



جذلية الفضاء العمومي والإعلام الجماهيري في القرن الحادي والعشرين

The dialectic of public space and mass media in the 21st century

* بوبكر الصديق بن شويخ

كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3، benchouikhbs@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2020/7/21

تاريخ القبول: 2020/4/21

تاريخ الاستلام: 2020/2/20

ملخص:

يتمحور موضوع هذه الورقة البحثية حول مفهوم الفضاء العمومي البورجوازي، وعلاقته بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي اعتبرها البعض امتدادا له، في حين صورها البعض بأنها وسائل هيمنة وسيطرة، وتقييد للحريات والممارسات السياسية. وعلى هذا الأساس، حاولنا الإحاطة بمختلف الآراء والمواقف، من خلال تقديم وجهة نظر تحليلية نقدية من أجل إثارة النقاش وإبراز العلاقة القائمة، بين الفضاء العمومي البورجوازي ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين.

الكلمات المفتاحية: الفضاء العمومي، وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وسائل الإعلام الجديدة، حرية التعبير، الديمقراطية.

Abstract:

The subject of this research paper revolves around the concept of bourgeois public space, and its relationship to the mass media, which some considered an extension of it, while others described it as the means of domination and control, and a restriction of political freedoms and practices. On this basis, we tried to capture various opinions, by presenting a critical analytical view in order to stimulate discussion, and highlight the relationship that exists between the bourgeois public space and the mass media and communication in the 21st century.

Keywords: Public space, mass media, new media, freedom of expression, democracy.



1. مقدمة:

هناك فكرة تشكلت على نحو متزايد في الديمقراطيات الغربية منذ خمسينيات القرن الماضي، وهي أن انتشار وسائل الإعلام، أصبح يشكل قوة أكثر وضوحاً، كما أصبح تأثير السياسة أضعف بشكل مطرد، ويتجلى ذلك في الكم الهائل من وسائل الإعلام، وفي تنوع الأذواق والرغبات الفردية، وفي تجزئة العلاقات الاجتماعية. كما أنه لا يكاد يتنازع اثنان حول الدور الذي لعبته، ولا تزال تلعب وسائل الإعلام، وهو دور حاسم في ديناميات ما بعد الحداثة، فقد ساهمت وسائل الإعلام بلا شك في تحول التقليد والقواعد الصارمة، والأيديولوجيات المهيمنة، من خلال تآكل أشكال معينة من الحياة المجتمعية مثل الحي، والمقهى، والنادي وغيرها، والتي كانت تعد فضاءات عمومية حقيقية للتواصل السياسي، الأدبي، والاجتماعي.

وقد كانت هذه المجالات هامة للتفاعل الاجتماعي حتى القرن التاسع عشر، حيث استطاع التلفزيون في نهاية المطاف تغيير أنماط عيش الناس، الذين أصبحت حركاتهم وتصرفاتهم مضبوطة للتوافق مع مواعيد نشرات الأخبار، وبراج الحوار، والترفيه وغيرها، كما تمكن التلفزيون من تغيير مظاهر الحياة الاجتماعية وتخطيط الأشكال التقليدية، أكثر فأكثر مع زيادة عدد أجهزة الاستقبال العائلي. رغم أنه كثيراً ما يقال أن وسائل الإعلام تجعل الجمهور سلبى، إلا أنه لا يمكن اغفال قدرة هذه الوسائل على تطوير آليات النقد، والتعبير عن الآراء، وبالتالي اتخاذ أدوار نشطة، ورفض قبول كل شيء، بالإضافة إلى جبر القوى السياسية لإثارة مواضيع للنقاش عبر القنوات الإعلامية، مما يسمح للأفراد بالتعبير وابرار ردود الأفعال بواسطة المشاركة على المباشر في النقاش المذاع.

2. الأبعاد السياسية والديمقراطية لوسائل الإعلام الجماهيري

1.2 وسائل الإعلام والديمقراطية:

يستخدم مفهوم "الديمقراطية" عادة للإشارة إلى حقوق ومسؤوليات المواطنين في الأنظمة الليبرالية، والتي تعني إرادة الشعب، من خلال التمثيل الديمقراطي للنواب في مختلف المجالس المنتخبة، مما قد ينطوي على ضمانات بطريقة تخدم أو تمثل الشعب، وهذا ما ينطوي عليه مفهوم "هابرماس" الذي يؤكد أن النموذج المرغوب فيه للديمقراطية هو الذي يمكن كل المواطنين من التعبير عن أفكارهم وانتماءاتهم الثقافية والعرفية ويمكنهم كذلك من التفاهم على اقتراحات مقبولة من الجميع، وهذا النموذج لا يمكن له أن يتأسس إلا إذا ارتبط بالمناقشات العمومية (حسن، 2012، ص189).

لذا من الواضح أن تلعب وسائل الاتصال الجماهيري دوراً أساسياً في بناء النسيج السياسي للديمقراطية لأنها أكثر الوسائل المتاحة انتشاراً (إمري، 2000، ص34)، كما تؤدي دوراً حاسماً في العملية السياسية الحديثة، لأن النظام السياسي يتطلب نوع من الاتصال مع المواطنين للحصول على التزكية، إذ تستمد الحكومات مشروعيتها من خلال السماح بتواجد صحافة حرة، رغم أن هذه الوساطة ليست محايدة دوماً ولكنها ضرورية في الممارسات السياسية. مما يجعل الهدف الضمني لدى وسائل الإعلام الليبرالية، هو الفرد الذي كان دوماً أساس الوحدة الاجتماعية والسياسية الأساسية داخل التقاليد الديمقراطية، إذ يمكن للمرء أن يصبح بعداً للمشاركة العامة في العمليات السياسية، حيث يمكن لأعضاء المجتمع السياسي المشارك في تشكيل الخطاب، ويصلون إلى تفاهم، ويقدمون تنازلات، ويصوغون آراء حول شؤون خاصة وعامة (فينليسون، 2015، ص117).

إن ما يتم سنه من سياسات من أجل المصلحة العامة، تلزم كل الأطراف بالسماح للناس العاديين بالمشاركة في العملية السياسية من خلال عضوية الأحزاب السياسية والنقابات، وكذا الحق في التصويت، والمعارضة، وما إلى ذلك، في ظل مختلف



التشريعات والقوانين، التي بموجبها يحصل المواطنون على حقوق تكفل لهم امكانية المشاركة المتساوية في بلورة الإرادة العامة التي تكتسي طابع المؤسسة القانونية لتقرير ارادتهم السياسية (مصدق، 2005، ص191). وهكذا فإن وسائل الإعلام تعمل على تعزيز المثل الديمقراطية لدى المواطنين من خلال عملية بث وتقديم المعلومات، عن طريق البرامج ونشرات الأخبار، حيث يتبع مفهوم الديمقراطية الإعلامية الاستجابة لتحرر أسواق البث، وتركيز ملكية وسائل الإعلام الجماهيري.

كما أن العلاقة بين الإعلام والديمقراطية الحق في تبادل المعلومات والمشاركة عن طريق وسائل الإعلام، بوصفها شبكة لتوصيل المعلومات ووجهات النظر لأفراد الجمهور، كما تعد امتدادا للعلاقة القائمة بين الديمقراطية والفضاء العمومي الذي يعد حسب تعبير البعض "نظاما ديمقراطيا" مفتوحا لكافة المواطنين الأحرار الذين يرغبون في المشاركة في الحياة السياسية. وهنا تظهر جليا العلاقة المتعددة بين الفضاء العمومي البرجوازي ووسائل الإعلام الجماهيري، خاصة وأن الديمقراطية الإعلامية تركز على إنشاء نظام إعلامي يفرض إلى تنوع الأصوات والآراء التي تؤدي إلى توطيد النقاش المستنير بين مختلف الأفراد، ذلك أن القدرة النقدية والتأملية تمكن الإنسان ليس من فهم ذاته وتشكيل رؤية عميقة بها، بل الدخول في علاقات اجتماعية تعمق من هذه الرؤية من خلال انخراط الذات مع غيرها (بن تومي، 2014، ص194). ومنه يتشكل مفهوم الثقافة الجماعية بشكل متزايد في الأماكن العامة كالأكاديميات، المنتديات السياسية، الدور الأدبية وغيرها، أين يتم استغلالها بشكل مكثف من خلال النشر، عبر الصحف، الإذاعة والتلفزيون، حيث بات هذا الأخير يحتل لدى الدول الغربية موقعا مركزيا في صنع السياسة بفضل توافق عام حول دور التلفزيون في المجتمع وقبول عام لاستقلالية البث التلفزيوني كمبدأ سياسي (جرن والد، 2005، ص22).

فالمناقشات الرسمية التي تستند أكثر فأكثر وعلى نحو متزايد على الهيئات السياسية في ظل القوانين والمبادئ التي تسنها الدولة كالمساواة في الحقوق، والمشاركة، وحرية التعبير، وحرية الصحافة، والتجمع وتكوين الجمعيات، وغيرها، تشير إلى التنوع داخل الدولة، الذي يقابله تنوع في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لأن الإيمان والإقرار بوجود مبدأ الاتصال الجماهيري يؤدي بالضرورة إلى وجود رأي عام تعددي (زرن، 2016، ص50). إذ أنه بفضل التلفزيون يتم فسخ المجال للنقاش العام، كما يمكنه أن يؤدي إلى خلق نوع من التواصل من خلال العديد من القنوات، مما يضمن تبادل متساو وعمومي، ذلك أن النقاش عبر وسائل الإعلام متاح لكل فرد من أفراد الجمهور، وبالتالي يصبح باستطاعة الفرد مراقبة النقاشات والاطلاع على مختلف المواقف، عن طريق الوصول إلى قنوات الاتصال المتنوعة والمختلفة.

لكن وعلى الرغم من الطبيعة اللامركزية للمشهد الإعلامي لدى الدول الليبرالية، إلا أن ذلك لا يمكنه أن يحقق بشكل كلي التنظيم التداولي، خاصة إذا كان عدد قليل من الناس يسعون عبر المشهد الإعلامي إلى طليعة الاعتراضات على الأفكار المقترحة والرد على الحجج التي سبق طرحها، مما قد يؤدي إلى عدم التماثل الذي قد يحول دون المساواة الكافية، خاصة إذا أعطي المتكلمون الذين يمثلون الأغلبية تمثيلا غير عادل لنقاط الرأي الموجودة داخل المجتمع.

