

محاضرات موجهة لطلبة السنة الأولى ماجستير/التخصص: تاريخ قديم

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

الموسم الجامعي: 2024/2023

اولا: القوة الإعلامية والمعلوماتية في النظام العالمى الجديد

يقترن مصطلح القوة الناعمة ومفهومها بجوزيف ناى فى التسعينيات، فالقوة الصلبة يتم اللجوء إليها للإرغام أو العقاب على القيام بفعل أو العدول عنه بما يرضى الطرف الآخر. فى حين أن القوة الناعمة تغرى وتقنع وتحث على الاستجابة والتوافق مع أجندة صاحب القوة الناعمة.

وتشمل القوة الناعمة العناصر المستخدمة من قبل فاعل سياسى (دولة، منظمة دولية، شركة، شبكة للمجتمع المدنى) من أجل التأثير بشكل غير مباشر فى فاعل آخر بغرض حمله على تبني وجهة نظره، وتحقيق مراميه دون الشعور بالطابع الإجبارى لهذه العلاقة. إنها مجموعة قوى نافذة تتسلل إلى البنيات، وتتمركز أساسا فى المجال الثقافى: فنون وأنماط حياة وصور ذهنية.

تسعى الدول الكبرى إلى غزو العالم والسيطرة على الشعوب من خلال عدد من الخيارات التى تمثل الأخطر والأسهل والأكثر تأثيرا لتحقيق مصالحها من خلال ما يعرف باسم "القوة الناعمة" التى تمثل القوة الروحية والمعنوية للدولة، تمتد هذه القوة إلى خارج حدود الدولة.

وعلى عكس ما يعتقد كثيرون فإن مفهوم "القوة الناعمة" بات يخضع لمؤشرات عدة لقياسه وتعيينه تعيينا منضبطا، وبعض هذه المؤشرات يتضمن عناصر مختلفة. ويصل عدد هذه العناصر، وفق ناى، إلى 75 عنصرا ضمن ست مجموعات، هى: الثقافة (متضمنة الإعلام)، والتكنولوجيا، والتعليم، والدبلوماسية، والاقتصاد، والسياسة.

وبين المحاولات الجادة التى حاولت أن ترسى معايير لقياس "القوة الناعمة" تلك المحاولة التى أثمرت "مؤشر بورتلاند"، وهو مؤشر طورته مؤسسة بحثية أمريكية معروفة بمساعدة عدد من الباحثين فى

أهم الجامعات الغربية. ويحدد المؤشر ستة عناصر لقياس "القوة الناعمة" في أى دولة، ويبرز بينها مفهوم "النفاذية الثقافية" التى تتضمن الإنتاج الإعلامى، والتواصل الرقى للدولة.

يتضح لنا إذن أن الإعلام يحتل مكانة مميزة فى قلب مفهوم "القوة الناعمة"، بسبب قدرته الفائقة على صناعة الرأى العام وتشكيله. وقد حاول "ناى" أن يصوغ العلاقة بين الإعلام والرأى العام، فقال إن "المعارك لا يمكن أن تريح فقط فى ميادين القتال، بل إن الكاسب فى الحرب هو ذلك الذى تريح قصته فى الإعلام". وببساطة شديدة، فإن هذه العبارة تعنى أن تصورات الجمهور عن الأحداث كثيرا ما تقوم مقام "الحقيقة" مهما كانت بعيدة عنها؛ وهو ما جعل كثرة من الناس يؤمنون بالقول الغربى السائر "Perception Is Reality" أى "التصور هو الواقع".

ثانيا: تطور النظام الاتصالي والاعلامى الدولى:

تعد فترة الحرب الباردة مرحلة جوهريّة فى تطور النظام الاتصالي والإعلامى الدولى، لأنها شهدت اندماج مكونات النظام الأساسية: التكنولوجية والسياسة الاقتصادية والثقافية والنفسية فى كتلة واحدة وظفتها الأطراف المتصارعة لخدمة أهدافها الاستراتيجية فى الصراع. فقد ساعدت تكنولوجيات الاتصال، التى كانت فى حد ذاتها أحد مجالات التنافس والصراع بين الدول الكبرى، على تدويل الاقتصاد، وظهور الاقتصاد العالمى، وإلى تحول النظم الرأسمالية من مرحلة المجتمعات الصناعية إلى مرحلة ما بعد التصنيع، وظهور مجتمعات المعلومات، أو المجتمعات المتقدمة ذات الاقتصادات القائمة على "صناعة المعلومات والخدمات" وأدى الاندماج التكنولوجى/الاقتصادى، والاندماج التكنولوجى/العسكرى، والتكنولوجى/السياسى فى مجالات الاتصالات المختلفة إلى إصرار الدول المتقدمة على عدم المساس بأوضاع النظام الاتصالي الإعلامى الدولى فى جوانبه السياسية والقانونية والثقافية، وعدم قبول فكرة التعديل والإصلاح لجعله نظاما دوليا أكثر عدالة وتوازنا لمصلحة دول الشمال والجنوب، وهو ما حول أوضاع هذا النظام إلى إحدى قضايا الصراع الأساسية فى النظام الدولى فى عقدي السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين، كما شهدت هذه الحقبة ذروة عمليات الضبط الاجتماعى والسيطرة على العقول، والاختراق المباشر وغير المباشر لتوجهات الدول النامية السياسية والاقتصادية والثقافية لدمجها كتوابع فى النظام الرأسمالى العالمى.

1:إعادة هيكلة النظام الاتصالي:

عندما انتهت الحرب العالمية، سعت الدول إلى إعادة بناء شبكاتها الاتصالية التي دمرتها الحرب، وشملت عملية إعادة البناء ربط الشبكات الوطنية بالشبكات الدولية، التي شرع في تطويرها في ضوء التقنيات الحديثة التي ولدها الحرب العالمية الثانية. وكان ذلك دليلا على بداية اندماج النظام الاتصالي الدولي تكنولوجيا، وقد شهدت مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية ظهور اتجاهين، الأول: يسعى إلى تفكيك النظام الاتصالي القائم لإعادة بنائه على أسس جديدة من العدل والمساواة بين الدول، أما الاتجاه الثاني، فقد تمثل في اتجاه النظام الدولي إلى إنشاء منظمات وهيئات اتصالية وإعلامية دولية تحت مظلة الأمم المتحدة لترشيد النظام الاتصالي والإعلامي الدولي.

