، في حين أن الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 31 عامًا وتقل عن 40 عامًا بلغ عددهم 138 فردًا بنسبة 51.1٪، وتمثّل النسبة الأكبر من عينة الدراسة. أما عدد الأفراد "من 41 إلى 50 عامًا" فقدّر بـ95 فردًا بنسبة 35.2٪، وبلغ عدد الأفراد الذين تتجاوز أعمارهم 50 عامًا 27 فردًا، أي ما نسبته 10٪. ويتضح من هذه النسب أن الفئتين العمريتين (41-50 عامًا) و(31-40 عامًا) تمثلان معظم أفراد العينة، وهذا راجع -بحسب الدراسة- إلى أن معظم الأساتذة الجامعيين هم من هذه الفئات العمرية بسبب ظروف التوظيف في الجامعة.

جدول (2): توزيع نسب أفراد العينة حسب متغير العمر

م	العمر	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من 31 عامًا	10	3.7
2	من 31 إلى 40 عامًا	138	51.1
2	من 41 إلى 50 عامًا	95	35.2
3	أكبر من 50 عامًا	27	10
	المجموع	270	100

ويُظهر الجدول رقم (3)، فيما يخص متغير الدرجة الوظيفية لأفراد عينة الدراسة، أن النسبة الأكبر منهم أساتذة محاضرون (41.1٪)، أما فئة الأساتذة المساعدين فكان عددهم 57 فردًا بنسبة 21.1٪، بينما لم تتجاوز نسبة فئة أساتذة التعليم العالي 8.1٪، وكانت نسبة الأساتذة المستخلفين 29.6٪. ويرجع السبب في أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم أساتذة محاضرون باعتبار أن الأستاذ الجامعي يقضي المدة الزمنية الأطول داخل الجامعة أستاذًا محاضرًا بعد أن يقضي مدة زمنية قصيرة أستاذًا مساعدًا، كما أن الأستاذ المستخلف غالبًا لا تتجاوز مرحلة تدريسه في الجامعة مدة زمنية طويلة.

جدول (3): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدرجة الوظيفية

م	الدرجة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
1	أستاذ مستخلف	80	29.6
2	أستاذ مساعد	57	21.1
3	أستاذ محاضر	111	41.1
4	أستاذ التعليم العالي	22	8.1
	المجموع	270	100

ثانيًا: عادات وأنماط تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

حجم التعرض لمضامين الجزيرة

لاحظت الدراسة، كما يُبرز الجدول رقم (4)، أن أكثر من نصف أفراد العينة يتلقون برامج الجزيرة بين الحين والآخر، وقد بلغ عددهم 151 فردًا بنسبة 55.9٪، بينما يتعرض ما نسبته 25.6٪ بصفة دائمة لمضامين القناة. أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين يتلقون برامج القناة غالبًا والبالغ عددهم 50 فردًا بنسبة مئوية بلغت 18.5٪. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب لجأت الدراسة إلى اختبار الدلالة الإحصائية (K^2)؛ حيث لاحظت أن قيمتها عند درجة الحرية (df=2) قدرت بـ (64.022)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، ومن ثم فإن هناك فرقًا دالًا إحصائيًا بين المجموعات ولصالح المجموعة الأكثر تكرارًا وهي البديل "أحيانًا".

وترى الدراسة أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتلقون مضامين قناة الجزيرة أحياناً فقط بسبب انشغالهم المهنية والاجتماعية، كما يتلقون مضامين إعلامية أخرى عبر مختلف الوسائط الإعلامية، خصوصاً الجديدة منها في ظل البيئة الاتصالية الرقمية. وتتلقى نسبة كبيرة من أفراد العينة مضامين قناة الجزيرة دائماً وأحياناً، وهو ما يعكس طبيعة هذه الأطروحة التي تستهدف دراسة جمهور قناة الجزيرة من الأساتذة الجامعيين الذين يهتمون بمضامينها لما تحقق لهم من إشباع متنوعة.

جدول (4): توزيع نسب تعرض الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة (K ²)	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	حجم التعرض لمضامين الجزيرة
دال عند 0.01	0.000	64.022	02	25.6	69	دائماً
				18.5	50	غالباً
				55.9	151	أحياناً
				100	270	المجموع

الأوقات المفضلة لتلقي مضامين الجزيرة

تباينت إجابات عينة الدراسة فيما يخص الوقت الذي يفضله أفرادها لتلقي مضامين قناة الجزيرة؛ حيث كانت النسبة الأكبر منهم، والبالغة 41.1٪، تفضل تلقي تلك المضامين ليلاً، تليها المجموعة الثانية التي تمثّلت في الأفراد الذين ليس لديهم أي وقت محدد لذلك، بل تتعرض هذه المجموعة لمضامين الجزيرة حسب الظروف بنسبة 37.4٪، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يتعرضون لها مساء 13.3٪. أما في الفترة الصباحية وفي الزوال، فجاءت النسب ضئيلة ولم تتجاوز في الحالتين 5٪. ويتضح من هذه النسب -كما ترى الدراسة- أن نسبة كبيرة من النخبة الجامعية تفضل مشاهدة مضامين الجزيرة ليلاً، وهي الفترة الزمنية التي يكون فيها الأساتذة الجامعيون خارج ساعات العمل، وغالباً ما يكونون في المنزل، وهو ما يزيد من حجم تعرضهم للتلفزيون. ويظهر أيضاً أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يتعرضون لمضامين الجزيرة في فترات زمنية غير محددة كلما سمحت لهم الفرصة بذلك، ويرتبط ذلك بظروف عملهم بشكل أساسي. كما يتضح أن نسبة قليلة من أفراد العينة

يتعرضون لهذه المضامين في المساء والصبح والزوال، وهي فترات غالبًا ما يكون فيها الأساتذة الجامعيون منشغلين بأعمالهم اليومية بعيدًا عن وسائل الإعلام.

جدول (5): توزيع نسب أوقات تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

م	أوقات التعرض لمضامين الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	صباحًا	13	4.8	04	175.704	0.000	دال عند 0.01
2	زوالاً	9	3.3				
3	مساء	36	13.3				
4	ليلاً	111	41.1				
5	غير محددة	101	37.4				
	المجموع	270	100				

الوسائل الأكثر استخدامًا لتلقي مضامين الجزيرة

أظهرت نتائج التحليل الكمي أن النسبة الأكبر من أفراد العينة، والبالغة 57.٪، تفضل تلقي مضامين الجزيرة باستخدام التلفاز، تليها المجموعة الثانية، والتي تمثلت في الأفراد الذين يستخدمون الهاتف النقال بنسبة 24.8٪، في حين يستخدم 18.1٪ منهم الحاسوب.

وتبيّن هذه النتائج -بحسب الدراسة- أن التلفاز ما زال يحظى بنسبة استخدام عالية لدى نسبة كبيرة من أفراد النخبة الجامعية، حيث يتلقون من خلاله مضامين الجزيرة. وتفسّر ذلك بأن هذا الجهاز يعتبر الوسيلة الإعلامية الأساسية والأولى التي يستخدمها الأساتذة الجامعيون، لأنها سهلة الاستخدام ومجانية ولا تتطلب شروطًا معينة، مقارنة بالهاتف النقال والكمبيوتر. كما يوجد التلفاز في جميع البيوت الجزائرية، والأساتذة الجامعيون تعودوا على تلقي المضامين التلفزيونية عبر التلفاز، وهذا لا ينفي تراجع حجم استخدام هذا الجهاز لدى نسبة كبيرة منهم، حيث تشير بيانات الدراسة إلى استخدام ربع العينة تقريبًا للهاتف النقال لتلقي مضامين الجزيرة؛ إذ يسمح له بالتحكم

في أوقات وأماكن التعرض لهذه المضامين، كما يمنحه مزايا عديدة أهمها التفاعل مع المضامين بشكل أكبر مقارنة بالتلفاز.

جدول (6): توزيع نسب الوسائل الأكثر استخدامًا لتلقي مضامين الجزيرة

م	وسائل تلقي مضامين الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	التلفاز	154	57	02	70.067	0.000	دال عند 0.01
2	الهاتف النقال	67	24.8				
3	الكمبيوتر	49	18.1				
	المجموع	270	100				

مركب تفضيلات الأساتذة الجامعيين في تلقي مضامين الجزيرة

تباينت إجابات أفراد عينة الدراسة، والبالغ عددهم 270 فردًا، فيما يخص طبيعة المضامين التي يفضلون تلقيها من خلال قناة الجزيرة. فقد كانت النسبة الأكبر منهم، والبالغة 72.2٪، تتلقى مضامين تتناول قضايا وأحداثًا عربية، بينما تتلقى نسبة 13٪ منهم مضامين تتناول قضايا وأحداثًا جزائرية، و9.3٪ ليس لديهم مضامين محددة، و5.6٪ يتلقون مضامين تتناول قضايا وأحداثًا أجنبية. وبالنظر إلى قيمة اختبار الدلالة الإحصائية (K²)، والذي قُدِّر بـ (324.074) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ألفا (=0.01α)، فإن الفرق دال إحصائيًا بين المجموعات لصالح المجموعة الأكبر تكرارًا (مضامين تتناول قضايا وأحداثًا عربية).

وتعزو الدراسة سبب تفضيل معظم أفراد العينة لتلقي مضامين تتناول قضايا وأحداثًا عربية عبر الجزيرة إلى أن القناة تركز بشكل أساسي على معالجة وتغطية جميع القضايا والأحداث في العالم العربي بنوع من العمق، والاحترافية العالية، مما يجذب اهتمام المشاهدين إليها، بمن فيهم الأساتذة الجامعيون الجزائريون، الذين يهتمون بمتابعة مختلف الأحداث في العالم العربي، الذي يعتبر من أكثر مناطق العالم التي تعرف نزاعات وصراعات كثيرة. ولاحظت الدراسة أن نسبة صغيرة من أفراد العينة تفضّل تلقي مضامين تتعلق بالشأن الجزائري، لأن هناك مصادر إعلامية أخرى تتناول

الشأن الجزائري باهتمام أكبر، خصوصاً مع بروز الفضائيات الجزائرية الخاصة التي يغطي بعضها كل ما يحصل في الجزائر بالتفصيل، بينما يرجع سبب تفضيل نسبة صغيرة من أفراد العينة لقضايا وأحداث أجنبية إلى أنها بعيدة عن اهتماماتهم ومحيطهم الذي يعيشون فيه، كما أن نسبة من أفراد العينة ليست لهم مضامين محددة يفضلون تلقيها، لأنهم يهتمون بمختلف القضايا.

جدول (7): توزيع نسب تفضيلات الأساتذة الجامعيين في تلقي الجزيرة

م	مركب تفضيلات النخبة الجامعية في تلقي مضامين الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	مضامين تتناول قضايا وأحداثاً جزائرية	35	13	3	324.074	0.000	دال عند 0.01
2	مضامين تتناول قضايا وأحداثاً عربية	195	72.2				
3	مضامين تتناول قضايا وأحداثاً أجنبية	15	5.6				
4	غير محددة	25	9.3				
	المجموع	270	100				

مركب تفضيلات الأساتذة الجامعيين في متابعة مواضيع الجزيرة

أظهرت نتائج التحليل الكمي أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة، والبالغة 39.6٪، تتلقى المواضيع السياسية، و14.1٪ منهم يتلقون مواضيع دينية، و13٪ يتلقون المواضيع الرياضية. أما المواضيع الاجتماعية والثقافية، فكانت نسبة أفراد العينة الذين يتلقونها 14.1٪ لكل منهما، بينما كانت نسب أفراد العينة الذين يفضلون تلقي المواضيع الاقتصادية، ومواضيع في العلوم والتكنولوجيا ضئيلة؛ إذ بلغت 6.7٪ و5.6٪ على التوالي.

وترى الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يفضلون تلقي المضامين التي تتناول

مواضيع سياسية، لأن القناة تهتم بشكل أساسي بهذه المواضيع، حيث تعالج مختلف المواضيع السياسية، خصوصاً العربية منها بنوع من العمق، والاحترافية العالية، من خلال توظيفها لأحدث الابتكارات التكنولوجية في مجال البث التلفزيوني، والاستعانة بكفاءات مهنية عالية من مختلف الأقطار العربية؛ وهو ما أكسبها نوعاً من الريادة في تغطية الأحداث والقضايا السياسية في مختلف مناطق العالم، خصوصاً في المنطقة العربية، وهذا لا ينفي أن القناة تهتم بمواضيع أخرى في مجالات متعددة، مثل الاقتصاد، والرياضة، والثقافة...إلخ.

جدول (8): توزيع نسب المواضيع التي يتابعها الأساتذة الجامعيون عبر الجزيرة

م	الموضوعات التي تتابعها النخبة الجامعية عبر الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	سياسية	107	39.6	6	152.385	0.000	دال عند 0.01
2	اقتصادية	18	6.7				
3	اجتماعية	28	10.4				
4	العلوم والتكنولوجيا	15	5.6				
5	ثقافية	29	10.7				
6	رياضية	35	13				
7	دينية	38	14.1				
	المجموع	270	100				

النشرات والبرامج الإخبارية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

تباينت إجابات أفراد العينة فيما يخص الموعد الإخباري الأكثر تفضيلاً لديهم على قناة الجزيرة، فقد كانت النسبة الأكبر منهم، والبالغة 39.6٪، تفضل نشرة "الحصاد". وجاءت نشرات الأخبار كل ساعة في المرتبة الثانية بنسبة 18.1٪، في حين كان 10.7٪ منهم يفضلون نشرة "منتصف الليل"، و10.4٪ يفضلون برنامج "نشرتكم"، أما بقية النشرات الإخبارية فتفضلها نسبة قليلة من أفراد العينة. وجاءت النشرة الرياضية بنسبة تفضيل بلغت 9.6٪، و"الجزيرة منتصف اليوم" بنسبة تفضيل 6.3٪، والنشرة الجوية بنسبة 2.2٪، والنشرة الاقتصادية بنسبة 0.4٪، بينما كانت نسبة أفراد العينة الذين لا يشاهدون تلك النشرات والبرامج الإخبارية قليلة؛ إذ لم تتجاوز 2.6٪.

وتخلص الدراسة إلى أن نشرة الحصاد تُعد الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة، لأن بثها يكون في الساعة الحادية عشرة بتوقيت مكة المكرمة، والساعة التاسعة ليلاً بتوقيت الجزائر، وهو ما يسمح لأفراد العينة بمشاهدة الحصاد، لأن معظمهم يكونون في المنزل في هذه الأوقات. كما أن هذا الموعد الإخباري يمكنهم من الاطلاع على مختلف الأحداث التي يشهدها العالم يومياً، خصوصاً أن إعداده يخضع لاحترافية عالية من خلال توظيف أحدث الابتكارات في مجال البث التلفزيوني. ويتبين أيضاً أن نشرات كل ساعة تحظى بمتابعة نسبة معينة من أفراد العينة، لأنها تواكب مختلف المستجدات على رأس كل ساعة، بينما جاءت نشرة "منتصف الليل" في المرتبة الثالثة، وهي نشرة تبث في الساعة العاشر ليلاً بتوقيت الجزائر، وذات محتوى إخباري متنوع يقدم بطريقة خفيفة وبأسلوب شيق. ويظهر أيضاً أن النشرات الاقتصادية والجوية هي الأقل تفضيلاً لدى أفراد العينة، لأنها بعيدة عن اهتماماتهم.