من المسلم به أن تبلور النقاش يندرج في مؤسسات سياسية وأخرى اجتماعية كالأحزاب، ولنقابات، الجمعيات والرابطات، وغيرها، التي تجمع بين الخطب والبرامج، وتحدد المشاكل والمطالب، وتواجه بعضها البعض بواسطة وسائل الإعلام الجماهيري، ومع ذلك فإن شروط عملية التنازع المتنازع عليها لا تعتمد إلا على أقوى المنظمات، ولا سيما للمؤسسات السياسية. وعليه يرى البعض أنه على الرغم من أن مشاهدي مباريات كرة القدم على شاشة التلفزيون يكون عددهم أكثر بكثير من مشاهدي المناقشات السياسية أثناء الانتخابات والحملات الانتخابية، إلا أن هذا لا يظهر بأن هناك نقص في الاهتمام بالحياة السياسية،



بل يدل على أن المشاركة السياسية أصبحت انتقائية، وأن الشيء الذي تغير هو أن المواطنين لم يعودوا مدفوعين بدوافع سياسية حتمية قاطعة، بالمقارنة مع الماضي حينما كان التلفزيون يسمح لعدد أكبر بكثير من المواطنين بالوصول إلى الميدان السياسي. ومنه فإن الدور الأساسي للإعلام هو تهيئة الظروف للنقاش العام، وهو سمة ثابتة للخطاب الديمقراطي المعاصر، حيث يتيح الإعلام للجمهور فرصة الكشف عن الوقائع وتحدي الأفكار، وبالتالي تصبح الرقابة تضطلع بمصالح الشعب، وقوة مضادة تحد من نطاق الانحراف من جانب السلطات القائمة، بوصفها هيئة مسؤولة، مهمتها الرئيسة الكشف عن المعلومات التي لا ينبغي أن تظل مخفية، أو مطموسة، باعتبار أن السياسة كانت دائما "تواصلية"، وهي سمة أصبحت أكثر وضوحا في عصر الاتصال الجماهيري الحالي وثقافة الاتصال (Gilles, 1990, p114). لذا بات من المتوقع أن تصبح المناقشة العامة ذات طبيعة تداولية، عندما يطلب من الجمهور التعبير عن إرادته، أو بعبارة أخرى فإنه يمكن تبادل الآراء والأفكار بشأن موضوع ما على أساس المساواة، رغم أنه من غير الممكن إعطاء الجميع حق متساو في التعبير عن أنفسهم.

ويتزامن تطور الديمقراطية الجماهيرية في البلدان الغربية تاريخيا مع تعزيز وسائل الإعلام الجماهيرية باعتبارها مؤسسات مهمة في الفضاء العمومي (Dahlgren, 1994, p243)، تساهم في تقويض سلطة النخبة إلى سلطتهم المجردة أو المتحيزة، وهذا بواسطة تحرير القيود المفروضة على البث لتشجيع المنافسة وفقا لقوى السوق واستجابة لمطالب الجمهور. إذ أنه أصبح من الممكن تبلور النقاش وتشكل المشاركة العامة لدى المواطنين عبر عملية التواصل السياسي، وهي صورة شبيهة بالفضاء العمومي حيث تبني العلاقة بين السلطة القائمة والمواطنين، لتصبح وسائل الإعلام عبارة عن فضاء سياسي عام، رغم أن "هابرماس" يرى أن وسائل الإعلام الجماهيرية على أنواعها لها مستويات أخرى من التأثير العكسي (Habermas, 1992, p188). كما أنه هاجم في وقت سابق وسائل الإعلام، باعتبارها فضاء شبه عام ومجال للعلاقات العامة بين المشاهدين، تعمل على خلق مجتمع خاص والأفراد فيه مجزؤون، مما يصعب عملية تشكيل رأي عام عقلائي يمكن أن يعارض السلطة القائمة، أي ليس فضاء عمومي بديل للنقاش العام الحقيقي، ذلك أن الاستنساخ الإعلامي وإعادة الإنتاج بدأت تحل محل الأصالة ومحل الأشياء الحقيقية التي تمثلها (وهولبورن، 2010، ص85).

ولكن ورغم ذلك فإن هناك من يؤمن بوجود شكل من المثالية في الاتصال العام عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، إذا ما كان غير مقيد من قبل الرقابة، والذي ينشأ بالموازاة مع مثالية الجمهور الذي تكمن قوته في القدرة على تحقيق الإجماع الحاسم بواسطة التواصل الذي يعتبر ضروريا في المشاركة في العمليات السياسية الديمقراطية. وهو ما يعكس الموقف المناقض "هابرماس" إذ يشعر الكثيرون أن وسائل الإعلام تعد قوة، يمكن تسخيرها من أجل الصالح العام، ومنه الميل إلى التقليل من شأن الطبيعة المعقدة والمتناقضة لوسائل الإعلام، لأنها تمهد الطريق للهروب من السيطرة المؤسسية، وبشكل أكثر إيجابية فإن وسائل الإعلام يمكن أن تضيف الشرعية على الجمهور من خلال حل وسط عن طريق توليد توافق في الآراء بين المعارضة والمجموعات المهمشة.

وهذا ما يراه العديدون ممن يعتقدون أن التلفزيون يمكن أن يساهم في بناء الديمقراطية بدلا من هدمها، وهو ما يلح علينا ضرورة تغيير نظرنا السلبية لوسائل الإعلام بشكل عام، والتلفزيون على وجه الخصوص، فهو ليس قوة قاهرة، ولا يجسد الشر، فوسائل الإعلام لا تدمر الفرد ولا الفضاء العمومي، بل إنها تعمل بدلا من ذلك على بناء فردانية ما بعد الحداثة، والآلية السياسية والأيدولوجية التي يمكن أن تسهم في ديناميكية الحركات الاجتماعية المشحونة عاطفيا، وباختصار فإن وسائل الإعلام الجماهيرية تعمل على بناء ديمقراطيات ما بعد الحداثة استجابة للرغبات الفردية لتحقيق الاستقلال الذاتي والتعبير عن النفس. إذ يعتقد الأستاذ "عشور في" (استاذ وباحث في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3) في مقاله المنشور على موقعه أن: "بجيء



وسائل الإعلام الجماهيري (خاصة الصحافة) أعطى للفضاء العمومي امتدادا جديدا مهما فصارت وسائل الإعلام تمارس الوظيفة النقدية التي بدأها النوادي النخبوية. ومع بروز الإذاعة في العشرينيات من القرن العشرين ثم هيمنة التلفزيون منذ الأربعينيات أضحت لوسائل الإعلام نفوذ جديد على وعي الجمهور وأصبحت وسائل الإعلام الجماهيري أكثر فعالية" (فني، 2019).

2.2 التعبير السياسي:

لقد أصبح التواصل السياسي خلال الفترات الانتخابية حدثا خاصا، والذي على ضوئه تبرز مختلف النماذج والممارسات السياسية، فغالبا ما يحكم تغطية البث السعي وراء الحفاظ على فرص متكافئة في الحياة السياسية، لأنه وبالمقابل عندما يمارس عدد كاف حريتهم في التعبير، ينشأ الإعلام الحر/ الصحافة الحرة وبشكل أكثر عمومية تتطور ثقافة مشتركة تعود بالفائدة والنفع على جميع المواطنين (فينيلسون، 2015، ص119) إذا ما تمسك المذيعون بمعايير المناقشة فيها. الأمر الذي من شأنه أن يضمن المساواة في الحصول على فرصة المشاركة في البرامج المذاعة والتي تحتوي على مضامين سياسية خالصة، تبث مسجلة أو مباشرة على الهواء خلال الأيام التي تسبق الانتخابات، حيث يتم تحديد للموضوعات السياسية على أساس المعايير المتعلقة بتمثيل كل الأطراف، وبذلك يحق للأحزاب السياسية، والائتلافات، والمرشحين الظهور والتعبير عن برامجهم وخططهم عن طريق حلقات الحوار، وكذا الإعلانات السياسية على وسائل الإعلام الوطنية.

وهنا يمكن لمثل هذه الرسائل أن تكون مفيدة عند استطلاعات الرأي العام لمعرفة السلوك الانتخابي المحتمل وأخذ فكرة عن نتائج الانتخابات. فالأحزاب السياسية وجماعات الضغط، والجمعيات الخيرية وغيرها، التي تعتمد على علاقتها بوسائل الإعلام والاتصال، والتي قد تولد نوعا من الرأي شبه العام، بواسطة ممثلهم داخل الفضاء العمومي، عن طريق الإفصاح عن الأفكار والبرامج التي قد تسهم في مناقشة عامة عقلانية، ومن ثمة التأثير على العمليات السياسية. وهذا ما جعل "نانسي فريزر" ترى بأن وسائل الإعلام يمكن أن تسهل عملية التعبير عن المصالح السياسية والاجتماعية المختلفة من أجل تشكيل حل وسط بواسطة العمل بين المواقف عن طريق التفاوض، الأمر الذي يدعم تطور الرأي العام، الذي بدوره يحد من توغل السيطرة البيروقراطية والسياسية في حياة المجتمعات الحديثة، حيث يصبح الإعلام ضرورة ملحة لبناء المجتمعات المدنية (بسيوني، 2014، ص7).

ومنه فإن التعبير السياسي في وسائل الإعلام يخضع لمجموعة واسعة النطاق من التدابير التنظيمية التي تسعى بالتناوب إلى التمسك بمعايير معينة في النقاش السياسي، بعيدا عن المراقبة أو تقييد أنواع معينة من المحتوى المتعلق بالتعبير السياسي، أو تقييد طرائق توزيع التعبير السياسي لضمان أو تعزيز أنواع معينة من المواد التي يتم بثها مثل الأخبار، الشؤون الجارية والرسائل الرسمية من أجهزة الدولة، وغيرها. بالتالي التخلص من هيمنة الحكومات والجهات الفاعلة والمسؤولة على تقييد حرية التعبير، وهو التهديد الرئيسي الذي ينظر إليه الكثيرون على أنه للمتسبب الرئيس في انهيار الفضاء العمومي، لأن ذلك يؤدي إلى فقدان التنوع في وسائل الإعلام، على الرغم من الزيادة الكبيرة في قنوات البث المتاحة.