2:مكانة الدولة في سلم القوة:

لدى كل الدول إدراك لمكانتها في سلم القوة بالنسبة لغيرها من الدول، ويتجه هذا الإدراك جزئيا لأشكال تدفق المعلومات وحجمه واتجاهاته، فالمعلومات الواردة من دولة قوية أو من دولة عدوانية قد تكون معلومات مهمة وحيوية إلى حد كبير بالنسبة لجيرانها من الدول الصغرى التي تضطر لتقرير ما إذا كان يتعين عليها الاستعداد لعدوان محتمل، أو تسعى للدخول في تحالف مع جارتها الأكثر قوة. بيد أن ما تفعله الدول الصغرى يحتمل أن يكون أقل أهمية لدى الدول الأقوى. وعلى هذا يرى "هستر" أن كم المعلومات الذي يتدفق من الدول الأقوى إلى الدول التي تليها في سلم القوة يفوق كم المعلومات المتدفق في الاتجاه العكسي. وبالطبع فإن العوامل ذاتها التي تجعل من القوة عاملا محددًا في هذا الصدد والأكثر تعقيدا ينتج معلومات أكثر من غيره. وتشمل المكونات التي تحدد مكانة الدولة في سلم القوة: حجمها الجغرافي، وعدد سكانها، ودرجة نموها الاقتصادي، وعمرها كدولة ذات سيادة.

3:الضبط الاجتماعي والسيادة السياسية للدول:

ترتبط عملية الضبط الاجتماعي والسيطرة على تدفق المعلومات من وإلى الدول ارتباطا مباشرا بمفهوم السيادة السياسية للدول. فمفهوم السيادة السياسية يمكن أن يتسع وينكمش عن طريق المعلومات. فالدول التي تقل سيطرتها على المعلومات التي تتدفق عبر حدودها وتخل بأمنها الوطني والاجتماعي تنكمش سيادتها الفعلية وتدرك كل الحكومات والقوى المعارضة لها هذه الحقيقة؛ ولهذا تسعى كل الأطراف إلى السيطرة على المعلومات.

ثالثاً: النظام العالمى الجديد للمعلومات والاتصالات (NWIQ):

تكمّن فكرة هذا النظام فى محاولة العديد من الدول مواجهة المشكلات المرتبطة بما أطلق عليه بعضهم (الاستعمار المعلوماتى) (Information Imperialism).

فالارتباط نشاط محورى لجميع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويدعو النظام العالمى الجديد إلى إجراء تغييرات هيكلية فى الارتباط على المستوى العالمى وصولاً إلى عدالة أكثر ومساواة أكثر وتفاعل أكثر بالنسبة إلى تبادل المعلومات، فضلاً عن ضرورة مزيد من الاعتماد على الذات والحفاظ على الهوية الثقافية.

ومن أبرز خصائص النظام الدولى للمعلومات هى:

1- التسارع: تتسم التغييرات فى المجتمعات تزايد سرعتها باستمرار وما يخلق فجوة كبيرة تتزايد باستمرار بينها وبين الدول النامية.

2- الانفجار المعرفى: وتمثل الإفرازات البارزة بالدعوة الصارخة إلى (نظام إعلامى عالمى جديد).

الظواهر المرتبطة بالنظام الإعلامى الدولى:

لقد أصبح العالم يواجه ظاهرتين تحدثان فى وقت واحد، إحداهما: تطور النظام الإعلامى الدولى من طابع الثنائى إلى طابع النظام الواحد، حيث أصبح القطب الواحد هو المهيمن على النظام العالمى مع وجود مراكز إعلامية أقل قدرة وأضعف نفوذاً مثل بريطانيا وفرنسا وألمانيا واليابان، وتكمّن مشكلة هذا النظام فى أن الطاقة العقلية التى تولدها تقنيات الإعلام تملك، أو تدير، غالبيتها العظمى مؤسسات إعلامية تعمل عبر الدول وتتحكم هذه المؤسسات عبر الدول فى قنوات الارتباط فى الدول الساعية للنمو، فتتسبب الرسائل الإعلامية والثقافية من المركز (الدول المتقدمة) إلى الأطراف (الدول الساعية للنمو).

الفاعلون فى السياسة الخارجية:

1- الرأى العام: حيث إن قدرة الجمهور على الحصول على المعلومات واستخدامها فى تشكيل الرأى العام جزء من الوظيفة الديمقراطية، لكن حصول الجمهور على المعلومات يعد حاسماً فى تشكيل الرأى العام فى قضايا السياسة الخارجية، ولذلك هناك علاقة قوية بين وسائل الإعلام والرأى العام.

2- صنع القرار: كيف يستجيب صنع القرار للرأى العام؟ لابد من أن يحصل صنع القرار على المعرفة عن الرأى العام فى القضية، لكن خطابهم يؤثر أيضا فى الرأى العام، وهم يميلون إلى قراءة استطلاعات الرأى العام. بما يتفق مع رؤيتهم، ولكن هناك فجوة معرفة أو فجوة معلومات Information gap بين القادة والجمهور، وفى الصراعات الكبرى يكون التحدى هو: كيف يمكن تقليل هذه الفجوة، وهذا يفتح المجال لدور وسائل الإعلام لصنع العلاقة بين الرأى العام وقيادة السياسة الخارجية.