جدول (9): توزيع نسب النشرات والبرامج الإخبارية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

م	النشرات الأكثر تفضيلاً لدى النخبة الجامعية	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	نشرات الأخبار كل ساعة	49	18.1	8	208.867	0.000	دال عند 0.01
2	الجزيرة منتصف اليوم	17	6.3				
3	الحصاد	107	39.6				
4	نشرة منتصف الليل	29	10.7				
5	النشرة الجوية	6	2.2				
6	النشرة الرياضية	26	9.6				
7	النشرة الاقتصادية	1	0.4				
8	نشرتكم	28	10.4				
9	لا أشاهد النشرات الإخبارية على قناة الجزيرة	7	2.6				
	المجموع	270	100				

البرامج الحوارية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

تبيّن نتائج الجدول رقم (10) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة، والبالغة 45.9٪، تفضل برنامج "الاتجاه المعاكس"، وجاء برنامج "لقاء خاص" في المرتبة الثانية بنسبة 10.4٪، في حين كان 10٪ منهم يفضلون برنامج "بلا حدود"، و8.1٪ يفضلون برنامج "ما وراء الخبر". أما بقية البرامج الحوارية فيفضلها نسبة قليلة من أفراد العينة، وقد جاء برنامج "شاهد على العصر" بنسبة تفضيل 7.8٪، وبرنامج "سيناريوهات" بنسبة تفضيل 5.6٪، وبرنامج المقابلة بنسبة 3.7٪، وبرنامج "من واشنطن" بنسبة 3.3٪، وبرنامج "الشريعة والحياة" بنسبة تفضيل 3٪، بينما كانت نسبة أفراد العينة الذين لا يشاهدون تلك البرامج قليلة؛ إذ لم تتجاوز 2.2٪.

وعزت الدراسة سبب تفضيل نسبة كبيرة من أفراد العينة مشاهدة برنامج "الاتجاه المعاكس" إلى ما يحققه من إشباعات متعددة لهذه الفئة، خصوصاً أنه يجمع بين العمق في الطرح، والإثارة في العرض، حيث يتم فيه عرض قضية تشغل الرأي العام، من خلال استضافة ضيفين لهما وجهتا نظر مختلفتان يحاول كل منهما إقناع المشاهد بقوة حجج وجهة نظره. ويستخدم البرنامج استمالات عقلية وعاطفية متنوعة، ويعتبر من البرامج التلفزيونية العربية الأشهر. ويتضح أيضاً أن برنامج "لقاء خاص" يحظى بالمرتبة الثانية لدى أفراد العينة، وجاء برنامج "بلا حدود" في المرتبة الثالثة بنسبة لا تتجاوز 10٪ من أفراد العينة، وهو برنامج قائم على فكرة طرح قضية للنقاش والحوار بشكل معمق. كما أن باقي البرامج الحوارية على قناة الجزيرة تحظى بنسب تفضيل صغيرة لدى أفراد العينة.

جدول (10): توزيع نسب البرامج الحوارية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

القرار	مستوى الدلالة	قيمة (K ²)	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة من قبل النخبة الجامعية	
دال عند 0.01	0.000	408.519	9	5.6	15	1	سيناريوهات
				8.1	22	2	ما وراء الخبر
				45.9	124	3	الاتجاه المعاكس
				3.3	9	4	من واشنطن
				10	27	5	بلا حدود
				3.7	10	6	المقابلة
				7.8	21	7	شاهد على العصر
				10.4	28	8	لقاء خاص
				3	8	9	الشريعة والحياة
				2.2	6	10	لا أشاهد هذه البرامج الحوارية على قناة الجزيرة
100	270	المجموع					

البرامج الاستقصائية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

تفضل النسبة الأكبر من أفراد العينة، والبالغة 27.4٪، برنامج "ما خفي أعظم"، وجاء برنامج "تحقيقات الجزيرة" في المرتبة الثانية بنسبة 15.6٪، في حين يفضل 13٪ منهم برنامج "للقصّة بقية"، و10.7٪ يفضلون برنامج "الصندوق الأسود". أما بقية البرامج الاستقصائية فيفضلها نسبة قليلة من أفراد العينة، وجاء برنامج "تحقيق خاص" بنسبة تفضيل بلغت 9.6٪، وبرنامج "المتحري" بنسبة 9.3٪، ثم برنامج "المسافة صفر" بنسبة 7.4٪، وبرنامج "شاهد عيان" بنسبة 3.7٪. بينما كانت نسبة أفراد العينة

الذين لا يشاهدون تلك البرامج قليلة؛ إذ لم تتجاوز 3.3٪. وعللت الدراسة سبب تفضيل أفراد العينة لبرنامج "ما خفي أعظم" بالجرأة التي تميزه في الطرح أكثر من البرامج الأخرى؛ إذ يتناول بعض الملفات المهمة المتعلقة بالدول والمؤسسات والأفراد بطريقة احترافية للكشف عنها، من خلال توظيف تقنيات جد متطورة. وبيّنت الدراسة أن برامج "تحقيقات الجزيرة" و"للقصة بقية" تحتل المراتب الثانية والثالثة على التوالي لدى أفراد العينة، وهي برامج استطاعت أن تحقق نسب مشاهدة عالية بفضل جرأتها في الطرح، وتجاوزها للقيود المفروضة من قبل بعض الجهات التي تستهدف حجب الحقيقة عن المشاهد العربي، وهذا ما يجعل هذه البرامج تحظى باهتمام الجمهور عامة والنخبة خاصة.

جدول (11): توزيع نسب البرامج الاستقصائية الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

م	البرامج الاستقصائية الأكثر تفضيلاً لدى النخبة الجامعية	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	تحقيق خاص	26	9.6	8	102.933	0.000	دال عند 0.01
2	تحقيقات الجزيرة	42	15.6				
3	ما خفي أعظم	74	27.4				
4	المتحري	25	9.3				
5	المسافة صفر	20	7.4				
6	الصندوق الأسود	29	10.7				
7	للقصة بقية	35	13				
8	شاهد عيان	10	3.7				
9	لا أشاهد البرامج الاستقصائية على الجزيرة	9	3.3				
	المجموع	270	100				

البرنامج ذو المحتوى المتنوع الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

تُظهر نتائج الجدول رقم (12) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة، بلغت 53.3٪، يفضلون برنامج "فوق السلطة"، وعزت الدراسة ذلك إلى الأسلوب الساخر للبرنامج في عرض القضايا، وهو أيضاً أسلوب خفيف يتعد عن الرتابة المعهودة التي تتميز بها البرامج التليفزيونية في الفضائيات الإخبارية العربية بشكل عام. ويستخدم البرنامج جماليات اللغة العربية من محسنات بديعية، وصور بيانية، مع سرد قصص طريفة وإسقاطها على مختلف الوقائع التي يشهدها العالم عامة والعالم العربي بشكل خاص، وهو ما يجعله البرنامج الأكثر جذباً للنخب المثقفة كالأساتذة الجامعيين. ويتبين أن برنامج "سباق الأخبار" يحتل المرتبة الثانية لدى أفراد العينة، وهو برنامج تفاعلي بالدرجة الأولى؛ حيث يرصد أهم الأحداث والشخصيات كل أسبوع حسب وجهة نظر الجمهور من خلال التصويت عليها عبر مختلف المنصات الرقمية، مما يجعله من البرامج التليفزيونية العربية الرائدة التي تحاول مواكبة مختلف التطورات التي تعرفها البيئة الاتصالية الرقمية اليوم. وجاء برنامج "الجزيرة هذا الصباح" في المرتبة الثالثة، وهو برنامج صباحي يومي يقدم مادة تليفزيونية صباحية غنية وخفيفة، ويتضح أن نسبة صغيرة من أفراد العينة لا تشاهد البرامج ذات المحتوى المتنوع عبر قناة الجزيرة.

جدول (12): توزيع نسب البرنامج المتنوع الأكثر تفضيلاً لدى الأساتذة الجامعيين

م	البرنامج المتنوع الأكثر تفضيلاً لدى النخبة الجامعية	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	فوق السلطة	144	53.3	6	355.748	0.000	دال عند 0.01
2	الاقتصاد والناس	9	3.3				
3	زام المبادرة	19	7				
4	حياة ذكية	26	9.6				
5	الجزيرة هذا الصباح	31	11.5				
6	سباق الأخبار	36	13.3				
7	لا أشاهد هذه البرامج	5	1.9				
	المجموع	270	100				

ثالثاً: دوافع تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

الدوافع المعرفية

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 29.6٪ يتلقون مضامين قناة الجزيرة من أجل التعرف على مجريات الأحداث في العالم العربي، وكذلك زيادة رصيدهم المعرفي حول مختلف القضايا. وعزت الدراسة ذلك إلى رغبة الأساتذة الجامعيين في الاطلاع على مختلف الأحداث والقضايا، وحرصهم على تنمية معارفهم ومعلوماتهم من خلال الاعتماد على مختلف المصادر المتنوعة، وعلى رأسها وسائل الإعلام التي تعتبر اليوم رافداً مهماً للعلم، والمعرفة في ظل البيئة الاتصالية الجديدة. وتشير الدراسة إلى أن عدداً قليلاً من أفراد العينة يتلقون مضامين قناة الجزيرة للاطلاع على مختلف الأحداث في الجزائر، وأرجعت السبب في ذلك إلى أن القناة لا تغطي الشأن الجزائري بشكل كبير، كما أن نسبة كبيرة من الأساتذة الجامعيين الجزائريين يعتمدون على مصادر إعلامية أخرى للاطلاع على مجريات الأحداث في الجزائر، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، والفضائيات الإخبارية الجزائرية التي تهتم بكل تفاصيل الأحداث الجزائرية. وترى

الدراسة أن نسبة قليلة من أفراد العينة ليست لهم دوافع معرفية لتلقي مضامين قناة الجزيرة، وهو ما يثبت أن الأساتذة الجامعيين جمهور نشيط ويهتم بمختلف المعارف.

جدول (13): توزيع نسب الدوافع المعرفية في تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

م	الدوافع المعرفية في تلقي النخبة الجامعية لمضامين الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	التعرف على مجريات الأحداث في الجزائر	30	11.1	5	106.667	0.000	دال عند 0.01
2	التعرف على مجريات الأحداث في العالم العربي	80	29.6				
3	التعرف على مجريات الأحداث في العالم	69	25.6				
4	الحصول على معلومات تقيديني في مجال العمل	12	4.4				
5	زيادة الرصيد المعرفي حول مختلف القضايا	68	25.2				
6	لا توجد لدي دوافع معرفية	11	4.1				
	المجموع	270	100				

الدوافع النفسية

لاحظت الدراسة تباين إجابات أفراد العينة فيما يخص دوافعهم النفسية لتلقي مضامين قناة الجزيرة، فقد نفت النسبة الأكبر منهم، والبالغة 81.1٪، أن تكون لديها دوافع نفسية عند تلقيها لتلك المضامين، في حين تمثلت دوافع نسبة 4.4٪ منهم في تحقيق نوع من الألفة مع ما تبثه الجزيرة من مضامين، و3.7٪ منهم كان دافعهم الترفيه، و10.7٪ لديهم دوافع نفسية أخرى. وترى الدراسة أن أغلبية أفراد العينة ليست لهم دوافع نفسية تدفعهم لتلقي مضامين الجزيرة، وعزت ذلك إلى أن القناة

إخبارية، وليست ترفيهية، تبث مضامين جادة من خلال تغطيتها لمختلف الأحداث، وتناول القضايا باحترافية عالية بعيداً عن السطحية والمبالغة في عناصر الجذب النفسية للمشاهد. كما أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يتلقون معظم المضامين التلفزيونية من أجل مواكبة مختلف الأحداث، لكن نسبة صغيرة من أفراد العينة يتلقون مضامين الجزيرة بدافع تحقيق نوع من الألفة مع هذه المضامين، وكذا الترفيه، ومجموعة أخرى من الدوافع النفسية. وهؤلاء هم أكثر اهتماماً بالمضامين الخفيفة لقناة الجزيرة، مثل الأخبار الرياضية.

جدول (14): توزيع نسب الدوافع النفسية في تلقي الأساتذة الجامعيين لمضامين الجزيرة

م	الدوافع المعرفية في تلقي النخبة الجامعية لمضامين الجزيرة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة (K ²)	مستوى الدلالة	القرار
1	الترفيه	10	3.7	3	456.607	0.000	دال عند 0.01
2	تحقيق نوع من الألفة والصدقة مع ما تبثه الجزيرة من مضامين	12	4.4				
3	دوافع أخرى	29	10.7				
4	لا توجد لدي دوافع نفسية	219	81.1				
	المجموع	270	100				

رابعاً: تفاعل الأساتذة الجامعيين مع مضامين قناة الجزيرة

تُبرز نتائج التحليل الكمي أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع مضامين قناة الجزيرة، باعتبارهم أساتذة جامعيين يمتلكون مستوى علمياً عالياً يدفعهم إلى التفاعل مع هذه المضامين باستمرار، وهو ما يُعد مؤشراً مهماً حول حسهم المعرفي، خصوصاً في ظل العصر الرقمي، الذي يعتبر عصر الجمهور/المستخدمين بامتياز، فلم يعد مستخدمو وسائل الإعلام جمهوراً سلبياً، بل أصبحوا متلقين نشيطين، يستخدمون مختلف الوسائل الاتصالية للتفاعل مع المضامين الإعلامية سواء بالإيجاب أو بالسلب.

وتبيّن الدراسة أن أفراد العينة يتفاعلون مع مضامين الجزيرة بشكل أساسي من خلال

مناقشتها مع أشخاص في محيطهم الاجتماعي والأكاديمي. كما تشكل المنصات الاجتماعية فضاء مهمًا لتفاعل أفراد العينة مع مضامين الجزيرة، خصوصًا أن للقناة حضورًا قويًا عبر هذه المنصات التي تمنح أفراد العينة فرصًا لا متناهية للتفاعل مع مضامينها.