وفي المقابل فإن أفضل طريقة لمعرفة الحقيقة هي التبادل الحر للآراء (العاري، 2011، ص37)، من خلال قياس درجة حريات التعبير لدى الأفراد، لأن حرية التعبير السياسي هي قلب المجتمع الديمقراطي، بما في ذلك انتقاد المسؤولين المنتخبين أو التعليق على المسائل السياسية بشكل علني، بواسطة نقد الأداء العام للسياسيين، والتعليق على السلطات العامة، التي لها صلة مباشرة بالأمر التي تستحوذ على الاهتمام العام. من خلال تحول التركيز أكثر على الحق في الحصول على المعلومات، والحق في نقل ونشر المحتوى، من أجل وضع حد لبعض القيود التي فرضت على حرية التعبير بدعوى حماية المصالح الاجتماعية



كالخصوصية، أو النظام العام، أو إقامة العدل، وغيرها، من خلال تحديد الأولويات كالحق في الحصول على المعلومات بدلا من تعزيز مفهوم الحق في ممارسة النشاط السياسي وحرية التعبير.

ومنه فإن تنفيذ سياسة عدم التمييز التي تهدف إلى حماية حرية التعبير الفردية، لأن أفضل اختبار للحقيقة هو الأفكار التي تؤدي إلى تقبل الآخر، وفي النهاية إلى اعتماد آراء حقيقية، وهو ما من شأنه أن يرسخ مبدأ "الديمقراطية التداولية"، عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتعزيز الآراء الأكثر استنارة، والمبررة والصحيحة. مما يجعل محاولات وضع قواعد تداولية في مجال الاتصال الجماهيري تستند إلى التنظيم الذاتي للذين يختارون المعلومات، أو على الأقل الصحفيين والمهنيين الذين يعتبرون أنفسهم يساهمون في حسن إدارة وتسيير المناقشات السياسية أو العامة، إذ يستوجب عليهم التنازل عن أدوارهم الرئيسية كحراس بوابات، الذي يعد في نظر العديدين إذا ما تحقق انتصار حقيقي للمناقشة الديمقراطية.

إن حرية النقاش السياسي هو جوهر مفهوم المجتمع الديمقراطي، ويؤخذ عموما إدراج المناقشات بشأن المسائل ذات المصلحة العامة معنى أوسع من المصطلح. لذا تنص معظم العهود الدولية والتشريعات الإعلامية على حرية التعبير، الذي يشمل حق إبداء الرأي، واستيفاء المعلومات والأفكار، ونقلها وتداولها دون تدخل من قبل السلطة العامة، وبغض النظر عن الحدود، ذلك أنه من المنظور الاجتماعي والسياسي ينظر إلى الصحافة على أنها السلطة الرابعة، والوحيدة القادرة على ضمان حق المواطنين في الحصول على المعلومة (راضي، 2014، ص101). لذا فقد أصبحت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري اليوم تعد أهم الوسائل المعنية، والمسؤولة عن نشر المعلومات، الأفكار، ومختلف أشكال التعبير، لا سيما تلك ذات الطابع السياسي، لأن حرية النقاش السياسي شرط لا غنى عنه في الديمقراطيات السوية، التي تشكل بدورها أساس أي نظام ديمقراطي، حيث تضطلع بمهمة نقل المعلومات للجمهور الذي لديه الحق في الإحاطة بالأخبار التي تمه.

3.2 وسائل الإعلام وتشكل الرأي العام:

إن الأماكن العامة المعاصرة أكثر تنظيما في صورة وسائل الإعلام، التي يمكنها أن تسهم في إعادة تشكيل الجماعة، لأن بإمكان وسائل الإعلام أن تتحسس الرأي وتبرزه، فالخطاب التلفزيوني لا يكتفي بنشر الرسائل فقط، وإنما يسهم في تشكيل الواقع (أبو عرجة، 2013، ص204)، مما يعني أنه ليس لدى وسائل الإعلام الحق في الحكم أو إبداء الرأي، ولكن يمكنها أن تعمل على تنويع المصادر لتلبية الأذواق، من أجل ترك حرية الاختيار للجمهور. وهو الأمر الذي يفسر تعددت كتابات "هابرماس" حول التطور التاريخي لمفهوم ومعنى "الرأي العام" في انكلترا، فرنسا وألمانيا، وهو مفهوم يقصد به قدرة الجمهور على إصدار الأحكام وتبني المواقف، أي هو جمهور قادر على التعبير، فالرأي العام هو ما يصل إليه المجتمع الواعي بعد تقليب وجهات النظر المختلفة والآراء المتعارضة (كاني، 2015، ص22).

كما خلصت "إليزابيث نويل نيومان" في دراستها الاجتماعية حول تطور الرأي العام، إلى أن الأشخاص القادرين على التعبير مسؤولون عن آرائهم بشأن قضايا المجتمع، غير أن الصور النمطية للجمهور، تغذي استراتيجيات الإقناع والتلاعب، والتي تعد من الآليات التي تنتج الرأي العام، والذي تساهم الفئات الاجتماعية في نشوئه وبلورته، عبر تدابير مختلفة بالنظر إلى أنها هياكل متحركة تؤدي إلى تفاعل الأفراد داخل تلك الهياكل. لذا فإن الرأي في معناه هو استخدام فكرة تساعد الناس على تبسيط الواقع، مقارنة مع الأحداث الحاصلة. حيث أنه على المستوى الاجتماعي، على سبيل المثال هو عملية نشر المعايير التي تساعد على خلق الحكم الفردي انطلاقا من النماذج التي يمكن أن تنتقل وتورث، لأن تشكيل الرأي العام يستند على مدى قدرة الفرد



على تغيير الواقع، حيث بموقع "هابرماس" خطابات المواطنين باعتبارها تشكيلات لرأي قادر على التأثير في المؤسسات (دولا فيكتور، 2015، ص56).

وعليه فإن العناصر التي تسهم في تشكيل الرأي العام يمكن أن تنجم عن مجموع المعوقات الرقابية، والحوافز المادية أو الاجتماعية كاللغة، والعناصر العاطفية، والوظائف الروتينية... إلخ. ويتم تحليل الرأي العام من خلال تسليط الضوء على تلك العناصر التي تضفي عمقا عموميا أو اجتماعيا، وبالتالي فإن الرأي العام يستمد من مزيج من الطموحات، والأحكام، والمعتقدات، والعواطف، التي لا تفتأ تنتشر وتعتنق تدريجيا من جانب جميع الأشخاص (الرضا وعمار، 2013، ص19). لذا فالبعد الاجتماعي للرأي العام، يعد من العناصر التي يمكن أن ينظر إليها على أنها نتاج التواصل داخل شبكات العلاقات الاجتماعية، فعملية التكيف الذاتي التي يمكن أن يؤدي بها التداول الحر لإنتاج الآراء، تعد أمرا حاسما للوصول إلى الاعتراف بحق كل إنسان في التعبير عن نفسه بحرية، حتى يكون كل فرد مساو للآخرين في المناقشة العامة.

ومن جانب آخر فإن عملية التفكير في الشأن العام، قد لا تؤدي وحدها إلى خلق الرأي، حيث أصبحت الفضاءات العمومية تنظمها وسائل الإعلام بواسطة التعبئة العاطفية، مع اتاحة فرص التعبير عن المشاعر، وليس مجرد التعبير عن الأفكار التي تنتمي بشكل أو آخر إلى شكل من أشكال الهوية السياسية. كما قد يستند الرأي العام ببساطة إلى الحق الفردي في حرية التعبير، في ظل القوانين الإعلامية، في حالة ما إذا كان الغرض منه تسهيل مهمة الصحافة المتمثلة في إقامة مناقشة مشتركة، حيث جادل "هابرماس" في مساعدة الصحافة على صياغة مشاعر سياسية مشتركة، وتسمح للمجتمعات الحديثة بدمج أخلاق المجتمع مع عقلانية الدولة (Jack & Burton, 2009, p34). فالمناقشات التي تتم في الفضاءات العمومية، التي تدار فيها الحوارات السياسية، وتتناقلها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والتي يرحى من ورائها خلق الرأي العام الذي يعد أداة لتحقيق التواصل داخل المجموعات الصغيرة كالأسرة والمدرسة، وكذا مختلف المؤسسات داخل المجتمع، خاصة السياسية التي تسعى وسائل الإعلام دوما لتسليط الضوء عليها من أجل تشكيل آراء الجماهير حولها في الفضاءات العمومية، من شأنه أحداث تغييرات جزئية أو عميقة على الساحة السياسية والاجتماعية.

إن التعبير عن الآراء بواسطة وسائل الإعلام والاتصال التي تدعم على نحو فعال، إمكانية تشكل الرأي العام ضد الوضع القائم أو السلطة، باعتبار الجمهور بناء مستقل لا يجوز إخضاعه لرقابة المؤسسات السياسية، مما يدفع الحكومات الديمقراطية إلى تقييم الآراء وردود الفعل، فيما إذا كانت عبارة عن رأي عام معبر عنه يستلزم اتخاذ إجراء أم لا. وهو ما يدفعنا بالقول في آخر المطاف أن الفضاء الذي تتيحه وسائل الإعلام لمناقشة القضايا التي تهم تنظيم الحياة الاجتماعية وتطورها، وكذلك الفضاء المخصص لتبادل الأفكار والآراء بغاية اضفاء الشرعية على ما يتأسس ويتقرر في المجتمع، من فكر ومناهج لبناء الواقع وإدارته (الحيدري، 2014، ص106)، يمكن أن ينتج رأي عام حقيقي.

3. الفضاء العمومي ووسائل الإعلام الجماهيري

1.3 النقاش السياسي في وسائل الإعلام:

منذ حوالي قرن من الزمن، أشار "والتر ليبمان" إلى أن مشكلة الصحافة مشوشة لأن النقاد يتوقعون أنها ستعوضنا عن كل ما لم يكن متوقعا... وأن نظرية الديمقراطية التي تسعى إلى تحديد الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام اليوم لا يستوجب بموجبه أن نطالب الصحفيين بتهيئة الظروف المناسبة للنقاش العام، وهذا يعني أن للتوقع من النظرية الديمقراطية هو أن تضع معايير عالية للنقاش والتشاور، حيث يعد مفهوم التشاور من المفاهيم المركزية لأنه يعطي للفرد حق النقد ورفع دعاوى صلاحيته في إطار فضاء عمومي ديمقراطي يكون فيه الحق متكافئا بالنسبة للجميع (الحيدري، 2006، ص75). مما يجعل تشكل هذه المعايير جزءا لا



يتجزأ من المشروع السياسي الذي يتمثل في الاعتراف بحق كل شخص في التعبير، ولو بشكل غير مباشر أو غير كامل أو حتى متقطع، لأن الفكرة القائلة بأن الصحافة لديها تأثير على المحتوى في نظر البعض مشكوك فيها، وعلاوة على ذلك فإن الميزة الرئيسية التي يوفرها نظام "الإعلام" قد تعززت بإمكانية تنظيم النقاش العام.