3- وسائل الإعلام: إن وسائل الإعلام فاعل استراتيجى فى عملية صنع السياسة الخارجية؛ فهى تقدم للجمهور خطاب النخبة، وتقدم القصص الخبرية فى أطر تستجيب لتفضيلات القادة. ولذلك فإن دور وسائل الإعلام فى السياسة الخارجية يرتبط باستقلالها، ومدى التزامها بالأطر التى حددها خطاب القادة للصراع. ويتضح ذلك من دور وسائل الإعلام فى تشكيل الرأى العام عقب 11 سبتمبر والتزامها بالأطر التى حددها الرئيس الأمريكى الأسبق جورج بوش.

رابعا: الصورة الذهنية كمتغير فى العلاقات الدولية:

تكمن سياسات القوة فى العالم فى القدرة على صنع صورة الدولة، وهو ما يطلق عليه القوة الناعمة Soft Power. فمع تزايد أهمية الجماهير فى الشئون الدولية ازدادت أهمية عملية صنع صور الدول، ما يصعب أن نرى شيئا يتعلق بالسياسة الخارجية ولا يرتبط بالدعاية والعلاقات العامة. وأن العملية الدبلوماسية تتحول من الدبلوماسية التقليدية إلى الدبلوماسية العامة، ما يتطلب ألا تقتصر ممارسة الدبلوماسية العامة على الدبلوماسيين فقط، وإنما تمتد إلى مختلف الأفراد والجماعات والمؤسسات التى تنخرط فى أنشطة الاتصال الدولى، التى تتصل بالعلاقات السياسية.

نشر إدوارد بيرنيز أحد أهم رواد العلاقات العامة Edward Bernays أول مقالة علمية له عن هندسة الجمهور عام 1947. وقد استخدم فى سبيل ذلك الدعاية السياسية (البروبوجاندا) وحملات العلاقات العامة، والتدفق الإعلامى، وغيرها من الاستراتيجيات والوسائل الإعلامية التى تؤثر فى اتجاهات الجمهور، ما زاد من أهمية القوة المرنة بالاعتماد على طرق الإقناع والتأثير فى الرأى العام العالمى، والقدرة على التعبئة والحشد والحصول على المساندة، وأدى ذلك إلى وجود زخم كبير من حجم الفاعلين فى العلاقات الدولية والتأثير فى عملية صنع السياسة الخارجية للدول والسياسة الدولية بصفة عامة، وأصبح لتلك القوة الجديدة تأثيرات فى جميع المجالات وأنماط الحياة على مستوى العالم

وذلك من خلال التأثير في المجال السياسي عن طريق "تدفق المعلومات"؛ حيث تتحول المعرفة إلى قوة أساسية أقوى من قوى الإنتاج.

وتعد فكرة صناعة الرأي العام التي تحدث عنها وولتر ليبمان عام 1922 إحدى وسائل هندسة الجمهور، حيث يفترض فيها قدرة النخب على تشكيل الرأي العام للجمهور والهيمنة عليهم دون استخدام القوة، من خلال إقناع قادة الرأي العام والنخب بأراء معينة.

أ: القوة الإعلامية وفرض السيطرة:

تتميز القوة الإعلامية بأنها يمكن أن تستخدم في فرض الاستعمار الثقافي، ولا يقتصر استخدامها على تحقيق جاذبية الدولة، وبناء سمعتها وصورتها كما يتضمن مفهوم القوة الناعمة.

هذا لا يعنى أننا يمكن أن نفصل تماما بين هذه المفاهيم الحديثة، فوسائل الإعلام من أهم مصادر القوة التي تستخدمها الدول في بناء قوتها الناعمة، وتحقيق أهداف سياستها الخارجية، وبناء علاقاتها الطويلة المدى مع الشعوب.

خامسا: مراحل التطور التكنولوجي للمعلومات:

شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة وبتسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة، فإن تكنولوجيا الاتصال أصبحت عنصرا ملازما لكل مظاهر الحياة العصرية، كما أن "مصطلح تقانة الاتصال" يعنى التقنيات والمؤسسات والأساليب التي بواسطتها تتيح المعلومات وتعلب وتوزع على مستقبلين متفرقين فوق رقعة جغرافية.

ويمكن تعريف التكنولوجيا بأنها: مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة في مجالات الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العملية ومن ثم فهم مركب قواه المعدات والمعرفة الإنسانية. كذلك فإن التكنولوجيا: هي مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفي إطار نظام اجتماعي واقتصادي معين.

ومن منظور اتصالى، يمكن القول إن تكنولوجيا الاتصال هى مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التى توظف "لمعالجة المضمون أو المحتوى" الذى يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيرى أو الشخصى أو التنظيمى أو الجمعى، التى بها تجمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها فى الوقت المناسب، ومن ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين.

أما تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فهى كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الآلى والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والإلكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها، وقد مهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الطريق للانتقال من المجتمع الصناعى الى مجتمع المعلومات.

سادسا:مجتمع المعلومات Information Society:

كان أول ظهور لمصطلح "مجتمع المعلومات" فى اليابان فى الستينيات من القرن الماضى، وذلك فى كتاب بعنوان: "مجتمع المعلومات: من المجتمع الصلب إلى الناعم" "The Information Society: From Hard to Soft Society"، الصادر عام 1969 لـ "ujiro Hayashi"، وكتاب "مقدمة لمجتمع المعلومات" "Introduction to an Information Society"، الصادر عام 1968 لـ "Yoneji Masuda and Konichi Kohyma" وقد ارتبط المفهوم فى البداية بوصف التغيرات الاقتصادية والاجتماعية السريعة فى المجتمع الناجمة عن عملية التحديث فى "المجتمعات ما بعد الصناعية" "Post Industrial Societies" (١)، لكن منذ منتصف التسعينيات ارتبط المفهوم بصورة أكثر بالتطورات التكنولوجية داخل المجتمع الناجمة عن الموجة الثالثة المتمثلة فى الثورة المعلوماتية، ورغم استخدامه فى البداية بقصد تحرير جميع أشكال الاتصالات، فإنه توسع تدريجيا ليشمل كل الأبعاد المادية والبرمجية Hardware and Software الخاصة بالإنترنت، ثم توسع أيضا ليشمل جميع الأدوات المتعلقة بالتعامل مع المعلومات، سواء كانت جمع أو تخزين أو تداول أو استرجاع أو تحليل المعلومات (٢).

أُطلق مصطلح "اقتصاد المعرفة Knowledge Economy" للمرة الأولى على النظام الاقتصادى القائم فى الولايات المتحدة وذلك عوضا عن مصطلح "الاقتصاد الصناعى industrial Economy" التقليدى. الأمر الذى يعبر بدوره عن بدء مرحلة جديدة من مراحل التحول فى المجتمع الإنسانى، غير أن ذلك لا يعنى

بالضرورة انتقال جميع دول العالم إلى "اقتصاد المعرفة" نتيجة صعوبة توفير المقومات الضرورية لإقامة النظام الاقتصادي الجديد.

لكن مجتمع المعلومات ذاته لم يكن وليد العقدين أو الثلاثة الأخيرة، وإن كان مفهوم مجتمع المعلومات قد تبلور وأخذ منحى عالميا من الانتشار خلال العقد الأخير فقط وخاصة بعد قمة جنيف للمعلومات 2003، ومن ثم فإن إرهاصات مجتمع المعلومات تمثلت في عدة ابتكارات حديثة وقديمة انتشر بعضها في القرن التاسع عشر: كالهاتف، والتلغراف، أو القرن العشرين كالتلكس، والفاكس، والراديو، والتلفزيون، والكمبيوتر؛ وهي الأدوات التكنولوجية التي أحدثت طفرة في عالم المعلومات والتواصل الإنساني. غير أن هذه الإرهاصات جميعا قد توجت مع أواخر القرن العشرين بظهور الإنترنت وانتشاره عالميا محدثة طفرة هائلة في عالم التواصل الإنساني وموجدة خضما هائلا من المعلومات والمعرفة.

فمجتمع المعلومات هو نتاج عملية تطور بعيدة الأمد وليست حديثة العهد بينما تمتد جذورها إلى أكثر من مائة عام، وهي عملية التطور التي أدت إلى ظاهرة الانفجار المعلوماتي الناتج عن التطور التكنولوجي الهائل والتكنولوجيات الحديثة المحيطة بنا، وهو الانفجار المعلوماتي الذي يعد سببا رئيسيا للعديد من التغيرات الهائلة التي من بينها بزوغ نجم مجتمع المعلومات.

ومن ثم نخلص إلى أن مجتمع المعلومات عبارة عن مزيج متجانس من ثلاثة محتويات رئيسية هي: المعلومات، والاتصالات، والتكنولوجيا؛ وهي المقومات الثلاثة الرئيسية التي تعتمد عليها مجتمع المعلومات المعاصر لاستحداث معرفة ذات قيمة مضافة في إطار مقومات بيئة الابتكار والابداع.

أ:بيئة المعلومات Information Environment:

يشير مصطلح بيئة المعلومات إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الإعلام، وتشمل: التقارير الإخبارية والتعليقات والمفاتيح المتضمنة في خطابات الصفوة.

وتحدد المعلومات طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام، وقد فرق جون زيلر بين نوعين من البيئات المعلوماتية، أحدهما يتضمن رسائل أحادية الاتجاه، والثاني يتضمن رسائل مختلفة الاتجاه، ولا يشترط أن يكون كل اتجاه مساويا للاتجاه الآخر في القوة.

ويشير الباحثون إلى بيئة الرسائل المتعددة الاتجاهات أكثر تعقيدا من الناحية المعرفية، وتدفع بالمتلقين إلى البحث عن مفاتيح، تدلهم على الرسائل التي يجب أن يتبعوها، حيث إنها تقدم لهم ثروة من

المعلومات والمفاتيح التقييمية المتنوعة، ويترتب على صعوبة وصول هذه الرسائل إلى المتلقين، على عكس البيئة المعلوماتية الأكثر بساطة وشفافية، التي تقتصر على الرسائل الأحادية الاتجاه التي يسهل وصولها إلى المتلقين.

ب: الحرب في العصر الرقمي:

إن الإسهامات التي اقترحها "جيمس ديران" منظر العلاقات الدلية، تكشف عن وضع التكنولوجيا في ظهور شكل عالمي من أشكال "العنف الافتراضي" "Virtual violence"، وما يمثله من خوض الحروب من مسافة بعيدة؛ حيث إن العنف العسكري هو أكثر الوسائل فعالية لحل المشكلات السياسية التي تبدو صعبة الحل. ويضيف "Deer Derain" أن الحرب تستغل التكنولوجيا الرقمية لإظهار أخلاقيات القتل في صورة متناقضة بنحو حاد مع أشكال الحرب السابقة، فالحقيقة تتداخل مع الخيال، مع دمج الجانب الافتراضي للجانب الواقعي في عمليات المحاكاة بالحاسوب، فتحجب هوية المسئول، ومن ثمهوية من يجيب أن يحاسب.

إن الإشارة إلى ظهور التكنولوجيا الرقمية قد أعاد صياغة الفروق المألوفة بين الحروب "القديمة" والحروب "الجديدة" التي تؤدي إلى إثارة الجدل حول عدد من القضايا المثيرة للاهتمام.

وفي ضوء ذلك، هناك حزمة من أنواع الحروب، كل واحد منها يتوافق مع نماذج مختلفة من التحولات التي تشهدها الدول التي تتكشف وضوحها داخل بيئة ما بعد الحرب الباردة. ويكون وصف تلك الأنواع على النحو التالي:

ج: حروب الشبكات Network Warfare:

يستخدم هذا المصطلح لوصف الشبكات المسلحة للدولة والفاعلين من غير الدول non-state actors مثل وحدات القوات النظامية، أو غيرها من أجهزة الأمن، وكذلك الجماعات شبه العسكرية، وأمراء الحرب، والخلايا الإرهابية، والجماعات الإجرامية المنظمة والمرتبقة، وما إلى ذلك. وتتألف هذه الشبكات من تحالفات أفقية غير متماسكة، وتخوض شكلاً من أشكال الحرب التي تعبر بوجه عام عن "الحروب الجديدة"، وتلجأ هذه الشبكات إلى سرديّة مشتركة- تعتمد في الأغلب على أيديولوجية سياسية متطرفة- وتمثل "الاستراتيجية" في كسب القوة السياسية.

د:الحرب المشاهدة Spectacle Warfare:

إن السمة المميزة لهذا النوع هي إدارة الحرب على "مسافة طويلة"، إما من خلال استخدام تكنولوجيا الطائرات والصواريخ، وإما عن طريق وكلاء، لمنع وقوع خسائر بشرية. وتعد حرب الخليج (1990-1991) نموذجا لهذا النوع من الحروب على نطاق واسع؛ حيث مارست إدارة الإعلام بالمثل دورا في ضمان التقليل من تأثير الأضرار الجانبية، فيما يتعلق بالرأى العام الغربى.

ه:حرب الحدائة الجديدة New-Modern Warfare:

وهذا النوع من الحروب يحتوى على "تطور القوات العسكرية الكلاسيكية فى الدول التى تمر بمرحلة انتقالية كبيرة" التى تشير من خلالها إلى بلدان مثل روسيا والهند والصين؛ حيث تحدث عملية تحويل الاقتصاد المركزية إلى نظام دولى أكثر توجها نحو السوق.

وقد أصبحت وسائل الإعلام الإخبارية بمنزلة المنصة الحاسمة أو سيناريو الإنتاج الذى تأخذ منه استراتيجيات العمليات العسكرية توجهاتها، وذلك إلى درجة أن الحروب البعيدة تقدم بوصفها "رياضة مشاهدة" بالنسبة إلى المجتمعات الغربية، وهذا يستتبع أن أهمية التغطية الإخبارية تستحق اهتماما وثيقا عند تتبع كيف كان ينظر إلى الحروب القديمة والجديدة الافتراضية، إلى جانب توقع هجمات سيبرانية فى ضوء الصراعات العسكرية.

و:الحرب من أجل الرأى العام:

إن أهمية كسب "قلوب وعقول" الرأى العام، وهى حملة يشير إليها أحيانا المخططون العسكريون باسم "ساحة المعركة الثانية" Second battlefield، التى اعترف بها منذ فترة طويلة بوصفها مصلحة حيوية فى حد ذاتها. وعلى مدى العقد الماضى تطورت أساليب "إدارة الإدراك" Perception management بنحو متزايد، وفى الوقت الذى جرى فيه التدخل فى كوسوفو بقيادة الولايات المتحدة على سبيل المثال، كان المسئولون العسكريون يسعون جاهدين إلى إعادة صياغة العلاقة العسكرية والإعلامية فى ضوء الدروس المستفادة من النزاعات السابقة فى ذلك العقد، وقد ساعد ظهور خدمات الأخبار التلفزيونية العالمية فى الوقت الحقيقى على مدى 24 ساعة، بقيادة شبكة " CNN" فى تحويل الصراع إلى مشهد إعلامى متسلسل، فضلا عن الدور المؤثر الذى مارسته CNN فى مجال الدبلوماسية التلفزيونية .telediplomacy

إن الممارسات الصحفية دفعت غرف الأخبار إلى وضع مفهوم "حروب المعلومات" لمعالجة الأحداث والتحويلات السياسية من مسرح الحرب إلى الجمهور في أماكن بعيدة، في ظل بيئة المعلومات الواسعة التي تستند إليها عملية تفسير الأحداث غير المتوقعة.

ما تنشره وسائل الإعلام الجماهيرية عن الشؤون الدولية، هو الذى يحدد صورة الدولة وسمعتها. وأظهرت دراسات عدة أو وسائل الاتصال تختار الأنباء الدولية التي تنشرها طبقا لمعايير تشبه إلى حد كبير المعايير التي تختارها الأنباء المحلية. فالدول التي تتبوأ مكانة عالية في المجتمع الدولي غالبا ما تحظى بالاهتمام في صحف الدول المعنية. وتؤدى المصالح الاقتصادية والعلاقات الأيديولوجية دورا في أن تحظى دول معينة بتغطية كبيرة واهتمام كبير في وسائل اتصال الدول الأخرى.

ر:حرب المعلومات:

إن ثورة المعلومات كانت الركيزة الأساسية للعولمة في اتجاهاتها المختلفة إعلاميا واقتصاديا وسياسيا؛ فقد أتاحت المعلومات وتقنياتها للشركات المتعددة الجنسية والكيانات الإعلامية الكبيرة أن تبرمج خططها باتجاه اختراق الحدود الوطنية للدول الأخرى وفرض علاقات جديدة بدأت انتهاكا لسيادة البلدان الأخرى، لاسيما عندما تستعمل في الاتجاه الذى يخدم مصالح وسياسات البلدان الأخرى. وقد تكون المعلوماتية العنصر الأهم والسلاح الأهم ضمن أسلحة العوالمة. فالمعلوماتية تمتلك خاصية تنفرد بها عن باقى التغييرات الجديدة، تلك هى إمكاناتها فى التأثير وتجاوز الثقافات وحتى الاشتراك فى صناعتها.

ويطلق على الأسلوب الجديد الذى يحظى باهتمام المؤسسة العسكرية الأمريكية اصطلاح "عقيدة المعلومات" (Information Doctrine) حيث توصف المعلومات بأنها رصيد استراتيجى، وأن مجال المعلوماتية هو سبيلها لسيطرة الولايات المتحدة العالمية. إن السيطرة الإعلامية تتم عبر التحكم فى تدفق المعلومات الذى تقوم به وكالات الأنباء والصحف الدولية، فى معظم الدول النامية دون أى عوائق أو حواجز، مستعينة فى عملها هذا بتكنولوجيا العصر المتقدمة المتمثلة بالتوابع الفضائية لشبكات الإعلام التى تسيطر عليها الاحتكارات الدولية الكبرى.

سابعاً: إدارة المعرفة كمحرك للقوة:

تعمل معظم الدول، فى عالم يتسم بالتغير المتسارع فى أنساق القوة وموازينها، وغلبة المصالح على التفاعلات الدولية، على إيجاد صيغ جديدة للرفع من قدرتها التنافسية والتعزيز من مصادر قوتها فى إدارتها للصراع. ذلك أن الحفاظ على مصالحها يعد الضابط الرئيسى لقواعد اللعبة، إلى جانب القوة

وموازن القوى. ويبرز دور المعرفة، كقوة ناعمة تسهم في تغيير التفاعلات الدولية في مجال الصراع، بحسبانها ميزة تنافسية حقيقية يمكن للدولة من الاستفادة الكاملة من المعارف الواضحة، والمعارف الضمنية التي تعمم داخل بيئتها الداخلية والخارجية.

فدون مثل هذه الإجراءات التي تهدف لإدارة المعرفة، سيضطر صناع القرار تجديد دورة الحياة (السياسية، والمدنية، والحقوقية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية) باستمرار، عبر اللجوء إلى الخبراء والتجارب الخارجية التي لا يمكن تحمل تكلفتها، وانعكاساتها على الوعي الاجتماعي للشعوب، والمسار التاريخي للأحداث التي تتبنى المعرفة، كمحرك للقوة الناعمة، على ثلاث ركائز أساسية، الأولى: المعلومات كمصدر رئيسي للسلطة، الثانية: طبيعة التفاعل تجاه المعلومات، الثالثة والأخيرة: القدرة على الابتكار عبر استخراج عناصر للقوة من هذه المعلومات.

إن علماء الاتصال أدركوا أن وسائل الاتصال التي اندمجت وتفاعلت مع التطور التكنولوجي المتسارع، أضحت سلاحاً خطيراً ومؤثراً في إطار العلاقات الدولية، وفي المساهمة بصياغة محيط المصالح والغايات لجميع الدول، بينما الأسلحة المعلوماتية تعكس عدم تكافؤ هائل بين الفواعل، في شن حرب المعلومات. ففي عصر الكاميرا الرقمية والموقع الإلكتروني، قد يتمكن الطرف الأضعف (الذي يدرك تماماً أن وسائل الإعلام هي ظواهر معمولة) من عرقلة الادعاءات المزيفة للطرف الأقوى وتفنيدها والرد عليها في كثير من الأحيان، فقد أعاد التطور التكنولوجي والمعلوماتي تشكيل مفهوم القوة، وأعد ظهور فواعل جديدة.

وبات جلياً أن من يمتلك آليات توظيف القوة الإعلامية والمعلوماتية يصبح أكثر قدرة على تحقيق أهدافه والتأثير في أداء الفاعلين المستخدمين لهذه البيئة، فكان لثورة المعلومات والاتصالات انعكاساتها في ربط المصالح القومية للدول بالبنية التحتية الحيوية لها.

لذا، تتطلب القوة الإعلامية مضاعفة قوتها المعلوماتية وتطوير الإمكانيات بما يتناسب وتوظيف التقنية المستحدثة بشكل محترف، ما يتطلب توفير الآليات اللازمة لمواجهة تلك التحديات، فضلاً عن التنسيق بين مصادر القوة لتحقيق أهداف الدولة، والسعى لتحقيق التوازن بين مصادر القوة المختلفة.

إن التفاعل والاتصال سمة إنسانية منذ قديم الزمان وقد تعددت وسائل الاتصال قديماً من الاتصال الشفهي والمكتوب إلى أن تطورت الوسائل بعد الثورة الصناعية واختراع الصحف والإذاعة والتلفزيون وتواصل الأمر لعقود طويلة حتى اكتشاف الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وهو الحدث الأهم

الذي غير مسار التاريخ وجعل العالم قرية صغيرة ضيقة الأطراف وصولاً لما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام البديل واستخدام المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في نقل مجريات الأحداث وظهور مجموعة من المؤثرات الإلكترونية التي تنقل أفكار مختلفة للأفراد.

ورغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل أُلغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي.

ثامنا: الاعلام الجديد

يحظى الإعلام ضمن إطار ثقافي وتاريخي وحضاري سمات العصر الذي يولد فيه وخصائصه، وفي الواقع، فإن عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تحولات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محورياً أساسياً في منظومة المجتمع.

وأضحى المجتمع مفتوحاً ومتاحاً للجميع حتى لغير المتخصصين والدارسين لهذا المجال مما تطلب بذل مزيداً من الجهد في التفكير الناقد حيث غيرت هذه الوسائل التكنولوجية كل نواحي الحياة وخلقت أنشطة جديدة للأفراد والمجتمعات وتتمثل أهمية الإعلام في الآثار التي يحدثها من قيم وأفكار ومعتقدات فوسائل الإعلام هي مصدر المعلومات ومع التطور التكنولوجي أصبح مصدر المعلومة في وضع خطر فلا ندري ما مصدر المعلومة الصحيح وكيف نتعامل معه .

وتعد أهمية دراسة الإعلام الجديد نابعة من مدى وقوة تأثيره في الآونة الأخيرة على الواقع الاجتماعي والسياسي والأمني والثقافي وأيضاً لحدائثة المجال فنتيجة لذلك اتجهت الأدبيات النظرية والدراسات لتتناول هذا المجال الجديد الذي فرض نفسه على الواقع وأصبح منافساً للوسائل الأخرى بجداره مما يستدعي تحول الأنظار إليه .

وهذه الدراسة تسعى للبحث في ماهية الإعلام الجديد بجدالات هذا المفهوم وما هي أنماط التغيير التي طرأت على الإعلام بشكله التقليدي ليتحول إلى الإعلام الجديد وما هي الإشكاليات التي طرحها هذا المفهوم في واقعنا الاجتماعي والسياسي المعيش.

أ:نشأة الإعلام الجديد:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغييرا بنويا في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن التفاعلية والشبكية.

ب:مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الاجتماعي شأنه شأن مفاهيم العلوم الاجتماعية ليس هناك مفهوم شامل جامع ولكن تتعد التعريفات والأطروحات التي تناولت المفهوم وتعددت صور المفهوم فبعض يسميه بالإعلام الشبكي وبعض بالإعلام الإلكتروني وآخرون بالإعلام الرقمي في حين يطلق عليها أحيانا بالإعلام الشبكي أو إعلام المجتمع ورغم الجذور التاريخية للإعلام الجديد كمضمون إلا أن مصطلح الإعلام الجديد قد ظهر بشكل واضح في الآونة الأخيرة مع الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال ولقد تعددت الدراسات التي تناولت مفهوم الإعلام الجديد وانقسمت إلى محورين يركز أولهما على إدماج الإعلام التقليدي بالوسائل الحديثة (الكمبيوتر) والشبكة المعلوماتية بينما ينصب الثاني على تقنيات الاتصال الرقمي بالأساس والتي أدت حتمًا إلى ظهور أنماط جديدة من الاتصال الإعلامي والجماهيري.

ومن أبرز التعريفات المطروحة تعريف (لوجان) حيث يشير فيه إلى استخدام الوسائل الرقمية والتي تتميز بالفاعلية وثنائية الاتجاه في مقابل الوسائل التقليدية والتي تعتمد على الاتجاه الأحادي مثل التلفزيون والراديو والتي لم تتطلب في عملها أية تقنية والعديد من وسائل الإعلام الجديد نشأت عن طريق استخدام وسيلة قديمة والتطوير فيها على سبيل المثال ظهر التلفزيون عام 1948 وكان يعد إعلامًا جديدًا آنذاك لكنه لم يعد يصلح الآن هكذا، ولكن بإدماج التلفزيون مع الكمبيوتر من خلال تسجيل الفيديو الرقمي (نظام TiVo) يصبح إعلامًا جديدًا.

كما أن الإعلام الجديد يوصف بأنه العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة.

ونستنتج من خلال العرض السابق للتعريفات أن هناك حالتين تفرقان الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس التي تميزه وهي أهم سماته.

كما أن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تآنيان كنتيجة لميزة رئيسية هي (التفاعلية).

ومن خلال هذا العرض ننتقل إلى تبيان أوضح للفروق بين الإعلام الجديد والقديم.

تاسعا: مقارنة الإعلام الجديد بالإعلام القديم:

هناك اتفاق في صفوف الباحثين أن أهم ما يميز الإعلام الجديد هو التفاعلية والقدرة على دمج المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتنسيقها وإرسالها واستقبالها وتخزينها بمرونة عالية، وهناك عدة جوانب في الإعلام الجديد تميزه عن الإعلام القديم وتجعله منافسا قويا وبديلا له في الكثير من الأحيان، وقد ناقش ماكويل McQuail أوجه المقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم من أربعة جوانب رئيسية هي كالتالي:

أولا: من حيث النفوذ وعدم التكافؤ: حيث يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي بأنه أكثر انفتاحا وأقل احتكارا فتمكين الوصول إلى الإعلام الجديد أسهل وأسرع منه في الإعلام التقليدي كما أن المعلومات فيه لا تتدفق من مركز واحد إلى الأطراف ولا من الأعلى إلى الأسفل فقط، فحركة المعلومات في الإعلام الجديد تصدر من عدة اتجاهات، وتستقبل في عدة اتجاهات أيضا كما أنه من المعروف أن الحكومات لا تتحكم بالإنترنت ووسائل الإعلام الجديد ولا تضع لها التشريعات والأنظمة بنفس القدر الذي تضعه للإعلام الجماهيري التقليدي.

ثانيا: من حيث التلاحم الاجتماعي والهوية الثقافية: نظرا للاستخدامات المتنوعة للإعلام الجديد والتنوع الكبير في المستخدمين من حيث هوياتهم وأماكن تواجدهم وثقافتهم المتعددة فإنه يمكن الاستنتاج بأن الإنترنت والإعلام الجديد يؤدي إلى زيادة في التفكك والتشتت الاجتماعي، ولكن بالمقابل الإعلام الجديد يتيح ظهور أنواع جديدة من العلاقات الاجتماعية ويساعد على تشكيل جماعات وشبكات من الأفراد الذين تربطهم اهتمامات وأهداف مشتركة بطريقة لم تكن متوفرة في الماضي.

ثالثا: من حيث القدرة على إحداث التغييرات الاجتماعية والمساهمة في مشاريع التنمية: من زاوية النظر التقليدية فإن حملات التنمية والتغيير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي وتنظيم ذو اتجاه واحد ومجهودات جماعية مركزية بالإضافة إلى ميزانيات ضخمة في أغلب الأحيان، هذه الخصائص هذه الخصائص غير موجودة في الإعلام الجديد، حيث يغلب عليه طابع اللامركزية وتعتمد كثيرا على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة، ولكن أدوات ومضامين الإعلام الجديد قد تتفوق في هذا المجال نظرا لتنوعها وجاذبيتها لدى الجمهور وخواصها التفاعلية، كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية أو تطوعية وهي طريقة أكثر فاعلية من طريقة الإلقاء من طرف واحد.

رابعا: التعامل مع المكان والزمان: فيما يتعلق بتخطي حواجز المكان والزمان نجد أن الإعلام التقليدي في الواقع وصل إلى مرحلة من القدرة على تخطي حواجز المكان قبل ظهور وانتشار الإعلام الجديد، فالتلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبث الحي عبر الأقمار الصناعية ويتخطى حواجز الدول والبلدان وحقق بذلك تفوقا ملحوظا على وسائل النقل التقليدي التي سبقتة مثل السيارات والقطارات والطائرات.

لكن انتشار الإعلام الجديد ضاعف من هذه القدرة وخفف من أعباء الإرسال التقليدي الذي يتطلب تجهيزات وميزانيات ضخمة لتشغيله، كما أن الإعلام الجديد تحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز محددة وأماكن استقبال محددة، فالرسائل الإعلامية في عصر الإعلام الجديد تصدر من أي مكان إلى مكان آخر في العالم بسرعة فائقة.

ولكن من جانب العوائق الثقافية والاجتماعية، لا نستطيع القول أن الإعلام الجديد قد تغلب عليها جميعا أو تجاوزها بالكامل، فالملاحظ أن معظم الشركات الكبرى المسيطرة تقنيا وفنيا على مضامين الإعلام الجديد متمركزة في أمريكا وأوروبا كما أن اللغة الإنجليزية هي لغة التخاطب الأولى على الإنترنت.

أما من حيث التحكم بالوقت نجد أن الإعلام الجديد يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة منها مواقع مخصصة للأخبار ومواقع الشبكات الاجتماعية علاوة على مواقع المحادثات والدرشة، كما أن أدوات الإعلام الجديد توفر خاصية الأرشفة لاسترجاع المضامين من فترة زمنية سابقة قد تكون بعيدة جداً فيمكن استرجاع الأعداد القديمة من الصحف في أي زمن مضى من تاريخ صدور الجريدة ويمكن كذلك استرجاع البرامج الإذاعية والتلفزيونية القديمة وإعادة الاستماع لها ومشاهدتها بطريقة يصعب على الإعلام التقليدي توفيرها.

عاشرا:الإعلام الجديد والمشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام :

منذ ظهور وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) وهي تقوم بأدوار عامة ساهمت بدرجات متفاوتة في دعم الأوضاع السياسية للدول. وفي المجتمعات الغربية تعد وسائل الإعلام التقليدية ضرورة لا غنى عنها في دعم المسيرة الديمقراطية لتلك الدول، فهي تنشر الأخبار والمعلومات عن القضايا العامة والأحداث السياسية التي تهم الجمهور، وهي كذلك تطلع قادة الحكومات وأعضاء الأحزاب السياسية على وجهات نظر الجمهور واتجاهات الرأي العام.

1:مزايا استخدامات الإعلام الجديد في المجال السياسي :

بعد انتشار الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة أصبح استخدامه في عدة مجالات من بين الخيارات المطروحة خاصة وأنه يتيح خصائص جديدة مثل السرعة والوصول إلى أعداد كبيرة من الناس إضافة إلى ميزة التفاعلية، وهنا سنحاول تعداد مزايا استخدام هذا النوع من الإعلام في المجال السياسي:

يمكن أن يكون الاتصال تفاعلياً من جهتين، ويمكن أن يكون أحادياً أيضاً وذلك بحسب الغرض المطلوب.

أيضاً يمكن أن يكون الاتصال أفقياً بين أطراف متساوية أو عمودياً بين المركز والأطراف.

تقليص دور الإعلام التقليدي كوسيط بين المواطن والسلطة السياسية

تخفيض التكاليف في الإرسال والاستقبال مقارنة بتكاليف الإعلام التقليدي.

الفورية في الاتصال وسرعة تبادل المعلومات والآراء.

تقليص الحواجز والعوائق المادية والاجتماعية التي تعيق التواصل في الإعلام التقليدي.

2: مساوى الإعلام الجديد:

وتتمثل مساوى الإعلام الجديد في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة. حيث إن أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى

وأما عن أشكال المخاطر الأمنية المتأتية عن الإعلام الجديد فهي: مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف، مخاطر متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة، مخاطر متعلقة بإثارة النعرات الطائفية والعنصرية، ومخاطر متعلقة بالجريمة الجنائية الرقمية.

حادي عشر: سلبيات الإعلام الجديد:

صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.

ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والارهاب.

عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.

ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

الإشكاليات المتمخضة عن الإعلام الجديد

تحمل وسائل الإعلام الجديد في ثناياها العديد من الإشكاليات والتي إن كانت موجودة من قبل لكن هذه الوسائل حفزت من ظهورها بشكل واضح وزادت من اختناقاتها وتأزمها وتعدد هذه الإشكاليات

لكن سوف تركز هذه الدراسة على بعض منها كالهوية والأمن القومي والمعلوماتي إضافة للثقافة السياسية وستتناول ذلك بشيء من التفصيل كل منهم على حدى.

1: إشكالية الهوية

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

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

والحديث عن إشكالية الهوية لا ينفصل عن اللغة فلا نجد جماعة من البشر لها نفس الهوية إلا ولها نفس اللغة وفي كثير من الأحيان تسعى لفرض لغتها هذه ولعل النموذج الشهير على ذلك الكرد فرغم أنهم يتوزعون على أكثر من دولة إلا أنهم ينتمون فقط لقوميتهم وهويتهم ويتحدثون لغة واحدة رغم

اختلافها عن باقي أقاليم الدول المتواجدين فيها , فاللغة هي التي تصون وتحمي الهوية وهي تحيا بالاستعمال والتداول ونتيجة للوسائل التكنولوجية الحديثة هذه تبعثرت الهويات ليسود نموذج ثقافي وحيد ويصيح هو المركز وهو ما يُعرف باسم المثاقفة حيث انحسار الهويات المختلفة في ثوب جديد وهذا بالتأكيد سلبي حيث ما هو إلا قضاء على ثقافة لصالح أخرى ومثال على ذلك نجد ضعف اللغة العربية بسبب هيمنة اللغة الإنجليزية على الشبكة المعلوماتية (الإنترنت).

2: إشكالية الأمن المعلوماتي والأمن القومي

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

أ: الأمن المعلوماتي

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

ب: الأمن القومي

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

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

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

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

ج: إشكالية الوعي والثقافة

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

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

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