جدول (15): توزيع نسب تفاعل الأساتذة الجامعيين مع مضامين الجزيرة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة (K ²)	درجة الحرية	النسبة المئوية		التفاعل النخبة الجامعية مع مضامين قناة الجزيرة	
دال عند 0.01	0.000	109.570	1	81.9	35.2	95	التفاعل مع مضامين الجزيرة من خلال مناقشتها مع أشخاص في الواقع
					34.1	92	التفاعل مع مضامين الجزيرة عبر المنصات الاجتماعية
					12.6	34	الاتصال بالقناة من أجل المشاركة وإبداء الرأي في بعض برامجها عبر مختلف الوسائط الاتصالية
				18.1	49	لا	
				100	270	المجموع	

استنتاجات

- توصلت الدراسة إلى أن 55.9٪ من الأساتذة الجامعيين الذين شملتهم العينة يتلقون مضامين قناة الجزيرة بين الحين والآخر، وأن هناك اختلافاً بين الجنسين في ذلك، فأغلبية الإناث يتلقونها بين الحين والآخر بنسبة 63.9٪، في مقابل 51.4٪ لدى الذكور، لكن هؤلاء هم أكثر تلقياً لهذه المضامين بشكل دائم بنسبة 31.2٪، في مقابل 15.5٪ لدى الإناث.

- كشفت الدراسة أن أغلبية الأساتذة الجامعيين بنسبة 72.2٪ يفضلون تلقي مضامين تتناول قضايا وأحداثاً عربية عبر قناة الجزيرة، ولا يوجد اختلاف جوهري بين الجنسين وبين الفئات العمرية في ذلك.

- بيّنت الدراسة أن النسبة الأكبر من الأساتذة الجامعيين 39.6٪ يفضلون المواضيع السياسية، لأنها تسلط الضوء على مختلف الأحداث المهمة التي يعرفها العالم، مما يجعلها تحظى بنسبة تفضيل لدى الأساتذة الجامعيين الذين لهم رغبة دائمة في الاطلاع على التحولات السياسية ودينامية تطور الأحداث.

- توصلت الدراسة، فيما يتعلق بالدوافع المعرفية لتلقي مضامين الجزيرة لدى الأساتذة الجامعيين، إلى أن بعضهم يسعى إلى التعرف على مجريات الأحداث في العالم العربي بنسبة 29.6٪، ومنهم من يهدف إلى زيادة الرصيد المعرفي حول مختلف القضايا بنسبة 29.3٪، وبنسبة أقل بلغت 25.6٪ من أجل التعرف على مجريات الأحداث في العالم، والتعرف على مجريات الأحداث في الجزائر بنسبة 11.1٪. ولا يوجد اختلاف بين الجنسين في ذلك، فأغلبية الإناث والذكور لديهم نفس الدوافع، وبنسب متقاربة وفروق غير جوهريّة، لأن الجزيرة تتناول مختلف القضايا والأحداث التي تهتم الرجال والنساء على حدٍ سواء.

- كشفت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين يتباينون فيما بينهم حول مدى المساعدة التي تقدمها مضامين القناة لهم للتعرف على مختلف الأحداث، فالنسبة الأكبر منهم، والتي بلغت 44.4٪، "أحياناً" ما تساعدهم في ذلك، و31.1٪ "غالباً" ما تساعدهم في التعرف على مختلف الأحداث. في حين أكد 14.1٪ من أفراد العينة أن المساعدة تكون بشكل دائم، وهؤلاء أكثر اهتماماً بالأحداث في الدول العربية بشكل أكبر،

والتي توليها قناة الجزيرة الإخبارية أهمية كبيرة في سياستها الإعلامية، أما الذين تساعدهم هذه المضامين بشكل نادر فقط في التعرف على الأحداث فنسبتهم قليلة بلغت 10.4٪.

- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية الأساتذة الجامعيين وبنسبة 81.9٪ يتفاعلون مع مضامين الجزيرة؛ إذ يمتلكون القدرة اللازمة في استخدام الوسائط التفاعلية، كما أن لهم خلفيات معرفية متنوعة حول مختلف المواضيع؛ مما يجعلهم جمهوراً نشيطاً يتفاعل مع مختلف المضامين الإعلامية بشكل متوازن.

PhD Dissertation

أطروحة دكتوراه

**قناة الجزيرة ظاهرة إعلامية مغايرة: قراءة في الخطاب زمن الحرب وما
بعد الحرب على العراق**

**A Divergent Media Phenomenon: A Reading into Al
Jazeera's Discourse during and after the Iraq War**

إعداد – by

أمامة مصطفى اللواتي – Omama Mustafa Al Lawati

إشراف - Supervisor

د. يوسف بن رمضان - Dr. Youssef ben Romdhane

معهد الصحافة وعلوم الإخبار بجامعة منوبة، تونس

**Institute of Press and Information Sciences, University of
Manouba, Tunisia**

السنة – Year

2021-2020

اللغة: العربية – Language: Arabic

مقدمة

تُعد الحرب على العراق، عام 2003، من أكثر الحروب المعقّدة التي واجهتها الولايات المتحدة منذ عام 1945، والتي ما زالت تؤثر في المناخ السياسي واستقراره بالمنطقة العربية. وقد أدت أيضًا إلى اتساع فضاء المظاهرات العامة بين المؤيدين والمعارضين. ولذلك تتابعت جهود الإدارة الأميركية في التعامل مع قناة الجزيرة، إما بانتقادها، أو استهدافها، أو محاولة التأثير في الرأي العام العربي من خلالها. ولم تخلُ الفترة التي أعقبت أحداث الحادي عشر من سبتمبر/أيلول 2001، ثم حرب العراق، من أزمة دولية لجهود الدبلوماسية الأميركية، والتي أدت إلى حملات الدبلوماسية العامة التي بادرت بها الإدارة الأميركية للتواصل مع العالم العربي بوسائل متعددة، مثل حملات العلاقات العامة، وتحسين الصورة الذهنية، وإعادة تشكيل المناهج الدراسية. وتضمّنت تلك الجهود أيضًا محاولات التأثير في وسائل الإعلام العربية. لكن تلك الجهود الدبلوماسية وأهدافها المعلنة تناقضت مع عدد من الأزمات التي أصبحت في بؤرة الاهتمام العربي والعالمي، لاسيما قضية تعذيب الأسرى في سجن أبو غريب العراقي عام 2004، ثم هجوم الجيش الأميركي على مدينة الفلوجة في العام نفسه، وامتدت تداعيات هذين الحدثين إلى فترات زمنية لاحقة حتى الأعوام 2013 و2016، وهي أزمات واجهتها السلطة الوطنية العراقية الناشئة التي لم تتخلص بشكل كامل من تبعات الاحتلال الأميركي.

تستدعي هذه الأوضاع دراسة علمية معمقة في تجربة قناة الجزيرة التي جاءت استثنائية في ظل ما سبق، ليس فقط من حيث السياقات التي تمخضت عنها، بل وفي تاريخ التجربة "الأنموذج" ذاتها. ولذلك تسعى الأطروحة إلى تحليل الأخبار المتعلقة بالأحداث المذكورة للكشف عن إستراتيجيات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة.

1. أسئلة الدراسة والإستراتيجية البحثية

تبحث الأطروحة التي أعدتها الباحثة، أمانة مصطفى اللواتي، آليات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة خلال المرحلة التي عرفت أحداث سجن أبو غريب في العام 2004، والهجوم الأميركي على مدينة الفلوجة، وما تلا ذلك من انتهاكات بحق السجناء

العراقيين عام 2013، ثم معركة الفلوجة الثالثة في 2016. وتحاول الدراسة، في سياق هذه الأحداث، الإجابة عن الحقل الاستفهامي الآتي: هل هدَفَ الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة إلى تحدي الخطابات القائمة وكشفها، أم كان خطاباً متماهياً ينحو إلى تَبَنِّي أو تحييد هذه الخطابات حسب سياسات المؤسسة الإعلامية؟ وما خصائص هذا الخطاب الذي تم توظيفه؟ هل مارست الجزيرة بذلك عمليات التركيز أو الإقصاء أو التجاهل؟ وكيف قامت بدورها بصفقتها وسيطاً ناقلاً للأخبار؟ وكيف عملت على بناء وصياغة الأخبار المتعلقة بالأحداث المذكورة؟ ولماذا قُدِّمَت الأخبار بالطريقة التي قُدِّمَت بها؟ وكيف يمكن للسياسة التحريرية للجزيرة أن تلعب دوراً في تشكيل الخطاب الإعلامي فيما يتعلق بالأحداث سابقة الذكر؟

تجمع الأطروحة في منهجيتها بين مقاربتين في العلوم الإنسانية والاجتماعية؛ إذ تنحو إلى الجانب الوثائقي لاعتمادها على أساليب التحليل الوثائقي الكلاسيكي، مثل جمع الوثائق والمقاربة الوثائقية عبر تحاليل الخطاب، فضلاً عن الاستعانة بالمقاربة البيوغرافية. وفي المقاربة الوثائقية الكلاسيكية يتعرف الباحث عبر شبكات القراءة والتحليل والجمع المتأني إلى ما أنجز في مجال البحث من وثائق ومصادر أساسية وثانوية ومن ثم تقويم هذه المصادر من خلال نقدها الداخلي والخارجي، واستنتاج ما يتصل بمشكلة البحث. ولتنوع تحاليل الخطاب ضمن المقاربة الوثائقية، تعتمد الأطروحة أحد مناهج تحليل الخطاب لدراسة التقارير الإخبارية، وهو تحليل الخطاب النقدي كما أصَّله نورمان فيركلوف (Norman Fairclough)، ويُعد شكلاً نوعياً من التحليل يهدف إلى تحديد بعض السمات اللغوية في سياق استطرادي خاص. ويوفر هذا المنهج الأدوات الضرورية للكشف عن الافتراضات والقيم التي تتجاوز النص، كالأشكال النحوية، كما يفيد في إلقاء الضوء على جوانب مختلفة من بنية النصوص الإعلامية، وكيف تُسهم اللغة في وسائل الإعلام في الإنتاج المستمر والمتغير للمفاهيم والعلاقات الاجتماعية والقيم والهويات.

توفر هذه المنهجية إطاراً تحليلياً لبحث الكيفية التي تُقدِّم بها وسائل الإعلام الأحداث والمواقف والشخصيات، وكيف تعمل اللغة في وسائل الإعلام فكرياً لتمثيل العالم، فضلاً عن أن هذه المنهجية تُعد قيمة في دراسة الخطاب الإعلامي لاستخدامها أساليب مختلفة للتفسير والتحليل؛ إذ تساعد في فهم الطريقة التي تقوم بها وسائل

الإعلام في توجيه وبناء الأخبار في قضايا محددة، وكيفية تمثيل المعنى من خلال اللغة والصورة. وبدلاً من مجرد وصف بناء الخطاب، تعمل هذه المنهجية على شرح بعض الجوانب في التفاعل الاجتماعي والبناء الاجتماعي. وفي المقام الأول؛ فإنها تركّز على الكيفية التي يعمل بها الخطاب لإضفاء الشرعية أو الطعن في علاقات القوة والسيطرة في المجتمع. وتميل عمليات التحليل النقدي للخطاب الإعلامي إلى التركيز على النصوص المثيرة للاهتمام التي ينبغي توضيحها وتحليلها، كما تصف أجزاء النص، وتركز على أنماطه المهمة، ثم تفسّر وتشرح النصوص.

وتهتم الدراسة أيضاً بمعرفة الاختيارات التي قام بها الصحفيون في عملية بناء التقارير لإنتاج هذه النصوص، وكيف يمكن فهم بناء التقارير في ضوء العلاقات الاجتماعية والثقافية. وتكمن أهمية هذه المعرفة في أن الخطابات، ومنها الخطاب الإعلامي، يشكّل ويُعيد إنتاج الهويات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، كما أن هذا الخطاب يعتبر انعكاساً للنظام الخطابي الذي تنتهجه المؤسسة، وتُعدُّ نُظْمُ الخطاب مجالاً للصراع الاجتماعي، وأحد مجالات الهيمنة الثقافية المحتملة.

ولا يُعنى هذا المنهج بالجانب الكمي في العينة المُمثّلة؛ فدرّ تركيزه على اختيار نصوص قليلة لكنها محورية للكشف عن السمات السابقة. ويوفّر هذا المنهج للباحث الأدوات الضرورية للكشف عن الافتراضات والقيم التي تتجاوز النص، كما يفيد في إلقاء الضوء على جوانب مختلفة من بنية النصوص الإعلامية، وكيف تُسهم اللغة في وسائل الإعلام في الإنتاج المستمر والمتغير للمفاهيم والعلاقات الاجتماعية والقيم والهويات.

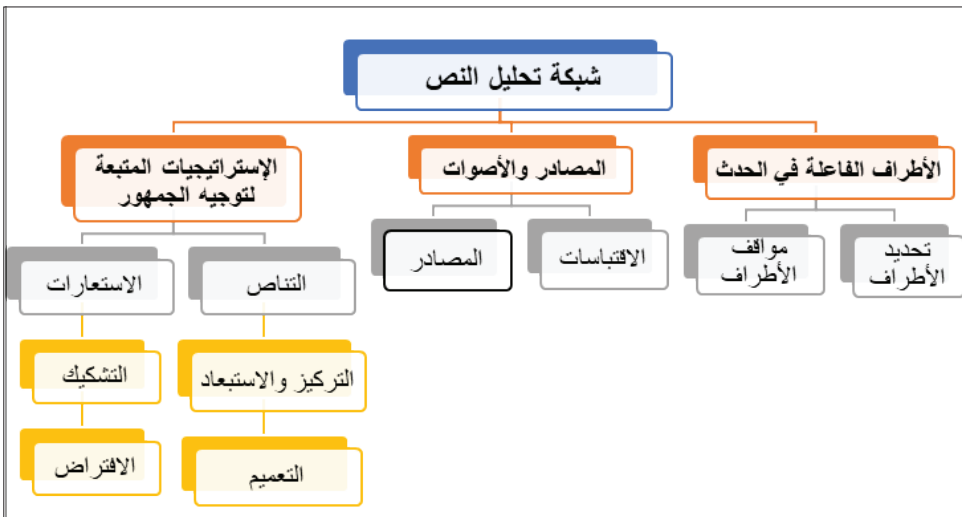
اعتمدت شبكة التحليل في هذه الأطروحة على تقسيم عينة التحليل إلى جزء أول يتعلق بالنص، وجزء ثان يرتبط بالصورة، كما يشير الشكل التوضيحي أدناه (رقم 1). وركزت قراءة الجزء المتعلق بالنص وتحليله على أربعة محاور رئيسية، أما على مستوى الصورة فقد تم تعيين محورين رئيسيين، هما: اللقطات المحورية في التقارير، وعلاقة النص اللغوي باللقطات المرئية، فضلاً عن تحليل كل تقرير على حدة.