في حين أنه من غير المرجح أن يكون الظهور على نحو كاف ومتساو مكفول، مع ضمان تبادل الأدوار، لأن هذا التنظيم وهذا التبادل قد يخضع إلى مجموعات سياسية، أو حتى اجتماعية معينة تسعى لخدمة مصالحها الخاصة، حيث يمكن لعدد من الفاعلين القيام بممارسة الضغط على وسائل الإعلام الجماهيري بشكل مؤثر وقوي. ومن هنا تبرز الحاجة إلى الصحافة المهنية، التي تنجم عن الحاجة إلى تحقيقات تكشف الحقائق، وعن الحاجة إلى اختيار مناسب لمحتوى وسائل الإعلام، من خلال المساعدة على عقلنة عملية الانتقاء، التي هي دائما ذاتية وغير قابلة للجدال، بفضل تكريس المثل العليا للمداولات التي تعكس بشكل كبير دور "الصحافة" في المجتمعات الديمقراطية. كما أن المداولات الديمقراطية عبر وسائل الإعلام الجماهيري لديها شروط مسبقة عديدة، أهمها تعميم المواقف التي صيغت، وتحقيق المساواة من أجل ضمان عدم تهميش أي وجهة نظر، وأن تستجيب المناقشات للآراء المتضاربة بشكل فعال، وكذا خلق تآلف واضح، عن طريق التبريرات، والتبريرات المضادة، والحجج التي تقابل الحجج للإيفاء الاستدلالي بمتطلبات الحقيقة (هابرماس، 2001، ص372)، التي تتطلبها الطبيعة التداولية والديمقراطية.

فقد أصبح من الملاحظ أن دور وسائل الإعلام قد توسع، من وسائل لضمان العمل الأساسي لهذه الوسائل، ولتمثيل في جمع وإعادة إنتاج المعلومات الموثوق بها، لتصبح منابر للنقاشات العامة، ومنتدى للحوارات السياسية، علاوة على كونها مصادر للترفيه، ومنصات للإعلان، وأدوات للدعاية، ومساحات للإنتاج الثقافي، وبؤرة لتجمع أو تقسيم الهويات، بعد أن كانت الغاية من إنشاء الصحافة، هو تكريس عملية الإبلاغ عن الأخبار التي تقوم على إحداث فرق واضح بين الحقائق والآراء، بهدف إعادة البناء والتعليق على الشؤون الجارية.

لذا فقد بات من الواضح أن مؤسسو النظم البرلمانية في القرن الثامن عشر، مثلهم مثل منظري الديمقراطيات التمثيلية في القرن التالي، الذين أدركوا أن سيادة الشعب وحرية الصحافة هما أمران مترابطان تماما، عن طريق منح المواطنين حق التعبير في الفضاءات المتاحة، إلى جانب خلق سياق سياسي يمكنهم من ممارسة حقوقهم السياسية، ذلك أن الفضاء العمومي يكمل الفضاء الحكومي المنظم قانونا والذي يتألف من الفروع التشريعية والقضائية والإدارية (Habermas, 1998, p XVII). لذا من الضروري وجود مؤسسات مستقلة يتمحور دورها الأساسي في جعل الحقائق والآراء، إلي يجب أن تكون متاحة للجميع، لأن الصحافة من المفترض أنها تعمل باستمرار على استنفار القوى المستترة، وتحفيز الفاعلين في المجتمع، كون أن الإعلام يجمع بين المصالح والمذاهب الحزبية، فمن خلال الصحافة تتحدث المصالح معا دون رؤية بعضها البعض، وتتفق عن طريق التواصل. وعليه فإن الإعلام بالنسبة للبعض لا يزال مسؤولا عن تهيئة الظروف الملائمة للمناقشات الديمقراطية، حتى لو لم تعد وسائل الإعلام تحتكر البث الجماهيري، والعمل على زيادة المساحات المخصصة للوسائل الإعلامية، وهو ما نتج عنه تقليص للسلطة الفردية لحراس البوابات على عملية اختيار المحتوى.

ومن جانب آخر فإن هناك أسباب كثيرة تدعو إلى الترحيب بإضفاء الطابع الديمقراطي على وسائل التعبير، الذي ساعد على تغيير دور وسائل الإعلام، رغم أنها لم تعد المنسق الوحيد للفضاء التعبيري الذي تناقش فيه وجهات النظر المختلفة خاصة السياسية والفكرية. ومع ذلك يمكن للصحافة، بل وينبغي عليها أن تتدخل في إطار وسائل الإعلام الأوسع نطاقا من أجل ضمان الآراء المدعومة بالحجج الرئيسية التي يتم التعبير عنها، وعن وجهات النظر التي تتحدى بعضها البعض على نحو فعال.



وذلك من أجل إعطاء أفراد الجمهور فرصة تكوين أحكامهم الخاصة، عن طريق الوصول إلى حق التعبير، لأن هذه هي الوظيفة الطبيعية للمؤسسات الإعلامية في المجتمع الديمقراطي، الذي يتجسد في حماية حرية الصحافة على النحو المنصوص عليه في مختلف الدساتير والتشريعات، ومدونات الممارسة الصحفية، وفي الأعراف الاجتماعية التي تدين الانحراف، وتشجب التضليل الإعلامي.

فالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المشاركة السياسية، ولا سيما في تشكيل العلاقة بين المجتمع والسلطة القائمة، عن طريق النقاش الذي تولده هذه الوسائل، حيث باتت هذه التغييرات تؤثر على العلاقة بين الناس العاديين وممثلي النخبة على حد سواء. لأن الديمقراطية في الوقت الراهن أصبحت تشاركية، لاسيما عندما تشارك السلطة القائمة في الحوار مع الجمهور، وفق المناقشة التي تركز على تصور دور المواطن في الديمقراطيات الغربية الحديثة. وعلى هذا الأساس يرى منظرو ما بعد الحداثة أن المجتمع ليس مجزأ وغير متجانس، بل هو أكثر انفتاحا، ويتمتع بلامركزية الرغبات، الهويات، الأفكار والأيديولوجيات، وهو ما يفترض بوسائل الإعلام أن تبرزه من خلال مناقشة الجمهور في البرامج الحوارية.

لذا فإنه من المتوقع أن يؤدي الانتقال في الترتيبات الاجتماعية والسياسية التشاركية، إلى تغييرات داخل وسائل الإعلام، من البرمجة النخبوية إلى الاستجابة السريعة المفتوحة التي تسمح لمشاركة أوسع للجمهور، باعتبار الصحافة المؤسسة التي تمثل أكبر تحدٍ للديمقراطية، وهو على الأقل الاعتقاد القديم الذي قاد الخطاب النظري والسياسي حول دور الإعلام في الأنظمة الحديثة. وهذا لأن الصحافة عنصر حيوي فهي الوسيلة الكفيلة التي تضمن نشر المعلومات وتعميمها، وتمنح فرصة تكوين الآراء أو الطعن فيها، لأن المؤسسات الإعلامية يمكنها أن توفر شروط المناقشة العامة اللازمة لتشكيل الإرادة الفردية لدى كل مواطن. وعلى هذا الأساس يمكن القول أن برامج النقاش يمكن أن تكون محفلا للنقاش النقدي للقضايا السياسية والاجتماعية المعاصرة، مع إمكانية توفير فرص للتعبير عن الهويات الاجتماعية، والمواقف السياسية المتنوعة، على الرغم من أنه يمكن لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أن تمارس تأثير عكسي على الطريقة التي تشكل بها الإرادة الفردية بتشويه الآراء وتزييف الحقائق.

2.3 أزمة النقاش العقلاني عبر وسائل الإعلام الجماهيري:

لقد أكد "هابرماس" في كلامه أن الفضاء العمومي متأصل وموجود، إلا أن التلاعب في وسائل الإعلام أيضا موجود، بسبب تطور أساليب الاتصال والإعلام التي غيرت وظيفة التبليغ والعلن وسلبتها دورها النقدي، حيث أصبحت لا تهدف إلى إظهار بعض الحوادث والقضايا والأفكار، بل تسعى إلى إخفائها عبر الإظهار، أي أنها تسلط الضوء أكثر من اللازم على واقعة أو حدث معين ليُصرف النظر أو الاهتمام عن الحدث الذي يراد إخفاؤه، أو دفن هذا الأخير وسط سيل من المعلومات والأخبار بحيث لا يلفت النظر إليه (لعباسي، 2011، ص52). الأمر الذي يستدعي إعادة النظر في "القنوات الإعلامية"، حيث التمثيل والظهور تفوق عن النقاش العقلاني، وحيث يتم التلاعب بالعقلانية من قبل سلطة مقنعة.

وعلى النقيض من ذلك، يرى البعض الآخر، أنه لا يوجد أي تناقض بين التركيز الحالي لوسائل الإعلام على الديمقراطية، والدور التقليدي للصحافة كوسيط للآراء العامة، أليست لوسائل الإعلام ومنها التلفزيون، القدرة على توفير المعلومات اللازمة للأفراد عن منتخبيهم؟ أو لم تساهم وسائل الإعلام في تنوير الأفراد فيما يتعلق بالبرامج السياسية؟ وهو ما يمكن أن يعزز باستمرار التنوع في الآراء والقناعات، مما يؤكد أن وسائل الإعلام لا يمكن أن تعمل على تدهور الفضاء العمومي، وإنما الأحزاب السياسية هي في الواقع من فقدت قوتها في التأثير. ولكن الحقيقة هي أن هناك نوع من النفور الجماعي الحالي من السياسة، وهذا ما يدعونا إلى إعادة التفكير في إعادة تشكيل الفضاء العمومي، من حيث تنشيط المنظمات السياسية، والممارسات الخطائية عبر البرنامج الحوارية، التي لم تعد مثيرة للاهتمام، إذا ما اعتبرنا أن السياسة اليوم، أنها ضرورية للممارسات الخطابية. رغم أن أصابع



الالتزام طالت هذه الوسائل باعتبارها تمثل تهديدا أو خطرا كامنا على الديمقراطية الحديثة، بسبب قدرتها على التأثير بصورة مباشرة على النقاش السياسي، خاصة في ظل الحداثة التي أصبحت توصف كحياة مشيئة ومستغلة، وموضوعة تحت تصرف التقنية (هابرماس، 1995، ص516).