شكل (1): شبكة تحليل التقارير



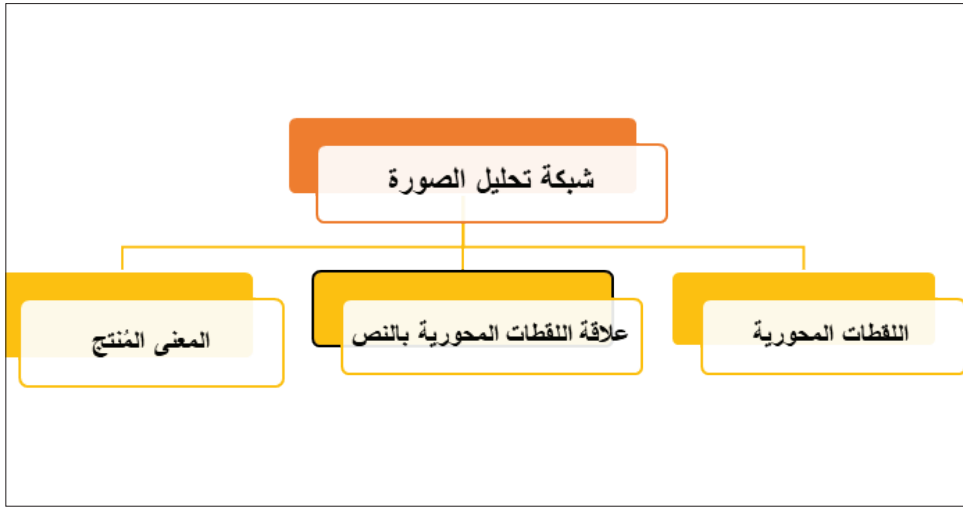
ويشير الشكل التوضيحي أدناه (رقم 2) إلى شبكة التحليل الخاصة بتحليل نصوص التقارير؛ حيث تم تحديد الجهات الفاعلة في كل حدث ومواقفها من زوايا مختلفة، والمصادر والأصوات، والدور الذي تؤديه هذه المصادر، وتحديد الاقتباسات المباشرة وغير المباشرة وأدوارها، والإستراتيجيات المتبعة لتوجيه الجمهور لتبني خطاب قناة الجزيرة.

شكل (2): شبكة تحليل النص



فيما يشير الشكل أدناه (رقم 3) إلى شبكة التحليل الخاصة بالصورة أو الجانب المرئي؛ حيث تم تقسيم الصور المرئية المرفقة بالتقارير النصية إلى مجموعات محورية، ثم توصيف هذه اللقطات المحورية بالموازاة مع النص المقروء، ثم المعنى المُنتج من علاقة النص بالصورة. فضلاً عن تحليل كل تقرير على حدة بعد عنونة اللقطات المحورية فيه والعدد المخصص لهذه اللقطات المحورية.

شكل (3): شبكة تحليل الصورة



2. الحرب على العراق ومصطلح "تأثير الجزيرة"

أدى اختلاف تغطية قناة الجزيرة في حرب العراق، عام 2003، إلى ظهور مصطلح "تأثير الجزيرة" في مقارنة لمصطلح "تأثير سي إن إن" خلال تغطيتها لحرب الخليج الثانية، عام 1990. استُخدم مصطلح "التأثير" بهذا المعنى تحديداً لوصف ظاهرة مركبة نتجت من التأثير الكبير المتسارع لوسيلة إعلامية تجاوزت من خلاله سلطة صنّاع القرار. ويتجلى هذا التأثير في قدرة الوسيلة الإعلامية بحكم تأثيرها الكبير في وضع أوليات الأخبار، وهو ما قد يشكل معوقاً أمام تحقيق أهداف السياسة المنشودة، وقد يؤدي إلى تسريع عملية صنع القرار السياسي. وتتمثل أوجه اختلاف تغطية قناة الجزيرة عن بقية القنوات العربية والدولية في:

- أولاً: الأهمية والوقت الممنوحين في تغطية وجهات نظر الطرفين العراقي ومحور التحالف الأميركي-البريطاني: فقد اعتمدت القنوات الأميركية على المتحدثين

والمصادر الرسمية الأمريكية، وقدمت بعض الصور عن معاناة الشعب العراقي في عهد النظام العراقي السابق لتُدلّل على ديكتاتورية صدام حسين، وركزت على خطورة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل. وعند بدء الحرب الميدانية اهتمت المحطات الأميركية بتغطية المؤتمرات الصحفية للمسؤولين العسكريين، سواء من قاعدة السيلية في الدوحة أو من البنتاغون. ولاحقاً عرضت صوراً للجنود الأميركيين وهم يُستقبلون بفرح من قبل العراقيين، وصوراً للجنود الأميركيين وهم يوزعون الحلوى على الأطفال. ونقلًا عن مجلة التايم، فإن التغطية على القنوات الإخبارية الأميركية كانت تعني تغطية المؤتمرات الصحفية مع الجنود المجروحين في الحرب ومقابلات مع عائلات الجنود الأميركيين المشاركين في الحرب، وبذلك عُرض القليل من مشاهد الدماء. أما التغطية على القنوات العربية والإسلامية -وضمنها الجزيرة- فكانت تعني عرضاً لجثث الضحايا والكثير من الأحداث المأساوية. وقد أظهرت الجزيرة مساوئ النظام العراقي السابق، وركزت لاحقاً على الجانب الإنساني من هذه الحرب بعد دخول القوات الأميركية إلى بغداد، ومعاناة العراقيين، وبثت صور الضحايا العراقيين الذين قُتلوا خلال الحرب، وقامت، خلال الأسبوع الأول من الحرب، بإعادة بثّ تغطية التلفزيون العراقي لخطب صدام حسين ولقطات سابقة له.

اعتمدت الجزيرة أيضاً في تغطيتها لأحداث العراق على المصادر الرسمية العراقية والأميركية بشكل متوازن؛ فقامت ببثّ المؤتمرات الصحفية العراقية ومؤتمرات قوات التحالف من قاعدتها العسكرية، سواء في الدوحة أم في البنتاغون. وقد أكدت الجزيرة بذلك شرعية وأهمية المصادر العراقية في نقل الأخبار بشكل متساو مع شرعية المصادر الأميركية والبريطانية، دون أن تقلل من المصداقية التي تتمتع بها الجهات العراقية الرسمية، مقابل اعتماد القنوات الأميركية على المصادر الرسمية الأميركية، ما يوحي بعدم اطمئنان تلك المحطات إلى دقة ومصداقية الجانب العراقي الرسمي من جهة، واعتبار النظام العراقي السابق "عدوًّا" من جهة أخرى، باعتبار أن الولايات المتحدة تخوض هذه الحرب جزءاً من حملتها الدولية للقضاء على الإرهاب.

وترى الأطروحة أن تغطية الجزيرة تتفق مع تصوّرها بأن هذه الحرب ليست بالحرب التحريرية أو حرباً منقذة للشعب العراقي، وبذلك عبّرت القناة عن قطاع واسع من آراء الشعب العربي على الرغم من انقسامه في رؤيته لهذه الحرب. وربما يكون

الاستثناء من ذلك هو قناة الكويت التي كانت ترى في هذه الحرب حرباً تحريرية بالفعل. ولاحقاً، وبعد استقرار الحكومة العراقية عملت تقارير الجزيرة على وضع المصادر الحكومية الرسمية مقابل مصادر تنظيم "الدولة الإسلامية".

- ثانيًا: المصطلحات المستخدمة في وصف الأحداث والأشخاص: اتخذت القنوات الفضائية العربية والأجنبية شعارات ومصطلحات مختلفة سواء في وصف الحرب، أو الأطراف المشتركة، أو الأحداث التي تبعت ذلك. وكان عنوان التغطية في الجزيرة: "الحرب على العراق"، في حين تبنت قناة أبوظبي: "في خط النار"، أما عنوان التغطية في العربية: "حرب الخليج الثالثة". واستخدمت القنوات العربية الأخرى عناوين للتغطية قد تبدو أكثر حيادية من شعار الجزيرة؛ حيث توحى عبارة "الحرب على العراق" بأن هناك طرفاً معتدياً، وآخر مُعتدًى عليه. أما المحطات الأميركية والبريطانية، فقد تبنت "بي بي سي" (BBC) عنواناً للتغطية: "أميركا في الحرب" (America at war)، و"سي إن إن": "الضربة على العراق" (strike on Iraq)، وتبنت فوكس نيوز (Fox News) المصطلح الرسمي نفسه الذي استخدمه البنتاغون: "عملية تحرير العراق" (Operation Iraqi freedom)، وهو المصطلح الذي تبنته لاحقاً محطات أميركية أخرى مثل "إن بي سي" (NBC) و"إم إس إن" (MSN). ووصفت الجزيرة قوات التحالف بالقوات "الغازية أو المحتلة"، وتبنت محطة "بي بي سي" وصف "المحتل" أيضاً، إلا أن القنوات العربية قامت بتبني هذه التسمية لاحقاً لتصف بها قوات التحالف. وكانت الجزيرة من أوائل القنوات التي قامت بوصف ما يحدث من تصدُّ لقوات التحالف بـ"المقاومة"، قبل أن تتبعها بقية القنوات العربية الأخرى. ولأن القنوات العربية تتوجَّه إلى المشاهد العربي بالدرجة الأولى؛ فقد احتوت لغة الأخبار في النشرات العربية على كلمات قد لا تُعتبر مقبولة في النشرات الغربية، مثل كلمات "شهيد" و"شهادة" و"جهاد" و"فتوى".

3. قناة الجزيرة ما بعد النشأة (2004-2018): ظاهرة عالمية

كي توصف أي وسائط بالعالمية يجب أن تكون قادرة على تجاوز حدود الدولة القومية والمجتمعات اللغوية، أي إن هناك عنصرين لهما أهمية حاسمة -بحسب الأطروحة- لأية وسيلة إعلامية لتحقيق حالة التأثير العالمي، هما: اللغة، والقدرة

على البث خارج الحدود الوطنية. لا يزال حاجز اللغة أحد التحديات الرئيسة التي تواجه وسائل الإعلام الدولية إذا كانت تريد تحقيق تأثير عالمي. ومع ذلك، هناك بعض الأمثلة على وسائل إعلامية كان لها تأثير على الجمهور العالمي من خلال تغطيتها المهيمنة لأحداث معينة. فهل يمكن تصنيف قناة الجزيرة -مثلاً- على أن لها تأثيراً مؤقتاً على المجال العام العالمي؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تستدعي التطرق لتغطية القناة لبعض الأحداث المهمة؛ من أمثلتها: الحرب على أفغانستان، وأحداث الربيع العربي، وما إذا كانت هذه التغطيات الإخبارية تؤهل القناة لهذا التوصيف بالتأثير العالمي.

تم بث شعار القناة ورسائلها المترجمة عالمياً في هذه الحرب، وهو ما أكسب القناة شهرة تجاوزت الحدود الإقليمية، واضطرت وسائل الإعلام العالمية إلى الاعتماد على الجزيرة بشأن ما يحدث في أفغانستان، وأصبح مراسلوها وجوهاً مألوفة في أنحاء العالم. ومع إطاحة القوات الأميركية بحكومة طالبان؛ بدا أن الهيمنة التي تمتعت بها الجزيرة في التغطية الإخبارية انتهت بدورها لكن التأثير الأكبر للقناة جاء في أعقاب هذه الحرب عندما اختار تنظيم القاعدة قناة الجزيرة لبث تسجيلات مرئية وصوتية لأسماء بن لادن، ومسؤولين آخرين في القاعدة، والمتهمين بتورطهم في هجمات 11 سبتمبر/أيلول عام 2001.

مثّلت الحرب على أفغانستان صراعاً آخر بين الأيديولوجية الإسلامية والاستعمار الغربي، وتابعت الجماهير العربية عبر القنوات الفضائية العربية مجريات العمليات العسكرية والخسائر المدنية في أفغانستان، وتمكن مراسلو القنوات الفضائية من الوصول إلى المدنيين في المدن الأفغانية. وسمحت القنوات العربية للجمهور بالتعبير عن غضبه وانتقاداته، وفي بعض الحالات التعبير عن خلافه مع الأنظمة العربية. وأدت تغطية القنوات الفضائية العربية حسب سياستها التحريرية، ومنافستها في المجال الإخباري، وتحقيقها السابق الصحافي في بعض الحالات، إلى انتقاد الإعلام الغربي لها، الذي وجدها أيديولوجياً مختلفة في أهدافها عن تلك التي تتبناها الصحافة الغربية، فاعتبر أن القنوات العربية تخالف الممارسات المتفق عليها في العمل الإعلامي.

مع اندلاع احتجاجات "الربيع العربي" في أوائل عام 2011، تباينت تغطيات القنوات

العربية لهذه الأحداث، وأثارت تغطية الجزيرة للاحتجاجات في المدن العربية نقاشاً عاماً وعلمياً يتعلق بموضوعية القناة ونزاهتها، لكن تقارير الجزيرة عن "ثورة" مصر التي استمرت 18 يوماً من ميدان التحرير في القاهرة وُصفت بـ"الأيقونية"، ونتج عن البث المباشر للمظاهرات الحاشدة ضد الرئيس حسني مبارك زيادة بنسبة 2500٪ في عدد المشاهدين، ومطالبات بإدراج القناة الإنجليزية ضمن برامج التلفاز الفضائية في الولايات المتحدة.

4. الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة: العراق نموذجاً

يركز التحليل على سمات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة من خلال حدثين رئيسيين، هما: قضية التعذيب في سجن أبو غريب، عام 2004، على يد قوات التحالف، خاصة الجيش الأميركي، وما تلاها بعد ذلك من انتهاكات بحق السجناء العراقيين، عام 2013، والحدث الثاني معركة الفلوجة الأولى، عام 2004، واستمرار تشكيل هذه المدينة محور الاهتمام حتى العام 2016 مع اندلاع معركة الفلوجة الثالثة. ويشمل التحليل جوانب عدة كالبناء العام للتقارير، والقضايا الأساسية والثانوية، والمقارنة بين الأصوات الرسمية وغير الرسمية، والدور الذي تؤديه هذه الأصوات في التقارير، ولغة التقارير، والإستراتيجيات التي اتبعتها الجزيرة لتقديم قراءة محدّدة عن الأحداث السابقة.

4.1. أحداث أبو غريب 2004

أولاً: الأطراف الفاعلة في الأحداث

- الطرف الأميركي: ويمثله بشكل أساس وزير الدفاع الأميركي السابق، دونالد رامسفيلد، والجنود الأميركيون في العراق.

- الطرف البريطاني: هو الطرف العسكري الآخر، المتورّط أيضاً في قضية التعذيب، وتخلص الأطروحة إلى نتائج مختلفة عند المقارنة بين الموقفين البريطاني والأميركي.

- الطرف العراقي: وتمثله أصوات المعتقلين، فيما يلاحظ غياب الأصوات والمواقف الرسمية العراقية.