لكن في الوقت ذاته لا يمكن تجاهل التغييرات التي قد تهدد دور الصحافة كمؤسسة للنقاش العام، ودورها السياسي التقليدي في النظم الديمقراطية، رغم أن المتفائلون يتوقعون أنه سيصبح لوسائل الإعلام الجماهيري دور محوري كمؤسسات للنقاش المفتوح الذي يتحكم المواطنون فيه بزمام النقاشات الجماعية، مع فرص التعبير عن الذات داخل حيز وسائل الإعلام، الذي أصبحت إمكانية الوصول إليه اليوم متاحة أكثر، لاسيما في ظل انتشار قنوات الاتصال. ومنه يمكن أن يكون التنظيم الرسمي لوسائل الإعلام الجماهيري، من خلال قانون الإعلام، وكذا التنظيم الغير رسمي من خلال تحليل أداء هذه الوسائل باعتبارها أدوات قوية لتوجيه الرأي العام، بالإضافة إلى الحد من سطوة القوى الاقتصادية والقانونية الممكنة على نشاطها الإعلامي. كفيل بأن يجعل من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، معاول بناء للديمقراطية لا معاول هدم لها.

غير أنه يجدر الاعتراف بأن هناك فجوة كبيرة بين الرؤية المثالية والمشهد المألوف، من الجدل والنقاش العقلاني الذي تتيحه وسائل الإعلام، لأن الدور الذي يعهد به الإعلام هو أمر بالغ التعقيد، إن لم نقل بالغ الصعوبة. لذا كانت هناك العديد من التحذيرات حول عواقب ومخاطر تدخل وسائل الإعلام في المشهد الديمقراطي، خاصة وأن القنوات التلفزيونية تنطلق من منطلقات أيديولوجية ومهنية وتسعي لتحقيق سياسات وفق برامج وخطط محددة (هابرماس، 2013، ص211). هذا فضلا عن وجود مخاطر أكبر تنطوي على تشويه السمعة، وفقدان أو سحب الثقة من الشخصيات والمؤسسات السياسية. وهو ما جعل البعض يعتقدون أن وسائل الإعلام أصبحت تعمل على "صناعة الفضاءات العمومية" وفق معايير ونماذج خاصة، من خلال محاولة إعادة تنظيم المجتمعات الفردية، عن طريق محاولة بناء الأيديولوجية، لنجد أنفسنا نتعامل مع ثقافة تحاورية تتميز بالبعد اللاعقلاني والجامد.

إلا أن ما يعزز أكثر هذه الانتقادات الموجهة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، أنها لا تسمح لجماهيرها بالرد فورا على ما قيل أو يقال عن طريق القناة نفسها، خلافا لتلك الوسائط الجديدة التي تسمح بإنتاج الرسائل، بين عدد لا محدود من الأفراد الذين أصبحوا يلعبون دورا مزدوجا، يتمثل في استقبال وارسال الرسائل. وأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أصبحت تعرف بأنها منظمات إعلامية تعمل كممبر لتعميم الرسائل الخاصة من عدد قليل من هيئات البث على أعداد كبيرة من أجهزة الاستقبال. وهذا ما جعل منظرو "مدرسة فرانكفورت"، يعتقدون أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، أنها قد فقدت عقلانياتها، بسبب هيمنة الثقافة الجماهيرية بشكل متزايد على الوعي الشعبي، من خلال نشر ثقافة المستهلك لتلبية رغبات كاذبة. رغم أن البعض قد يجادل بأن ثقافة الخطاب النقدي لا تزال موجودة، سواء في الأوساط الأكاديمية أو المنظمات العمالية. من ناحية أخرى فإن قدرة وسائل الاتصال الجماهيري على تشكيل المعتقدات والسلوكيات العامة، كما هو مرجو ومأمول محدودة، إذ أنها لا تستطيع تحديد ردود الأفعال والآثار التي تترتب على تلقي الرسائل التي تبثها. كما أنه قد أصبح من الواضح أيضا أن وسائل الإعلام ليست قنوات محايدة، إذ ترتبط أهدافها بمهمة اختيار المضامين التي يتم بثها، من خلال القدرة على تصفية المعلومات، لاعتبارات تنافسية، أو مصلحة، الأمر الذي يؤدي إلى اختيار وترتيب الأولويات، وفي ظل التدافع لتحقيق ذلك تتم التوضيحية بالنقاش المعمق (لعياضي، 2011، ص59). ومنه فإن عملية الانتقاء هذه تعد نقطة التركيز في الانتقادات الرئيسية الموجهة إلى وسائل الإعلام الجماهيري. أين لفت "نموذج الدعاية" الذي وضعه "نجوم تشوميسكي" الانتباه إلى وجود



"مرشحات"، مما يؤدي تلقائياً إلى إزالة أو تهميش المعلومات، ووجهات النظر التي من شأنها أن ترسخ الدعم للمصالح السياسية والاقتصادية المهيمنة، لأن معظم ما نراه، ونسمعه، ونقرؤه من الإعلام يعكس بشكل أو بآخر "الأيديولوجيا السائدة" وقيمها (حسن، 2010، ص84).

على صعيد آخر فإن المرشحين السياسيين المدفوعين بأسباب متنوعة، أيديولوجية، اقتصادية... إلخ، والذين يلجؤون إلى تمويل المؤسسات الإعلامية من أجل بث إعلاناتهم السياسية، واعتماد الصحفيين عليهم كمصادر رئيسية لأخبارهم، والقيود التي تؤثر على الطريقة التي ينتقي بها الصحفيون الحقائق والآراء، كلها تصب في نقد وسائل الإعلام على غرار "بيار بورديو" الذي أدان الطريقة التي تحتل بها النخب وسائل الإعلام، حيث يرى بأنها نوع من الاحتكار لوسائل البث الجماهيري. فوسائل الإعلام تعمل على دوما إبراز رأي النخبة، من أولئك الذين يكونون على علم بمجريات الأمور، لكن لا يجادلون في الأماكن العامة، وغالبا ما يميلون إلى التأكيد المتبادل لأفكارهم السابقة، وهكذا فإن الحجاج لا يفرض بالضرورة إلى تشكيل رأي عام، بل يصبح فرصة لتأييد الآراء الغير معارضة للوضع العام. وهو ما يعكس التشكيك المتزايد حول السياسة المرتبطة بالأيديولوجيات، خاصة عند عجز الحكومات على التعامل مع المشاكل الأساسية مثل البطالة، وزيادة فضائح الفساد التي تشجع عدم الثقة في المنتخبين، مما يؤدي إلى انفصال الأفراد عن السياسة، وما نراه أكثر فأكثر هو أن علاقة الأفراد بالسياسة آخذة في الانهيار.

وبالتالي فإن عملية تنظيم النقاش العام في البرامج الحوارية، لا تخلو من الرقابة التي يمارسها الصحفيون إما من خلال تجنب ذكر أمور ما، أو الحديث عن موضوع معين، أو عن طريق تفادي استخدام العبارات والمصطلحات الرمزية التي يجب أن تثير تفكير الجمهور، وهو ما يؤدي إلى توحيد المحتوى وإضعاف المبادئ المهنية التي أصبحت تهدف إلى توجيه عملية الاختيار. كما أن عملية الاختيار هذه، سواء أكان ذلك نتيجة النفوذ الواسع للنخب، أو الهشاشة التي تقوض استقلال الصحفيين، فإن ذلك قد يؤدي إلى استبعاد الحقائق ونقاط الرأي التي ينبغي أن تكون ذات الصلة بتشكيل الآراء، وهو ما حذر منه "توكفيل" بالقول: أنه عندما تتبع للمؤسسات الصحفية نفس المسار، فإنها تنفذ نوعاً من الرقابة، وإن كان غير مخطط له، أو غير طوعي، والذي من الممكن أن يكون مثل الرقابة المركزية والمخطط لها، والتي تنفذها الدول الاستبدادية.

وقد ندد أيضاً في وقت سابق "كارل ماركس" بالرأي العام باعتباره وعي زائف كقناع للمصالح الطبقة البرجوازية، باعتباره صناعة إعلامية، حيث كان يرى أن الجمهور ينقسم ضد نفسه إلى أصحاب آملاك وإلى عمال، وهنا يمكن أن يتحول الرأي العام إلى صوت موحد للعامة أو "الجمهور"، من خلال عملية التواصل السياسي، وخاصة خلال الحملات الانتخابية، حيث يتم "تصميمه" من قبل وسائل الاعلام. وهذا ما يعزز موقف "هابرماس" حول الرأي العام، الذي يرى أنه لا يتم تشكيله إلا بواسطة العقلانية، وعبر النقاش، ذلك أن المشاركين في مناقشة ما، ما إن ينخرطوا في ممارسة حجاجية، من هذا القبيل حتى يصيروا ملزمين بأن يكونوا في مستوى التوقعات بالتعاون المنتظر منهم (هابرماس، 2010، ص26)، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات حقيقية، بعيداً عن أي ضغط سياسي، وعن أي صفقات يتم ترتيبها مسبقاً عبر وسائل نافذة، تعمل على إضعاف علاقات الطبقة الاجتماعية التقليدية، بسبب نمو عقيدة سياسية مدفوعة بمصلحة الفئة المهيمنة.

ومع التحول الجذري للاتصالات العامة اليوم، فقد شكل ذلك الفجوة بين المثل العليا للصحافة، وبين الممارسات في الواقع الإعلامي الذي لم يعد الضامن الأساسي للمناقشة العامة الديمقراطية، وهو ما انتقده "هابرماس" منذ منتصف القرن العشرين تقريباً، كما انتقد الطريقة التي تم بها إتلاف مبادئ الإعلان حيث يرى أنه يتأثر "بالضغط الانتقائي أكبر من أي وقت مضى"، فالصحف المستقلة في عصر التنوير في أوروبا، التي ضمنت وجود فضاء عمومي للنقاش العقلاني الحاسم من خلال ربط الساحات الرسمية وغير الرسمية للمناقشة، والتي فسحت المجال لإقامة العلاقات العامة، تم تشكيلها من طرف وسائل الإعلام



باعتبارها قوة مؤثرة في خدمة الصالح العام. ومن هنا فإن الفضاء العمومي قد أصبح مهيمناً عليه من طرف وسائل الإعلام التي تطورت إلى ساحة تسللت إليها السلطة، حيث يتم من خلالها اختيار المواضيع والمساهمات الموضوعاتية، ليس فقط لسيطرتها بل أيضاً للسيطرة على التدفقات الاتصالية، وكذا عرقلة المفهوم التقليدي للدور الديمقراطي للصحافة، وجعل ثورة الإعلام والاتصال الجماهيري تمثل انقطاعاً أساسياً في تطور الممارسات السياسية.

إلا أن ذلك جعل البعض يرى أنه مجرد محاولة من "هابرماس" للدفاع عن المفهوم الذي صاغه حول الفضاء العمومي البرجوازي، والذي جاء على النقيض من موقف المدافعين عن الصحافة، الذين رأوا أن الصحافة منذ عهد التنوير كانت امتداداً لمناقشات الجمهور إلى غاية القرن الواحد والعشرين، حيث ترى "نانسي فريزر" أن العوائق "السياسية" داخل الفضاء العمومي البرجوازي لطالما أعاقَت التكافؤ التشاركي، وإجراءات صنع القرار التي أدت إلى تهميش بعض الناس بشكل منهجي (Fraser, 2001, p 40)، من خلال 'قصائهم وعدم إعطائهم فرص للتعبير عن مواقفهم. ومنه فإن صحافة القرن الواحد والعشرين لا يمكن أن تكون مجرد قناة تنقل المناقشات العامة دون إجراء أي اختيار، وبنفس الطريقة فإنها لم تختف. وإنما ترضخ تحت وطأة حراس البوابات الذين يتحكمون في أدوات الاختيار، والذين يُعدون جزءاً لا يتجزأ من الاتصال الجماهيري، مما يقودنا إلى فكرة عدم إمكانية إجراء حوار بين جميع المواطنين، من أجل إبراز الدور الديمقراطي والتشاركي لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لأنه وبكل بساطة أمر صعب إن لم يكن مستحيل التحقق.

4. وسائل الإعلام الجماهيري بين هيمنة السياسة وسطوة السلطة

1.4 الدعاية السياسية:

لقد أصبح من الواضح لدى بعض الدول الليبرالية أن هناك عدم تحديد إذا ما كان ينبغي تصنيف الإعلانات السياسية عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، على أنها نوع من الإعلانات التي يجب إخضاعها لتنظيم قانوني محكم وصارم، بسبب مضامينها، والتأثير المحتمل على العمليات السياسية والانتخابية، من منطلق أن وسائل الاتصال تخدم النظم السياسية بطرق مختلفة بعضها مباشرة والآخر بطريقة غير مباشرة (المشاقبة، 2011، ص 111). أم النظر إليها باعتبارها من المتطلبات العامة عند تغطية الحملات الانتخابية والاستفتاءات، ولأنها أيضاً من متطلبات النقاش السياسي في هكذا مناسبات، مقابل امتثال وسائل الإعلام الجماهيري للحيادية، من خلال الوفاء بعدم تحيزها، والتقيّد بالنشر العادل للرسائل السياسية، والتنظيم النزاهة لاستطلاعات الرأي، وعدم التحايل على القواعد التنظيمية. ذلك أن الدعاية السياسية تعد كنوع من التعبير السياسي، التي منها الدعاية السياسية المدفوعة والدعاية السياسية الحرة، وتكون بواسطة البث المخصص لجميع المرشحين في الانتخابات، أو جميع الأحزاب السياسية على اختلاف أنواعها، إذ يمثل البث المدفوع الوسيلة الرئيسية للتواصل بالنسبة للمتنافسين في الانتخابات في بعض البلاد (مايولا وعسلة، 2010، ص 32).

لذا فإنه لا ينبغي لأجهزة الحكومية الوصول إلى صفحات الصحف، وموجات الأثير، وشاشات التلفزيون من أجل احتكار نشر المعلومات الرسمية، وبالموازاة مع ذلك، فإنه لا ينبغي على المؤسسات الإعلامية العمومية أن يقتصر بثها على خدمة السلطة فقط، الأمر الذي قد يؤدي إلى الحد من فرص الرد من قبل أحزاب المعارضة والجمهور بصفة عامة، خاصة في الدول ذات التوترات، والانقسامات الاجتماعية التي يكون التركيز فيها أساساً على الدعاية السياسية للحزب الحاكم، وهو الأمر الذي من شأنه تعزيز الانقسام في المجتمع والبعث على القلق حول النظام العام. فالدعاية السياسية عبر وسائل الإعلام الجماهيري، تعد أداة أكثر قوة بالنسبة لأولئك الذين لديهم الإمكانيات المادية والسلطة الاجتماعية، حيث يرى "هابرماس" أن مناقشة القضايا



السياسية انحصرت في اطار البرلمان ووسائل الإعلام، وبالتالي فإن المصالح السياسية الحزبية والاقتصادية هيمنت على المصلحة العامة وغدا الرأي العام بحسب رأيه حصيلة عملية الاستمالة من قبل القوى السياسية عبر الحملات الدعائية (المصطفى، 2012، ص26). خاصة في ظل غياب تمويل شفاف فيما يتعلق بالأحزاب السياسية المهيمنة، وحيث يكون الجو السياسي في قلب مستمر، مما ينبغي تجريد وسائل الإعلام من الامتيازات الخاصة، خاصة تلك التي تصل إلى أكبر عدد من الجماهير، وذلك بتقليص هامش جماعات المصالح، بمعالجة المسائل من مختلف الزوايا، بعيدا عن المخاوف من التقسيم الاجتماعي وهيمنة النقاش من قبل بعض الأطراف.

وفي هذا الصدد، ذهب البعض الآخر إلى حد وصف برامج المشاركة عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، والموجودة منذ فترة طويلة، على أنها خدعة لالتقاط جمهور سلبي، جماهيري من خلال وهم المشاركة، ذلك أن هذه البرامج ليس لها هدف آخر سوى الرفع من المداخليل الاشهارية المحصل عليها "بالاجتراف الواسع" (بروطون، 2013، ص47). وهذا ما جعل "نانسي فريزر" تقر بأن وسائل الاعلام الجماهيري التي تشكل الدعم المادي لنداول الآراء، تنتمي إلى القطاع الخاص ولها غرض ربحي (Fraser, 2001, p 136)، وهذا ما يجعلها تتمتع بقوة فرض وجهات نظر نخبة معينة على الجمهور، بدل التنوع الفعلي للأصوات حيث يتم استبعاد غالبية المجتمع من المشاركة في النقاش، وهذا ما دعاها إلى القول: "بأن العالم غني بالأصوات الناقدة التي لا يسمعه أحد من قبل السلطة القائمة"، الأمر الذي يقوض مبدأ العقلانية التي يطالب بها "هابرماس".

ومن منطلق أن العمل الجماعي له القدرة على تخريب العمليات الأيديولوجية، ما يتيح إمكانية تأسيس فضاء عمومي من أجل إنتاج توافق الآراء، الذي يمكن بواسطته التعامل مع السلطة القائمة - التي طالما اعتبرت ضرورة طبيعية (آرندت، 2014، ص142) - عن طريق المناقشة الحجاجية، لأن هذا هو التصور الليبرالي للفرد الذاتي الواعي، الذي يشكل صوته تعزيزا للمواقف في المجتمع وذلك لكسر هيمنة النخبة وتحدي السلطة مع مراعاة مختلف مصالح المعارضين في الفضاء العمومي. وفي هذا الصدد يقول الأستاذ الباحث "جمال زرن" (أنه لا يمكن حماية حرية التعبير وحرية وسائل الإعلام في نقل الخبر والتعليق عليه بالرأي ضمن مبدأ حق المواطن في إعلام متوازن ... بوصفه الضمانة الحقيقية للنقاش العمومي والديمقراطية) (زرن، 2013، ص44)، وبالتالي لا ينبغي لنا الاستفسار عن احتمالات التحرر في وسائل الإعلام، و بناء جمهور توافقي الرأي للطعن في مثالية السلطة المركزية، أو إعطاء فرصة للمقاومة، وهو ما يمكن تأويله على أنه تدخلا خطيرا وانتهاكا لحق الأفراد في التعبير. وهو ما جعل العالمان الأمريكيان "لازارسفيد وميرتون" يعتقدان أن وسائل الإعلام لها وظيفة "تحذير" الجمهور، وتقويض ممارسة الديمقراطية، وأن وسائل الإعلام والاتصال الحديثة تشجع المواطنين على معرفة المزيد، فقط من أجل تكوين أنواع من الرأي، والتعليق على المناقشات الإعلامية.

2.4 بروز الفردانية وتفكك الفضاء العام:

منذ الستينيات من القرن الماضي، تم تقديم وسائل الإعلام الجماهيري كوسائل اتصالية أحادية الاتجاه، وهو في نهاية المطاف شكل من أشكال عدم التواصل، ما قد يؤدي في نظر البعض بهذه الوسائل إلى اللامبالاة، والتصل من الالتزامات الاجتماعية، حيث يعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهل الأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات (الضالعين، 2016، ص222). خاصة وأنه كثيرا ما كان يتم وصف وسائل الإعلام باعتبارها المدمرة للعلاقات الاجتماعية، والمسؤولة عن تفكك الفضاء العمومي، فالعصر الجديد للفردانية قد تكون له ميزة تدمير كل أشكال التضامن والعلاقات الاجتماعية، فهو يعيد تشكيلها على أسس جديدة أقرب إلى الخبرة اليومية والمصالح المباشرة، وبالتالي له وظيفة محدودة الأهداف.



وبالمقابل أيضا فإنه بات يعتقد البعض أن وسائل الإعلام تعمل على تزييف الوعي (أحمد، 2014، ص21) وتفتيت الرأي العام بحيث يؤدي دورا أقل إيجابية بالنسبة لتشكيل الفضاء العمومي الخطابي، باعتباره مصنع السياسة، حسب ما يعتقد "هايرماس" الذي يرى أن الفضاء العمومي هو المساحة التي يناقش فيها الأفراد المسائل العامة، والذي يتوسط بين المجتمع والدولة، وله تأثير محتمل من خلال تشكيل توافق آراء حاسمة تنتج رأيا عاما متماسكا ويجعل الدولة مسؤولة أمام مواطنيها. غير أن وسائل الإعلام تساهم في تكريس الفردانية التحيزية، لأننا من خلال هذه الوسائل، نتعرف على إشاعات جديدة، وعلى مخاوف جديدة، التي يمكن أن تؤدي إلى حشد رأي العام زائف. وأيضا كان نوع البرامج التي تبث، فإنها في كثير من الأحيان تؤدي إلى تعزيز قيمة الحياة الخاصة، والخصوصية، على حساب الحياة الاجتماعية، وبالتالي تعزيز الفردانية، التي تظهر من خلال مبادرات اختيار البرنامج الذي سوف يشاهد مقدما.

غير أن هذا الشكل من المشاركة لا يؤدي في نظر البعض إلى نوع من التراجع في الحياة الاجتماعية، لأن الأفراد يبحثون بحماس عن شيء للقيام به، وإعطائهم شيء لمعنى الحياة التي لم تعد موجودة في الحركات السياسية والاجتماعية، مما يجبرهم على السعي لاكتشاف أماكن أخرى، في وسائل الإعلام والاتصال خاصة التلفزيون، لاسيما في ظل وجود أشكال مختلفة من الفردانية، المصحوبة بالشعور بعدم الرضا عن الخيارات السياسية التي لا تعبر عن اهتمامهم. ذلك أن الحديث عن العلاقة المورفولوجية بين الفضاء العمومي ووسائل الإعلام يكاد يختصر في التلفزيون، والسبب يبدو واضحا ومفهوما، حيث يعد التلفزيون أول مصدر يسمح بالاطلاع على الأحداث الجارية على الصعيد المحلي والدولي، في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، على الرغم من الريبة في مصداقيته (لعباسي، 2011، ص59)، لأن الصورة التلفزيونية تميل بقوة نحو التبسيط، ونحو إبراز مشهد سياسي مليء بالحجج لجذب المشاهدين، مما يُظهر أن المناقشات السياسية في متناول الجميع، وبعيدا عن التسبب في تفكك الفضاء العمومي، وأنها أداة لإضفاء الطابع الديمقراطي.

ومن جهة أخرى فإن وسائل الإعلام الجماهيري تعمل على حصر أهمية الأحزاب السياسية، بالانتقال من ديمقراطية سياسية إلى ديمقراطية عامة، فالناخبون يصوتون بشكل متزايد على شخص، وليس فقط لصالح برنامج أو حزب سياسي، وهذا ما يبرر بروز نوع من الالتفاف حول شخصيات سياسية معينة أثناء الانتخابات، حيث يمكن للمرشح أن يجعل من نفسه معروفا للجمهور عندما يظهر مباشرة على شاشة التلفزيون. وهذا ما جعل بعض المتفائلين يتوقعون أن التلفزيون من الممكن أن يؤدي إلى حراك تدريجي نحو الديمقراطية القائمة على المشاركة العامة في السياسة، وهو عكس الأدلة المتزايدة على اللامبالاة العامة بممارسة السياسة من قبل الأفراد في المجتمعات الحديثة، في ظل وجود صورة انتخابية أقل استقرارا، في خضم التقلبات السياسية التي يصعب التنبؤ بنتائجها.

إلا أنه أصبح من المعروف أن هناك أمران أساسيان هما، بروز الديمقراطية التشاركية، وانتشار وسائل الإعلام، وهنا يرى الكثيرون، بما فيهم "هايرماس" أن لامبالاة الجمهور تعزى لتسبب وسائل الإعلام في تقويض الانتماءات الطبقية التقليدية، وتحول النقاش السياسي من الفضاء العمومي إلى البرامج التي تدّاع، إلى جانب تغيير أنماط المشاركة بسبب التغيرات الاجتماعية الحاصلة منذ الحرب العالمية الثانية. مما يجعل مفهوم المشاركة من الناحية المثالية يشير إلى مفاهيم الحرية المدنية، والعدالة الاجتماعية، وكل القضايا التي تشكل الوعي الإنساني باعتباره حالة ذهنية تتمثل في إدراك العالم على نحو عقلي (شقرة، 2014، ص18)، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على انتشار الثقافة السياسية، على نطاق واسع ومتنامي بين الأفراد الناجحين على غرار السياسيين المنتخبين.



نهاية الوساطة وبروز الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي:

إن وقوع وسائل الإعلام الجماهيري تحت سيطرة المال والسلطة السياسية أفقدها القوة النقدية التي كان يمارسها الفضاء العمومي وأصبحت وسائل الإعلام تمارس التملق والتزلف وتعمل على تغييب الوعي وإفقاد النقد من أي محتوى عقلي باستعمال وسائل أصبحت معروفة الآن: الترفيه والإثارة والتحريض وتزييف الوعي وإغفال القضايا الحقيقية وصنع قضايا حسب الهدف المطلوب لشغل الجمهور وتوجيهه وتحريضه على الفعل أو منعه من الفعل وشغله بما يراه له (في، 2019). وعليه فإن برامج الحوار لم تعد في الغالب تهدف للوصول إلى اتفاق بل للحصول على تأييد أغلبية الجمهور (منصور، 2015، ص251)، وذلك أمام الاتجاهات الجديدة المستمرة النمو وبشكل متسارع للقنوات التلفزيونية، التي باتت تعتمد إلى إخفاء القضايا السياسية وراء برامج الترفيه، والترسانة الهائلة من الإعلانات. لذا أصبح العديد من الملاحظين يشيدون بالأدوار المتوخاة من شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، التي تسمح لعدد متزايد من الأفراد بالتعبير عن أنفسهم في أماكن يمكن الوصول إليها عالمياً.

لذا فإن ظهور "وسائل الإعلام الجديدة" (الإنترنت والشبكات الاجتماعية) شكلت بنفس القدر من الأهمية اكتشاف الطباعة، وتطوير صناعة الإعلان واختراع التلفزيون، فقد أدى الانتشار الحالي لقنوات الاتصال الجديدة هذه - التي عملت على تحرير وسائل الإعلام الجماهيري، وخاصة التلفزيون - إلى "إضفاء الصبغة الديمقراطية"، عبر إمكانية الوصول، وليس إلى إمكانية الاستماع أو المشاهدة فحسب، ومن خلال إمكانية المساهمة أيضاً في صياغة مضامين هذه الوسائط الإعلامية الجديدة. حيث وفرت البيئة الجديدة للاتصال فرصاً غير مسبقة (أبو الحمام وحمدي، 2017، ص5)، فقد أتاحت الفرصة لغير المهنيين القدرة على لعب دور متزايد في تعميم المعلومات وتحدي الآراء، وبالتالي في تشكيل إرادة الشعب، وسواء أكان من خلال تسريب البرقيات الدبلوماسية الأمريكية التي نظمها موقع "ويكيليكس" أو نشر صور الهجوم الذي شنته القوات الأمريكية على مقر إقامة "أسامة بن لادن" على تويتر مباشرة من قبل مدون صغير من أفغانستان.

إن هؤلاء الإعلاميين الجدد يعملون من خارج المجال الصحفي وأحياناً ضده، لكنهم استطاعوا أن يعيدوا إحياء خطابين قديمين حول دور الصحافة في الديمقراطية، حيث حذر الأول من الاختفاء التدريجي للصحافة الورقية، التي يعود السبب الرئيسي فيها إلى التحولات التكنولوجية الحاصلة، والتي أدت إلى انهيار الصحافة الورقية، لعدم قدرة هذه الأخيرة على الاحتفاظ بقرائها الذين قرروا الانتقال إلى وسائل إعلام جديدة، التي سهلت عليهم إمكانية الحصول على المعلومات، والأخبار ومختلف التعليقات. والثاني الذي يؤكد فكرة التخلي عن انتقاد وسائل الإعلام الجماهيري، ويحمل المؤسسات الإعلامية الرئيسية المسؤولية عن تراجع دور الصحافة حيث يعتبرها هي المساهمة الحقيقية في ذلك، بسبب عدم تمسكها بمسؤولياتها الديمقراطية وعدم التكيف مع السياق الإعلامي الجديد، مما أدى إلى تأزم الديمقراطية في العالم (المشاقبة، 2011، ص105). وهذا من تعزز خطاب التخلي عن الحقيقة، والقصد القول هنا هو أنه يتم رهن المعلومة للمصالح والاعتبارات السياسية والتجارية والاقتصادية، وهو ما من شأنه أن يمثل خطراً حقيقياً على المواطنة والديمقراطية (الحيواي، 2014، ص6)، من خلال توفير شكل من الألفة المريحة بين النخبة الحاكمة ونخبة وسائل الإعلام، لأن جمهور وسائل الإعلام الجماهيري المتباعد والغير متجانس لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية (آل سعود، 2010، ص68).

في حين أن ظهور وسائل الإعلام الجديدة أدى إلى تشكل نمطا جديدا من الديمقراطية على وجه التحديد، والتي تبشر بنهاية حراس البوابات، من خلال تمكن وسائط الإعلام الجديدة من تشكيل نوع جديد من الاتصال يسمح بالمراسلة بدلا من البث، عبر الرسائل العامة، أين يمكن للأشخاص الذين يشاركون في بعض المنتديات عبر الأنترنت، على سبيل المثال، من حصولهم على فرص الاطلاع على المحتوى المنشور، وهو ما يقدم في نهاية المطاف شكلا من التواصل الجماهيري. وهذا عكس



وسائل الإعلام الجماهيري التي أصبح البعض يرى بأنها قد حادت عن جادتها، بعد انسلاخها عن لعب أدوارها، وأداء واجباتها اتجاه المجتمع، حيث أن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب "التوجه الصفوي" لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع كالأحزاب السياسية ورجال المال (الضالعين، 2016، ص221).

لقد استطاعت وسائل الإعلام الجديدة تيسير المحادثات العامة التشاركية، التي تسمح لكل مواطن بالتعامل مع الآخرين دون وساطة، أين يتم الاتصال من عدد قليل إلى عدد قليل، أو من عدد قليل إلى عديد أكبر، وهو أمر يعتمد على قدرة الفرد في التحكم في التكنولوجيا، فقد تم تحديد الإنترنت منذ فترة طويلة باعتبارها "أغورا معلومات" (Camp & Chien, 2000, p 14)، تعمم استخداماتها، حتى أضحت نشاطا مباشرا وروتينيا للحياة اليومية، إذ بات من الممكن لكل شخص أن، يسمع، يشاهد، ويقرأ عدد من الرسائل، وهو ما يتيح للجميع إمكانية الرد في نفس الوقت، وحتى وإن أدى ذلك إلى تراكم عدد كبير من الردود في موقع واحد. فقد باتت من أهم التحولات في النظام الإيكولوجي (السياسي والاقتصادي والثقافي) (Hammami, 2017)، بسبب الامكانيات الهائلة لنقل الرسائل الإلكترونية والفيديو، ونشرها عبر الإنترنت.

إن الثورة الإعلامية الجديدة أصبحت تثير خطابا آخر يعلن عن نهاية الوساطة، وهو الأمر الذي يبشر عند البعض ببزوغ فجر عصر جديد في العملية الديمقراطية، بوضع حد لـ "حراس البوابات" الذين كانت وظيفتهم الرئيسة في الماضي هي اختيار الحقائق والآراء والأفكار التي كان يمكن أن تكتسب قدرا أكبر من النقاش لو تم نشرها عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. وعليه فإن هناك اعتقاد بأن شبكة الأنترنت قد أصبحت تضفي طابعا ديمقراطيا متزايدا على التعبير عن الذات، لأنه أصبح يسمح لجميع الأفراد بالتعبير عن أنفسهم في الفضاءات الافتراضية، خاصة مع وجود العناصر التي تسمح باختيار المحتوى - من المرجح أن تؤدي إلى تنوع في المحتوى المختار - بدلا من إخفاء عملية الاختيار. وهذا ما سيضفي على السطح حقيقة أنه قد لا تصبح هناك حاجة للصحفيين مستقبلا، الذين طالما لعبو دور الوساطة بين السياسيين - سواء الذين يمثلون السلطة الحاكمة، أو ممثلي الأحزاب المعارضة - وبين باقي جماهير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. ليشهد المشهد الإعلامي الجديد في نهاية المطاف تغيرات جديدة على مستوى الفضاءات الافتراضية، التي يتساوى فيها المواطنون، ليصبح بإمكان الجميع التواصل مع الجميع.

5. خاتمة:

إن وسائل الإعلام والاتصال يمكنها أن تكون أداة للتفرد، وخصخصة الحياة، كما يمكنها أن تكون أداة لتوليد أذواق جماعية غير متجانسة، بسبب تعدد المؤسسات الإعلامية، وتنوع التقاليد الوطنية والسياسية لكل بلد، والتطور السريع لمهن الإعلام، مما يخولها للتعارض مع المناقشة العامة المؤسسة من أشكال الديمقراطية، التي يعتقد البعض أنها أصبحت بسبب التصادم الحاصل في التوجهات، الأيديولوجيات، ديمقراطية جوفاء ومجردة من معناها.

إلا أن هذا الاعتقاد يقوضه الآن سلسلة من التغيرات، أهمها تراجع مكانة الصحف الورقية، وظهور وسائل إعلام الجديدة، التي يسهل وصول الجميع إليها، وهو شكل من أشكال الاتصال الذي يتخطى الوساطة، في ظل التقهقر المستمر لدور الصحفيين في السيطرة على وسائل النشر العام. مما أدى ببعض الآخر إلى التشكيك في الدور السياسي الذي كان ينبغي أن يلعبه الإعلام في الأنظمة التي لا تزال تدعي أنها تلتزم بالمثل العليا للديمقراطية أمام شعوبها، والذين يرون أنه مجرد تفويض أعطي لوسائل الإعلام سلطة أساءت استخدامها في الخطاب العام. وهذا ما أدى بوسائل الإعلام الجماهيري إلى التنازل عن عرشها



طوعاً أو كرهاً، والتراجع عن مركز الريادة لصالح وسائل إعلامية جديدة تتمتع بالقدرة التواصلية، والتفاعلية، والتي تنبأ لها العارفون بأن تصبح فضاءاً تتوسع فيه الحريات والمشاركات، وبالتالي يمكنها أن تحاكي في شكلها ومفهومها الفضاء العمومي البرجوازي.

ومنه فإن أزمة الفضاء العمومي البرجوازي ليست فقط انعكاس للأزمة الديمقراطية التمثيلية المتمثلة في أزمة المؤسسات التقليدية في المجتمع، كالأحزاب، الاتحادات، والنقابات العمالية وما إلى ذلك. وإنما أيضاً بسبب صعوبة الوصول الشامل إلى وسائل الإعلام لإجراء نقاش عام عفوي ومنصف، والسبب وراء ذلك هو سيطرة السوق الحرة وأجهزة الدولة لدى الأنظمة السلطوية والشمولية على وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

6. المراجع:

1. إدوين إمري وآخرون (2000)، **الاتصال الجماهيري**، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة.
2. أندرياس جرن والد وآخرون (2005)، **تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا**، ترجمة حازم سالم، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا الإصلاح 14، القاهرة.
3. بسام عبد الرحمن المشاقبة (2011)، **الإعلام البرلماني والسياسي** (دراسة إعلامية برلمانية وسياسية منهجية نحو خطاب إعلامي برلماني)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1.
4. تيسير أبو عرجة وآخرون (2013)، **وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير**، منشورات جامعة البتراء، ط1.
5. جمال زن (2013)، **الإعلام العمومي والتعددية من أجل شبكة مؤشرات التعددية الإعلامية**، ملتقى دولي بعنوان: **وسائل الإعلام العمومية العربية وعمليات التحول الديمقراطي** 26 و 27 أبريل 2012 بتونس، معهد الصحافة وعلوم الدار، تونس.
6. جمال زن (2016)، **الجزيرة في عشرين عاماً** (أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديميا)، ط1، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة.
7. جيمس جوردن فينيلسون (2015)، **يرغن هابرماس (مقدمة قصيرة جداً)**، ترجمة أحمد محمد الروبي، مؤسسة هندايو للتعليم والثقافة، ط1، القاهرة.
8. جيوفانا مايولا، صبحي عسيلة (2010)، **أي دور للإعلام في تغطية الانتخابات العامة؟ دليل حول الممارسات المحلية والدولية**، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا حركية 25، ط1، القاهرة.
9. حسن مصدق (2005)، **يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت (النظرة النقدية للتواصل)**، للمركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء.
10. حمزة مصطفى المصطفى (2010)، **المجال العام الافتراضي في الثورة السورية (الخصائص - الاتجاهات - صنع الرأي العام)**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت.
11. حنة آرندت (2014)، **بين الماضي والمستقبل (سنة بحوث في الفكر السياسي)**، ترجمة، عبد الرحمن بشناق، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، ط1، بيروت.
12. رانده عاشور عبد العزيز بسيوني (2014)، **دور مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية**، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة.



13. روبرت حسن (2010)، الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمة بسمة ياسين، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة.
14. سعد آل سعود (2010)، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، ط1، الرياض.
15. سليمان محمد عمر منصور (2015)، الإعلام الجديد والتحول الديمقراطي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 15.
16. عبد الله الزين الحيدري (2014)، الفضاء العمومي الجديد للسلطة الخامسة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع12.
17. عزام أبو الحمام، ابتسام حمدي (19 و 20 أبريل 2017)، الحوار والحجاج في الفضاء الافتراضي بين السجل والاستقطاب، ملتقى دولي بعنوان: الفضاء العمومي ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي (التشظي وإعادة قراءة المفهوم)، وهران.
18. علي خليل شقرة (2014)، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
19. فضل طلال العامري (2011)، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، دار هلا للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
20. فيليب بروطون (2013)، الحجاج في التواصل، ترجمة محمد مشبال، عبد الواحد التهامي العلمي، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة.
21. كوينتين دولا فيكتور (2013)، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند خنة آرنست وهابرماس: استمرارية السياسة من العصور القديمة إلى الحداثة، ترجمة نور الدين علوش، المجلة العربية لعلم الاجتماع اضافات، العدد 22.
22. محمد الأشهب (2006)، الفلسفة والسياسة عند هابرماس (جدل الحداثة والمشروعية والتواصل في فضاء الديمقراطية)، دفا تر سياسية، ط1.
23. محمد سيد أحمد (2014)، الإعلام وتجريف العقل الجمعي (في مرحلة التحول الديمقراطي)، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ط1، القاهرة.
24. محمد فخري راضي (2014)، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار اجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
25. مصطفى يوسف كافي (2015)، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
26. نصر الدين ليعاضي (2011)، فضاء عمومي أم مخيال إعلامي؟ (مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية)، حويلات الأدب والعلوم الاجتماعية، الحولية 31، الرسالة 336، الكويت. 8-128.
27. نضال فلاح الضالعين وآخرون (2016)، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
28. هابرماس (1995)، القول الفلسفي للحداثة، ترجمة فاطمة الجيوشي، منشورات وزارة الثقافة السورية، دمشق.



29. هارلبس وهولبورن (2010)، *سوشيولوجيا الثقافة والهوية*، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، دمشق.
30. هاني الرضا، رامز عمار (2013)، *الرأي العام والإعلام والدعاية*، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، بيروت.
31. اليامين بن تومي (2014)، *مفهوما النقد والتواصل عند يورغن هابرماس*، مجلة الخطاب، العدد17، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
32. يحيى اليحياوي (2014)، *الأخلاق في مجتمع الإعلام*، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة.
33. يرغن هابرماس (2001)، *المعرفة والمصلحة*، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، ط1، كولونيا-ألمانيا.
34. يورغن هابرماس (2010)، *إتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة*، ترجمة عمر مهيل، منشورات الاختلاف، ط1، الجزائر.
35. عاشور فني: *تحولات الفضاء العمومي وآليات السيطرة*، <https://www.fenni-dz.net/%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%A2%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B7%D8%B1%D8%A9>
36. Gauthier Gilles (1990), **L'argumentation stratégique dans la communication politique** (le débat télévisé L'Allier- Bertrand), Politique, 17, 113-141.
37. Rosenberry Jack & St. John Burton (2009), **Public Journalism 2.0** (The Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press), First published, Routledge.
38. Jean Camp & Y. T Chien (2000), **The internet as public space: concepts, issues, and implications in public policy**. ACM SIGCAS Computers and Society, 30(3), 13-19.
39. Jürgen Habermas (1992), **L'espace public 30 ans après**, Quaderni, 18(1), 161-191.
40. Jürgen Habermas (1998), **The Inclusion of the Other**, MIT Press, Massachusetts.
41. Nancy Fraser (2001), **Recognition without Ethics?**, SAGE, Vol (18)2-3, 21-42.



42. Nancy Fraser (2001), **Repenser la sphère publique** (une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement), Hermès, 31, 125.
43. Peter Dahlgren (1994), **L'espace public et les médias** (Une nouvelle ère ?), Traduit par Marc Abélès, Daniel Dayan et Eric Maigre, Hermès, 13-14.
44. Sadok Hammami, **Comment Facebook menace les médias tunisiens ?** <https://www.turess.com/fr/lapresse/141423>.