موقف رامسفيلد من قضية تسريب الصور

تعتمد التقارير إلى عرض قضية تسريب الصور مقابل الموقف الذي يتخذه رامسفيلد من القضية؛ حيث إن وجهات نظر رامسفيلد وتصريحاته ليست متوافقة وربما غير منسجمة مع الحقائق. وتُبرز هذه التقارير ما أقدمت عليه وزارة الدفاع بتسريب صور الإساءة لوسائل الإعلام، ثم شعور الوزارة بالحرَج الشديد لدرجة "العار"؛ الأمر الذي أجبرها على الاعتذار عن الصور المسربة، ورغم ذلك يبدو أن وزيرها يشعر بالفخر. وتتحدى التقارير قضية تقديم الصور من قبل وزير الدفاع أو وزارته طوعاً إلى الإعلام، وتحاول التأكيد أن صور الانتهاكات قد سُرِّبت، والفضل يرجع إلى وسائل الإعلام لا إلى وزير الدفاع الأسبق. كما تتخذ التقارير موقفاً قوياً عندما تذكر أن صور الانتهاكات لم تكتف بإحراج المسؤولين الأميركيين وإلحاق الضرر بهم، بل ألحقت بهم "الخزي". وتعتمد التقارير أيضاً إلى المقارنة وكشف التناقضات بين تصريحات رامسفيلد العلنية، وتحركاته على أرض الواقع.

وتشير التقارير إلى مواقف الأطراف الرئيسة تجاه الشخصية المحورية، وزير الدفاع، دونالد رامسفيلد، إلى جانب الشخصيات أو الأصوات التي تمثل كل طرف، والأوصاف الرئيسة التي استُخدمت في عملية التفاعل مع الشخصية المحورية، وتشير إلى التباين في مواقف هذه الأطراف (الفاعلة) تجاه رامسفيلد. وتقسم هذه المواقف إلى مجموعتين واسعتين: تضم المجموعة الأولى الأطراف المؤيدة لرامسفيلد، المتمثلة في الرئيس الأميركي، جورج بوش، والعاملين في وزارة الدفاع، والجنود الأميركيين. وتضم المجموعة الثانية الأطراف المنتقدة لرامسفيلد؛ مجلس الشيوخ والمعارضة، و"سكان مدينة واشنطن"، فضلاً عن مجموعة ثالثة تُعد ثانوية.

البريطانيون

تقارن التقارير بين الموقف الأميركي والموقف البريطاني تجاه التعذيب؛ مع الأخذ في الاعتبار أن واحداً من أصل ستة تقارير يغطي الموقف البريطاني. ويتسم التقرير المتعلق بالموقف البريطاني بتوازن أكثر مقارنة بالموقف الأميركي من خلال عرض وجهات النظر المختلفة. على سبيل المثال، يُظهر التقرير رأي المحللين السياسيين من الأحزاب المختلفة بما في ذلك المعارضة، والاستطلاعات، والجمهور. لم

يستخدم المراسل أيضاً البيانات الرسمية لانتقاد الطرف الآخر وإظهار تناقضه، ولم يُصر على أن الحل يكمن في استقالة مسؤول كبير، كما تم التعبير عنه بإصرار في قضية استقالة رامسفيلد. تركز الاهتمام هنا على سمعة الجيش البريطاني التي يمكن أن تتأثر بسبب فضيحة تسريب الصور دون أن يتم تحميل المسؤولين البريطانيين المسؤولية المباشرة.

العراقيون

لا تشير التقارير إلى الموقف العراقي الرسمي، الذي كان واقعاً تحت الاحتلال والسيطرة الأميركية في هذه الفترة، وإن كانت أصوات بعض المعتقلين والمدنيين العراقيين حاضرة؛ التي عبّرت بشكل قوي وواضح عن استنكارها. واقتصرت الأصوات العراقية على شهادات من قبل بعض المعتقلين. كما استضافت برامج أخرى من الجزيرة بعض الشخصيات العراقية للحديث عن قضية التعذيب.

ثانياً: المصادر والأصوات في التقارير

تشير التقارير إلى مواقف المصادر والأصوات، التي وردت إما بشكل اقتباسات مباشرة للأصوات، أو بتضمين آراء هذه الأطراف في التقارير. ورغم محاولة تسليط الضوء على وجهات النظر المختلفة بشأن القضية ونقل معظم تصريحات المسؤولين وآرائهم، فإن مواقف وآراء المعارضة كانت أكثر وضوحاً من مؤيديها.

تظهر المصادر الرسمية، خاصة الأميركية، بكثافة في التقارير، مع سيطرة الأصوات الأميركية الرسمية وغياب المصادر غير الرسمية، في مقابل حضور الأصوات البريطانية غير الرسمية. أما المصادر العراقية الرسمية فقد كانت شبه غائبة، ولكن الشخصيات العراقية، الرسمية وغير الرسمية، كانت حاضرة بشكل رئيس في أجزاء أخرى من البرامج كالمقابلات المباشرة. وباستثناء أصوات الرئيس الأميركي السابق، جورج بوش، والجنود الأميركيين، فإن الأصوات الأخرى إما مؤيدة لاستقالة الوزير، أو متشككة فيها.

أما أصوات المعارضة، فإنها تظهر إما بشكل مباشر أو غير مباشر، كالأحزاب التي تطالب بالاستقالة، التي تم التعبير عنها في "دعوات الاستقالة أو الطرد"، والأصوات

التي "جددت دعوتها لاستقالة الوزير"، وصانعي القرار الذين يُشار إليهم ضمناً، فيما صرّح أحد المراقبين بأنه يعتقد أن استقالة رامسفيلد قد لا تكون الحل.

استخدمت الاقتباسات المباشرة للتأكيد على مواقف ثلاثة أطراف، هي: موقف وزير الخارجية، جيف هون، وموقف أحزاب المعارضة، وموقف المتظاهرين. وإلى جانب توضيح مواقف هذه الأطراف؛ فقد أُتيحت الفرصة لكل صوت للظهور في التقرير. أما الاقتباسات غير المباشرة فقد مثلتها الأطراف السابقة، إلى جانب طرف رابع هم المحللون السياسيون.

ثالثاً: تحليل الصورة

تحلّل الدراسة دلالات الصور الخاصة بصور التعذيب، عام 2004، التي شكّلت إشارة مرجعية في أحداث الانتهاكات عام 2013. وتمثّل الصور المُنتقاة أهم الصور التي تم تداولها ونشرها في وسائل الإعلام؛ التي مثّلت صوراً رمزية انبثقت عنها أشكال وأعمال فنية.

صورة الرجل المغطى بالقماش

الجندي الأميركي الذي ظهر في الصورة هو إيفان فردريك (Ivan Frederick)، وهو جندي احتياط من فرجينيا كان يعمل حارس سجن في أحد سجون هذه الولاية، وحُكم عليه بسبب ممارساته في سجن أبو غريب بعشر سنوات سجنًا، تم تخفيفها إلى ثمانية أعوام، مع تسريحه من الخدمة. أما الصورة فقد عُرفت باسم "الرجل المقنّع أو المغطى". في هذه الصورة، قام الجندي الأميركي بتوصيل أسلاك كهربائية إلى أحد المعتقلين العراقيين، وتهديده بالصعق الكهربائي في حال وقع من على الكرتون الذي وقف عليه. وفي صورة أخرى أيضاً تم نشرها؛ أجبر هذا الجندي معتقلاً عراقياً آخر على الاستلقاء على ظهره بين حَمّالتين طبيّتين وجلس فوقه، بينما اتخذ هو وضعية الذي يستعد لالتقاط صورة تذكارية، وهذا ضمن اعتداءات أخرى قام بارتكابها.

تشير الطرائق التي التقط بها هذا الجندي الأميركي الصور دلالات خاصة بالمُشاهد الأميركي، وأخرى للمشاهد العربي، غير إساءة استخدام الصلاحيات الممنوحة. فإجبار

معتقل على تغطية رأسه وجسمه بتلك الطريقة، تعيد إلى الذاكرة -بحسب الأطروحة- تلك الأردنية البيضاء التي كانت ترتديها جماعة "كوكلوكس كلان" العنصرية المؤمنة بتفوق العرق الأبيض، التي ظهرت في 1866، وانحسرت في بداية السبعينات في الولايات المتحدة الأمريكية النزعة العنصرية التي لا يمكن إخفاؤها عن هذه الصورة لمحتل أبيض يتمكن أخيراً من ممارسة نزعته العنصرية على عرق عربي مسلم، إلى جانب إثبات الطرف الأقوى والمسيطر بمصير المعتقل الذي يمكن أن يفقد حياته بصعقة كهربائية إذا لم ينجح في الوقوف على الكرتون، وهي وضعية تشبه بعض أنواع العقاب الأبوي أو المدرسي المتطرف، الذي يهدف إلى تأديب وعقاب الطرف الآخر. أما تحويل حمالة طيبة يُفترض أنها مخصصة للإسعاف، ونقل المصابين، إلى أداة إيذاء مبتكرة يُوضع بينها أحد المعتقلين، وهو مُجبرٌ على الاستلقاء أرضاً، فيما يعتلي الجندي ظهره، فإنها دلالة على الفوقية والإذلال.

صورة الهرم غير الإنساني للمعتقلين

اشترك في إجبار المعتقلين على هذه الوضعية مجموعة من الجنود؛ حيث قاموا بتغطية رؤوس المعتقلين، وتجريدهم من ملابسهم وضربهم ضرباً مبرحاً، وتم وضع أحد السجناء في وضعية مخزية مع سجين آخر؛ حيث طُلبَ منهم الاستمناة، ثم تم جلب سبعة سجناء، وتجريدهم من ملابسهم وإجبارهم على الاستلقاء فوق بعضهم في وضعية الهرم، وبعد الانتهاء من ذلك تم أخذهم إلى زنانات انفرادية، وفتح الماء عليهم. وتشير هذه الصورة وصور أخرى مشابهة لها إلى إدراك الجنود الأميركيين للعادات والتعاليم الدينية في الإسلام، التي تعتبر اللواط والاستمناة ممارسات محرمة.

التخويف بالكلاب

ظهرت المجنّدة الأميركية، ليندي إنجلند (Lynndi England)، في العديد من صور الإساءة للمعتقلين العراقيين بأوضاع مختلفة، وهي تبدو مبتسمة، وفي كامل التحكم بالوضع. وأحد أشهر هذه الصور تلك التي تظهر فيها الجندي وهي تسحب حبلاً مربوطاً طرفه الآخر بعنق أحد الجنود. ويروي المعتقل العراقي الذي ظهر في الصورة في مقابلة أجريت معه بعد الإفراج عنه؛ أنه طُلبَ منه ومن مجموعة من زملائه أن يركع على الأرض ويمشي كالكلاب، بل النباح أيضاً مثل الكلاب، وفي حالة رفضهم

كان يتم ضربهم على وجوههم وصدورهم. ويذكر المعتقل أن الجنود الأميركيين كانوا يقومون بتصوير كل الممارسات التي كان يطلب منهم القيام بها. ويمكن تقسيم الصور المرئية المرفقة بالتقارير النصية بشأن أبو غريب من حيث المضمون إلى أربع مجموعات أساسية، هي:

أ- اكتشاف التعذيب

حرصت التقارير على إظهار الصور الثابتة لتعذيب السجناء العراقيين، وتُشير هذه الصور بشكل عام مشاعر الاستياء والغضب لدى المشاهد، خاصة إذا ترافقت مع العبارات القوية التي استخدمها التقرير الأول الذي ورد فيه: "مَنْ كشف عورة مَنْ". وحين يعرض التقرير صورة ثابتة لرجل عراقي خائف وقد أوشك أحد الكلاب البوليسية على مهاجمته، فإن هذه الصورة القوية تُشعر المشاهد بالمزيد من التعاطف مع هذا السجن وغيره من السجناء، حين يضيف التقرير عبارة "توشك الكلاب البوليسية على نهش لحمهم لتكشف الأجساد العارية". وأظهر أحد التقارير لقطات مقربة من الصور نفسها نقلًا عن الصحف البريطانية، وركزت على العناوين والتعليقات الرئيسة التي رافقت هذه الصور، وهي عناوين تستنكر ممارسات التعذيب. والملاحظ أن تقارير الجزيرة ركزت على تغطية الصحافة البريطانية لهذه الصور، ويوحى ذلك بمدى استنكار ممارسات التعذيب في الصحف البريطانية، وتعاطف الشعب البريطاني مع الشعب العراقي.

ب- الموقف الرسمي الأميركي تجاه التعذيب

تركز اللقطات على مواقف ثلاثة أطراف رئيسة، هي: الرئيس الأميركي، جورج بوش، والجنود الأميركيون، والإدارة الأميركية. وتُظهر اللقطات القريبة والمتوسطة المأخوذة لرامسفيلد وبوش التقارب بين هاتين الشخصيتين، ويبرز أيضًا عدد من اللقطات المتوسطة رامسفيلد وهو مُحاط بالجنود ويبدو مبتسمًا. وهذه اللقطات أيضًا تشير إلى التقارب والدعم الذي يناله الرئيس من موظفيه في هذه الأزمة. وفيما يخص موقف أعضاء الإدارة الأميركية، فإن التقارير تحرص على إظهار لقطات مقربة لعدد من الأعضاء في مجلس الشيوخ وهم يدلون بشهاداتهم المعارضة. ويؤدي هذا إلى جعل هذه الشخصيات وتصريحاتها مألوفة لدى المشاهد، وقريبة من وعيه. وقد

خُصِّصَ أحد التقارير للحديث عن شهادات هؤلاء الأعضاء وإظهار لقطات مقربة لهم، مع إظهار مناصبهم الرسمية، ولقطات لهم وهم يؤدون القسم؛ ما يُشعِرُ المشاهد بالانتقاد الواسع لممارسات التعذيب داخل الإدارة الأميركية نفسها.

ج- المواقف غير الرسمية

ركزت التقارير على لقطات مختلفة ومتنوعة للمظاهرات العربية والعالمية ضد ممارسات التعذيب، وأظهرت لقطات مقربة للوحات معارضة حملها المتظاهرون وقد كُتِبَت بلغات مختلفة أن التَّنديد بهذه الممارسات عالمي. كما أبرزت أصوات المتظاهرين وهم يرددون شعارات معارضة، إلى جانب إظهار لقطات مقربة لهؤلاء المتظاهرين وقد ارتدوا أزياء مشابهة لما ارتداه المعتقلون العراقيون أثناء تعذيبهم. وقد ركزت الكاميرا على عدد من اللوحات التي تم تعليقها في تجمُّع عوائل المعتقلين العراقيين التي تقول: (أين اتفاقيات جنيف؟)، وتطالب بالعدالة للعراقيين.

د- شهادات المعتقلين العراقيين

أظهرت التقارير أصوات بعض المعتقلين العراقيين السابقين وهم يتحدثون عما تعرَّضوا له، ويسمع صوت أحد هؤلاء المعتقلين وهو يتحدث بتأثر واضح، يتبعه صوت يهتف (الله أكبر.. الله أكبر). ويشير هذا المشهدُ التعاطفَ والاستياء معاً لدى المشاهد؛ فالتعاطف مع هذه الحالات التي تعرضت للتعذيب، والاستياء بسبب عدم قدرة العراقيين على فعل ما هو أكثر من الاحتجاج. والملاحظ أن صور التعذيب والمسؤولين والجنود الأميركيين؛ تُظهر قوة وسيطرة الجانب الأميركي أولاً: في القدرة على تعذيب السجناء بالطرائق التي ترغب بها الإدارة الأميركية، وثانياً: القدرة على الدفاع عن الإدارة الأميركية بإظهار فردية هذه التصرفات، وثالثاً: القدرة على محاسبة ومعاقبة المتهمين بالتعذيب.

4.2. إستراتيجيات الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة

ترى الأطروحة أن تقارير الجزيرة تعتمد مجموعة من الخطابات المتداخلة وبعض الأساليب الفنية التي تعمل على تقوية آراء المراسل، وإقناع المشاهد بتبني موقف القناة؛ أهمها استخدام خطاب اللوم والمحاسبة، وخطاب الخبراء، وإستراتيجيات

خطابية كالفرضيات المسبقة، والتعميم، والتركيز، والاستبعاد، وعدد من الأساليب اللغوية الفنية.

أ- خطاب اللوم والمحاسبة

استخدمت التقارير خطاب اللوم والمحاسبة تجاه الجهات المسؤولة عن التعذيب، خاصة الطرف الأمريكي، الذي بدأ -حسب التقارير- غير مستعد للاعتذار أو الاعتراف بمسؤوليته المباشرة، فيما اعتذر الوزير البريطاني المختص علناً. عندما قدم رامسفيلد اعتذاراً في مايو/ أيار 2004، كان يُعتَقَد أنه يأتي في سياق جهود الإدارة الأميركية للتواصل مع القادة العرب، ومنع الغضب الشعبي من عرقلة عملية السلام، وتشكيل حكومة في بغداد.

ب- الافتراضات المسبقة

تُعد الافتراضات المسبقة للنص جزءاً من تناصه، وتساعد هذه الافتراضات على إظهار الحقائق المعروضة على أنها مقنعة، وتحدد ما يجب أن يحدث بشكل مثالي، وكيف ينبغي للجمهور النظر في قضية التعذيب، وتقييم الوضع الأمريكي في العراق. ومن أهم هذه الافتراضات:

- يتعلق الافتراض الأول بالكيفية التي يجب أن تتصرف بها الولايات المتحدة الأميركية باعتبارها قوة عظمى يُفترض أن تتمتع بالأخلاق التي تؤهلها لتبقى في هذه المكانة إلا أن الممارسات التي تقوم بها تتناقض وربما تنتهك القيم المعتمدة لديها. يستند هذا الافتراض إلى نصوص أولية مشتركة أخرى لم ترد بطبيعة الحال في السياق، وتتعلق بالكيفية التي يجب أن تتصرف بها القوى العظمى؛ مع تزايد وعظم مسؤولياتها.

- الافتراض أن المعارضة ضد وزير الدفاع رامسفيلد منتشرة، وأن الدعوات لاستقالته تحظى بشعبية. تم ذلك بالتركيز الصريح على أصوات المعارضة، وهو ما يفسر الحضور الواضح لكلمة "استقالة"، وغياب أي نصوص لصالح رامسفيلد؛ باستثناء النص الذي يشير إلى تأييد الرئيس جورج بوش له.

- الافتراض أن القوات الأميركية تواجه مشكلات في العراق، لكنها لا تريد الاعتراف

بذلك. يوحي ذلك ضمناً بأن القوات الأميركية غير قادرة على رؤية الواقع؛ الذي هو رَفْضٌ وجودها في العراق وصعوبة أوضاعها، ولا تُشكك الجزيرة في هذه "الحقيقة" بل تشير إلى رفض القادة الأميركيين الاعتراف بذلك.

5. أبو غريب عام 2013

يحلُّ هذا الجزء قضية الإساءة في سجن أبو غريب بعد انتهاء الاحتلال الأميركي بشكل رسمي وتغيُّر مسمى سجن أبو غريب الذي عُرف بسميته السيئة إلى سجن بغداد المركزي. ويتعلق التقريران بمهاجمة جماعة مجهولة سجن أبو غريب عام 2013، وتحرير 500 من السجناء العراقيين، وبعد شهور لاحقة من العام نفسه؛ ظهرت انتهاكات بحق السجناء العراقيين على يد الأجهزة الأمنية العراقية.

الأطراف الفاعلة في الحدث

تركز الأطراف الفاعلة في الحكومة العراقية ومعها المسؤولون عن السجن، والسجناء، والمهاجمون. لا تبدو هويات المهاجمين واضحة؛ بل يغلب عليها الغموض وإن كان تنظيم "الدولة الإسلامية" أعلن لاحقاً مسؤوليته عن هذا الهجوم. ويكتفي التقرير بوصف تسليحهم العسكري والإمكانات المتوافرة لديهم التي مكنتهم على الرغم من الحراسة المشددة من اجتياز الحواجز الأمنية. يؤدي هذا النجاح إلى الاستفسار عن مدى القوة التي تتمتع بها القوات الأمنية العراقية في حراسة السجن، إلى جانب نقص المعلومات التي وفرتها المصادر الرسمية عن الهجوم. أما عن هويات السجناء، فإن أحد التقارير يكتفي بوصفهم فارّين، وقد يُبرّر فرارهم حين يشير إلى العقوبة المفروضة عليهم حسب قانون مكافحة الإرهاب العراقي، الذي يصفه التقرير بـ"المثير للجدل". في حين يركز تقرير آخر على قضية الانتهاكات بحق هؤلاء السجناء؛ فيستطرد في ذكر تفاصيل الانتهاك والأطراف المسؤولين عنه، ويحدد هوية هؤلاء السجناء من خلال وصف الإساءات بأنها طائفية.

المصادر والأصوات في التقارير

تُعد الأصوات في التقارير محدودة، وتقتصر على المصادر العراقية، فالمهاجمون هنا والمهاجمون من العراقيين. لكن السيطرة للمصادر الرسمية في التقرير الأول،

الذي يركز على مهاجمة مجموعة من الانتحاريين المسلحين للسجن بغرض تحرير السجناء، في حين يركز التقرير الثاني على الأصوات المعارضة للأصوات الرسمية التي تظهر في بيان المنظمة العربية لحقوق الإنسان، وصوت المعتقلين أنفسهم، ثم أصوات السجناء.

الإستراتيجيات المتبعة في توجيه الجمهور

أ- المقارنة

يركز أحد التقارير في الفقرات الأولى منه على صورة سابقة لمكان الحدث؛ فالمكان لم يتغير، والممارسات التي كانت تحدث فيه لم تتغير، والضحايا أيضاً هم من هذا الواقع نفسه. مكان الحدث هو السجن، الذي تَغَيَّرَ اسمه في "سجلات الحكومة" فقط، لكنه بقي مرتبطاً في ذاكرة "العراقيين" باسمه السابق "أبو غريب". الاسم نفسه له دلالة السمعة السيئة التي ارتبطت بأكثر فضيحة تعذيب ما زالت لم تحل إشكالاتها إلى اليوم. يستطرد التقرير في المقارنة؛ فمن حيث السجن هو السجن نفسه وإن تَغَيَّرَ مُسَمَّاهُ، وتَغَيَّرَت بعض ملامحه؛ "طُلِيَتْ جدرانُه"، والضحايا فيه قديماً أم حديثاً هم من العراقيين، ويبدو أن "عذابات وأمنيات الحرية"؛ هي أيضاً ذاتها، والانتهاكات بدورها لم تته. العامل المتغير الوحيد في هذه المعادلة هي هوية السجَّان، التي تبدَّلت من القوات الأميركية إلى القوات العراقية.

ب- توظيف الأصوات

تغيب أصوات المدنيين في التقرير الذي يكشف عن دموية المُهاجِمين وعنفهم، كما يغيب صوت السجناء؛ فلا يكاد يعرف عنهم شيء سوى أن عددهم يتجاوز 500 سجين، حُكِمَ عليهم حسب قانون مثير للجدل أساساً. يتم استخدام الأصوات الرسمية للإفادة منها في المعلومات المتعلقة بتسليح وعتاد المهاجمين وعدد الفارين، ورد فعل الحكومة تجاه عملية الفرار. في حين يركز تقرير آخر على الأصوات المعارضة لتصرفات الحكومة والجهات التابعة لها ممثلة في (مدير السجن، حراسه، قوات التدخل السريع)، ويوظف التقرير هذه الأصوات للتأكيد على البُعد الطائفي للانتهاكات؛ من خلال شاهد عيان، يصف ما حدث له من اعتداءات، وتوصيف منظمة عربية للانتهاكات بـ"المذبحة" التي تتم على يد ميليشيات طائفية، وهو رأي

تبنّاه التقارير، ويظهر بشكل أكثر وضوحًا في المقالات التي ينشرها موقع الجزيرة لكتّاب عراقيين.

ج- الافتراض

ترى الأطروحة أن التقارير تمنح السجناء العراقيين الفارين من السجن مساحةاً للتسامح حين تفترض أن القانون الذي حُكِّموا بموجبه هو قانون مثير للجدل أساساً، ولا تختلف الجزيرة في موقفها هذا عن بعض وسائل الإعلام العربية الأخرى التي لا تتفق توجُّهاتها مع الحكومة العراقية، ويؤدي هذا بالمشاهد إلى التعاطف مع هؤلاء السجناء الذين ربما حُكِّم عليهم بالإعدام بسبب تشريع مثار جدل. يفترض التقرير أن المظاهرات التي ستكون حاضرة في ساحات الاعتصام ستعكس صدى أكبر للانتهاكات التي سبق أن تم وصفها نقلاً عن المنظمة العربية لحقوق الإنسان، على أنها مذبحه تتم على يد الميليشيات الطائفية.

6. معركة الفلوجة الأولى 2004

قام أهالي المدينة بقتل أربعة أميركيين من شركة أمنية تُدعى "بلاك ووتر"، والتمثيل بجثثهم في الشوارع، وهو ما تم تناقله على عدسات الكاميرا، وقامت القوات الأميركية بعدها بقصف المدينة بحجة مطاردة أبو مصعب الزرقاوي فيما يُعرف بمعركة الفلوجة الأولى أو عملية الفجر ابتداء من 5 إلى 11 أبريل/نيسان 2004.

الأطراف الفاعلة في الحدث

من التعريفات التي استخدمتها تقارير الجزيرة لتقديم الجهات الرئيسة المشتركة في أحداث الفلوجة: الحكومة العراقية المؤقتة، والجيش الأميركي، والمقاتلون، والمدنيون. وتجمع التقارير أحياناً المقاتلين والمدنيين في فئة واحدة؛ باعتبارهم محاصرين معاً داخل المدينة، وكونهم يشتركون في موقفهم تجاه القوات التي تحاصرهم (القوات الأميركية، وقوات الحكومة العراقية المؤقتة). المقاتلون

تظهر الفئة المقاومة أو المسلحين العراقيين بصورة إيجابية فهم مقاتلون أقوياء، و"لم يستسلموا بسهولة على الرغم من الاعتراف أنهم الأقل "عددًا وتسليحًا"، وأن

في المعركة "خللاً واضحاً" بين الولايات المتحدة والمقاومة؛ من حيث "التسليح والإمداد والمعدات والنقل، والحركة والإستراتيجية"، وهو ما يجعل هؤلاء المقاومين يخوضون حرباً غير متكافئة، وربما غير منصفة. ولا تتوقف هذه الحرب حتى بعد فشل العثور على "أوكار للزرقاوي"؛ وهي أحد أهداف هذا القتال، كما أعلنه الجانب الأميركي. وهكذا تظهر مدينة الفلوجة مدينة صامدة لم تسقط بسهولة؛ بل أخذت تتلقى دعماً متزايداً من خارج حدودها؛ ما يوحي أن المدينة ربما تكون قد أصبحت رمزاً للمقاومة بين المدن العراقية.

الجيش الأميركي

ترى الباحثة أمامة اللواتي أن التقارير تنتقد الهجوم الأميركي على المدينة وتعدّه هجوماً من قوة محتلة؛ قامت به للثأر من أهالي المدينة الذين قاموا بقتل مجموعة من الجنود الأميركيين التابعين لشركة أمنية خاصة، فهي عملية انتقامية بالدرجة الأولى؛ ما يزيد من تعاطف المشاهد مع الضحايا. وإلى جانب القصف الذي تُظهر التقارير عنفه وشدّته؛ فإن الجيش الأميركي يمنع وصول المساعدات إلى المدنيين، ويتحاشى الحديث عن الضحايا، كما يتحاشى الاعتراف بتكبّده عدداً من الخسائر بسبب مقاومة المسلحين داخل المدينة.

7. معركة الفلوجة الثالثة عام 2016

الجانب العراقي

يتضح من تحليل التقارير أن هناك طرفين أساسيين يشكّلان جوهر الأحداث في حرب الفلوجة الثالثة، هما: الجانب العراقي الذي يتمثّل في الحكومة العراقية، وعدد من الجهات المتألفة معها من بينها الجيش الأميركي، والجانب الآخر هو تنظيم "الدولة الإسلامية". يظهر الجانب العراقي على أنه المعتدي على المدينة، وعلى الرغم من أن الاعتداء يهدف إلى محاربة التنظيم الذي سيطر عليها إلا أنه اعتداء يأتي في الدرجة الأولى من جهات تنتمي إلى طائفة معينة هي الطائفة الشيعية؛ مقابل تنظيم الدولة، والمدنيين في الفلوجة، الذين ينتمون إلى طائفة مختلفة.

تنظيم "الدولة الإسلامية"

استخدمت التقارير التسمية الرسمية للتنظيم للتعريف به، وتجنبّت تماماً استخدام الاسم المختصر له (داعش). وقد ارتبطت التسمية المختصرة بالعديد من العمليات الإرهابية التي قام بها التنظيم في العراق وسوريا. أيضاً، تشير المقارنة إلى ثقة القناة بالمصادر الإخبارية المنقولة عن وكالة "أعماق" التابعة للتنظيم، ويوحى السياق الذي يرِدُ فيه التنظيم بمدى صموده وبسالته.

المدنيون

تُظهر التقارير المدنيّين ضحايا عالقين بين أطراف القتال، وتركز على معاناتهم؛ من خلال بيان طريقة تعامل طرفي القتال الرئيسيين مع أوضاعهم؛ فالطرف الأول وهو الحكومة العراقية تعاملت معهم كالآتي: أولاً: لم تُنخّ لهم وقتاً للمغادرة عبر الممرات الآمنة. ثانياً: عزلت المدينة عن بقية المدن العراقية. ثالثاً: لم توفر لهم الأمان الكافي عند خروجهم.

خاتمة

شكّلت تغطية الجزيرة للحرب على العراق، عام 2003، علامة فارقة في تاريخ القناة، وأحد أهم أسباب شهرتها عالمياً، وتأكيداً مرة أخرى على الوضع المتأزم للمنطقة العربية بكل اختلافاتها ومشكلاتها المتأصلة من حيث التدخل الخارجي والانقسام الداخلي. وقد سعت الدراسة إلى تحليل خطاب الجزيرة المتعلق بأحداث محددة في حرب العراق تتمثل في قضية تعذيب الأسرى في سجن أبو غريب عام 2004، وهجوم الجيش الأميركي على مدينة الفلوجة في العام نفسه، وحتى فترات زمنية لاحقة لتشمل الدراسة تداعيات الحداثين السابقين مع اندلاع معركة الفلوجة الثالثة عام 2016، وقبل ذلك الانتهاكات الجديدة في أبو غريب عام 2013، وهي أزمات واجهتها السلطة الوطنية الناشئة والتي لم تتخلص بشكل كامل من تبعات الاحتلال الأميركي.

وعبر المقاربة البيوغرافية، خلصت الدراسة إلى أن السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي ظهرت فيه قناة الجزيرة عربياً هو سياق استبدادي يبحث أفراداً عن

الانعتاق والحرية وتأكيد الذات، وفي هذا السياق أصبحت القناة أكثر من مجرد وسيط جماهيري، بل، كما يشير الباحثون، غدت ظاهرة سياسية وثقافية في العالم العربي.

ومن النتائج التي خلصت إليها الأطروحة أن قناة الجزيرة قامت عبر خطابها الإعلامي نصًا وصورة بتشكيل رؤية محدّدة للأوضاع، وإظهار تناقض الطرف الآخر، وتحديّ الرؤية الأميركية بشأن مجريات الأحداث عبر التركيز على الحصار الإعلامي، الذي كان يهدف إلى تطويق المعلومات التي لا تتفق مع الرؤية السابقة.

كما وظفت الجزيرة مجموعة من الآليات الخطابية في تقاريرها، مثل خطاب الخبراء المختصين في المجالات العسكرية والحربية، واستعانت بالشخصيات السياسية المعروفة ذات العلاقة بالأحداث، وبأفراد من المجتمع المدني، وتبنت في ذلك خطاب الـ"نحن"، الذي يتضامن مع الحدث وشخصيات الحدث أو المفعول بهم ضد مَنْ يُصنّفهم "فاعلين". وتغيّب الحدود أحياناً بين المراسل وما يقوم بتغطيته من تفاصيل الصراع، فضلاً عن الاعتماد على الافتراضات المسبقة، والمقارنة، والتعميم، والتشكيك، والافتراض، والتركيّز، وتوظيف الأصوات والمصادر والأساليب الفنية وتلك السردية المعتمدة على الحجاج للتأثير في وجهات نظر الجمهور.

وترى الدراسة أن خطاب التحديّ للقوة المتقدّمة مادياً وإعلامياً لم يكن له وجود مسبق في الخطاب الإعلامي العربي. فالقنوات العربية قبل الجزيرة لم تكن تهدف إلى تحديّ الخطاب الإعلامي المحلي، أو الخطاب الدولي المهيمن. وما كان سائداً هو خطاب المهادنة أو الموافقة، أو خطاب الدبلوماسية، ويمكن تحليل نشوء خطاب التحديّ في قناة الجزيرة إلى القدرات الاتصالية والتكنولوجية للقناة التي مكّنتها من الوصول إلى مصادر الحدث، ونقلها عبر مراسليها ومصوريها، إلى جانب اتّباع القناة لسياسة مختلفة عن القنوات الرسمية الأخرى من ناحية تحلّلها إلى حدّ نسبي من ضغوط الجهة المُموِّلة. وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن السمة الأبرز لخطاب الجزيرة الإعلامي تجلّت في قدرته المادية والتقنية على الحضور في ميادين المعركة، وتمكّنه من أدوات العمل الإعلامي، ومعنوياً في قدرته على التحدي والتشكيك واستجواب السلطات المهيمنة، وسواءً أكانت هذه السلطات المهيمنة غربية أم عربية، إلا أن وجود هذا النوع من الخطابات وبالإمكانات المادية والبشرية التي

راففته يُعد أمرًا لافتًا في تاريخ الإعلام العربي. ومن أجل تحدي السلطات القائمة والفاعلة والتشكيك في مصداقيتها، قامت الجزيرة برسم صورة محددة للأوضاع وإظهار تناقض الطرف الآخر.

معايير النشر في مجلة الجزيرة

تعتمد مجلة "الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام" معايير المتطلبات العلمية في نشر الدراسات والبحوث التي تصلها وفقاً للمواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة، ويقتضي ذلك:

1. أن تكون الدراسة أصيلة أعدّها الباحث للنشر في المجلة، وألا تكون قد نُشرت جزئياً أو كلياً أو نُشر ما يشبهها في مجلة أخرى أو كتاب أو آية وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية، أو قُدمت الدراسة في أحد المؤتمرات العلمية من غير المؤتمرات التي يعقدها مركز الجزيرة للدراسات، أو إلى أية جهة أخرى.

2. أن تكون الدراسة في أحد مجالات وفروع حقل الاتصال والإعلام، وأن تتصل باهتمام الباحث وتخصصه العلمي، وأن تكون الدراسة كذلك في مجال أهداف المجلة واهتماماتها البحثية.

3. أن تُرفق الدراسة بالسيرة العلمية للباحث وبريده الإلكتروني ورقم هاتفه المحمول.

4. أن يعتمد الباحث الأسس والمعايير العلمية في جميع خطواته البحثية، وأن يسترشد بالأصول المنهجية والأكاديمية في إعداد دراسته، لاسيما فيما يخص تحديد المشكلة البحثية أو السؤال الإشكالي الذي تناقشه الدراسة، أو الفرضيات التي تُؤسس لأطروحة البحث، وبيان الرؤية أو الإستراتيجية البحثية التي تُوجّه مسار الدراسة، ومناقشة أبعاد المشكلة ومظاهرها (التحليل)، وإبراز أهم الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة.

5. أن تحرّر الدراسة بلغة عربية سليمة محكمة ورسينة تتصل بالحقل المعرفي للاتصال والإعلام، وأن تخلو من الأساليب الإنشائية والعبارات الغامضة والتناقضات التي تسبّب التباساً وتشويشاً في انسياب المعنى وسلاسة الأفكار.

6. أن تستوفي الدراسة العناصر التي تحدد هويتها (بطاقة هوية الدراسة):

- يُكتب عنوان الدراسة أو البحث باللغتين: العربية والإنجليزية.

- ملخصًا تنفيذيًا باللغتين: العربية والإنجليزية، لا يتجاوز كل واحد منهما مئة (100) كلمة، ويُبرز الباحث في هذا الملخص المشكلة البحثية وأبعادها، والإستراتيجية المنهجية التي اعتمدها في تحليل مظاهرها، وأهم الخلاصات التي توصل إليها، فضلًا عن الكلمات المفتاحية باللغتين أيضًا (5 كلمات كحدّ أقصى).

- اسم الباحث وصفته العلمية/ الأكاديمية باللغتين: العربية والإنجليزية.

7. أن تلتزم الدراسة بمواصفات التوثيق وفقًا لنظام الإحالات المرجعية الذي يعتمده مركز الجزيرة للدراسات، وأن تُكتب المصادر والمراجع بشكل يدوي في نهاية الدراسة (Endnotes) وليس أسفل كل صفحة (Footnotes) باستخدام خاصية تنسيق الحواشي السفلية. انظر دليل المجلة في ضبط المراجع وكتابة الهوامش.

8. أن تكتب الدراسة بخط (Traditional Arabic) ويكون حجمه 16، بينما المصادر والمراجع بحجم 14.

9. أن يتراوح الحد الأقصى لعدد كلمات الدراسة، بما في ذلك المراجع في الإحالات المرجعية والهوامش الإيضاحية، وقائمة المراجع وكلمات الجداول في حال وجودها، والملحقات في حال وجودها، بين سبعة آلاف (7000) وتسعة آلاف (9000) كلمة. ويمكن للمجلة أن تشر -في بعض الحالات وبحسب تقديراتها وبصورة استثنائية- بعض البحوث والدراسات التي تتجاوز هذا العدد من الكلمات، أو تقل عنه .

10. في حال استخدام الباحث مقتطفات أو فصول من رسائل جامعية أُفِّرت من قبل، عليه أن يشير إلى ذلك، ويقدم بيانات وافية عن عنوان الأطروحة وتاريخ مناقشتها والمؤسسة التي جرت فيها المناقشة.

11. ترحب المجلة بالمراجعات والقراءات النقدية للكتب المنشورة بحدود لا تتجاوز (2500-4000) كلمة. وفي هذه الحالة يجب على الكاتب أن يورد في أعلى الصفحة المعلومات التالية: عنوان الكتاب، اسم المؤلف، دار النشر ومكانه وتاريخه وعدد الصفحات. وتشمل مراجعة الكتب، عرضًا وصفيًا لمحتوى الكتاب، وكذلك رؤية نقدية معززة بالبراهين العلمية الموثقة، وأن يرسل صورة لغلاف الكتاب مع المراجعة.

12. في حال وجود مخططات أو أشكال أو معادلات أو رسوم بيانية أو جداول،

ينبغي إرسالها بالطريقة التي استُخدمت بها في الأصل بحسب برنامجي إكسل (Excel) أو وورد (Word)، كما يجب إرفاقها كصور أصلية بجودة عالية في ملف مستقل.

13. تُكتب جميع العناوين الوظيفية والشروحات والتعليقات على الجداول، أو الرسوم أو تصاميم الإنفوغراف، باللغة العربية، مع إحالات واضحة للمصدر الأصلي للجدول أو المخطط وفقاً لدليل المجلة.

14. تخضع البحوث للتحكيم، ويُتخذ قرار نشرها في ضوء آراء المحكمين وقرار هيئة التحرير.

15. يحق لهيئة تحرير المجلة إجراء التعديلات الشكلية على الدراسة متى كان ذلك ضرورياً دون تعديل المحتوى.

16. يجري ترتيب البحوث عند النشر وفق مقتضيات فنية حصراً دون أي اعتبارات أخرى.

17. لا يدفع مركز الجزيرة للدراسات مكافآت مالية مقابل نشر البحوث في المجلة، ولا يتقاضى عليها أي رسوم.

18. الدراسات والبحوث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعكس بالضرورة رأي المجلة أو مركز الجزيرة للدراسات، ويتحمل مؤلفوها المسؤولية كاملة عما ورد فيها من آراء ومعلومات واستنتاجات.

19. تُرسل الدراسة كاملة في ملف وورد (Word) إلى البريد الإلكتروني للمجلة (AJCM@aljazeera.net).

20. تُوجّه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى رئيس التحرير على البريد الإلكتروني للمجلة.

أسلوب كتابة المراجع والهوامش

سياسات عامة

- تُكتب المصادر والمراجع بشكل يدوي في نهاية الدراسة (Endnotes) وليس أسفل كل صفحة (Footnotes) باستخدام خاصية تنسيق الحواشي السفلية.
- عند الإحالة إلى مصدر أو مرجع للمرة الأولى، تُدرج المعلومات الكاملة المتعلقة بذلك المصدر وفق السياسات التفصيلية الواردة أدناه.
- عند تكرار المصدر أو المرجع مباشرة توضع العبارة التالية: "المرجع السابق"، وبخصوص الكتب الأجنبية توضع عبارة "Ibid" مع ذكر رقم الصفحة.
- عند تكرار المصدر أو المرجع، بعد ورود مراجع أخرى، يُذكر الاسم العائلي للمؤلف (دون الاسم الأول) متبوعاً بعنوان المرجع بصيغة مختصرة (دون العنوان الفرعي)، ورقم الصفحة.
- في حال عدم معرفة الناشر يُكتب (د. ن) وتعني دون ناشر، وفي حال عدم معرفة تاريخ النشر يُكتب (د. ت) وتعني دون تاريخ.

سياسات تفصيلية

أولاً: الكتب

1. كتاب لمؤلف واحد:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، رقم الطبعة (إن وُجد) (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عز الدين عبد المولى، العرب والديمقراطية والفضاء العام في عصر الشاشات المتعددة: بحث في دور الجزيرة، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2015)، ص 5.

إذا كان الاقتباس يشمل أكثر من صفحة، تُوثَّق بيانات الكتاب كالاتي:

عارف حجاوي، اللغة العالية: العربية الصحيحة للمذيع والمراسل ولكل صحفي، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2014)، ص 24-25.

Marc Lynch, *Voices of New Arab Public: Iraq, Aljazeera, and Middle East Politics Today*, (New York: Columbia University Press, 2006), 87.

إذا لم توجد إشارة للطبعة، تُوثَّق بيانات الكتاب كالاتي:

محمد كريشان، الجزيرة وأخواتها، (دمشق، الأهالي للنشر والتوزيع، 2006)، ص 24.

Philip Seib, *Information at War: Journalism, Disinformation, and Modern Warfare*, (Oxford: University of Chicago Press Polity Press, 2021), 23.

2. كتاب لمؤلف واحد من عدة أجزاء :

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الجزء، رقم الصفحة.

يورغن هيرماس، نظرية الفعل التواصلي: عقلانية الفعل والعقلانية الاجتماعية، ترجمة فتحى المسكينى، ط 1 (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2020)، ج 1، ص 112.

Christian Fuchs, *Digital Capitalism: Media, Communication and Society*, (London: Routledge, 2022), 3: 243.

3. كتاب لمؤلفين اثنين:

اسم المؤلف الأول، اسم المؤلف الثاني، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

إيريك شميدت، جاريد كوين، العصر الرقمي الجديد: إعادة تشكيل مستقبل الأفراد والأمم والأعمال، ترجمة أحمد حيدر، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2013)، ص 135.

Christoph Ernst, Jens Schroeter, Media Futures: Theory and Aesthetics, (Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2021), 167.

4. كتاب لأكثر من ثلاثة مؤلفين:

المؤلف الأول وآخرون، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

روكسان فارمان-فارماين وآخرون، الإعلام في مراحل الانتقال السياسي: الحالة التونسية نموذجًا، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2015)، ص 25.

Tommaso M. Milani et al., Language Ideologies and Media Discourse: Texts, Practices, Politics, (New York, United States: Continuum Publishing Corporation, 2010), 35.

5. كتاب لجهة أو مؤسسة حكومية أو دولية أو غيرهما:

اسم الجهة أو المؤسسة، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

وكالة الأنباء القطرية، الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الرأي العام، ط 1 (قطر، وكالة الأنباء القطرية، 2010)، ص 22.

UNESCO, Getting the Message Across: Reporting on Climate Change and Sustainable Development in Asia and the Pacific: A Handbook for Journalists, (Paris: the United Nations Educational, 2018), 60.

6. كتاب لمحرر واحد:

اسم المحرر (محرر)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

- محمد الراجحي (محرر)، سلطة الإعلام الاجتماعي: تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2017)، ص 51.

Savas Çoban, ed., Media, Ideology and Hegemony, (Chicago, United States: Haymarket Books, 2020), 301.

7. كتاب لمحررين اثنين:

اسم المحرر الأول، اسم المحرر الثاني (محرران)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عز الدين عبد المولى، نور الدين الميلادي (محرران)، الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديمية، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2016)، ص 26.

Katharine Sarikakis, Daya K. Thussu, eds., Ideologies of the Internet, (Cresskill, United States: Hampton Press, 2007), 202.

8. كتاب مترجم أو مُترجم ومحرر:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، ترجمة اسم المترجم، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

فيليب سيب، تأثير "الجزيرة": كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية، ترجمة عز الدين عبد المولى، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2011)، ص 15.

Niklas Luhmann, The Reality of the Mass Media, Trans. and ed. Kathleen Cross, (U.S.A: Stanford University Press, 2000), 109.

9. كتاب لا يوجد اسم مؤلفه أو الجهة المسؤولة عن تحريره:

عنوان الكتاب، بدون مؤلف، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.
رسائل إخوان الصفا وخلان الوفاء، بدون مؤلف، (بيروت، دار صادر، 2004)، ص 39.

Conflict: A Nation Faces the Challenge, (Brisbane: Freedom Publishing, 1961), 18.

10. كتاب لا يوجد اسم مؤلفه لكن اسم المترجم أو المحرر أو المحقق موجود:

اسم المترجم (مترجم)، أو اسم المحرر (محرر) أو اسم المحقق (محقق)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عبد القادر بوباية (محقق)، تاريخ الأندلس، (بيروت، دار الكتب العلمية، 2007)، ص 43.

Theodore Silverstein, trans., *Sir Gawain and the Green Knight* (Chicago: University of Chicago Press, 1974), 34.

11. كتاب في سلسلة علمية أو معرفية:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، عنوان السلسلة ورقمها، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

معتصم بابكر مصطفى، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، سلسلة كتاب التنوير 12، ط 1 (السودان، مركز التنوير المعرفي، 2014)، ص 121.
Thea M. van der Geest, *Web Site Design is Communication Design, Document Design Companion Series, 2* (Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2001), 35.

12. كتاب إلكتروني:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة، الرابط (URL) أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي (DOI).
يُكتب الرابط أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي مختصراً بالرجوع إلى مُختصر الروابط (.Bitly com) أو (Google URL Shortener).

حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط 1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1993)، ص 25، <https://bit.ly/2DaBEgG>

Arthur A. Berger, *Media and Communication Research Methods: an Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, (California: SAGE Publications Inc, 2016), 25, <https://bit.ly/3adlHuK>.

13. فصل من كتاب محرر:

اسم الكاتب، "عنوان الفصل"، في عنوان الكتاب، تحرير: اسم المحرر، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

حسنة حسين، "الجزيرة وتطور تمثيلات النساء وأدوارهن في المجال العام: دراسة في مضمون برنامجي للنساء فقط ورائدات"، في الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديمية، تحرير: عز الدين عبد المولى ونور الدين الميلادي، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2016)، ص 220.

Mohamed Mukhtar Alkhalil, "Aljazeera's Digital Leadership," in Aljazeera Tells Its Story: In-Depth Investigations, eds. Mostefa Souag et al., (Qatar: Aljazeera Media Network, 2022), 180.

14. محرّر مقدمة الكتاب:

اسم كاتب المقدمة، عنوان الكتاب، اسم الكاتب، (مكان النشر، دار النشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مقدمة لـ مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، روجر ويمر، جوزيف دومينيك، ترجمة صالح أبو أصبع، فاروق منصور، ط 1 (بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2013)، ص 7.

Philip Seib, Aljazeera English: Global News in a Changing World, by Multiple Authors, (U.S.A: Palgrave Macmillan, 2012), 79.

15. المصدر الأصل مقتبس من مصدر آخر:

اسم الكاتب وعنوان المصدر الأصل، نقلًا عن المصدر الوسيط/ اسم الكاتب، عنوان الكتاب أو الدراسة، (مكان النشر، دار النشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

دينيس ماكويل، نقلًا عن خلف حماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، ط 1 (الأردن، اليازوري، 2020)، ص 74.

Warren Thompson, Population and Peace in the Pacific (Chicago: University of Chicago Press, 1946), 313, quoted in Dennis Hodgson, "Demography as Social Science and Policy Science," Population and Development Review 9, No. 1 (March 1983): 8-9.

ثانيًا: الرسائل الجامعية

اسم المؤلف، عنوان الرسالة أو الأطروحة، (نوعها: رسالة ماجستير أو أطروحة دكتوراه، اسم الجامعة، تاريخ الإجازة أو النشر)، رقم الصفحة (إذا كانت الرسالة أو الأطروحة منشورة على الإنترنت يُوثَّق رابطها في نهاية الإحالة).

إبراهيم محمد طلحة، البنية الأسلوبية في لغة الإعلام العربي الجديد: قنوات شبكة الجزيرة أنموذجًا (أطروحة دكتوراه، جامعة عدن، 2017)، ص 83.

Dragan Petrevski, Media as Generators of Media Memes: Aljazeera Balkans as an Example, (Master thesis, University of Maribor, Slovenia, 2018), 42.

ثالثًا: الوثائق الرسمية

وثائق حكومية أو تقارير منظمات حكومية وغير حكومية أو تقارير منظمات دولية. اسم المنظمة أو الجهة الحكومية، "عنوان الوثيقة"، رقمها التسلسلي، (مكان النشر: تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

المفوضية السامية لحقوق الإنسان وسلامة الصحفيين، "خطة عمل الأمم المتحدة بشأن سلامة الصحفيين ومسألة الإفلات من العقاب"، 6/CI-12/CONF.202، (جنيف: المفوضية السامية لحقوق الإنسان، 2017)، 5.

UNESCO, "Journalism is a Public Good: World Trends in Freedom of Expression and Media Development; Global Report 2021/2022," CC BY-SA 3.0 IGO, (2022), 13.

رابعًا: المؤتمرات والندوات

اسم المؤلف، "عنوان الورقة"، (قُدِّمت في/ إلى عنوان الندوة أو المؤتمر، مكان الانعقاد، تاريخ الانعقاد)، الرابط إذا كانت الورقة منشورة على الإنترنت.

نصر الدين لعياضي، "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف"، (ورقة قُدِّمت في مؤتمر المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الدوحة، 8-9 ديسمبر/ كانون الأول 2021).

LaRissa Lawrie, "Fake News and Post-Truth Politics, the 2016 US Presidential Election," (Paper Presented at the 16th Annual International Conference on Communications & Mass Media, 14-17 May 2018, Athens, Greece).

خامسًا: الدوريات والمجلات

1. دراسة من دورية أو مجلة:

اسم الكاتب، "عنوان الدراسة"، اسم المجلة (جهة النشر، البلد، المجلد و/ أو رقم العدد، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

حسين محمود هتمي، "معوقات توظيف تطبيقات التواصل الاجتماعي في قياس الرأي"، الباحث الإعلامي (جامعة بغداد-كلية الإعلام، العراق، العدد 53، 2021)، ص 112.

Elizabeth B. Breese, "Mapping the Variety of Public Spheres Get access .Arrow," *Communication Theory*, Vol. 21, Issue. 2 (2011): 125

2. إذا كانت الدراسة منشورة على الإنترنت يُنَوَّه إلى الرابط أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي كالاتي:

عديله أحمد الشمران، "آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول أخبار أزمة وباء كورونا (كوفيد-19): دراسة حالة الأردن"، مجلة بحوث الإعلام والاتصال (الشبكة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، بريطانيا، العدد 1، 2022): <https://bit.ly/3bOvpnK>.

Melissa Wall, "Communication Practices in the Production of Syrian Refugee Belonging," *International Journal of Communication*, Vol. 15, (2021), <https://bit.ly/3R5QXfd>.

3. مراجعة كتاب:

اسم مؤلف المراجعة، عنوان المراجعة/ القراءة، عنوان الكتاب، مؤلف الكتاب، اسم المجلة/ الصحيفة، جهة النشر، العدد، التاريخ، الصفحة.

بسيوني حمادة، "مراجعة كتاب: الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام خلال ثورات

الربيع العربي: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا"، قراءة في كتاب الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام خلال ثورات الربيع العربي: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا، عبد السلام رزاق، أنساق، (دار نشر جامعة قطر، المجلد 3، العدد 2، 2019).

Mushfique Wadud, "Book Review: McQuail's Media and Mass Communication theory," Review of McQuail's Media and Mass Communication Theory, by Denis McQuail, Mark Deuze, Sage Journals, Vol. 15, Issue. 1-2, 2021.

في حال كانت المراجعة منشورة في صحيفة أو موقع إلكتروني، يوثق المرجع كآتي:
حميدة سميسم، "تاريخ الاتصال والإعلام العربي" للموسى: تدرج تاريخي لظهور وسائل الاتصال"، قراءة في كتاب تاريخ الاتصال والإعلام العربي، عصام سليمان الموسى، الغد، 11 فبراير/ شباط 2017، <https://bit.ly/3amQBRu>.

Ron Charles, "Two Authors Expose the Deceptive, Self-Aggrandizing Absurdity of Online Life," Review of Fake Accounts, by Lauren Oyler, The Washington Post, February 10, 2021.

سادسًا: مقالات الصحف

اسم الكاتب، "عنوان المقال"، اسم الصحيفة، تاريخ النشر.

سعيد يقطين، "مناقب الفضاء الافتراضي العربي ومثالبه"، القدس العربي، 29 يناير/ كانون الثاني 2022.

Cristiano Lima, "Why Younger Users May Shake up the Debate on Social Media Regulation," The Washington Post, June 9, 2022.

سابعًا: صفحات المواقع والمنشورات الإلكترونية

اسم الكاتب، "عنوان المقال أو التقرير"، اسم الموقع الإلكتروني/ أو المدونة، تاريخ النشر (تاريخ الدخول:...)، الرابط.

إيناس بوسعيدي، "آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي، دراسة حالة: تغطية قناة الجزيرة للمشهد اليمني"، معهد الجزيرة للإعلام، 30 يونيو/ حزيران 2018 (تاريخ الدخول: 15 مايو/ أيار 2022)، <https://bit.ly/3Ifxvcc>.

Dana Milbank, "The Democratic Apology Tour is a Sorry Spectacle," The Washington Post, February 6, 2019, "accessed February 24, 2019". <https://wapo.st/2BnpYXS>.

temmaryoucef، 26، "إشكاليات إجرائية في تقنية تحليل المضمون"، مايو/ أيار 2022، <https://bit.ly/3nMVruq>.

Rasmus K. Nielsen, "No One Cares What We Know: Three Responses to the Irrelevance of Political Communication Research," [rasmuskleisnielsen](https://bit.ly/3yP07G8), 2017, <https://bit.ly/3yP07G8>.

ثامناً: محتوى وحسابات مستخدمي الشبكات الاجتماعية

اسم الكاتب/ المؤسسة، (مُعَرَّف الحساب)، "عنوان المقال أو التقرير"، اسم المنصة، تاريخ النشر، الرابط.

الصادق رابح (@saddekrabah)، "مفهوم الخطاب: من السياق النصي إلى السياق التداولي"، 23، Facebook، يوليو/ تموز 2020، <https://bit.ly/3upm6RM>.

Kristen Eddy (@Kristeneddy), "Want to learn more about young peoples' news habits and attitudes, but don't have time to sit and read my #DNR22 chapter," Twitter, June 21, 2022, <https://bit.ly/3R8Q327>.

أسماء ملكاوي، "مداخلة في الجلسة الثالثة بعنوان: الشبكات الاجتماعية ومناهج البحث العلمي"، 14، youtube، ديسمبر/ كانون الأول 2021، <https://bit.ly/3bQpDlt>.

Reuters Institute, "Digital News Report 2022," youtube, June 15, 2022, <https://bit.ly/3NNu5Pp>.

تاسعاً: البودكاست

اسم المذيع واسم الضيف، عنوان الحلقة، اسم البرنامج (والمنصة)، المؤسسة المنتجة للبودكاست، تاريخ البث، مدة البرنامج، (تاريخ الدخول:...)، الرابط.

آمال لعريسي وعبد الرزاق بلعقروز، "الثورة الرقمية: حررت الإنسان أم استعبدته؟"، بعد أمس (الجزيرة بودكاست)، شبكة الجزيرة الإعلامية، 7 يناير/ كانون الثاني 2022،

20 د، (تاريخ الدخول: 5 يوليو/تموز 2022)، <https://bit.ly/3usmij8>.
Craig Mullaney, "How Executives Use Social Media to Lead: Stories and Strategies for Public Relations," Apple Podcasts Preview (podcast), 21:15, June 22, 2022, "accessed July 5, 2022". <https://apple.co/3bSqVwb>.

عاشراً: المقابلات والتواصل الشخصي

1. مقابلة مع الباحث:

مقابلة خاصة أجراها الباحث/المؤلف مع أحمد الشيخ، رئيس تحرير غرفة الأخبار بقناة الجزيرة سابقاً، 2 يونيو/حزيران 2022، قطر.

Ahmed Al Sheikh (Former Editor-in-Chief of Al Jazeera's Newsroom), interviewed by author, 2 June 2022.

مقابلة عبر الهاتف/البريد الإلكتروني/السكايب/زوم أجراها الباحث مع كمال حميدو، رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر سابقاً، 24 مارس/آذار 2022.

Kamal Hamidou (Head of the Department of Mass Communication at Qatar University), interviewed by author, 24 March 2022.

2. التواصل الشخصي:

اسم المتصل بالباحث، مصدر الرسالة إلى الباحث، التاريخ.

مي العبد الله، رسالة إلى الباحث عبر تويتر، 25 يوليو/تموز 2022.

Jamal Zran, Facebook message to author, August 1, 2022.

من إصدارات المركز



الجزيرة

لدراسات الاتصال والإعلام
دورية نصف سنوية محكمة تصدر عن مركز الجزيرة للدراسات

العنوان

وادي السيل، الدوحة، قطر
صندوق البريد: 23123

للتواصل

AJCM@aljazeera.net
هاتف: +974 40158384
فاكس: +974 44831346

سعر النسخة: 15 ريالاً أو 4 دولارات

مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES