

ثقافة الجماهير.. والسلطة

ثقافة الجماهير.. والسلطة

داراسات الثقافة ومؤسساتها

محمد سيد ريان

الإسكندرية : الحساء للنشر والتوزيع

الطبعة الأولى : ٢٠١٨

ISBN 978-977-6535-22-0

رقم الإيداع : ٢١٩٣٢ / ٢٠١٨

ديوى : ٣٠٦

٢٠٨ ص ، ٢٠ سم

{ جميع الحقوق محفوظة © }



الإسكندرية ، ج . م . ع

٠١٥٥٣١٢٩٣٦٣

٠٣/ ٥٩٣٠٥٦٧

المدير العام : عادل أبو الأنوار

المراجعة اللغوية : عادل أبو الأنوار

الإخراج الفني : أميار مصطفى

ثقافة الجماهير.. والسلطة

منذ أقدم العصور وحتى مواقع التواصل الاجتماعي

محمد سيد ريان



إهداء

إلى كل
محب وعاشق
للثقافة والحرية

محمد ريان

مقدمة

انشغلت منذ فترة طويلة بمتابعة الجماهير على مواقع التواصل الاجتماعي كجزء من عملي، وتناولت في كتابات سابقة لي - خاصة برصد وتحليل ما حدث في ثورة يناير - بعض الانطباعات عن السلوك الإنساني الفردي والاجتماعي للشخص الافتراضي، ولكن ظل لدي هاجس كبير بأن دراسة جذور الموضوع وبداية الخيط ستفيد كثيرًا في توضيح الكثير من الإشكاليات الخاصة بالعقل والوجدان السياسي للجماهير العربية.

كان لابد من القراءة والبحث والدراسة في كل ما يتعلق بالموضوع تاريخيًا وجغرافيًا وسياسيًا وفكريًا ونفسيًا واجتماعيًا ودينيًا وتكنولوجيًا، لكن وسط كل ذلك ما شغلني أكثر هو الجانب الثقافي، فهو كان دائمًا الجانب الغائب عن كتابات عديدة، بينما ظلت هناك كتابات متناثرة هنا أو هناك دون أن يجمعها خيط واحد واضح الملامح يرصد الظاهرة وتطورها. وعلى الرغم من أن الكتاب لم يكتب مرة واحدة متصلة، ولكن كتب على مراحل طويلة منفصلة،

وأحيانًا كنت أعتقد أنه لن يكتمل، ولكن مع الوقت تجمعت
أشلاؤه، ودبت الروح بين أوصاله ليظهر للنور ويشجعني على
نشره بعد سنوات عديدة من بدء العمل فيه.

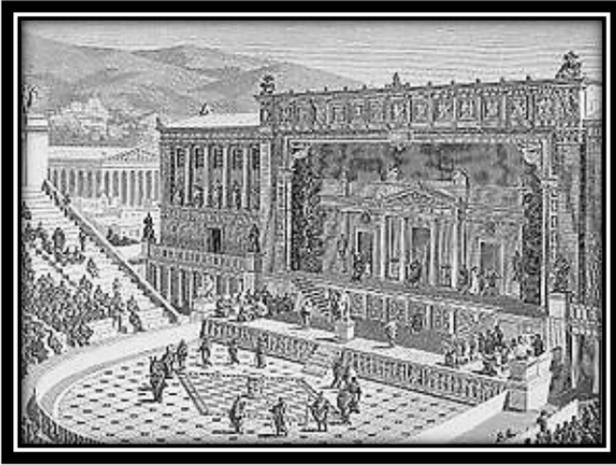
هذا الكتاب يسعى للخروج من النفق المظلم وتمهيد طريق
للخلاص بالقراءة والمعرفة الحقيقية.

وإنني إذ أقدم للقراء والحياة الثقافية هذا الكتاب أرجو من
الله أن يكون مفيدًا وهادفًا وأن ينفع به كل طالب علم وفكر
جديد.

تاريخ الجماهير

مما لا شك فيه أن دراسة تاريخ الجماهير تساعد في توضيح الصورة عن الجماهير منذ أقدم العصور، واللافت للنظر أن وجود الجماهير كصوت مقابل لصوت السلطة كان ضعيفاً رغم تفوقهم العددي على حكامهم، ويرجع ذلك لوجود أدوات تم من خلالها السيطرة عليهم مثل العادات والتقاليد والأعراف والأديان والقوانين والوسائل الإعلامية والثقافية.

وعلى الرغم من أن الاتصال الجماهيري وأساليب الدعاية السياسية كانا موجودين في الحضارة المصرية القديمة، حيث تم ربط العقيدة الدينية بالسياسة والمجتمع، إلا أن تلك الممارسات لم تصل إلى مرحلة الفكر السياسي الواعي بمتغيرات الجماهير والسلطة إلا فيما بعد.



الجماهير في اليونان القديمة

يبدأ معظم الباحثين دراسة تاريخ الجماهير من اليونان وأثينا بالتحديد، فقد تميزت ديمقراطية أثينا بأن مواطني أثينا القديمة جميعهم كانوا يتخذون قراراتهم مباشرة بدلاً من التصويت على اختيار نواب.

فالديمقراطية التي اشتق اسمها من الكلمة اليونانية -demo- kratia، ومعناها الحرفي حكم أو سلطة الشعب (demos) هي ابتكار يوناني أصيل.

الجماهير الرومانية

ورثت روما المجد اليوناني وخاصة في السياسة والفكر ولكنها لم تنجح في الحفاظ على المكتسبات التي حققتها الجماهير. ففي القانون الروماني، كانت تعتبر مؤسسة شعب ومجلس شيوخ روما صاحبة سيادة عندما تكون مجتمعة، أما عند فصلهم، فإن "شعب روما" يحتفظ بسيادته، إلا أن مجلس الشيوخ - الذي يستمد شرعيته من الشعب - يفقدها. في عهد المملكة الرومانية، لم يكن لا الشعب ولا مجلس الشيوخ ذا سيادة، لأن السلطة كلها كانت في يد الملك. بالتالي، يمكن افتراض أن هذا الاصطلاح لم يظهر قبل قيام الجمهورية الرومانية على الأقل.



الجماهير في العصور الوسطى

وينقسم إلى قسمين أساسيين:

أ. الجماهير عند الغرب المسيحي:

وقد تميزت تلك الفترة في أوروبا بسيطرة الإعلام الديني وهيمنة رجال الدين والكنيسة على الشعب والجماهير.



ب. الجماهير عند العرب المسلمين:

وقد مرت علاقة الحكام المسلمين مع الشعوب التي غزوها بعدة مراحل، ففي البداية كانت أمور الرعية والشعب والشورى هي الأساس الذي يقوم عليه الحكم الإسلامي، وظهر ذلك في فترة حكم الخلفاء الراشدين، ثم تلا ذلك فترة الصراع حول الحكم وقيام الملكيات والتوريث، مما أثر على علاقة الحكام بشعوبهم وتضاءل دور الجماهير.



الجماهير في العصور الحديثة:

ويمكن تمييز علامات معينة عند التأريخ للجماهير في العصور الحديثة:

- عصر الجماهير

وتذكر موسوعة ويكبيديا أن القرن العشرين تميز بنمو القراءة وانتشارها، وسبل الاتصال الإلكتروني والكتابي على حد سواء؛ فأطلق بعض علماء الاجتماع والسياسة على هذه الحقبة صفة عصر الجماهير. ولم يعد التوجه الفكري والكتابي والإعلامي مقتصرًا على النخبة أو الشركات، إذ أصبحت الوسائل الإعلامية والثقافية جزءًا من الحياة العادية واليومية للمواطن، ومن العملية السياسية والحكومية والجهد الانتخابي والتمثيلي بحيث أدت إلى نشوء "علم اجتماع وسائل الإعلام" في الولايات المتحدة. وقبل الحرب العالمية الثانية أخذت الطبقة السياسية الأمريكية تهتم بالاستفادة من تأثير وسائل الإعلام على الجماهير.



- المجتمع المدني الإلكتروني

لقد استخدم مفهوم المجتمع المدني كثيراً في الفترة الأخيرة، ولعل بدايته تعود للفلسفة. فقد ظهرت فكرة المجتمع المدني في فلسفة أرسطو عندما تحدث عن Politike Koinonia وكان يعني به جماعة سياسية، ثم ترجمت في اللغة اللاتينية إلى Societies Civilis ومنه جاءت تسمية المجتمع الأهلي أو المدني. والإنسان بالنسبة لأرسطو هو في أعلى مستويات نشاطاته المختلفة؛ حيوان سياسي، والمدينة (Polis) تمثل غرضه أو غايته، وعلى الرغم من أن هذا المفهوم قد طرأت عليه تعديلات عديدة في العصور التالية؛ وخاصة في العصر الحديث، وكذلك التفسيرات المعاصرة؛ إلا أنه إجمالاً يمكن أن نشير إلى المجتمع المدني على أنه المجموعات، والجمعيات المستقلة عن الدولة والتي تشكل كياناً سياسياً بعيداً عنها، وقد ارتبط مفهوم المجتمع المدني بموضوع الديمقراطية ارتباطاً وثيقاً خلال العقود الثلاثة الأخيرة؛ حيث نجد أنهما أصبحا متلازمين بشكل يوحى بأنه لا يمكن أن توجد دولة ديمقراطية دون وجود مؤسسات للمجتمع المدني تعمل في إطارها؛ بل إننا نلاحظ أن الدولة تسعى إلى إنشاء أو المساعدة في إنشاء تلك المؤسسات التي تعطيها الصبغة الشرعية وتُعزز موقفها القانوني أمام المنظمات الدولية المختلفة.



ومن أبرز الأشياء الملفتة للنظر في الفترة الأخيرة هو تواجد جميع المؤسسات، وعلى رأسها مؤسسات المجتمع المدني على الإنترنت، وعلى الأخص على الفيس بوك كصفحات رسمية يتواصل من خلالها أعضاء تلك المجموعات ويديرون النقاش حول الموضوعات المختلفة.

بل إن كثيراً من الشركات والمؤسسات أيضاً اعتبرت الفيس بوك مكاناً يوجد به موظفون متخصصون في خدمة العملاء عن طريق الإنترنت، ويقومون باعتبار الصفحة مكان تجمع رسمي يعبر عن آراء الشركة أو المؤسسة.

وكان لبيئة الإنترنت أن خلقت أيضاً شيئاً جديداً هو الكيانات التي لا توجد على أرض الواقع، ولكنها كيانات تتواجد على الإنترنت وتقدم خدمات أو تهدف لربح أو ترويج أفكار، ولكن لا توجد لها مقرات أو أماكن ثابتة.

ونظرًا لابتعاد هذه الكيانات عن أي التزام بأي قوانين أو بيروقراطية حكومية، فقد مارست أنشطتها بحرية كاملة، واستطاعت أن تجتذب العديد من الأفراد الذين يهتمون فقط بأداء خدمة، أو حتى الوصول لمعلومات. ولعل ذلك يشير إلى اتجاه نحو العالم الافتراضي الذي نشأ بظهور الإنترنت، والذي أنتج ما يمكن تسميته بالمجتمع المدني الإلكتروني، وهو ما أدى إلى ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات، والهيئات، والمؤسسات، والحركات المستقلة على الفيس بوك، ودور هذه الكيانات في تحقيق التنمية بمختلف أشكالها: سياسية، واقتصادية، وفكرية، واجتماعية.

سيكولوجية الجماهير والسلطة

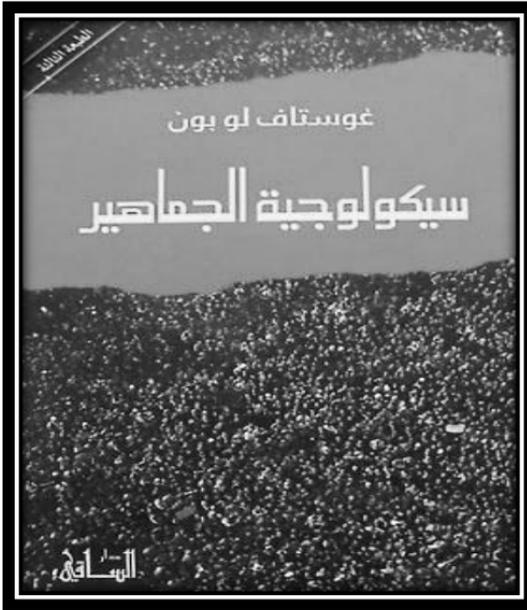
كان لابد من البحث في أحد أهم فروع العلم الحديث وهو علم النفس الاجتماعي، ويهتم بالدراسة العلمية للإنسان ونفسيته ككائن اجتماعي، وهدفه بناء مجتمع أفضل قائم على فهم سلوك الفرد والجماعة.

ووسط بحثي في هذا المجال عثرت على الكتاب المؤسس لهذا العلم وهو كتاب "سيكولوجية الجماهير" لجوستاف لوبون، ويذكر في بدايته أن "مجمل الخصائص المشتركة المفروضة من قبل الوسط المحيط والوراثة على كل أفراد شعب ما تشكل روح هذا الشعب".

كانت ظاهرة الجماهير وقت ظهور الكتاب قد بدأت تتزايد وخاصة بعد الثورة الفرنسية وما تلاها من أحداث على المسرح الأوروبي، وعلى الرغم من صدور الطبعة الأولى لهذا الكتاب منذ فترة طويلة إلا أن ما ورد فيه لا زال قابلاً للتطبيق النظري والعملي.

يبين جوستاف لوبون أن تأثير الجماهير بدأ بعد سببين أساسيين، الأول هو تدمير العقائد الدينية والسياسية والاجتماعية التي اشتقت منها كل عناصر حضارتنا.. والثاني هو خلق شروط جديدة كلياً بالنسبة للوجود والفكر وقد تولدت عن الاكتشافات الحديثة للعلوم والصناعة.

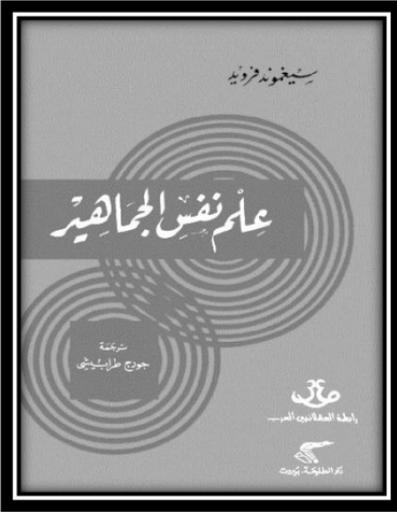
ونستنتج من ذلك أن أحد أهم الاختلافات بين العالم القديم والعالم الحديث هو مفهوم اليقين وهو المسيطر بالعالم القديم، بينما الشك هو مفهوم العالم الحديث، ومن هنا أصبحت العلمانية كظاهرة فكرية ونزعة نفسانية أحد سمات العصر الحالي وهي ترتبط ارتباطاً وثيق الصلة بظهور مفهوم الجماهير.



كان كتاب لوبون يعبر عن هلع حقيقي من الجماهير وأهمية السيطرة عليهم، ولعل ذلك يظهر من فقرة مهمة وردت بالكتاب وهي أن "تدمير الحضارات العتيقة قد مثل حتى هذه اللحظة الدور الأكبر الذي تلعبه الجماهير. والتاريخ يعلمنا أنه عندما تفقد القوى الأخلاقية التي تشكل هيكل المجتمع زمام المبادرة من يدها، فإن الانحلال النهائي يتم عادة على يد هذه الكتلة اللاواعية والعنيفة التي تدعى بحق البرابرة".

ويضرب المفكر الكبير مثلاً مهماً لمعرفة نفسية الجماهير التي تشكل المصدر الأساسي لرجل الدولة وهو "إذا أراد مشرع أن يفرض ضريبة جديدة فهل ينبغي عليه أن يختار الضريبة الأكثر عدالة نظرياً؟ بالتأكيد لا فالضريبة الأكثر ظلماً يمكنها أن تكون الأفضل عملياً بالنسبة للجماهير إذا كانت الأقل مرثية والأقل ثقلاً من حيث المظهر" وهو ما يوضح مثلاً أن فرض ضرائب موزعة على سلع استهلاكية متنوعة بصور مختلفة أفضل كثيراً من فرض ضريبة على المرتبات ولو كانت قليلة!!.

وعلى الرغم من أن نظرية لوبون قد لاقت ذيوغاً وانتشاراً كبيراً إلا أن الأمر كان يحتاج لعالم نفس يؤسس للموضوع من الجانب النفسي خاصة أن جوستاف لوبون كان عالم اجتماع ومؤرخ، وربما هذا ما دفع سيجموند فرويد لإصدار كتاب مهم لا يقل أهمية وهو "علم نفس الجماهير" - صدر بعد ربع قرن من صدور كتاب لوبون - ليتناول الظاهرة من منظور علم النفس.



كان فرويد يستخدم أدوات مختلفة عن السابق، فبدلاً من مفاهيم العرق والتقاليد والأعراف والعاطفة الدينية عند لوبون، يستخدم فرويد مفاهيم من المعجم الخاص بالتحليل النفسي مثل الأنا والأنا الأعلى والإسقاط والنكوص، فضلاً عن الأسطورة التحليلية النفسية عن جريمة قتل الأب وتأثير ذلك على نفسية الجماهير.

ويركز في كتابه على الجماهير الاصطناعية، فيذكر أن الكنيسة والجيش جمهوران اصطناعيان، أي: جمهوران يقوم تلاحمهما على إكراه خارجي من شأنه في الوقت نفسه أن يمنع تعديل بنيتهما، وينخرط الفرد في جمهور من هذا النوع دون أن تؤخذ مشورته وموافقته مسبقاً، ويشير إلى أن مثل تلك الجماهير الرفيعة التنظيم تكون محمية من كل إمكانية انحلال وتبقى لفترات طويلة.

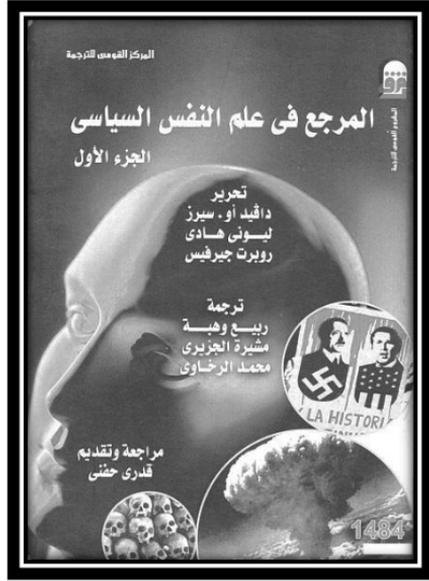
وعلى الرغم من أهمية الكتابين السابقين إلا أنه لا يمكن الاكتفاء بهما لسبب رئيسي وهو التقدم الإنساني ومشكلاته؛ فالتحديات، والعقبات، والمشكلات السياسية، وحقوق الإنسان، والتطورات الدولية، والتوقعات الاقتصادية، والحروب والفتن، والفساد الحكومي، والنمو المتزايد في أعداد السكان؛ ومن ثم الزيادة في أعداد المهتمين سياسياً، وزيادة الفجوة التكنولوجية،

والتفاوت الكبير في مستوى المعيشة كان لها دور كبير في الاتجاه نحو دراسة ظاهرة الجماهير بصورة أكبر، كما آثرت زيادة أعداد مستخدمي الإنترنت ليشكلوا فكرًا، ورأيًا معارضًا أو مؤيدًا، ولتنتج ممارسات ديمقراطية على الإنترنت كالتصويت الإلكتروني والحكومة الإلكترونية؛ ومن ثم الحديث عن أخلاقيات الإنترنت وهي موضوعات تحتاج دراسة عميقة متشعبة الأطراف للإلمام بأبعاد العلاقات المتشابكة والمترابطة عند تخطيط السياسات الإعلامية والثقافية الجديدة للجماهير.

ومع تطور علم النفس بدأ يظهر فرع مهم ملائم جدًا لمبحث سيكولوجية الجماهير وهو علم النفس السياسي الذي يهتم بالعلاقة بين الجماهير والسلطة الحاكمة وكيفية المواءمة بينهما في إطار الدولة المدنية الحديثة.

مجهودات ومحاولات وكتابات عديدة في مجال علم النفس السياسي منشورة ومتاحة للجميع، لعل أبرزها المجهود الضخم الذي قام به المركز القومي للترجمة لترجمة كتاب "المرجع في علم النفس السياسي" بجزئيه، ويحاول الكتاب الاستفادة من الحقائق النفسية في مجال السياسة، وتطبيقاتها الحديثة مثل الحرب النفسية، ويوضح الكتاب أن نشأة هذا العلم كان تجسيدًا لمحاولة الإفلات الفكري من مأزق الاختيار بين المادية الماركسية، والمثالية الميتافيزيقية بتبني الفلسفة النقدية التجريبية.

وأشار الدكتور قدرى حفنى في مقدمة هذا الكتاب إلى نقطة غاية في الأهمية وهي علاقة علم النفس بالسياسة في مصر، وارتباط الرواد مثل يوسف مراد ومصطفى زيور بالعائلة المالكة، فقد صدر العدد الأول من مجلة علم النفس عام ١٩٤٥ برعاية الملك فاروق والأميرة شويكار وسط جو مشحون بالمظاهرات والمعارضة السياسية للنظم الملكي، كما خصصت المجلة عددًا خاصًا بعد حرب ١٩٤٨ عن موضوع علم النفس والحرب.



وبعد ثورة يوليو تم إدخال الخدمات النفسية إلى الجيش بالاعتماد على كوادر علم النفس، وإنشاء إدارة لتحليل الرأي العام في مصلحة الاستعلامات التي كان يرأسها عبد القادر حاتم. أما كتاب "علم النفس السياسي - أسس ثقافة أحادية وتعددية" وهو من إعداد مجموعة من الباحثين بإشراف ستانلي رينشون وجون دو كيت وقام بترجمته عبد الكريم ناصيف، فيتعرض لموضوع مثير للاهتمام وهو العلاقة بين الثقافة، وعلم النفس، والصراع السياسي العالمي، ليكشف لنا الكتاب واحدة من أشد،

إن لم تكن أشدّ القضايا المعاصرة تَفَجُّراً على الصعيد المحلي والدولي، ألا وهي الأسس الثقافية للتعصب والصراع العرقي.

كتاب آخر صدر حديثاً عن المجلس الوطني للثقافة والفنون

والآداب بعنوان "علم النفس السياسي: رؤية نقدية" لكريستيان تيليغا وترجمة أسامة الغزولي، وعلى الرغم من تركيزه على سياسات وقضايا أوروبية، إلا أنه يشير لقضايا مهمة من الناحية المعرفية والنظرية والمنهجية لتفسير السلوك الإنساني في مجال السياسة، ومن أبرز ما أشار إليه الكتاب قضية الاتصال والخطاب السياسي والإعلام الجماهيري،



فالخطاب السياسي كما يذكر الكاتب هو خطاب جرى إنتاجه بعناية في سياق اجتماعي لتحقيق الدلالة السياسية.

كما صدر عن المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات كتاب "علم النفس السياسي" ضمن سلسلة ترجمان، للكاتب دايفد باتريك هوتون. بترجمة أنيقة لياسمين حدّاد، ويبين الكتاب أنّ هناك نمطين أساسيين من المقاربات لفهم السلوك السياسي الإنساني: أولهما مقارنة موقفية تعدّ البيئة أو الموقف المحيط بالفرد، أكثر أهمية في تشكيل سلوك الفرد أو دوره في المجال العام من نزعاته أو خصائصه



الشخصية أو انتمائه الحزبي؛ أمّا الأخرى فهي المقاربة النزوعية التي ترى أنّ شخصية الفرد وما لديه من اعتقادات وقيم أو حتى موروثات جينية، أكثر تأثيراً في هذا المضمّر. بل يمكن، على العموم، النظر إلى السلوك السياسي على أنّه حدث مدفوع بأسباب داخلية أو مؤثرات خارجية، أو بمزيج من هذين النوعين.



ومن سيكولوجية الجماهير إلى سيكولوجية السلطة صدر كتاب مهم للكاتب سالم القمودي بعنوان "سيكولوجية السلطة - بحث في الخصائص النفسية المشتركة للسلطة"، ويؤكد فيه الكاتب على أن أي سلطة تقوم عن أساس نفسي عقلي وتمارس فعلها انطلاقاً من دوافع وموجهات وتجارب وخبرات نفسية عقلية ظاهرة أو باطنة، ولكي

تتمكّن هذه السلطة من بسط نفوذها وتحقيق أهدافها تحتاج إلى إيديولوجية تمثّل البعد المعلن من السلطة.

ويضع الكاتب نقاطاً مهمة لدراسة سيكولوجية السلطة، فيجب أن نفهم السلطة التي نخضع لها، أو التي تحاول أن تخضعنا لها، وأن نعرف ماذا تريد منا، وما يمكن أن تحقّقه لنا، وأن نظمّن إلى خضوعنا لها، أو نرفض هذا الخضوع ونقاومه.

كانت تلك الكتب هي أبرز ما لفت نظري في هذا المجال الرائع والمثير للقراءة والبحث، ولكن رغم أهمية الكتب السابقة إلا أن معظم النماذج التي تم التركيز عليها تتضمن نظريات وأمثلة أوروبية لا نماذج وتجارب عربية ومصرية.

ومن هنا تأتي أهمية كتاب علم النفس السياسي رؤية مصرية عربية للدكتور محمد المهدي، ويضع الكاتب يده بقسوة على مفتاح الشخصية العربية، وهوليس صعب المنال حيث إنه وارد في الكثير من أدبياتنا وتراثنا بشكل مكثف وملفت للنظر، فعلى مدى مراحل التاريخ يطلق لفظ "الرعية" على الشعوب العربية، ولايتصور أن يكون لهؤلاء الرعية رؤية أو إرادة أو اختيار.

وحول العلاقة بين الجماهير والسلطة يذكر المهدي أنه حين تكون السلطة منطقية وشرعية وقائمة على الشورى وملتزمة بها، وحين تكون الجماهير على درجة جيدة من التعليم والثقافة ولديها ملكة التفكير النقدي يصبح الأمر علاقة سلطة ناضجة بجماهير ناضجة فيسود العقل وتحتل الموضوعية مساحة كبيرة في العلاقة بين الطرفين فلا تتحول إلى حب حتى التقديس والاستلاب أو إلى

كراهية حتى التدمير. ونتاج ذلك منظومة سياسية واجتماعية تتسم بالسلام وارتفاع معدلات الإنتاج والنمو والإبداع.

وفي عصر مليء بالمصنفين والمنافقين ويتضاءل فيه دور المثقفين الجادين والتنويريين الحقيقيين الذين يحاربون الجهل والتدين الزائف والفساد الفكري الذي ينعكس على مختلف جوانب



الحياة ويتم تصديره للجماهير؛ تأتي أهمية قراءة كتاب "لماذا يصفق المصريون؟" للدكتور عماد عبد اللطيف.

ويبدأ الكاتب بالبحث في أعماق التاريخ عن بدايات التصفيق، فهناك إشارات عديدة لوجوده في بعض المجتمعات القديمة. فكثير من النقوش المصرية القديمة تُظهر المصريين وهم يصفقون خاصة بمصاحبة الرقص والغناء. وقد كان التصفيق في مصر الفرعونية أداة الإيقاع الأساسية، وكان يُصاحب عادةً حفلات الرقص والغناء التي أبدع في فنونها المصريون.

أما في الحضارة اليونانية فقد كان التصفيق هو الوسيلة لإظهار استحسان الجمهور وإعجابهم بالعروض المسرحية أو الموسيقية أو الغنائية التي يشاهدونها. بل إن اليونانيين ربما كانوا أقدم الشعوب التي عرفت مهنة المصقّق المأجور؛ أي الشخص الذي يحصل على مقابل مادي نظير التصفيق المتحمس لمسرحية ما أو أداء موسيقي ما. فقد كان بعض المؤلفين المسرحيين الذين يعرضون مسرحياتهم على مسرح ديونيسوس يؤجرون مجموعات من الجماهير تقوم بالتصفيق الحار لمسرحياتهم أمام لجان تحكيم المسابقات المسرحية! وتذكر كتب التاريخ أن نieron طاغية روما الشهير، أسس مدرسة خاصة لتعليم أصول التصفيق، وأنه كان يأمر ما يقرب من خمسة آلاف فارس وجندي من أفراد الجيش بحضور الحفلات الموسيقية التي كان يغني فيها وهو يعزف على القيثارة؛ ليصفقوا له بعد أن ينتهي من الغناء والعزف!.

كما يوضح الكاتب أن العرب في عصر ما قبل الإسلام عرفوا التصفيق بوصفه ممارسة شعائرية تؤدَّى أمام الحرم المكي. فقد ذهب بعض المفسرين إلى أن المقصود بالتصدية في قوله تعالى (وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مُكَاءً وَتَصْدِيَةً) هو التصفيق.

وأشار الكاتب إلى أن التصفيق ممارسة تربية يتم نقلها من جيل إلى جيل. يعلمها الوالد للولد، والسلف للخلف

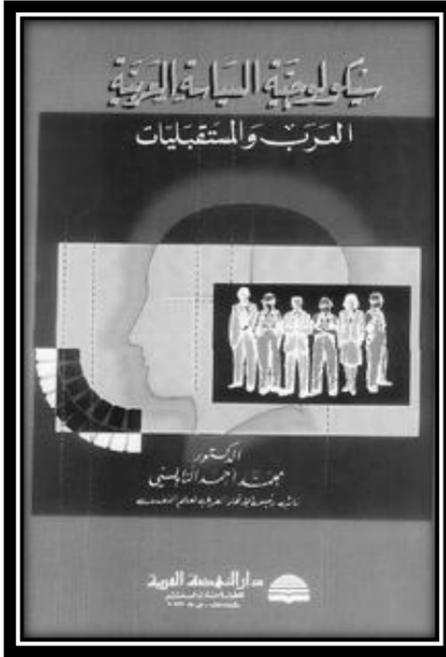


وكما أن الأم تحلق من السعادة حين يحبو طفلها، أو يخطو أولى خطواته، أو ينطق أول كلمة، فإنها تسعد به حين يتعلم كيف يضرب يداً بيد ويصفق مبتهجاً، كما أن التصفيق ممارسة ثقافية؛ لذا تختلف طريقة استخدامه ووظائفه وكيفية تأويله من ثقافة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر. ومع ذلك فقد أدى كون التصفيق شعيرةً تواصلية في كثير من أشكال التواصل الجماهيري في الوقت الراهن إلى تحوله في بعض أنشطة التواصل إلى عرف مستقر.

ومن أهم النقاط التي أشار إليها الكتاب أن فهم ظاهرة التصفيق في التواصل الجماهيري في المجتمع المصري المعاصر يمثل مدخلاً مثاليًا لفهم خصائص التواصل الجماهيري في المجتمع المصري من ناحية، وسمات هذا المجتمع من ناحية ثانية، وطبيعة

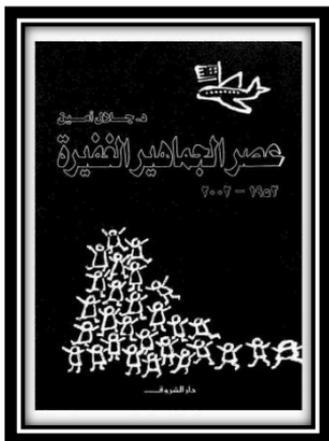
المصريين المعاصرين أنفسهم من ناحية ثالثة. فالتصفيق الجماعي في السياسة والفن قد يكون رمزاً للرضا والتأييد، أو نتاجاً للقهر والإجبار أو تجلياً للخداع والتضليل. وفي جميع الحالات فإنه من الأهمية بمكان معرفة متى وكيف ولماذا ترضى جماعة المصريين، أو تخضع للقهر والإجبار، أو تنطلي عليها الخدع والألاعيب. وتزداد هذه الأهمية في عصر ثورة التواصل الجماهيري، التي جعلت من السهولة بمكان نفاذ الخطاب - أي خطاب - إلى حشود لا نهائية، بواسطة وسائط لم يعد من الممكن احتكارها مثل الإنترنت والإذاعات الشخصية.. إلخ، تبث رسائلها في سماوات لم يعد متاحاً إغلاقها. أما التصفيق الفردي في مصر فهو غالباً ما يكون امتداداً لتراث طويل في التواصل الفردي، نحتته الجماعات القديمة، وحفظته العادات والتقاليد، وانتقل من الأجداد إلى الأحفاد مع لون البشرة وطيبة القلب.

ونختم تلك الجولة في أدبيات علم النفس السياسي بكتاب مهم بعنوان "سيكولوجية السياسة العربية - العرب والمستقبلات" للدكتور محمد أحمد النابلسي وهو أحد أهم الأطباء النفسيين العرب وأكثرهم اهتماماً بفرع الطب النفسي - الاجتماعي بمتفرعاته بما فيها الطب النفسي السياسي، ويربط فيه بين علم المستقبلات والعلوم النفسية، فالتعرف إلى نمط سلوك فرد أو جماعة معينة من شأنه أن يساعدنا على توقع ردود الفعل المحتملة لصاحب هذا السلوك؛ وهذا تبين لنا العلاقة الوثيقة والعضوية بين السيكولوجية وبين المستقبلات.

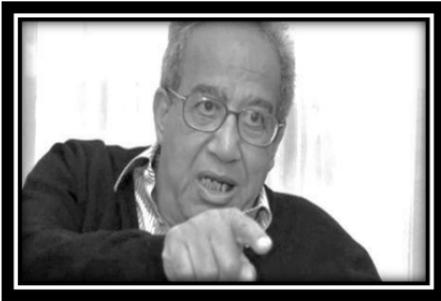


الثقافة والتكنولوجيا في عصر الجماهير الغفيرة

لا شك أن التحديات، والعقبات، والمشكلات السياسية، وحقوق الإنسان، والتطورات الدولية، والتوقعات الاقتصادية، والحروب والفتن، والفساد الحكومي، والنمو المتزايد في أعداد السكان؛ ومن ثم الزيادة في أعداد المهتمين سياسيًا، وزيادة الفجوة التكنولوجية، والتفاوت الكبير في مستوى المعيشة كان لها دور كبير في الاتجاه نحو دراسة ظاهرة الجماهير الغفيرة في عصرنا الحالي، كما أثرت زيادة أعداد مستخدمي الإنترنت ليشكلوا فكرًا، ورأيًا معارضًا أو مؤيدًا، ولتنتج ممارسات ديمقراطية على الإنترنت



كالتصويت الإلكتروني والحكومة الإلكترونية؛ ومن ثم الحديث عن أخلاقيات الإنترنت، وهي موضوعات تحتاج دراسة عميقة متشعبة الأطراف للإلمام بأبعاد العلاقات المتشابكة والمترابطة عند تخطيط السياسات الإعلامية والثقافية الجديدة، وعلى الرغم من ظهور دراسات عديدة للحالة المصرية اجتماعيًا واقتصاديًا وثقافيًا يظل الجهد المبذول من المفكر الكبير جلال أمين مختلفًا ومميزًا، وقد قام في كتابه الأشهر "ماذا حدث للمصريين؟.. المجتمع المصري في نصف قرن ١٩٤٥-١٩٩٥" برصد التحولات الاجتماعية والسياسية والفكرية والاقتصادية التي أصابت المصريين خلال نصف قرن، ويأتي كتاب "عصر الجماهير الغفيرة ١٩٥٢ - ٢٠٠٢" بمثابة استكمال لكتاب "ماذا حدث للمصريين؟" ولكن هناك اختلافًا مهمًا بين الكتابين، فبينما الفكرة المسيطرة على الكتاب الأول هي فكرة الحراك الاجتماعي أي أثر ما حدث للتركيب الطبقي للمجتمع المصري على مختلف مختلف مظاهر حياتنا الاجتماعية، يركز



كتاب "عصر الجماهير الغفيرة" على الآثار المترتبة على زيادة حجم السكان الفعال بصرف النظر عن التغييرات التي لحقت المركز النسبي للطبقات.

بدأت الظاهرة في أعقاب الحرب العالمية الثانية، بعد الانتصار العسكري والسياسي للولايات المتحدة الأمريكية، العالم، ونظرًا لتفوقها السياسي والعسكري والاقتصادي، والتكنولوجي، فرضت طبيعة الحياة الأمريكية وما تحمله من قيم تجارية واستهلاكية نفسها على معظم العالم وبخاصة الدولة النامية التي كانت تبحث عن نموذج متقدم للانحياز له في مقابل النماذج الاشتراكية وقتها.



ولفهم ظاهرة الجماهير الغفيرة كما يوضحها الكاتب يجب الأخذ في الاعتبار عدة متغيرات وهي أن هناك علاقة أساسية بين عصر الجماهير الغفيرة والتقدم التكنولوجي، لأن هذا التقدم هو الذي يساعد على توفير السلع الضرورية لنسبة عالية من السكان، أما المتغير الثاني فهو أن درجة التقدم نحو مجتمع الجماهير الغفيرة يتفاوت بتفاوت درجة التقدم

والتكنولوجيا، والمتغير الثالث هو أثر الولايات المتحدة على العالم ونقله لمجتمع الجماهير الغفيرة وريادتها في ذلك الأمر.



ويشير المؤلف للحيرة القائمة عند تقييم ظاهرة الجماهير الغفيرة، فيذكر أنها "ظاهرة مؤسفة ومفرحة في نفس الوقت، فبقدر ما ضربت الصفوة ولقنت درسًا في التواضع والتزام الحدود، تحررت الجماهير الغفيرة وحصلت على ما كانت محرومة منه من حقوق، هذا هو المكسب الحقيقي الذي حققه العالم في الخمسين عامًا الماضية، وهذا هو مرتبط الفرس في فكرة التقدم. ربما لم نعد الآن أسعد أو أرقى حقا مما كنا منذ خمسين عامًا، ولكن من المؤكد أن ما كان مقصورًا على القلة أصبح في متناول كثيرين. وهذا هو الدفاع الحقيقي، في ما يظهر، عن التكنولوجيا الحديثة، من المشكوك فيه جدًا أنها جعلتنا أكثر سعادة أو أكثر رقيًا، إنها فقط جعلتنا "أكثر".

ويبرز الكاتب تأثيراً مهماً للظاهرة على الثقافة فيذكر أنه قبيل الحرب العالمية الثانية كانت تصدر في مصر مجلتان ثقافيتان رفيعتا المستوى هما: "الرسالة" و"الثقافة"، ولم تكن أي منهما تطبع وتوزع أكثر من ألفي نسخة، ومع ذلك كان لهما تأثير عظيم في مصر والعالم العربي، تغيير الأمر في أعقاب الحرب، وبدأتا تواجهان خسارة متزايدة، وأصبحت كل منهما تشكو من ضالة حجم الطلب عليها بالنسبة لنفقات الطباعة، لم يكن عدد القراء قد انخفض بالطبع، بل بالعكس، فقد ازداد بدهشة مع ازدياد عدد السكان والمتعلمين، ولكن المشكلة لم تكن في الحجم المطلق للطلب على المجلتين بل في حجمه النسبي، ففي الوقت الذي ازداد فيه عدد قراء المجلتين الرفيعتين زاد أيضاً، وبنسبة أكبر بكثير، عدد قراء نوع آخر من المجلات والجرائد الأكثر سطحية والأكثر استجابة لغرائز القراء. وربما يفسر ذلك ما أوضحه المؤلف في موضع آخر وهو النعمة المتعلقة بالثقافة، ذلك أن هذا الاتساع الكبير في السوق، هو نفسه، قد جعل من المريح جداً أن تنتج ثقافة متوسطة المستوى، بمعنى أنها ثقافة تستجيب للقاسم المشترك الأعظم بين جمهور غفير من الناس، وهذا القاسم المشترك ليس للأسف بأفضل الأشياء أو أعمقها أو أنبلها، أو أجملها أو أكثرها ذكاء، بل هو في أغلب الأحيان أكثر الأشياء استجابة لغرائز الإنسان الدنيا: الجنس أولاً، والعنف ثانياً.

قد يقال: ألا يعنى اتساع السوق أيضا، وجود سوق متسعة كذلك للأشياء الجميلة والنبيلة والذكية... إلخ؟ ألا تسمح ضخامة حجم السكان، مع ارتفاع مستوى الدخل، بوجود عدد كبير أيضًا من المتعلمين وواسعي الثقافة ومن ذوي الذوق الراقى والحس المرهف، أكثر مما تجده فى مجتمع صغير السكان ومنخفض الدخل؟ بلى، هذا صحيح بالطبع. ولكن المهم هنا ليس العدد المطلق بل العدد النسبي، فالذى يحدد نوع الثقافة التى سوف تسود فى النهاية ليس هو العدد المطلق لمن يطلب هذا النوع من الثقافة أو ذلك، بل الحجم النسبى لكلا النوعين، فإذا كانت نسبة طالبي الثقافة الهابطة أعلى بكثير من نسبة طالبي الثقافة الرفيعة، حتى ولو كان عدد طالبي الثقافة الرفيعة كبيرًا كعدد مطلق، فلا بد أن تسود الثقافة الهابطة.

وهنا يوضح الكاتب أن القول بأن الرأسمالية تنفي الثقافة، يلمس أيضًا جانبًا مهمًا من الحقيقة، إذا أخذنا الثقافة بالمعنى الضيق، أى بمعنى الإنتاج الفكرى والفنى. فكما سبقت الإشارة أن الإنتاج الواسع هو عدو الثقافة الرفيعة، إذ يعتمد على الاستجابة لما يشترك فيه الناس جميعًا، وينفر مما لا يستجيب إلا لنوازع الصفوة، إذ إن هذا النوع الأخير قليل الربح وغير مضمون العائد. ولكن ثقافة الجماهير، يمكن أن توصف، دون أن نبتعد كثيرًا عن الحقيقة بأنها لا ثقافة أو أنها نفى للثقافة

أصلاً، فالمسرحيات الهزلية التي لا تطلب من المشاهد قدرات أكبر من القدرة على الضحك على سقوط الممثل على وجهه، أو ضرب ممثل لآخر على قفاه، أو ظهور ممثل على خشبة المسرح بالملابس الداخلية... إلخ، وأفلام الإثارة التي تعتمد على تعرية الممثلة لجسمها أو على الإشارات الجنسية المتكررة طوال الفيلم.. إلخ، هذه المسرحيات أو الأفلام يمكن أن توصف ليس بأنها مجرد ثقافة هابطة بل بأنها ليست ثقافة أصلاً.

يحكي جلال أمين من خلال كتابه ذكريات ما قبل عصر الجماهير الغفيرة "كان ذلك منذ نحو خمسين عامًا، عندما ركبت الطائرة للمرة الأولى، وما زلت أذكر كيف كان راكبو الطائرات يعاملون في تلك الأيام، كنا نحن راكبي الطائرات نمثل نسبة ضئيلة للغاية من سكان العالم، أي أننا كنا أرستقراطية بكل معنى الكلمة، وكان على شركات الطيران والعاملين فيها، من مضيفين ومضيفات، والمشتغلين ببيع التذاكر وحجز المقاعد، أن يعاملونا بصفتنا أرستقراطية العالم، كان كل شيء أرخص بكثير منه الآن ولكن تلك الجنيئات القليلة التي كانت تذكرة الطائرة تتكلفها كانت فوق متناول أيدي الغالبية العظمى من سكان العالم، الذين كان عليهم بسبب ذلك أن يكتفوا بالبقاء في مدينتهم أو قريتهم لا يتجاوزونها، أو على أحسن تقدير، أن ينتقلوا من مكان إلى آخر بالقطار الذي كان وسيلة للانتقال أكثر شعبية بكثير من

الطائرة". ثم يقارن بين تلك الأوضاع وماحدث بعد ذلك "مرت السنوات ورأيت الأمور تتغير شيئاً فشيئاً حتى رأيت نفسي في أحد الأيام واقفاً في صف طويل ينتظر صعود الطائرة المتجهة إلى إحدى دول الخليج، وكان أغلب الواقفين أمامي وخلفي من العمال المصريين، لم يكونوا يرتدون القميص والبنطلون مثلي بل الجلباب، كان الجلباب نظيفاً ومختاراً بعناية ليناسب مقام الطائرة، ولكن من الواضح أيضاً أن معظم الواقفين كانوا من ذوي الدخل المنخفض الذاهبين إلى الخليج بحثاً عن عمل، وكثير منهم لم يكونوا يعرفون القراءة والكتابة، تغيرت معاملة موظفي شركات الطيران للركاب نتيجةً لذلك، لم نعد نحن راكبي الطائرة أرسقراطية العالم، بل أصبحنا (جماهير غفيرة)".

وبالكتاب فصل مهم عن أحد أهم الأزمات التي صاحبت الفترة الأخيرة من حكم الرئيس المخلوع حسني مبارك وهو "قطار الصعيد"، وفيه يحكي الكاتب عن ركاب الدرجة الثالثة وحكاية القطار رقم ٨٣٢ الذي يغادر القاهرة في الساعة ١١ ونصف ليصل أسوان بعد رحلة طولها ١٦ ساعة، وأحداث ذلك اليوم السابق لعطلة عيد الأضحى مباشرة عام ٢٠٠٢، حيث كل عربة من عربات الدرجة الثالثة تحمل مقاعد تكفي لجلوس ٩٦ شخصاً لكن الواقع أنها تحمل أضعافاً مضاعفة، وحتى الممرات كانت مشغولة بالركاب الجالسين القرفصاء،

بينما ينام آخرون على الرفوف المعدة لوضع الحقائق، وتواجه البلطجية، ولذلك حينما وقعت الواقعة وحدث الماس الكهربائي في العربة الأخيرة من القطار تحول لحريق هائل امتد بسرعة من حقيبة ملابس لحقيبة ملابس ومن راكب إلى راكب بسرعة مذهلة بسبب تكديس هذه الأجساد، وعلى الرغم من تكرار هذه الحوادث في تلك الفترة وقبلها وبعدها إلا أن ما لفت الأنظار هو عدد الضحايا وبشاعة ما حدث وهو ما يشير إلى المعاملة السيئة من الدولة للفقراء وعدم اهتمامها للزيادة السكانية.



ولكن أخطر ما في الكتاب هو الفصل الأخير وعنوانه (الدين والدنيا) حيث يرصد مواقف عديدة حياتية خاصة ويربطها

بالعامية كالموقف من قضية الإصلاح سواء كان جزئياً أو شاملاً وموقف الأجيال القديمة والجديدة منه فيذكر: "كان جدي يرى الإصلاح في حكم المستحيل، وراه أبي ممكناً، والمطلوب إصلاحه في نظره هو حال المسلمين، ورأيته أنا أيضاً ممكناً والمطلوب إصلاحه هو حال مصر وعلى الأكثر حال العرب، أما ابني فإني أراه يتصرف وأسمعه يتكلم وكأن الإصلاح الشامل في حكم المستحيل، سواء كان إصلاح المسلمين أو العرب أو مصر، وهو يتصرف وكأن الأهم هو انصراف المرء لحاله وألا يشغل باله أكثر من اللازم بأمور هي أعجز من أن يحدث فيها أي أثر، أو على الأكثر أن ينصرف المرء إلى محاولة إصلاح جزئية صغيرة يستطيع أن يحدث فيها بعض الأثر، قد يبدو للمرة الأولى وكأن ابني قد عاد إلى النقطة التي بدأ منها جدي وهي الاعتقاد بأن الفرد منا أضعف وأعجز من أن يحدث أي تغيير مهم في نظام المجتمع، ناهيك عن تغيير نظام الكون" ولعل في كلامه خلاصة مهمة لما وصلنا إليه في الواقع وأزمة التغيير الصعب.



الثقافة الجماهيرية الرابعة

منذ فترة طويلة قررت أن أحدد لنفسي مشروعًا ثقافيًا مميزًا، ووجدت ضالتي في (الثقافة الرقمية)، وعلى الرغم من المحاولات الجادة من الرواد الكبار في هذا المجال، إلا أنني وجدت مع كثرة المنشورات المتناثرة حول الموضوع هناك ضالة في المعرفة، ولأن المجال تزداد أهميته يومًا بعد آخر فقد حاولت في معظم مؤلفاتي نشر الوعي بأهمية الثقافة الرقمية ودورها في حياتنا المعاصرة، والثقافة الرقمية ليست رفاهية لكونها المحيط الذي نعيش بداخله بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ومنذ فترة دخلت في نقاش مع أحد أصدقائنا المعترضين على مصطلح الثقافة الرقمية، وكان لا بد من توضيح الغموض والارتباك حوله، وهو غموض لا يقل عن الأزمة التي يحملها مصطلح الثقافة وحده، فمنذ خمسين سنة كتب عميد الأدب العربي طه حسين (ثقافة هي كلمة نردها كل يوم فيما نقول وما نكتب. وقليل منا يحققها في ذهنه ويستطيع أن يعرب إعرابًا صحيحًا دقيقًا عن معناها شأنها في ذلك شأن ألفاظ كثيرة تنطق بها الألسنة وتجري بها الأقلام وليس لها في نفوس الذين ينطقون بها معنى واضح أو صورة لا أقول دقيقة بل مقاربة).

ونفس الموضوع ينطبق على الثقافة الرقمية، فنحن نعيشها كل يوم، وتستحوذ مواقع التواصل الاجتماعي على عقول وقلوب الملايين، لدرجة أن معظم الأجيال الجديدة لا تتخيل كيف كان يعيش أبائهم وأجدادهم قبل تلك الثقافة الإلكترونية الحديثة. أصبحت تلك المواقع والتطبيقات وأبرزها (فيس بوك - تويتر - يوتيوب - انستجرام - سناب شات .. إلخ) بمثابة دول عظمى، وتخلق مواطنة عالمية وحوار ثقافات وأفكار مختلفة ومتجددة كل بضع ثوانٍ.

ولعل أهم مظاهر الثقافة الرقمية يكمن في تبادل الأخبار والمحتوى المعرفي بين أكبر عدد ممكن من الناس، والتعارف والتواصل الاجتماعي، وتغيير سلوك القارئ - لا المتلقي - في عصر مواقع التواصل الاجتماعي، فأصبح لا يقتصر على مجرد قراءة النص ولكن نقده وإعادة إنتاجه واستغلاله في حياته الشخصية ونظرتة للعالم من حوله، وهو ما يؤكد على مبدأ "القراءة من أجل

الحياة" في ظل الثورة العلمية والتكنولوجية العالمية وتفعيل دور القارئ في المجتمع والبيئة المحيطة.

نعود إلى مصطلح الثقافة، فمعظم تعريفاتها تشير إلى أنها وسيلة اتصال وأداة تواصل فكري ولغوي وهو ما تفعله بالظبط الثقافة الرقمية حاليًا، فتعريف كوينسي رايت يذكر أن "الثقافة هي النمو التراكمي للتقنيات والعادات والمعتقدات لشعب من الشعوب، يعيش في حالة الاتصال المستمر بين أفراده"، بينما يوضح مالمينوفسكي أن "الثقافة هي جهاز فعال ينتقل بالإنسان إلى وضع أفضل، وضع يواكب المشاكل والطروح الخاصة التي تواجه الإنسان في هذا المجتمع أو ذاك، في بيئته وفي سياق تلبية احتياجاته الأساسية".

وأصل كلمة ثقافة بالعربية من الجذر (ثَقَفَ)، وقد بين ابن منظور في لسان العرب أن معنى ثَقَفَ: جَدَّدَ وَسَوَّى، مما يشير إلى أن الصفة الأساسية للثقافة هي التجدد والتطور المستمر.

ولأن العالم من حولنا لا يتوقف كثيرًا مثلنا أمام الإشكاليات المفاهيمية، فقد انطلق الباحثون في مجال الثقافة الرقمية ليبدعوا وينتجوا أفكارًا مهمة لوضع الرقمية ضمن سياق الثقافات الإنسانية.

فيذكر المفكر الكبير ميلاد دويبي أحد أهم المتخصصين في هذا المجال وأستاذ كرسي الثقافات الرقمية بجامعة لافال (كيبك) في كتابه المهم (من أجل ثقافة إنسانية رقمية Pour Un Humanisme Numérique) أننا بصدد ثقافة إنسانية رابعة تشكل حصيلة التقارب بين التراث الثقافي المعقد والتقنية التي أصبحت الآن

ملتقى لكل البشر في صورة لم تحدث من قبل، فالتكنولوجيا الرقمية لا تغير فقط السلوك بل كل البيئة الثقافية المحيطة. كما هدم لوتشيانو فلوريدي وهو من أبرز الباحثين في الفلسفة المعاصرة وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات في كتابه "الثورة الرابعة.. كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني The Fourth Revolution How the Infosphere is Reshaping Human Reality" نشرته سلسلة عالم المعرفة الكويتية بترجمة لؤي عبد المجيد السيد في عدد سبتمبر ٢٠١٧ - الكثير من النظريات الراسخة في تكنولوجيا المعلومات، وأهمها أننا نعيش في عالمين افتراضي على الشبكات الاجتماعية، وآخر واقعي ملموس في حياتنا العادية، فيشير الكاتب إلى أن البشر جميعًا الآن مؤهلين للحياة بالفعل داخل الغلاف المعلوماتي (الأنفوسفير) وهو ما يظهر في مختلف مناحي الحياة.

ويذكر فلوريدي أن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات تدخل تعديلات على طبيعة الواقع ذاته، ومن ثم على مفهومنا له، عبر تحويله إلى إنفوسفير (غلاف معلوماتي)، والإنفوسفير هو تعبير جديد، ابتُدى في السبعينيات، يستند هذا التعبير إلى مصطلح (Biosphere الغلاف الحيوي) ويشير إلى تلك المنطقة المحدودة على كوكبنا التي تسمح بالحياة، يدل الإنفوسفير على أن البيئة المعلوماتية برمتها تتألف من جميع الكيانات المعلوماتية، وخصائصها، وتفاعلاتها، وعملياتها، وعلاقاتها المتبادلة. إنها بيئة تضاهي، لكن تختلف عن الفضاء السبراني (الفضاء الإلكتروني) الذي لا يتجاوز كونه إحدى مناطقها الفرعية، إن جاز التعبير؛

الإنفوسفير يشمل أيضا فضاءات المعلومات غير المتصلة، ويمكن استخدام مفهوم الإنفوسفير كمرادف للواقع، حالما نفسر الواقع معلوماتيًا. في هذه الحالة، الإيحاء هو أن ما هو حقيقي هو معلوماتي وما هو معلوماتي هو حقيقي!!.

وقد أشار مارسيلو داسكال بأحد مقالاته المهمة عن الثقافة الرقمية إلى أن خطى التطور التقني أصبحت سريعة بشكل يفوق خطى التطور الثقافي الذي كان بدوره أسرع من التطور البيولوجي، وتنتج المستجدات والتطورات في مجال التكنولوجيا من الحشد الهائل للإبداع أو القدرة الإنسانية على التجديد في سبيل البحث عن المكاسب والفوائد. ولايستطيع أحد أن يتحكم في الاتجاه الذي يسلكه التطور التكنولوجي لأنه هو الذي يوجهنا.

الثقافة الرقمية لها سمات عديدة أبرزها نشر المعلومات والتطبيقات والمواد النصية والسمعية والبصرية على شبكة الإنترنت، ومن هنا تأتي فكرة الانتشار السريع والفعال لتلك التطبيقات على نطاق واسع بما يحقق ثراء المعرفة البشرية والثقافة الإنسانية. كما أن مواقع التواصل الاجتماعي والثقافي تساعد على إنتاج وسائل ووسائط تسهل من وصول الرسالة الإعلامية وتحسن من صياغتها وأدواتها والقائمين عليها، وتقوم بإضافة منتجين ومبدعين جدد عن طريق سهولة التعامل مع أدواته، وتتغلب على العوامل الجغرافية والاقتصادية التي غالبًا ما تحول دون ذلك.

الثقافة الرقمية هي بمثابة تطور طبيعي للثقافة البشرية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلاءم

وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.

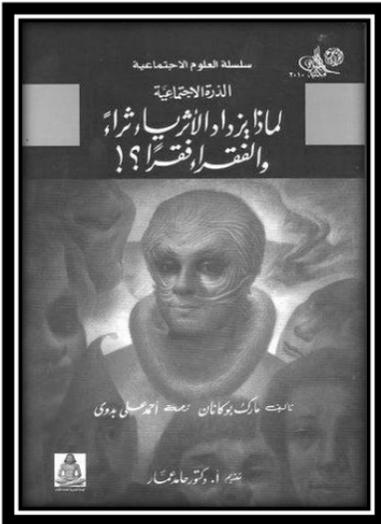
الإنسان والكمبيوتر وجهًا لوجه!

دراسة المشكلات الحياتية وسلوكيات الناس اليومية توضح الكثير من خبايا وأسرار التفكير البشري المعقد، فأشكال الانفلات الاجتماعي كمشاهدة سائقين يكسرون إشارة المرور، أو موظفين فاسدين يعتمدون على الرشوة والاحتيال، أو تصرفات رجال أمن يستغلون وظيفتهم لقمهر المواطنين، كل تلك السلوكيات الخاطئة ناتجة من تفاعلات وأنماط مجتمعية خاطئة، ولا بد من إيجاد حلول لها في إطار من التوافق الاجتماعي القائم، وفي المقابل فإن تنمية الأفكار الابتكارية والسلوكيات الصحيحة مثل الحملات التطوعية وتطوير التعليم وتنشيط الاقتصاد أو نشر الثقافة يساهم في زيادة التماسك الاجتماعي.

لقد بذل العلماء والمخترعون جهدًا كبيرًا في جعل الكمبيوتر يقوم بالكثير من وظائف الإنسان بكفاءة، فهل تنجح العملية العكسية بجعل الإنسان كالحاسب الآلي تحكمه قوانين صارمة وأنظمة وبرمجيات توجه تفكيره وسلوكه وتحكم تصرفاته؟!.

ويعد كتاب "الذرة الاجتماعية.. لماذا يزداد الأثرياء ثراءً والفقراء فقراً" للعالم والمفكر الكبير مارك بوكانان، من الكتب الرائدة في مجال العلم الاجتماعي، والفكرة العامة التي ينادي بها الكتاب هي أن الناس عبارة عن ذرات في مادة اجتماعية، يمكن أن تتيح تفسير كثير من الأنماط، التي تنبعث مرة تلو أخرى في جميع المجتمعات الإنسانية. ويتمثل هذا في نشوء الطبقات الاجتماعية، والتدفق الجائر الذي يتسم به حلول الثروة في أيدي القلة.

وقد صدر الكتاب في طبعتين؛ الطبعة الأولى عن الدار المصرية اللبنانية، ولأهمية الكتاب قام مشروع مكتبة الأسرة بإعادة طباعته في طبعة شعبية عام ٢٠١٠، وذلك بترجمة رائعة لأحمد على بدوي، وتقديم متميز للخبير الاجتماعي والتربوي الراحل الأستاذ الدكتور حامد عمار.



قد يعتقد الكثيرون أن الكتاب ما هو إلا تنظير اجتماعي لا علاقة له بالواقع المعاش، لأن فكرته تبدو وكأنها تبحث عن يوتوبيا أو مدينة فاضلة إنسانية من خلال التوصل لقوانين صارمة تحكم البشر. لكن المؤلف يؤكد أن كتابه منغمس في المشكلات الحياتية لأغلب الناس، فهو يناقش الثروة والسلطة

السياسية وأحقاد الطبقات والتمييز العنصري، والأزياء وأعمال

الشغب والأسواق المالية، وهو يتناول المفاجآت الاجتماعية: تلك الأحداث والتغيرات التي تطرأ دون أن ينشئها شيء، وتبدل في حياتنا، وعن تفسير تقصيرنا هذا عن إدراك أسبابها، والواضح من ردود أفعالنا تجاهها.



ومن الإشارات الواردة بالكتاب الحديث عن مايسي "الفيزياء الاجتماعية"، فعلم الفيزياء يبذل جهداً كبيراً لفهم الكيفية التي تتجمع بها الذرات مع بعضها البعض، وتكون جميع المواد التي نعرفها: بعضها لزج والبعض الآخر منفلت (كالزئبق)؛ بعضها موصل للكهرباء وغيره ليس كذلك، فالماسات لا تضي بريقها، لأن الذرات تجعلها تومض، بل بسبب الكيفية التي بها تكون الذرات معاً نمطاً معيناً، وفي كثير من الأحوال تقل أهمية الأجزاء عن تلك التي للنمط. هذا بشأن المادة، وهو كذلك بشأن الناس.

ويشير المؤلف أيضًا إلى أن الأزمة تكمن في صعوبة التوصل إلى قوانين علمية ثابتة تحكم السلوك البشري، والمقصود بالقانون العلمي هنا يعني إيجاد نمط يصدق وجوده وتطبيقه على حالة تلو أخرى، وبذلك نستطيع فهم طبيعة الأحداث والأفكار الإنسانية كما هو الحال مع طبيعة عمل الأشياء.

ويوضح بوكنان أنه على الرغم من الناس أكثر تعقيدًا من الذرات أو الأحجار، إلا أن الأمل موجود في تحقيق العلم الاجتماعي لنتائج مشابهة للفيزياء. فعليك أولاً أن تفهم طابع الذرات الاجتماعية، ثم تعرف ما يحدث عندما تتفاعل أي من هذه الذرات مع بعضها البعض؛ منشئة عالمًا حافلاً بالأنماط والنواتج الاجتماعية.

يضع المؤلف بالكتاب يديه على أخطر ما يواجهنا عند محاولة التنبؤ بالعالم الإنساني وهو العناد البشري، وكما قال الفيلسوف البريطاني كارل بوبر بأن "ما يتاح للإنسان بفضل حرية إرادته من قدرة من الإتيان بأفعال غير مسبوقه (إبداعًا وابتكارًا وعلماً) يكفي وحده للحيلولة دون أي تكهنات بمستقبل التاريخ الإنساني".

أخذتني فترة تأمل عميقة وأنا أقرأ بالكتاب وأتذكر لحظة مهمة من أهم اللحظات الحاسمة في تاريخ مصر، وهي الفترة التالية على قيام ثورة يناير، فمطالب الثورة وهي "عيش - حرية - عدالة اجتماعية" كانت أساسية لمعظم المصريين، وعلى الرغم من أن فترة الثورة وخلال ثمانية عشر يومًا ظهرت إيجابيات عديدة في سلوكيات المصريين، إلا أن ما بعدها كان مأساة إنسانية وظهرت سلبيات لا حصر لها، وتبدو هنا واضحة فكرة الذرات، فبينما كان

اتحاد الذرات الاجتماعية للشعب المصري وسيلة لتحقيق شيء ملموس حتى وإن كانت المدة قصيرة، في المقابل كان للأناثية السياسية والفرقة والتشتيت بعيدًا عن قضايا الأمة المصرية نتائج بالغة السوء على المسار الوطني.

وهنا نهبني المؤلف إلى مقولة مهمة للمؤرخ الأمريكي (هنري بوكس آدامز) بأن السياسة التي تنسب نفسها للعلم في حل المشاكل والأزمات السياسية والاجتماعية، إنما غالبًا ما تعتمد على التنظيم المتوالي للأحقاد، ورغبة دفينة في الانتقام، بين الفئات والطوائف والمجتمعات، وهكذا يستطيع بعض الأفراد فرض قوة هائلة على التاريخ الإنساني، ليس لأنهم بهذه القوة، أو لأن لهم تأثيرًا سحريًا على الجماهير ((كاريزما))، أو ذكاء خارقًا، بل لأنهم ينجحون في التلاعب بالأنماط والولاء والانتماءات الاجتماعية.



ويؤكد المؤلف على أننا نشهد حاليًا ثورة في مجال العلوم الاجتماعية تشبه كثيرًا "ثورة الكم" في العلوم الفيزيائية، وعلى الرغم أنه لا زال الطريق طويلًا للوصول لقوانين صارمة تحكم العالم البشري، فإن العلماء قد اكتشفوا أنظمة لها صفات القوانين، وهم يقرون الآن بأن هذه الأنظمة لا تتعارض بأي حال من الأحوال مع حرية الإرادة الفردية. فيمكن أن نكون أفرادًا أحرارًا ولكن في الوقت نفسه تؤدي أفعالنا مجتمعة إلى نواتج للمجموع يمكن التكهّن بها. هذا مشابه كثيرًا لما نجده في الفيزياء، حيث تؤدي الفوضى على مستوى الذرات إلى الدقة الفائقة للديناميكا الحرارية أو حركة الكواكب.

ويعطي الكتاب مثالاً عمليًا في مجال الفيزياء الاجتماعية بما أحدثه الحاسب الإلكتروني من طفرة اجتماعية كأداة علمية، فقد عرف العلماء عن طريقه كيف يزيدون من قدرة عقولهم بفضل تكنولوجيا الحاسب والمنطق الإلكتروني.

وفي تجربة عملية لما نحتاجه من إعمال العقل الجمعي والتفكير النقدي، تأتي الهند الأبرز في هذا المجال، ففي السبعينات من القرن العشرين قامت حكومة إنديرا غاندي نتيجة لزيادة عدد السكان إلى نحو خمسمائة مليون نسمة، إلى اتخاذ إجراءات صارمة أهمها معسكرات التعقيم، ومن يحجمون عن ذلك يكون مصيرهم الاعتقال والإكراه على الحضور، وكوسيلة إجبارية عملت الشرطة على منع بطاقات تموين الطعام، والعلاج الطبي، وتصاريح قيادة السيارات. وفي إحدى القرى هددت الشرطة بإحراق دكانة أحد المواطنين، ما لم يتقدم لكي تجري له عملية التعقيم اللازمة رغم

أن زوجته تجاوزت سن الحمل!! وفي سنة واحدة تم تعقيم أكثر من ثمانية ملايين من الهنود. وقامت في أعقاب ذلك احتجاجات عنيفة اضطرت الحكومة إلى التخلي عن المشروع وظل عدد سكان الهند يزداد بكثافة.

وفي المقابل حدثت معجزة اجتماعية في إقليم "كيرالا" الهندي دون عنف ولا قهر ولا دعاية، فقد حقق ما فشلت فيه سائر بقاع الهند.

فعلى الرغم من أن معظم سكان الإقليم معظمهم مزارعون ويشبه من الناحية الاقتصادية والاجتماعية معظم مناطق الهند الزراعية، إلا أن عدد السكان مستقر ولا يتضاعف كثيرًا.

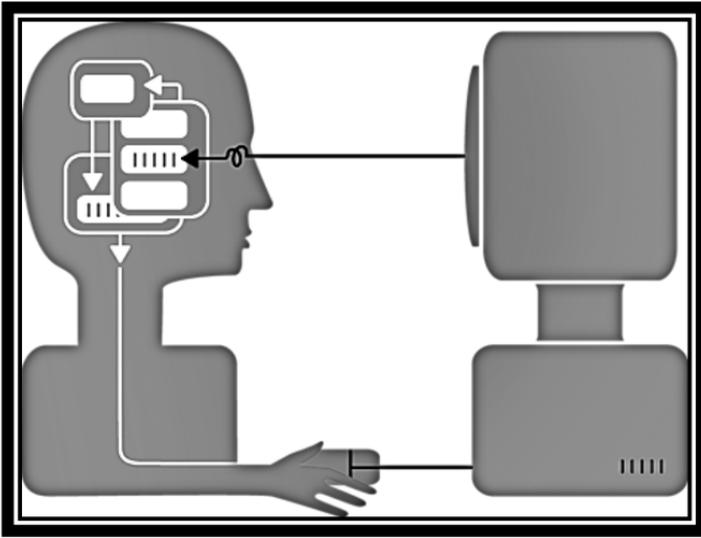
والسرفي ذلك هو "التعليم" فقد قامت حكومة إقليم كيرالا بمجهود جبار لمحو الأمية (القراءة والكتابة والحساب) وتم التركيز بصفة خاصة على تعليم النساء الذي كان بمثابة الرصاصة السحرية التي أفرغت بالون الهواء المنتفخ أي تضخم السكان، وفي أوائل التسعينات من القرن الماضي أعلنت الأمم المتحدة إقليم كيرالا "الولاية الوحيدة في العالم التي بلغت نسبة المتعلمين فيها مئة في المئة".

والنتيجة التي نستخلصها أن الحل الاجتماعي والثقافي نجح في تحقيق التقدم والتنمية وفشل الحل الأمني في ضبط المجتمع وحل المشكلات.

ومثال آخر لما يقوم به العلماء في المجال الاجتماعي يظهر في نظرية "الاختيار العقلاني" لعالم الاقتصاد الأمريكي جاري بيكر، فقد أنفق جزءًا كبيرًا من دراسته لإثبات رأيه في احتمال عدم كون

المجرمين من شواذ المجتمع أو المنحرفين أخلاقياً، فقد يصبح انتهاك القانون هو الحل والخيار الوحيد إذا افتقر الإنسان إلى مهارات يمكنه استثمارها في أعمال مشروعة، وقد حصل بيكر نتيجة لأبحاثه على جائزة نوبل فيما بعد.

ومما يلفت النظر بالكتاب حديث المؤلف عن الموضوعية والانتقائية في التاريخ، فالعالم زاخر بتفاصيل لا حصر لها ولا عدد، وقدرتنا تكمن في الانتقاء من هذه التفاصيل ونظم الأحداث في سياق متصل، فالحقائق التي تصلنا من كتب التاريخ؛ ينم عن انتقائية أولئك الذين كتبوا التاريخ!، ولعل في الأحداث المعاصرة التي يمر بها العالم ما يوضح تلك الانتقائية والازدواجية في رؤية وكتابة الأحداث من وجهة نظر الأقوياء والمستفيدين.



ومن أهم الإشكاليات التي تواجهنا عند محاولة وضع قوانين للعالم الاجتماعي الفروق الفردية، ويشير الكاتب إلى أننا مختلفون بعضنا عن البعض. وهذا يرجع إلى الاختلافات الوراثية، ولأن لكل أمرئ تاريخاً فريداً بما فيه من خبرات وتجارب. فعلى "العلم الإنساني أن يتعامل، لا مع أفراد يكاد مدى ما فهم من التعقيد يكون لا متناهياً فحسب، بل أيضاً مع عديد من أولئك الأفراد؛ يختلف كل منهم عن أي من الآخرين.. في الفيزياء يمكن أن نفترض تماثل جميع الإلكترونات، بينما لا يملك العلماء الاجتماعيون هذا الترف!".

ويبدو التحدي الرئيسي كما يذكر الكتاب في المشاكل التي يواجهها الجنس البشري بدءاً من زيادة درجة حرارة الكون وما يلحق بالبيئة من تدهور، وصولاً إلى مضاعفة الأسلحة النووية وأنواعها. ويبدو ذلك كنتيجة طبيعية لعجزنا عن تدير أنشطتنا الاجتماعية الجماعية.

وتبقي نقطة أخيرة ومهمة يركز عليها الكاتب وهي أن دعوة الناس للتعاون في العمل والإنتاج ليس يسيراً بسبب التهديد الدائم الذي مصدره احتمال الغش والفساد الإداري، ووجود أفراد أنانيين يزنون بمجهودهم، بينما ينالون نصيبهم كاملاً من عائد الأرباح من إنتاج الجماعة ككل. فأحياناً يعتقد الكثيرون أن الدخول في شركة ليس ضماناً لدخل مرتفع، فقد يتحمل نتيجة لذلك عبء مكان

عمله كاملاً مكان المتهربين من العمل، ويبذل جهداً أكبر من الذي كان سيبدله لو أنفرد بعمل مستقل، ولذلك نجد في كثير من المجتمعات الفقيرة النزوع للعمل الفردي وقلّة الرغبة للتوحد والعمل الجماعي والسعي للابتكار ضمن مجموعات تختلف نوعياً لأنه في رأيهم يصب في مصلحة غيرهم الذين يزدادون ثراءً بينما يزداد الفقراء فقراً.

الجماهير

بين الخيال العلمي والخيال الزائف

لن يتقدم العالم إلا بالعلم والمعرفة، والتكنولوجيا الحديثة هي تطور طبيعي للأساليب التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.

ولعل أبرز تعريفات المنهج العلمي تكمن في أنه عبارة عن مجموعة من التقنيات والطرق المصممة لفحص الظواهر والمعارف المكتشفة أو المراقبة حديثاً، أو لتصحيح وتكميل معلومات أو نظريات قديمة؛ أما الخيال العلمي فيتضمن التصورات أو الافتراضات العلمية التي يعتقد القائلين بها أنها ستحدث في المستقبل القريب أو البعيد.

وقد يشكل الخيال العلمي حافزاً للعلم للتطور والتقدم في شتى مجالات المعرفة الإنسانية، وكثير من الاكتشافات العلمية بدأت خيالاً ثم أصبحت حقيقة تؤكدته وتؤسس عليه، كما استفاد منه العالم أدبيًا متمثلاً في مجموعة من أعظم الروايات الخلابية، فقد كانت كتب السحر والخيال وأشكال التعبير عنها أحد أهم المؤثرات في الإبداع الإنساني، ويزداد الاهتمام بتلك الكتب مع زيادة ارتباطها بالمخيلة الشعبية والتراث الدارج بين الناس.

والفطرة الإنسانية مع الخيال بحثاً عن شبابيك للأمل والحياة

وأن الإنسان يستطيع
وقادر على تحقيق أحلامه
أمام موجات اليأس
والإحباط في الواقع.

ومن أبرز الأمثلة التي
تمت بفضل التكنولوجيا
لتأكيد الخيال العلمي ما
نجح فيه علماء ألمان من
تطوير "معطف ثلاثي



الأبعاد" قادر على جعل مرتديه غير مرئي للناظرين. فقد تمكن باحثون من معهد كارلسروه الألماني للتكنولوجيا تحديد معالم وسيلة ثلاثية الأبعاد للاختفاء عن الأعين وذلك للمرة الأولى في العالم، بعد أن كان الحديث عن مثل هذه الوسيلة يقتصر على الروايات الخيالية مثل هاري بوتر.

ولكن هناك نوع آخر من الخيال يتميز بأنه (لا علمي) وما هو إلا أوهام وخزعبلات لها غلاف خارجي يبدو علميًا، وعلى عكس الخيال العلمي الذي استفاد منه العالم أدبيًا وعلميًا، يأتي الخيال اللاعلمي الذي نشأ على أكتافه العلم المزيف كأحد أهم العقبات في طريق العلم وتعطيل مسيرة التقدم والتنوير الإنساني.

الصراع بين العلم الحقيقي والمزيف صراع قديم ومستمر، ويعبر عن صراعات بين مؤسسات وأفراد للحفاظ على علي علاقات ومصالح قائمة، ودائمًا ما ينساق الكثيرون وراء أشخاص ودجالين مزيفين للحقائق وناشرين للأكاذيب المضللة بأغلفة تبدو علمية ومنطقية.

ويعد كتاب الطفرات العلمية الزائفة لتشارلز وين وأرثر ويجنز، وترجمة محمد فتحي خضر، والصادر عن دار كلمات عربية، و متاح تحميله مجانًا على شبكة الإنترنت، من أهم الكتب في مناقشة ما يتم في العلوم الزائفة.

والكتاب إبحار في ذاكرة العلم، ومؤلفا الكتاب اثنان من أهم المتخصصين في مجال العلوم الطبيعية ولهم مؤلفات مهمة عن تاريخ ومشكلات العلوم.

وتوضح مقدمة الكتاب أن من سيهتم بهذا الكتاب مجموعات ثلاث من الأفراد: الأولى مكونة في الأساس من الأشخاص الذين لا يعرفون شيئاً عن ظاهرة العلم الزائف التي نناقشها، ونأمل أن يحصل هؤلاء على أفكار مفيدة إبان سبرهم أغوار هذه الربوع الغامضة، أما المجموعة الثانية فتتكون من أفراد على دراية بهذه الظاهرة، وهم متفوقون فعلاً مع وجهة نظرنا حيال الأمر، ونأمل أن يحصلوا على رؤى جديدة بشأن هذا الموضوع المألوف لهم. أما المجموعة الثالثة فتتألف من الأشخاص الذين يعرفون هذه الظاهرة معرفة فعلية، لكنهم غير متفقيين معنا في الرأي.

يحكي المؤلفان قصة مفزعة حدثت في أوائل أبريل/نيسان من عام ١٩٩٧، حين صُعبق الجميع لمعرفة أن مجموعة مكونة من ٣٩ شخصاً أقدموا على أكبر عملية انتحار جماعي في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في مسكنهم المشترك في رانشو سانتا بولاية كاليفورنيا، ابتلع هؤلاء الأشخاص

جرعات قاتلة من المهدئات المخلوطة بعصير التفاح، وأتبعوها برشفة من الفودكا، ثم وضعوا على رؤوسهم أكياساً بلاستيكية للتعجيل بالوفاة، وذلك كله بعد أن ارتدوا سراويل سوداء وقمصاناً سوداء فضفاضة وأحذية رياضية سوداء جديدة ماركة نايكي، ثم غطوا وجوههم بقطع من القماش الأرجواني. سأل الجميع:



لماذا قررت مجموعة من الأشخاص الأذكاء، الذين يملكون مهارات مربحة، ويعيشون عيشة رغدة في منطقة راقية؛ الانتحار؟ فعلوا ذلك لأنهم كانوا مقتنعين بأنهم بقتل أنفسهم سيتخلصون من أجسادهم الأرضية، ومن ثم ينتقلون في خفة مع القادمين من كواكب أخرى إلى سفينتهم الفضائية وبالتالي إلى مستوى أرقى من الوجود. لكن من سوء حظهم أن هذا الاعتقاد كان مبنياً على علم زائف؛ اعتقاد نظروا إليه على سبيل الخطأ بأنه اعتقاد علمي.

والسبب في ذلك رجل يدعى مارشال هيرف أبلوايت، تقبل هؤلاء الأشخاص الذين كانوا يطلقون على أنفسهم زملاء الدراسة بصورة عمياء تعاليم شخص كانت أفكاره المتأصلة عن الكون خاطئة بالكامل، أقنعهم أبلوايت بوجود سفينة فضاء عملاقة يُزعم أنها تتبع مذنباً اسمه هالي/بوب- مذنب من أوضح المذنبات التي ظهرت في

القرن العشرين - وكان

المفترض أن تأخذهم هذه

السفينة الفضائية إلى

مستقرهم الأخير في الجنة.

يهتم الكتاب بتبسيط

المبادئ التي يقوم عليها المنهج

العلمي، ويبين أن البشر

جميعهم يستخدمون التفكير

العلمي بدرجات متفاوتة،

فعلى سبيل المثال - كما ورد



الكتاب - إذا سمعت في منتصف الليل جلبة شديدة، فقد يهملك أن تفهم سبب هذه الجلبة، وقد تخمن أن سبب هذه الجلبة هو مطاردة كلب لقط. قد يبدو هذا السيناريو مُرضيًا بما يكفي لأن يجعلك تقرر البقاء في فراشك الدافئ، أما إن أردت التأكد، فسيكون عليك النهوض من الفراش، وإضاءة النور والبحث عن دليل يؤيد هذا الافتراض كمصباح مقلوب أو حيوان يبدو عليه ارتكاب الجرم.

ثم يقوم المؤلفان بعمل تطبيق ومثال عملي ومنهجي كالتالي: يبدأ العلم بالملاحظات، فأنت لاحظت وقوع جلبة في منتصف الليل، إن كان فهمك العام أو "فرضيتك"، حيال سبب الضوضاء صحيحًا، يمكنك "التنبؤ" بأن هذه الجلبة حدثت بسبب مطاردة الكلب للقط، حينها ستؤدي "تجربة" تتمثل في النهوض من الفراش والبحث عن أدلة على هذه المطاردة، ويجب إخضاع الفرضيات أمام الاختبارات لتزداد مصداقيتها ومراجعتها أو التخلي عنها، وعلى العلماء أن يقبلوا كلا الاحتمالين.

ويوضح الكتاب أنه يجب إخضاع النظريات التي تزعم أنها علمية للفحص الدقيق وفق المعايير العلمية. وللتأكد من أن هذه النظريات تتفق مع هذه المعايير، من الضروري امتلاك الناس لقدر كاف من المعرفة العلمية، لكن لسوء الحظ فإن المعركة ضد العلم الزائف معركة شاقة؛ فالعامة يقرأون الكثير عن العلم الزائف والأمور الخارقة للطبيعة، أكثر مما يقرأون عن العلم الحقيقي، إن كتب العلم الزائف، كالتنجيم، تبيع ملايين النسخ، كما يواجه العامة بوابل من العلم الزائف على صورة مسلسلات تليفزيونية، والأفلام التي تصور الحشرات العملاقة تغزونا من كواكب أخرى، إن هذه

المؤثرات الخاصة يمكن الآن إنتاجها على نحو مقنع للغاية حتى إنه يصير من العسير معرفة الحقيقة من الوهم.



كما يشير الكتاب إلى نقطة مهمة وهي أنه قد تكون فرضيات العلم الزائف جذابة بدرجة كبيرة إذا خاطبت الاحتياجات العاطفية، مثل الرغبة في الحصول

على إجابات سهلة وفورية، والحاجة للشعور باليقين، والنهم الروحي، والهموم الصحية، والاشتياق إلى الحياة في العالم الآخر، مثل هذه التفسيرات تُبنى غالبًا على نظم عقائدية تتطلب الإيمان بقوى أو سلطة لا دليل على وجودها، ومن ثم تطلب من المؤمنين بها التخلي عن الفرضيات العلمية المثبتة.

ويبين المؤلفان أنه حين لا تتوافق نتائج تجارب العلم الزائف مع التنبؤات، يظل أتباع هذا العلم الزائف على تعلقهم بالمعتقد الأصلي بسبب جاذبيته الشديدة، ومن شأن ذلك التمسك الأعمى أن يغلق العقل تمامًا أمام أي محاولة للتنوير وزرع الأفكار العلمية السليمة. لا أعرف ما الذي ذكرني وأنا أقرأ هذا الكتاب بثنائية أنيس منصور (الذين هبطوا من السماء - الذين عادوا إلى السماء)، فقد كانت هذه الكتب مثالاً مهمًا لتأثير الفكر الخرافي على العقل العربي

لتفسير الكثير من الظواهر العلمية، وقد لاقت تلك المجموعة انتشارًا كبيرًا بين القراء والمثقفين.



كان أنيس منصور يتحدث بقشرة علمية تبدو وكأنها حقائق فيذكر أن الانسان ليس هو الكائن العاقل الوحيد في هذا الكون، وهناك كائنات أعقل وأذكي تعيش على كواكب أخرى كثيرة، وهو يؤكد أن هذه الكائنات الأعقل والأذكي قد جاءت إلى الأرض عاشت وأقامت وعلمت الإنسان وحذرت ثم اختفت ولكن بعد أن تركت آثارها وأبرزها الأهرامات المصرية.

هناك قضايا مهمة شغلني أيضًا وأنا أقرأ الكتاب، أولها قضية التوظيف السياسي للعلم، وكيف يكون العلم في خدمة السياسة، فيتحدث العلماء بما يمليه عليهم الساسة والمسئولون الكبار في الدولة، فنجد في تلك الحالة اختراعات وهمية وخيالات زائفة واكتشافات ليس عليها أي أدلة.

أما القضية الثانية فهي أهمية البحث في جذور الماضي وبقايا التراث عن أصول الخرافة والأسطورة في تفسير معظم الظواهر العلمية الحديثة، فلو استطعنا أن نحقق ذلك سنصل إلى بدايات التخلف الحضاري وأسباب التقدم الحضاري للآخرين، وشروط النهضة العلمية والحضارية.



القضية الثالثة هي الأكاذيب العديدة التي تنشر عبر وسائل الإعلام في مجالات المعرفة المختلفة والعلوم بالأخص، وتنتقل للعامّة ويصدقونها ثم تصبح بفعل الانتشار حقائق تؤثر على مسارات التنمية والتفكير العقلاني في العديد من دول العالم. المعركة قديمة ومتجددة بين العلم الحقيقي والعلم الزائف وستظل قائمة، ولن يتحقق التقدم إلا بالاستنارة والتفكير السليم، ويجب التأكيد على أن مجتمعنا المصري والعربي يعاني من الوقوع في فخ الأفكار المستهلكة والقديمة واستسهال الحلول السطحية دون البحث عن حلول جذرية خارج الصندوق، وعلى الرغم من شيوع الوسائط الإلكترونية الاجتماعية إلا أننا نفتقد ثقافة المبادرة وتبني فكرة جديدة أو رؤية مختلفة لشخص ما لمواجهة أسلوب أو طريقة أو مشكلة أو قصور في أحد مناحي الحياة.

تبقى جملة مهمة تؤكد أهمية العلم للأوطان والشعوب ذكرها الكتاب ضمناً لواحد من أهم العلماء الفرنسيين في مجال الرياضيات وهو جول هنري بوينكير "يبني العلم بالحقائق، مثلما يبني المنزل بالأحجار. إلا أن مجموعة الحقائق لا تمثل علمًا إلا بقدر ما تمثل كومة الأحجار منزلاً".

قضايا عديدة يثيرها الكتاب، وتستحق منا جميعًا أن نقرأه لننتعرف على الخيال الحائرين العلم والخرافة.

جماهير السينما المصرية

بين الضباط والمخرجين!

ثورة يوليو نموذجاً

تلعب السينما دورًا كبيرًا في حياة الشعوب، فهي تمثل الثقافة البصرية الناعمة التي تخترق القلوب بعيدًا عن التنظير والتأطير الذي يتسبب في بعد أغلبية الناس عن الثقافة، فالسينما تجسد الفكرة أمام الأعين بكل سهولة وتنقل الواقع بكل تفاصيله، ويرتبط بها المشاهدين ويتابعونها، وفي أحيان كثيرة تكون المتنفس في عصور يسيطر عليها الاستبداد السياسي والتخلف الفكري.

السينما تناقش أفكار وتوجهات المجتمع المختلفة وتعبّر عن مختلف القضايا السائدة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية. ولأن القضايا السياسية تبدو ذات أهمية في المسكوت عنه في الثقافة الشعبية، فقد أصبحت الأكثر اقترابًا من قضايا المواطنين وتؤثر على بقية الجوانب الأخرى.

تذكرت مثالا مهمًا عرضه الناقد السينمائي الكبير توني ماك كيبين في مقال قديم له بعنوان (الأيدولوجية السينمائية والنظرية السياسية)، وهو أن ظهور ثلاثة ممثلين بالطعام في فيلم أمريكي، من الممكن أن يراها المشاهد السوفيتي كنوع من الدعاية السياسية، فإن ملء الثلجة يشير إلى الوفرة الرأسمالية في مقابل سياسة التقشف الشيوعية. هذا المثال يوضح ما يسمى بالأيدولوجية الضمنية.

وقد ظهرت كتب ودراسات كثيرة في مصر والعالم تناقش علاقة السينما بالسياسة في لحظات سياسية فارقة في حياة الشعوب، ولكن هذا الكتاب الذي نحن بصده الآن يبدو مميزًا إلى حد كبير، فعلى عكس أغلبية كتب النقاد السينمائيين التي تتميز بمعالجات سطحية للموضوع والتركيز على التقنيات والشخصيات والتصوير أكثر من تركيزها على الأفكار والأيدولوجيات والنظريات، يأتي كتاب الدكتورة ديرة شرف الدين (السياسة والسينما في مصر ١٩٦١ - ١٩٨١) والصادر عن دار الشروق في طبعته الأولى عام ١٩٩٢ ليشكل دراسة متعمقة من شتى الجوانب التي تؤثر على علاقة السينما بالسياسة.



وتبدأ

المؤلفة بعرض للتغيرات السياسية التي حدثت بمصر منذ عام ١٩٥٢، مما كان له تأثير كبير على الحياة الثقافية والروحية للمصريين سلبيًا أو إيجابًا، وتشير في هذا الشأن إلى ظهور تيار مهم بين الباحثين في مجال العلوم الإنسانية لدراسة التأثيرات الاجتماعية على مختلف الظواهر الفكرية والفنية والتيارات النقدية الحديثة يسمي بـ "اجتماعية الفن"، وأنه لا يمكن فصل العامل الفني بدرجة أو بأخرى عن العامل الاجتماعي والسياسي وكذلك العامل الاقتصادي المتمثل في الإنتاج والتمويل.



وتحاول المؤلفة من خلال دراسة أهم عقدين في تاريخ السينما المصرية في القرن العشرين، وهما الستينات والسبعينات، التركيز على الارتباط الوثيق بين التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في المجتمع المصري وبين الأشكال الأساسية التي ظهرت في السينما في هذا الوقت.

كما يرصد الكتاب بداية

الاهتمام من جانب الحكومة المصرية بدور السينما وجمهورها الكبير ودراسة مدى تأثيره وتأثره بالأفلام، ونتيجة ذلك على الوعي الجمعي والرأي العام.



كان طبيعياً أن تحظى السينما بأهمية كبيرة لدى النظام الجديد بعد ثورة مهمة يتوقع منها أغلبية الناس الكثير من الإصلاحات المجتمعية، ولذلك لم يكن غريباً أن يأتي تصريح من أول رئيس جمهوري بعد قيام ثورة يوليو عن السينما، ففي الثامن من شهر أغسطس عام ١٩٥٢، وبعد أيام قليلة من قيام ثورة ٢٣ يوليو، أصدر محمد نجيب رئيس الجمهورية بياناً للسينمائيين كان عنوانه "الفن الذي نريده"، جاء فيه: "إن السينما وسيلة من وسائل التثقيف والترفيه وعلينا أن ندرك ذلك، لأنه إذا ما أُسيء استخدامها فإننا سنهوي بأنفسنا إلى الحضيض، وندفع بالشباب إلى الهاوية".

وبعد أقل من شهرين من هذا البيان، وتحديداً في ١١ نوفمبر من نفس العام، نُشر في مجلة الكواكب مقال بعنوان "رسالة إلى الفن"، جاء فيه على لسان محمد نجيب: "يمكننا القول إن الفن كان في مصر قبل ثورة ٢٣ يوليو وربما ما زال حتى الآن، صورة للعهد الذي قامت نهضتنا للقضاء عليه، كانت الميوعة والخلاعة -

إلا في القليل النادر- هي سمات المسرح والسينما والغناء، ولم يكن أحد من المشرفين على هذه الوسائل، ذات الأثر العظيم في حياة الأمم، قد حاول أن ينجوها نحو الفن كما يجب أن يكون، بل كان الجميع، وهو ما يؤسف له، ينحون بهذه الأسلحة الخطيرة نحو التجارة والتجارة وحدها بل والتجارة الرخيصة في أغلب الأحوال، فما من فيلم إلا وأقحمت عليه راقصة، وإذا كان قد حدث في الماضي فلأنه كان صورة من العهد الذي كنا نعيش فيه، أما اليوم فإننا لا نستطيع أن نقبل من الفن ولا من المشرفين عليه شيئاً من هذا الذي كان يحدث في الماضي".

كانت الرسالة واضحة من ضباط يوليو بأن السينما ستصبح تحت السيطرة من الدولة سواء بدواعي أمنية أو أخلاقية، وأنها ستصبح إحدى أدوات النظام الجديد، وبالفعل تم تشكيل لجنة عليا للسينما لبحث كيفية هذا التعاون، ورأسها "وجيه أباطة" وقامت بعمل لقاءات عديدة مع الفنانين وصناع السينما في مصر، وقام بعضهم بارتداء الزي العسكري أثناء انعقاد جلسات تلك اللجنة، ربما ترحيباً أو نفاقاً لضباط يوليو.



ووقتها قال محمد كريم لوجيه أباطة مع التملیحات والتوجیحات لإنتاج أفلام عن الثورة "هل يمكننا أن نقوم بإخراج خمسين فيلمًا عن الثورة وأهدافها؟ إن هذا من شأنه أن يجلب الملل في نفوس المشاهدين". كما علق المخرج حسن رمزي على مفهوم النهوض بالسينما الذي ذكره الضباط "نحن شعب مرح، فلا بد من أفلام التسلية والترفيه، وليس معنى النهوض بالسينما أن ننتج أفلامًا حزينة".

ولعل هذا الوعي من جانب فريق مهم من كبار السينمائيين كان يعبر عن دور السينما الناقدة لتصرفات العسكر، ورفض تسييس السينما وتوظيفها لخدمة النظام على حساب الشعب.

وظل الأمر هادئًا في علاقة الأفلام بالثورة، ففي بعض الأفلام لا تزيد الإشارة لها إلا في مشهد عابر أثناءها أو في نهايتها، لكن الأمر تصاعد مع الوقت ليصل لذروته في عام ١٩٥٧ مع فيلم رد قلبي لعز الدين ذو الفقار، ثم تلاه موجة كبيرة من تلك الأفلام مثل فيلم (الله أكبر) و(وطني حبي) و(بورسعيد) و(عمالقة البحار)، كما ساهمت أفلام إسماعيل ياسين في الجيش والبوليس والأسطول في ذلك وإن خفت الكوميديا من وطأة التوجيه السياسي.

ولا تكتفي درية شرف الدين بمتابعة الأفلام السينمائية المواكبة لحركة الضباط فقط، بل تخصص أجزاء مهمة من كتابها لدراسة البناء السياسي في هذا الوقت، وكذلك ما حدث من ضرب للديموقراطية بإنشاء التنظيم السياسي الواحد المتمثل في الاتحاد الاشتراكي وإلغاء تعدد الأحزاب، وبدور سينما الخوف كنتيجة لنمو دور أجهزة الأمن التي تراقب بعضها البعض، وبزوغ مراكز القوى في

الدولة الذي نتج عنه انسحاب المثقفين الجادين، وتحويل من تبقى منهم إلى موظفين ينفذون التعليمات الحكومية، بالإضافة إلى قرارات التأميم التي أسست لظهور القطاع العام السينمائي.



ومن أهم القوانين التي صدرت في ذلك الوقت قانون تنظيم الرقابة على الأشرطة السينمائية ولوحات الفانوس السحري والأغاني والمسرحيات والمنلوجات والأسطوانات وأشرطة التسجيل الصوتي - رقم ٤٣٠ لسنة ١٩٥٥ ، وجاء في ديباجته الآتي:

لا يجوز بغير ترخيص من وزارة الثقافة، القيام بأي عمل من الأعمال الآتية، ويكون متعلقا بالمصنفات السمعية والسمعية البصرية:

أولاً: تصويرها أو تسجيلها أو نسخها أو تحويلها بقصد الاستغلال.
ثانياً: أداؤها أو عرضها أو إذاعتها في مكان عام. وتحدد شروط وأوضاع المكان العام المشار إليه أنفاً بقرار من رئيس مجلس الوزراء.

ثالثاً: توزيعها أو تأجيرها أو تداولها أو بيعها أو عرضها للبيع.
وتأكيداً لذلك الاتجاه نحو تكميم الأفواه المعارضة يطرح الكتاب رؤية مهمة حول علاقة العسكريين بالمدنيين، والقرارات داخل مؤسسات الدولة وانعكاس ذلك على السينما، حيث يشير إلى أن العسكريين في كل دول العالم لهم طبيعة وتكوين خاص، بحكم خضوعهم للحياة العسكرية ذات التقاليد الصارمة، ولقدر كبير من العزلة، لارتباطهم بحياة المعسكرات، مما يجعل فئة كبيرة منهم فئة تتعامل مع الحياة بالأسلوب الذي اعتادته في الجيش، والذي يغلق دائرة التفكير غالباً في حدود إعطاء الأوامر، وتنفيذها، وتجنب المناقشة.

وقد ظهرت ملامح سينما الخوف في الستينات كما يوضح الكتاب في لجوء معظم الأعمال إلى (سينما الماضي) باعتبارها هي

الملاذ الآمن من الرقابة السياسية والمحاذير الأمنية، أو (سينما الدعاية السياسية) كما ظهر في فيلم فجر يوم جديد وفيلم ثورة اليمن، لكن ذلك حرم السينما كما تؤكد المؤلفة من أفلام كان يمكنها التطرق إلى نبض اللحظة، ومعاناة الواقع الحي المعيش، لتسهم في تطوير وتنوير المجتمع، فتلك هي رسالة الفن الحقيقية.



وتشير الإحصائيات إلى أن السينما المصرية أنتجت في تلك الفترة حوالي ٤١٦ فيلمًا، منها ٥٠% من إنتاج القطاع العام، وحوالي ٤٠% من إنتاج القطاع الخاص، وكان تمويله من القطاع العام. وحوالي ١٠% من إنتاج القطاع الخاص مُمول من شركات التوزيع العربية.

وعلى الرغم من محاولات النظام

بعد يونيو ١٩٦٧ تخفيف القبضة الحديدية عن حرية التعبير والسينما، فإن ذلك لم ينتج أفلامًا مهمة إلا باستثناءات قليلة كما حدث مع فيلم (شيء من الخوف ١٩٦٩) الذي منعت الرقابة التي رأت أن شخصية زعيم العصابة (عتريس) يشير إلى عبد الناصر، ثم شاهده الرئيس جمال عبد الناصر وأباح بنفسه عرضه.

قضايا عديدة
يثيرها الكتاب



وتستحق منا جميعاً أن نقرأه لنتعرف على علاقة الفن بالسياسة، فهل تخيلت يوماً النتائج المترتبة على إلغاء السينما أو ثقافة الصورة من حياتنا؟ ربما لا تستطيع ذلك إلا إذا قارنت عرض صورة لحدث ما يختلف الجميع حوله، وجاءت الصورة لتوثق وتؤيد أحد تلك الآراء وتنفي الرأي الآخر وتزيل اللبس والارتباك والغموض وتظهر الحق وتدحض الباطل.

إن صورة واحدة قد تستفز مجتمعاً بأكمله للقيام برد فعل قوي وربما تساعد على إشعال الأجواء السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية.

الصورة قد تنطق بملايين الحروف وألوف الكلمات ومئات السطور وعشرات الصفحات وتكون بمثابة كتاب كامل متكامل الأفكار؛ الصورة قد تنصف بريئاً وقد تدفع بمتهم إلى مصيره المحتوم في غياهب السجون، قد تساعد في كشف سر كبير وتظهر الحقيقة وقد تساعد في التعتيم والتضليل لصالح فرد أو جماعة ما.

الصورة أو السينما هي وثيقة الماضي ومشهد الحاضر ومصير المستقبل.

التسويق السياسي وجماهير الشبكات الإجتماعية

التكنولوجيا الرقمية ومنها الوسائط الاجتماعية هي بمثابة تطور طبيعي للأساليب التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.

تتسابق الآن على الساحة السياسية العديد من الأحزاب والتيارات الفكرية ويتنافس المرشحون في كيفية إقناع الناس بمبادئ الحزب أو الفرد في محاولات جديّة لكي يقوم الناخب بإعطاء صوته لهذا المرشح، ويقوم المسؤولون عن الحملات الانتخابية للمرشحين باستخدام كافة الوسائل والآليات لمحاولة التسويق للمرشح والدعاية للأفكار التي يتبناها في برنامجه الانتخابي، ولأن الهدف الرئيسي من تلك الحملات هو التواصل مع الناس فقد أولى مسؤولو تلك الحملات في الفترة الأخيرة وخصوصاً بعد ثورات الربيع العربي اهتماماً كبيراً بالوسائل الإلكترونية والإنترنت وأدوات الشبكات الاجتماعية والإخبارية، ومن هنا برز مصطلح آخر ظهر أخيراً وهو الإعلام الاجتماعي Social Media أو الإعلام الجديد، فبعد أن كان التلفزيون ثم في وقت لاحق القنوات الفضائية والإخبارية المتخصصة هي محتكر المعلومات من خلال الوسائل الإعلامية

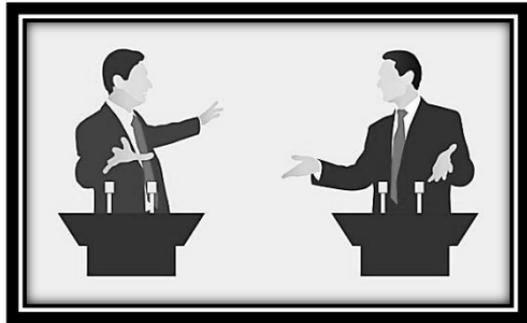


التقليدية، أصبحت اليوم المعلومات تنتشر بطرق جديدة تماماً غيرت الأفكار السائدة، من خلال وسائل

الإعلام الجديد من مدونات، شبكات اجتماعية ... إلخ.

وفي هذا المجال من الممكن الاستفادة من الأساليب التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجد الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيداً عن قضايا الأمة الحقيقية والمصيرية، وحين نستطيع تجاوز تلك الخلافات نستطيع تحقيق القوة الحضارية للعرب، كما يذكر المفكر الدكتور محمد جابر الأنصاري والتي تعود أسباب نكستها وتراجعها إلى تكوين العرب السياسي وافتقاد عنصر الوحدة وكذلك التدخل والمؤامرة الأجنبية ونطرح سؤالاً طرحه منذ سنوات إلى أي مدى سنستطيع إثبات قدرتنا على إدارة السياسة، وبخاصة إدارة السياسة المحلية؛ هذا هو سؤال اللحظة التاريخية الحالية فهل نستطيع الإجابة عليه وننجح في إدارة المرحلة السياسية القادمة؟

لقد ارتبط الإعلام الجديد والوسائط الاجتماعية بالتطورات التي شهدها شبكة الإنترنت وبخاصة الإمكانيات التفاعلية



التي أتاحها Web 2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات".

وفي هذا الشأن تبرز عدة ثنائيات تساعد على توضيح الملامح الأساسية لمجال الدراسة:



١. النشر والانتشار
٢. الاتصال والتواصل
٣. الإنتاج والتفاعلية

النشر والانتشار

من أهم خواص الإعلام الجديد هو نشر المعلومات والتطبيقات والمواد النصية والسمعية والبصرية على شبكة الإنترنت، ومن هنا تأتي فكرة الانتشار السريع والفعال لتلك التطبيقات على نطاق واسع بما يحقق ثراء المعرفة البشرية.

الاتصال والتواصل

يتم الاتصال على الإنترنت عبر شبكات الكمبيوتر Networks بأنواعها المختلفة معتمدة في ذلك على تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية.

ومن شبكات الكمبيوتر Computer Network إلى شبكات التواصل الاجتماعي Social media ينشأ التواصل الاجتماعي والثقافي بما يتغلب على عامل العوامل الجغرافية والاقتصادية التي غالبًا ما تحول دون ذلك.

الإنتاج والتفاعلية

سمة الإعلام الجديد إنتاج وسائل ووسائط تسهل من وصول الرسالة الإعلامية وتحسن من صياغتها وأدواتها والقائمين عليها. كما أن الإعلام الجديد يقوم بإضافة منتجين ومبدعين جدد عن طريق سهولة التعامل مع أدواته، وعلى سبيل المثال يقوم كثير من الشباب بإعداد صحف إلكترونية توجد على الإنترنت كمبادرات شبابية وعادة ما تحقق نجاحًا منقطع النظير بالمقارنة بصحف أخرى تلتزم المهنية والحرفية.

أما التفاعلية وهي أهم سمات الإعلام الجديد فهي تقوم على تبادل المعلومات بين الأشخاص وتعزيز النشاط والتفاعل بينهم.

يحاول التسويق الإلكتروني الاستفادة من مئات الملايين من المستخدمين الذين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى سوق مفتوح متنوع الجمهور لترويج السلع والخدمات المختلفة، وتحقيق ربحية عالية من وراء ذلك. وتتمثل أدوات التسويق الإلكتروني في استغلال محركات البحث، وعضوية المواقع والبريد الإلكتروني وبرامج المشاركة، وكذلك وهي الأهم الشبكات الاجتماعية، وعلى رأسها فيس بوك وتويتر.

التسويق الإلكتروني هو جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الشبكة الإنترنت (ويعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم التقنيات الموجودة في عصرنا الحالي، ويتمثل منطلق



التسويق الإلكتروني في أن مئات الملايين من المستخدمين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى سوق مفتوح متنوع الجمهور لترويج السلع والخدمات المختلفة، وتحقيق ربحية عالية من وراء ذلك.

التسويق السياسي والوسائط الإلكترونية

بداية يجب من تحديد ملامح وآليات الوسائط الإلكترونية على الإنترنت والتي تتمثل في:

الرسالة

تعد الرسالة هي صورة المصدر أو الشخص أو المؤسسة أو الحزب أو الجماعة، بمعنى أنها تنقل المحتوى اللفظي والبصري من نص وصور وفيديو للمتلقي أو الجمهور المطلوب التأثير عليه.

الوسيط

يعد الوسيط هو ناقل الرسالة والمسئول عن عرضها بصورة تناسب الجمهور المتلقي ويحقق الغرض المطلوب.

الجمهور

الجمهور هو متلقي الرسالة والغرض الأساسي هو الحصول على تأييده ودفعه لاختيار اتجاه معين يناسب المادة التي تم توصيلها له عبر الوسائط الإلكترونية المتاحة.

الإمكانيات المادية

تعد الإمكانيات المادية وتوافر الوسائل التكنولوجية للأفراد والمؤسسات المدنية أمر في غاية الأهمية والخطورة للحاق بتقنيات العصر والتواصل بين الأفراد.

الأسباب الملحة لاستخدام الوسائط الاجتماعية الإلكترونية:

أسباب اقتصادية: تتمثل في سهولة الاتصال بشبكة الإنترنت بأقل تكلفة وخصوصًا بالنسبة للطبقات الفقيرة والمتوسطة.

أسباب سياسية: تتمثل في تواجد معظم السياسيين والأحزاب وكيانات المجتمع المدني افتراضيًا على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

أسباب اجتماعية: تتمثل في تزايد الطلب الاجتماعي على استخدام شبكة الإنترنت في التعليم الإلكتروني والبحث عن المعلومات والحصول على السلع.

أسباب جغرافية: تتمثل في سهولة التواصل بين الأشخاص والمؤسسات رغم الحواجز المكانية والجغرافية وتجاوز صعوبات التواصل الحقيقي عبر الطرق والنقل والمواصلات.

مفهوم الدعاية الانتخابية الإلكترونية

يعرف البعض الدعاية ببساطة بأنها "النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في تفكير الناس، وذلك لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ معين، أو من أجل الابتعاد عن فكرة أو مبدأ يؤمن به".

ويمكن قياساً على ذلك تعريف الدعاية الانتخابية الإلكترونية بأنها "الأنشطة والحملات الإلكترونية الموجهة لخدمة مرشح أو حزب بعينه وجذب الأنظار إليه والتصويت لصالحه، وإقناعه



بحلول الأعمال التي يقدمها لجمهور الناخبين وذلك باستخدام أدوات الإنترنت والإعلام الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الإخبارية ومحركات البحث والبريد الإلكتروني... إلخ".

ويمكن أن نوضح عدة مسارات في التعريف السابق تظهر اتجاهات الدعاية الانتخابية الإلكترونية:

- ١- الجذب والإيهار والتنوع في الأدوات الإلكترونية المستخدمة.
- ٢- الرغبة في الحصول على الأصوات الانتخابية للناخبين.
- ٣- إقناع الناخبين بمفاهيم وحلول واقعية لمشاكلهم من خلال نماذج عملية ومنشورة ومتاحة للجمهور.
- ٤- سهولة التواصل مع الناخبين مع المرشحين من خلال الأدوات التكنولوجية الحديثة.

وتستخدم الدعاية الانتخابية الإلكترونية العديد من الجهات كالحكومات والمؤسسات والأحزاب والكتل والجماعات السياسية بالإضافة للأفراد المستقلين، وتخضع جميعها للإجراءات القانونية التي ينص عليها قانون الانتخابات في البلد الذي تقام فيه، كما يجب عليها مراعاة الضوابط والأخلاقيات في مسار العملية الانتخابية وتجنب خطاب التحريض والتشويه للآخرين.

وهناك أدوات عديدة للدعاية الانتخابية على الإنترنت، ولكننا سنركز في هذا الكتاب على الموقع الإلكتروني للمرشح ودور مواقع التواصل والشبكات الاجتماعية والإخبارية والتدوين المصغر والوسائط المتعددة في العملية الانتخابية والحملات الإلكترونية للمرشحين.

كما يذكر موقع Marketing-Tips أهم الطرق المستخدمة في التسويق الإلكتروني وهي:

١. التسويق الإلكتروني عن طرق محركات البحث Search Engine Marketing

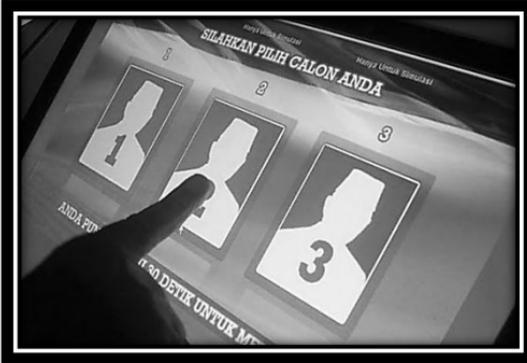
٢. التسويق من خلال الإعلانات Display Marketing

٣. التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونية E-mail Marketing

٤. التسويق من خلال البرامج الفرعية أو الوكيله Affiliate Marketing

٥. التسويق باستخدام الدعاية التفاعلية Interactive Marketing

الموقع الإلكتروني للمرشح السياسي



يعتبر الموقع الإلكتروني للمرشح من أهم أدوات الدعاية الإلكترونية على الإنترنت، فهو بمثابة المكان الرسمي الذي يتوقع الناخبون

أن يجدوا فيه ضالهم وتوقعاتهم عن شخصية المرشح وأفكاره وخطته وبرنامجه الانتخابي وكيفية التواصل معه.

ولتأسيس موقع إلكتروني للمرشح يمر ذلك بعدة مراحل وهي:

- ١- حجز الدومين
- ٢- الاستضافة
- ٣- التصميم
- ٤- التطوير
- ٥- التسويق

وكل مرحلة من تلك المراحل مكتملة للأخرى وليس شرطاً أن تسير متتالية بل يفضل أن تعمل جنباً إلى جنب وذلك لسرعة أداء الموقع.

أولاً: حجز الدومين:

المقصود بالدومين هو اسم النطاق أو اسم الموقع مصحوب بالامتداد المطلوب .net .org .com، مثلاً: www.yourname.com



، وعند اختيار أحد الأسماء المناسبة لك أو لشركتك يجب عليك التأكد من أنه لم يتم حجز هذا الاسم مسبقاً من أي شخص آخر ويمكنك القيام بذلك عن طريق البحث على الإنترنت.

وتوجد على الإنترنت العديد من المواقع والشركات التي توفر لك حجز اسم موقعك ومنها على سبيل المثال لا الحصر موقع <http://www.register.com> ولتسجيل موقع نقوم بوضع الاسم الذي نريده في المستطيل الأبيض الفارغ ثم نضغط على زر Find it

وفي حالة أن اسم الدومين متاح ستجد رسالة Your domain name is available وتستكمل بعدها مراحل الدفع لتحصل على موقعك بكل مميزاته.

ثانياً : الاستضافة:

الاستضافة أو ال Web Hosting تعني أن يستضيف الخادم Server مواد ومحتويات موقع معين ويربط النطاق الخاص بهذا الموقع بعنوان الأيبي الخاص بالخادم، وتنقسم أنواع الاستضافة إلى:

١- استضافة مجانية وتوفرها مواقع عديدة ومن أشهرها Webs.com وتتجه بعض هذه الشركات إلى تقديم خدمة الاستضافة المجانية في مقابل الحصول على خدمات خاصة مثل الإعلان على المواقع المستضافة لديها وهو أحد العيوب للمواقع المجانية وكذلك لا تتوفر بالمواقع المجانية مساحات كافية لوضع مواد كبيرة كالفيديو مثلاً.

٢- استضافة مدفوعة وهي التي تتوفر بالمواقع الكبرى ومميزاتها أنها توفر لك اختيار المساحة المطلوبة والتعاقد عليها بما يمنع مثلاً ما يحدث في المساحات المجانية من أن الموقع الذي يوفر المساحة يغلق أبوابه فتعرض الصفحات الموجودة عليه للضياع، أما الاستضافة المدفوعة فتوفر لك اختيار السيرفر ومدة الاشتراك وكذلك تمنع وجود إعلانات وغيرها من المميزات. ومن الملفت للنظر

في الفترة الأخيرة انخفاض تكاليف الاستضافات المدفوعة بنسبة كبيرة مقارنةً بالفترات السابقة مما يغري أصحاب المواقع بالتمتع بالمزايا العديدة التي يحصلون عليها مع الاستضافات المدفوعة.

ثالثاً: التصميم

يقصد بالتصميم الشكل الخارجي للموقع، وتصميم المواقع مسألة مهمة جداً وتحتاج لوقت طويل لشرحها ولكننا هنا سنركز على أهم النصائح الخاصة بتصميم الموقع الجيد:

- ١- أن يكون تصميم الموقع بسيطاً ولا يتطلب وقتاً طويلاً للتحميل حتى يسمح بالتصفح السهل والسريع.
- ٢- أن يكون الموقع جذاباً ومميزاً وألوانه جميلة معبرة.
- ٣- التركيز على ما يحتاجه الناخبون وعدم اللجوء لأي زيادات لا معني لها ولا تفيد.
- ٤- الربط بين الموقع والشبكات الاجتماعية.
- ٥- اختيار الخطوط والرسوم والصور بعناية لأنها من أكثر عناصر الموقع أهمية وجذباً للمشاهدين.

ويمكننا للإفادة أن نضع شكلاً رمزياً للموقع وأهم محتوياته فيما يلي:

- ١- الصفحة الرئيسية
- ٢- عن المرشح
- ٣- البرنامج الانتخابي
- ٤- أهم الإنجازات
- ٥- اللقاءات
- ٦- الأخبار
- ٧- اتصل بنا

الحملة الانتخابية للمرشح (س)

الصفحة الرئيسية	عن المرشح	البرنامج الانتخابي	أهم الإنجازات	اللقاءات	الأخبار	اتصل بنا
صورة المرشح كلمة المرشح	محتوى الصفحة					شعار الحملة

ومن أهم المهام التي يتطلبها التصميم الجيد اللجوء أو شعار الموقع ويمكن تعريفه بأنه مجموعة من العناصر التي تتضمن الاسم المميز، مجموعة من الرموز، الشعار أو مزيج منها، وتهدف

لتمييز الصفحة أو الموقع عن غيره من الصفحات الأخرى وكذلك الترويج والدعاية للفكرة أو المنتج أو الشخص.

رابعاً: التطوير

التطوير مكمل للتصميم، فبينما يهتم مصمم الموقع بالشكل الخارجي للموقع، يهتم مطور الموقع بقاعدة بيانات الموقع والنماذج التي يتم من خلالها معرفة بيانات الزوار والتواصل معهم وكيفية تحقيق الديناميكية في الموقع.

خامساً: التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني هو جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الشبكة الإنترنت (ويعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم التقنيات الموجودة في عصرنا الحالي، ويتمثل منطلق التسويق الإلكتروني في أن مئات الملايين من المستخدمين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى سوق مفتوح متنوع الجمهور لترويج السلع والخدمات المختلفة، وتحقيق ربحية عالية من وراء ذلك. وتتمثل أدوات التسويق الإلكتروني في استغلال محركات البحث، وعضوية المواقع والبريد الإلكتروني وبرامج المشاركة، وكذلك وهي الأهم الشبكات الاجتماعية، وعلى رأسها فيس بوك وتويتر.

ومما يذكر في هذا الشأن ما قاله الكاتب ماركوس فراندا Marcus F. Franda في كتابه الصادر في عام ٢٠٠٢ بعنوان تطور الإنترنت والسياسة في خمسة أقاليم في العالم launching



development and politics in five into cyberspace: Internet world " الإنترنت زاد سرعة إيصال المعلومات، ففي السابق كانت تكلفة الاتصال الدولي عبر الهاتف والبرق مرتفعة للشخص العادي، وبالطبع استفادت الشركات والمنظمات الكبرى من الإنترنت، فعلى سبيل المثال ما كان يكلف شركة ما ٣٠٠ ألف دولار لجمع معلومات عن أسواق عالمية معينة أصبح يمكن جمع ٨٠% منها عبر الإنترنت بتكلفة ٢٠٠٠ دولار فقط".

وظهر في الفترة الأخيرة خصوصًا بعد ثورات الربيع العربي وتزايد أهمية أدوات التكنولوجيا الثورية الكثير من الجروبات والصفحات على الفيس بوك وتويتر التي تروج لأفكار سياسية وعقائدية وتحاول تلك الحملات استغلال الإمكانيات التكنولوجية لخدمة الأفكار التي يتبناها شخص ما أو مرشح ما، وعلى الرغم من ما لذلك من مزايا عديدة أهمها مراقبة الواقع المعاش بصورة مباشرة والاحتكاك شبه الطبيعي بالناس، إلا أننا نجد من البعض اللجوء لسياسات قد تؤدي لمعركة غير متكافئة من خلال إعلانات مدفوعة الأجر تساعد على الانتشار السريع وتؤدي إلى إيجاد كتلة كبيرة الحجم ولكنها في الواقع لا تعبر عن مجموعة حقيقية طبيعية، وهذا يسبب

نوعاً من الفوضى وعدم الثبات في المواقف والآراء، كما أن البعض قد ينتحلون أسماء أشخاص معروفة وترويج أفكار من خلالهم.

ولكي نستطيع الاستفادة من إمكانيات التسويق الإلكتروني في هذه المرحلة بصورة جيدة ومتكافئة؛ يجب على المرشحين أن يعلنوا عن صفحاتهم الرسمية لتكون معبرة عنهم، والاهتمام بالتحديث المستمر لموقع الحملة حتى تكون مرجعاً لكل ما يخص المرشح بصورة رسمية وموثقة. وتحديد ميزانية للإعلانات على الفيس بوك لأن كثرة الإعلانات قد تؤدي لزيادة الأعداد الموجودة، ويرجع ذلك فقط لأنه أمام أعينهم دون أن يكون معبراً عنهم لابد من وضع خطة تسويقية وإعلانية وتوقيات للدعاية، ووضع سياسات طويلة المدى وقصيرة المدى، والتنظيم للموقع حتى لا يرتبك الزائر أو يتوه في الموقع.

وينبغي هنا أن نتحدث بتفصيل حول العاملين بالبرمجة أو تطوير وتصميم وتسويق المواقع الإلكترونية وهم ينقسمون إلى ثلاثة أقسام حسب طبيعة العمل والدور الذي يقوم به.

١- مصمم الموقع "Web Designer":

المصمم هو الذي يقوم بالتصميمات أو بناء الشكل الخارجي للموقع ويفضل أن يتمتع بحس فني، وذوق جيد باختيار الألوان، ولديه المهبة الفنية والرسم سواء التقليدي أو الرقمي بواسطة الحاسب، ويستخدم غالبا برامج التصميم الشهيرة مثل Adobe Photoshop و Adobe Flash و Dream Weaver و Expression و web. وكذلك لابد من إتقانه للغات Xhtml و css و java script ،

ويفضل الإلمام بالتقنيات الحديثة في التصميم مثل Jquery ، ويتطلب إنجاز هذه المهمة الإبداع والابتكار والتجديد.

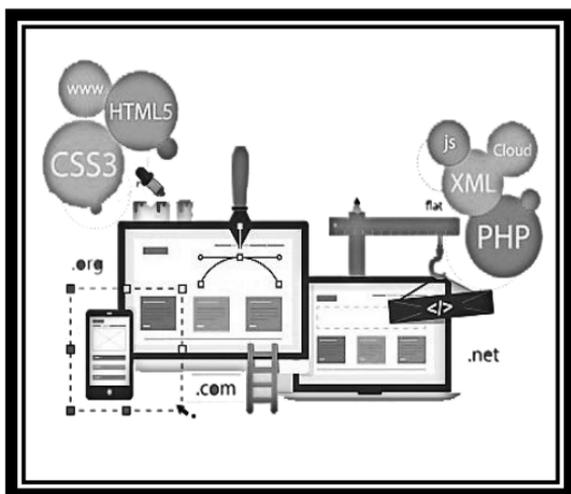
٢- مطور الموقع Web Developer:

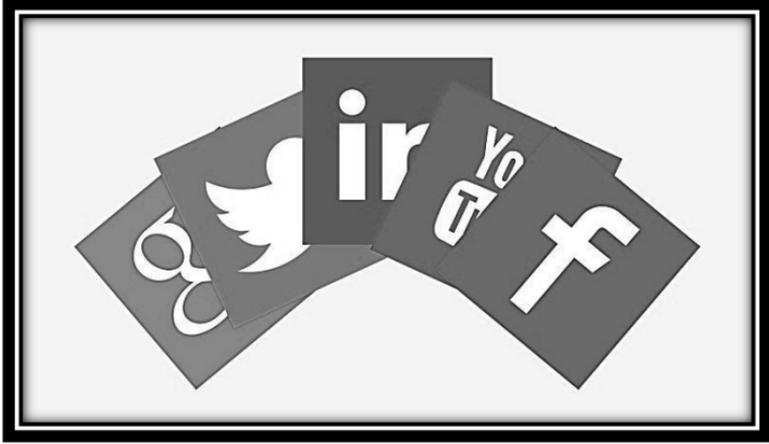
المطور هو من يقوم بعمل قاعدة البيانات Database، وعمل المكونات التي تتطلب إدخال بيانات أو استخراج بيانات مطلوبة، ويستخدم لبناء قاعدة البيانات مثلاً MySQL أو SQL Server أو MS Access ، واستخدام لغة برمجة ويب مثل: Php أو Asp.net؛ كما يقوم ببناء لوحة للتحكم بالموقع وإنشاء حسابات المستخدمين والصلاحيات وكيفية إدارة الموقع من حيث الإضافة والحذف.

٣- مدير الموقع Web Administrator:

ومهمته الأساسية هي التنسيق والإشراف على جميع العاملين على الموقع، وكذلك عملية متابعة وإدارة المحتوى الموجود على الموقع، وفي المواقع الكبيرة تعيين المشرفين بالأقسام المختلفة للموقع والصلاحيات الخاصة بكل أفراد فريق العمل، وكذلك متابعة حماية الموقع من محاولات اختراق أو أي أخطاء؛ سواء من المصمم أو المطور كما يهتم بالتسويق الإلكتروني للموقع.

وهؤلاء الشركاء الثلاثة يعملون معاً لإخراج الموقع إلى النور من مجرد فكرة إلى موقع فعلي يتفاعل مع الزوار ويحقق الفائدة المرجوة منه في مجال أو موضوع عام أو محدد.





الدعاية الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

تشكل الوسائط الاجتماعية أو مواقع الشبكات الاجتماعية جزءاً كبيراً من اهتمام مستخدمي الإنترنت ويرجع ذلك لعدة أسباب:

١. التعارف والتواصل الاجتماعي.
٢. تغيير سلوك الناس من مجرد القراءة فقط إلى الإسهام في المحتوى وتبادل الخبرات.
٣. لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر وخط إنترنت). وسوف نلقي الضوء من خلال هذا الجزء على كيفية استخدام الوسائط الاجتماعية في العملية الانتخابية والدعاية الإلكترونية، وسنركز على أبرز تلك النماذج وهي فيس بوك وتويتر ويوتيوب.

يعتبر فيس بوك بما يوفره من إمكانيات وسيلة مهمة من أهم وسائل الدعاية الانتخابية على الإنترنت، وتعد مميزات مثل إنشاء الصفحات أو إرسال الرسائل أو إضافة مقاطع صوت أو فيديو ذات أهمية كبيرة لمسئولي الدعاية على الإنترنت الذين يقومون باستغلال كافة الفرص من أجل كسب المزيد من المعجبين والمشجعين للمرشح الانتخابي.

ويلجأ كثير من مسئولى الدعاية لعمل صفحة شخصية رسمية للمرشح وتكون هذه الصفحة هي المعبر عن أفكار المرشح وأهدافه وبرنامجه وكذلك التواصل بينه وبين أنصاره والمعجبين به.

وقد تكون تلك الصفحة تدار بواسطة المرشح نفسه وبالنسبة للحملات الكبرى يكون مسئولاً عنها شخص بالحملة أو مدير الحملة نفسه نظراً لأنها تعد الصفحة الأهم التي عادة ما يسعى إليها الناس للتواصل مع مرشحهم الانتخابي.

وهناك بعض الاعتبارات التي يجب أن يراعيها المرشح الانتخابي على الإنترنت لكسب ثقة الناس أهمها المتابعة المستمرة لصفحته والاهتمام بالردود على الناس واستفساراتهم وكذلك يجب وضع صورة المرشح والشعار الذي يحمله على الصفحة وكذلك يجب التحديث المستمر لحالة المرشح حيث يعطي ذلك انطباعاً بأن المرشح متواجد دائماً معهم ويسهل التواصل معه بسهولة.

ويعد تويتر من الشبكات الاجتماعية والإخبارية التي يسهل فيها انتشار الخبر بصورة كبيرة كما أن سرعة التفاعل مع الخبر يساعد على زيادة ضخ الأخبار وعادة ما يكون لها فضل السبق في كثير من الأحداث الجارية محلياً وعالمياً كما ظهر في ثورة مصر، وفكرة

تويتر تتلخص عرض الأحداث والإجابة عن سؤال " What are you doing? " أو "ماذا تفعل الآن؟"

وعلى المرشحين الاستفادة من الهاش تاج Hash Tag وهو رمز # ويستخدم في تويتر لتصنيف الموضوعات والأحداث الجارية فيسهل علينا متابعة الأشخاص الذين لديهم نفس اهتماماتنا. أما موقع يوتيوب YouTube فهو من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية المتخصصة في مشاركة ونشر الفيديو، ومن أهم التقنيات التي يمكن استغلالها في الدعاية الانتخابية إنشاء قناة على اليوتيوب بمعنى إيجاد رابط يستطيع الآخرون من خلاله متابعتك على صفحة اليوتيوب الخاصة بك.

الحملات الإلكترونية

تتسابق الآن على الساحة السياسية العديد من الأحزاب والتيارات الفكرية ويتنافس المرشحون في كيفية إقناع الناس بمبادئ الحزب أو الفرد في محاولات جديّة لكي يقوم الناخب بإعطاء صوته لهذا المرشح، ويقوم المسؤولون عن الحملات الانتخابية للمرشحين باستخدام كافة الوسائل والآليات لمحاولة التسويق للمرشح والدعاية للأفكار التي يتبناها في برنامجه الانتخابي، ولأن الهدف الرئيسي من تلك الحملات هو التواصل مع الناس فقد أولى مسئولو تلك الحملات في الفترة الأخيرة وخصوصاً بعد ثورة ٢٥ يناير اهتماماً كبيراً بالوسائل الإلكترونية والإنترنت وأدوات الشبكات الاجتماعية والإخبارية، ومن هنا برز مصطلح آخر ظهر أخيراً وهو الإعلام الاجتماعي Social Media أو الإعلام الجديد، فبعد أن كان التلفزيون ثم في وقت لاحق القنوات الفضائية والإخبارية المتخصصة هي محتكر المعلومة من خلال المراسلين ووكالات الأنباء، أصبحت اليوم المعلومات تنتشر بطرق

جديدة تمامًا غيرت عناصر العملية الاتصالية كلية، من خلال وسائل الإعلام الجديد من مدونات، شبكات اجتماعية... إلخ.



وتعد الحملات الإلكترونية أحد أساليب الدعاية الانتخابية وذلك حسب قرار اللجنة العليا للانتخابات في شأن القواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية حيث ذكرت بخصوص الدعاية الانتخابية "يحق لكل مرشح فردي أو قوائم أو حزب مشترك في الانتخابات القيام بأي نشاط يستهدف إقناع الناخبين باختياره والدعاية لبرنامج الانتخابي وذلك عن طريق الاجتماعات المحددة والعامه والحوارات، ونشر وتوزيع مواد الدعاية، ووضع الملصقات واللافتات، واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية وغيرها من الأنشطة، وذلك بحرية تامة في إطار الضوابط والقواعد الواردة في الإعلان الدستوري والقانون وقرارات اللجنة العليا للانتخابات".

ولعل من المجدي والمطلوب بالحاح في وقتنا هذا الحديث عن إدارة تلك الحملات بالصورة الأفضل ويمكن الحديث عن ذلك في عدد من النقاط وهي كالتالي:

ماهية الحملات الانتخابية الإلكترونية:

يمكننا تعريف الحملة الإلكترونية عمومًا بأنها "نشاط على الإنترنت يهدف إلى التأثير على الرأي العام والتسويق للأفكار باستخدام كافة أدوات التكنولوجيا الرقمية وإمكانات الشبكات الاجتماعية".

إن الحملة الإلكترونية - أو ما يسمى في بعض الأحيان بـ"النشاط الرقمي" - هي سلسلة من الأنشطة المتواصلة يقوم بها مجموعة أفراد من خلال الإنترنت، وتستخدم فيها أدوات الإعلام الجديد من أجل إحداث تغيير ما أو التأثير في الرأي العام بشأن قضية معينة.

والفرق الرئيس بين الحملات الإلكترونية والحملات الإعلامية التقليدية هو الأدوات؛ فأدوات الحملات الإلكترونية تقنية وساحتها الإنترنت، أما الحملات الإعلامية التقليدية فأدواتها الإعلام التقليدي (صحف، مجلات، تلفزيون، راديو)، وساحتها قد تمتد إلى الواقع من خلال المؤتمرات أو الندوات حسب برنامج وهدف الحملة".

الحملات الإلكترونية مثلها مثل بقية الحملات، تتطلب شروطاً ومواصفات خاصة حتى تنجح في تحقيق أهدافها من تغيير وتأثير:

- فهي سلسلة متواصلة من الأنشطة، وليست نشاطاً واحداً مؤقتاً مهماً كانت النتيجة.

- وهي محددة بهدف وفترة زمنية محددة.

- وهي تخاطب فئات محددة تخص غرض الحملة وهدفها.

- وهي تستخدم أدوات حديثة يستخدمها أو يتعامل معها جمهور الإنترنت.

- وهي تحمل رسالة واضحة لجمهورها لكي يعرف ماذا تريد منه.

- وهي تستعين بمتطوعين يؤمنون بفكرتها وهدفها.

- وهي تملك مورداً مادياً يلبي احتياجاتها البشرية والتقنية والإعلانية.

- وهي أولاً وأخيراً يقودها فريق عمل متمكن.. مؤمن بها.. مضحٍ لأجلها.. فاهم لتفاصيلها.. فاهم لرسائلته.. متصالح مع واقعه لكي تسير حملته بكل سلاسة وسلامة".

ويتضح من ذلك أن الحملات الإلكترونية تشهد تقدمًا ملحوظًا في الاهتمام بتقنياتها وأهدافها ونتائجها وتقييمها ودورها في التأثير والتغيير.

وبناءً عليه يمكن تعريف الحملة الانتخابية الإلكترونية أنها "نشاط إلكتروني يستهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق أكبر قدر من الدعاية على الإنترنت باستخدام مواقع الويب والشبكات الاجتماعية والإخبارية والمدونات وكافة وسائل الإعلام الجديد والتسويق الإلكتروني والإعلان الاجتماعي وإبراز ذلك من خلال التقارير الإلكترونية والإعلامية على شبكة المعلومات الدولية".

أهداف الحملات الإلكترونية:

- ١- التعريف بالفكرة أو المبادرة التي تدعو إليها الحملة. نشر الوعي بالأساليب الجديدة والمبتكرة لإيجاد بدائل أو أنظمة موازية.
- ٢- التأثير على الجمهور على الإنترنت وإقناعه بالحملة وأهميتها.
- ٣- تنويع أساليب الدعاية كالصورة والفيديو وكذلك الشعارات المصممة ببرامج الجرافيك.
- ٤- تشجيع الناس على استخدام الإنترنت كوسيلة للتواصل بدلا من الوسائل التقليدية ذات التكلفة الأعلى.
- ٥- إمكانية الاستفادة من الأدوات الرقمية وبرامج الكمبيوتر في التحليل والتقييم للحملة بسهولة.
- ٦- بناء شبكة من المهتمين والمعجبين بفكرة الحملة بما يمكنهم من التعرف إلى بعضهم وتبادل الآراء والخبرات.

٧- سهولة حفظ بيانات الحملة وتوزيعها من خلال الوسائط الإلكترونية.

٨- المتابعة المستمرة للحملة من خلال رسائل البريد الإلكتروني والتحديثات اللحظية والتغذية الراجعة.

٩- التسويق الإلكتروني لمبادئ وأفكار الحملة وتحقيق الإنجاز المطلوب قدر المستطاع.

إدارة الحملات الإلكترونية:

يمكن تلخيص ذلك في عدة نقاط:

١- فكرة الحملة: الفكرة هي محرك الحملة الرئيسي وتأتي عن طريق رأي أو وجهة نظر أو أسلوب لحل ما وعادة ماتعبر عن مبادرة تتخذ لإيجاد بديل أو نظام مواز للنظام القائم الذي يعاني من القصور أو المشكلات أو عدم تحقيق نتائج متميزة.

٢- التخطيط: لنجاح أي حملة إعلامية أو إلكترونية يجب وضع خطة لها ويجب أن تكون الخطة محددة بجدول زمني وبرنامج للمهام وتوزيع للأدوار وتوضيح وإبراز المسؤوليات والصلاحيات والإمكانات والظروف المحيطة.

٣- الدعاية وجذب الانتباه:

وتمثل تلك المرحلة بداية جذب الأنظار للفكرة أو الشخص ويجب الاعتماد فيها أولاً على الدعاية للصفحة على الفيس بوك مثلاً ويجب أن تكون الصفحة جذابة باستخدام الصور العالية الدقة والبانرات (الشعارات) الخاصة بالحملة سواء مكتوبة أو مصورة فوجود شعار مكتوب للحملة شيء مهم منذ البداية سواء في صورة عبارة أو مجموعة كلمات تعبر عن فكرة الحملة وكذلك

وجود لوجو (الشعار المصور) مميز وبأحجام مختلفة وبخلفية شفافة بحيث يسمح لأعضاء الصفحة بإضافته إلى صفحاتهم وصورهم الشخصية.

٤- الحشد:

وتعد مرحلة الحشد وجمع المعجبين أهم مراحل الحملة وتعتمد على نشر الصفحة لدى أكبر عدد من مستخدمي الفيس بوك وذلك من خلال دعوة المنضمين لأن يدعوا أصدقائهم للصفحة ويمكن في هذه المرحلة اللجوء لعمل إعلان مدفوع يظهر على أحد جانبي صفحة الفيس بوك لدى معظم المستخدمين ويساعد ذلك على الانتشار السريع للصفحة ويظهر العائد المطلوب في زيادة أعداد المعجبين بالصفحة.

٥- الانضمام للحملة:

تأتي هذه المرحلة استكمالاً للمرحلة السابقة وذلك بإيجاد الآليات للانضمام للحملة فعلياً وليس مجرد الإعجاب بالصفحة، فانضمام شخص لصفحة لا يعد بالضرورة انتماءً لمبادئ تيار فكري أو حزبي ولكن يلزم صياغة استمارة للانضمام بالبيانات المطلوبة ووضعها على الصفحة مع توضيح كيفية إرسالها للمسئولين عن الصفحة أو الحملة والتواصل معهم.

٦- صناعة وتأهيل الكوادر والناشطين:

من المبادئ الأساسية التي يجب أن يقوم عليها أي نشاط هو الفروق الفردية بين الأشخاص، ولذلك يجب مراعاة مقدار حماس الأشخاص وطموحهم، ولذلك فإن خلق مدرج للصعود من خلال الأشخاص الناشطين والذين يمكن اكتشافهم من الصفحة أو من

خلال اللقاءات مع الناس شيء مهم جداً وهنا يبرز دور التأهيل والتدريب لخلق كوادر مؤهلة ومدربة للتعبير عن مبادئ وأفكار الحملة.

٧- المتابعة والرصد:

وهذه الخطوة لها جانبان الأول على الصفحة من خلال عمل استطلاعات للرأي وقياسات للرأي العام الإلكتروني، والجانب الثاني في الواقع العملي من خلال المتابعة للاهتمام بالصفحة ورصد نبض الشارع، والتحديث المستمر لأخبار الحملة والردود على التساؤلات والاستفسارات التي يطرحها أعضاء الصفحة شيء ضروري ويساعد على الحفاظ على مصداقية الصفحة، ويظهر ذلك في عرض صور لأخبار الحملة في الشارع والاحتكاك بالناس في أماكن مختلفة لإثبات تواجد الجمهور المساند ورغبة المسؤولين في خدمة المواطنين والتعرف على مشاكلهم بصورة مباشرة.

٨- اللحظة الحرجة:

وهي أصعب المراحل وأكثرها حساسية ويقصد بها ساعة الحسم للحملة أو اليوم المحدد للتنفيذ أو موعد مقابلة لمسئول مهم أو يوم إجراء الانتخابات مثلاً، وينبغي في هذه المرحلة تكثيف الحملة الإلكترونية ومن الممكن هنا اللجوء لزيادة الإعلانات لزيادة تأثيرها وسرعة انتشارها، كما يجب على المسئول عن الصفحة دراسة أوضاع صفحات الآخرين في حالة وجود منافسين أو حملات مضادة وإبراز البدائل والفرص والإمكانات التي من المحتمل تحقيقها في حالة النجاح أو الفوز.

٩- التقييم:

وهي المرحلة التي تبدأ فور انتهاء الحملة، وتعتمد على إبراز الإيجابيات والسلبيات للحملة الإلكترونية ويتم ذلك بصورة كمية، وذلك بعرض أعداد المعجبين بالحملة ومدى التطور والاستمرارية في المهتمين بالصفحة، وكذلك عدد التعليقات وضغوط الإعجاب بالمواد المعروضة بالصفحة؛ وكذلك بصورة كيفية من خلال التعرف على المراحل العمرية للمشاركين والبلدان والمدن المنتمين لها واللغات المستخدمة.

١٠- إعداد التقارير:

يعد التقرير النهائي عن حملة ما مرجعاً مهمّاً لكل المهتمين والمعجبين للحملة ويجب أن يتم إخراجها بصورة جيدة وبصياغة سليمة وواضحة ليكون في متناول الجميع، ويتم فيه عرض كافة مراحل الحملة وكذلك التقييم، ويمكن أن يتم عمل تقرير مصور عن الحملة باستخدام أحد برامج المونتاج والفيديو وذلك إلى جانب التقرير المكتوب، ويفضل نشر التقرير لتحقيق الاستفادة القصوى وإجراء حوار مجتمعي حول جدوى الحملة الإلكترونية ومدى أهميتها ونجاحها ودراسة تكرارها والاستفادة من السلبيات السابقة بتحسين خط سير الحملة للوصول لأفضل النتائج.

البناء التنظيمي والإداري للحملة:

١- صاحب الفكرة أو المبادرة: غالباً ما تكون الحملة عبارة عن فكرة جديدة أو مبادرة لشخص ما لمواجهة أسلوب أو طريقة أو مشكلة أو قصور في أحد مناحي الحياة، ويعبر عنها في صورة حملة إلكترونية، وعلى الرغم من أن الحملة بمجرد اشتراك الناس فيها أصبحت الفكرة مشاعاً والإضافات متاحة والكل مشارك في صياغة

مبادئ وتوجهات الحملة إلا أن الشخص صاحب الفكرة أو المبادرة يظل هو المعبر الرئيسي عنها وهو الرئيس الشرفي لها.

٢- مدير الحملة: هو الشخص المسئول عن سير الحملة الإلكترونية، والمشرف العام على كل الأنشطة التي يقوم بها الأعضاء، والمنسق لما تقوم به كل الإدارات التالية وغالبًا ما يكون له دور في اختيار المسئولين بالحملة وتحديد المسئوليات وتوزيع الأدوار وصياغة برنامج الحملة.

٣- نائب مدير الحملة: وهو الشخص الذي ينوب عن المدير في مسئولياته ويتم تفويضه بصلاحيات معينة لأداء المهام الخاصة بسير الحملة الإلكترونية.

٤- إدارة الإعلام: وتتكون من المسئول الإعلامي والفريق الإعلامي للحملة ومهمته نشر أخبار الحملة والمتابعات والتقارير بكل الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة.

٥- إدارة العلاقات العامة والاتصالات: وهي تشارك وتساعد إدارة الإعلام في الترويج للحملة الإلكترونية كما تهتم بالرصد الإلكتروني للحملة الأخرى واستجابة الجمهور لها والتحرك الإيجابي للحملة في الواقع.

٦- إدارة السياسات والمشاريع: وهي تقوم بعرض المعلومات والبيانات عن الحملة الإلكترونية واقتراح السياسات الجديدة ومتابعة تنفيذها وكذلك عرض الأفكار والمشاريع المميزة والحصول على دعم لها وتنفيذ السياسة العامة للحملة الإلكترونية.

٧- إدارة التمويل: وهي الإدارة المسئولة عن توفير الدعم المالي اللازم للحملة سواء للفريق التقني أو توفير الأموال والتجهيزات

للتدريبات للمتطوعين أو عناصر الحملة المشاركين وكذلك الإعلانات المدفوعة، وتزداد أهمية هذه الإدارة في الحملات الكبيرة وتقل في الحملات أو المبادرات الفردية، بل قد تختفي تمامًا لاعتماد الأخيرة على الجهود التطوعية.

٨- إدارة التطوع: وهي إدارة تعتمد على جذب أكبر عدد من المقتنعين بمبادئ الحملة كمتطوعين لأداء بعض المهام التي تستلزم مساندة من أفراد المجتمع ومن الممكن بعدها اختيار المتميزين لتصعيدهم لدرجات أعلى كمسؤولين بالحملة ويكون ذلك تحفيزًا لهم للعمل بجدية وحماس من أجل تنفيذ المهام الموكلة لهم على أكمل وجه.

٩- إدارة التكنولوجيا: وهي تضم مصممي المواقع الإلكترونية والإعلانات والبانرات ومسئول قاعدة البيانات والمبرمجين والمطورين والمدونين ومسئولي التسويق الإلكتروني.

١٠- إدارة المتابعة والتقييم: ومهمتها متابعة تنفيذ الجدول الزمني للحملة وكذلك جمع المعاومات عن كل مرحلة والإنجازات التي تمت وعرض الإيجابيات والسلبيات وإعداد التقارير والمتابعات لخط سير الحملة.

حملات التوقيعات الإلكترونية

تعتبر حملات التوقيعات الإلكترونية من أهم الأدوات المستخدمة لتكثيف وتوجيه الرأي العام على الإنترنت تجاه قضية معينة أو مشكلة ما أو موضوع مهم، ومن أشهر المواقع التي يمكن الاستعانة بها في هذا الشأن موقع <http://www.gopetition.com> ويحمل الموقع بعض النصائح التي يمكن الاستفادة منها عند صياغة بيان أو التماس للتوقيع الإلكتروني على الموقع نفسه وهي كالتالي:

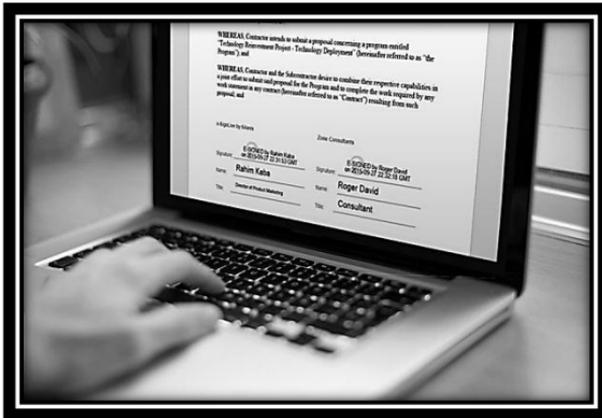
١- تحديد الهدف والجهة التي يتم التوجه إليها بالعريضة أو البيان مثل الحكومات والدول والوزارات والمؤسسات التعليمية أو الإعلامية أو الجمعيات.

٢- وصف الوضع الحالي وإمكانات الإصلاح أو التغيير.

٣- يجب وضع الطلبات واضحة ومحددة.

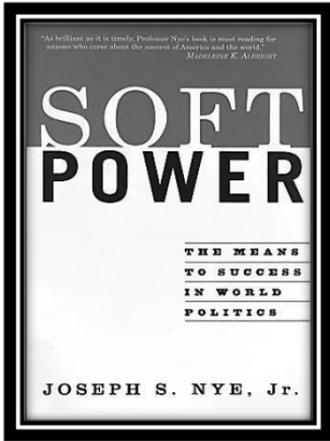
٤- عمل برنامج زمني للتقدم بالدعوات الإلكترونية.

ومن أبرز الأمثلة الموجودة بالموقع حملة لجمع توقيعات جماهيرية إلكترونية للحفاظ على الفنون في بريطانيا.



الجماهير والقوة الناعمة

بحسب موسوعة ويكيبيديا فإن القوة الناعمة - بالإنجليزية Soft - power هي مفهوم صاغه جوزيف ناي من جامعة هارفارد لوصف القدرة على الجذب والضم دون الإكراه أو استخدام القوة كوسيلة للإقناع. في الآونة الأخيرة، تم استخدام المصطلح للتأثير على الرأي الاجتماعي والعام وتغييره من خلال قنوات أقل شفافية نسبيًا والضغط من خلال المنظمات السياسية وغير السياسية. إذ قال جوزيف ناي إنه مع القوة الناعمة "أفضل الدعايات ليست دعاية"، موضحًا أنه وفي عصر المعلومات، تعد "المصادقية أندر الموارد".

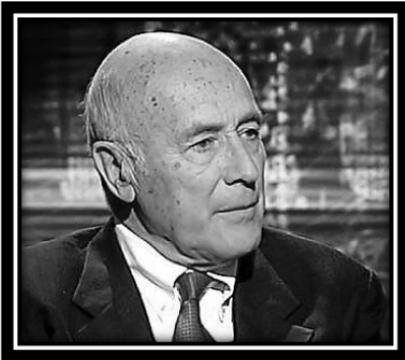


وقد صاغ جوزيف ناي هذا المصطلح في كتابه الصادر عام 1990 بعنوان "مُقدرة للقيادة: الطبيعة المتغيرة للقوة الأميركية". ثم قام بتطوير المفهوم في كتابه الصادر عام 2004 بعنوان "القوة الناعمة: وسائل النجاح في السياسة الدولية"، يستخدم المصطلح حاليًا على نطاق واسع في الشؤون الدولية من قبل المحللين والسياسيين.

القوة الناعمة هي " القدرة على التوصل إلى الغاية المطلوبة من خلال جذب الآخرين، وليس باللجوء إلى التهديد أو الجزاء. وهذه القوة تعتمد على الثقافة، والمبادئ السياسية، والسياسات المتبعة. وإذا تمكنت من إقناع الآخرين بأن يريدوا ما تريد، فلن تضطر إلى إنفاق الكثير بتطبيق مبدأ العصا والجزرة لتحريك الآخرين في الاتجاه الذي يحقق مصالحك".

أما القوة العاتية " التي تعتمد على الإكراه"، فهي تُستمد من القوة العسكرية والاقتصادية. وتظل لهذه القوة أهميتها الحاسمة

في عالم عامر بدول تهدد الآخرين، ويععج بالمنظمات الإرهابية. لكن القوة الناعمة ستكتسب المزيد من الأهمية في منع الإرهابيين من تجنيد أنصار جدد، وفي تحقيق التعاون الدولي الضروري لمواجهة الإرهاب".



وعلى سبيل المثال يوضح جوزيف ناي في كتابه تأثير الثقافة كنموذج للقوة الناعمة؛ فإذا كانت ثقافة بلد ما جذابة، فإن الآخرين يتبعونه باستعداد أكبر. فالكثير من القوة الأمريكية الناعمة تعتمد على أفلام هوليوود وبرامجيات مايكروسوفت. ومن مصادر القوة الناعمة لأي بلد: الفنون، والتقدم التكنولوجي، والعلامات التجارية الرائدة، والجامعات العريقة، ودور العبادة، ومقدار ما تحصل عليه الدول من جوائز نوبل، والمجهودات العلمية والبحثية، والموسيقى، والسينما، وحجم استضافات مواقع النت، بل والأطعمة الشعبية الشهيرة تعد مصدراً من مصادر القوة الناعمة.

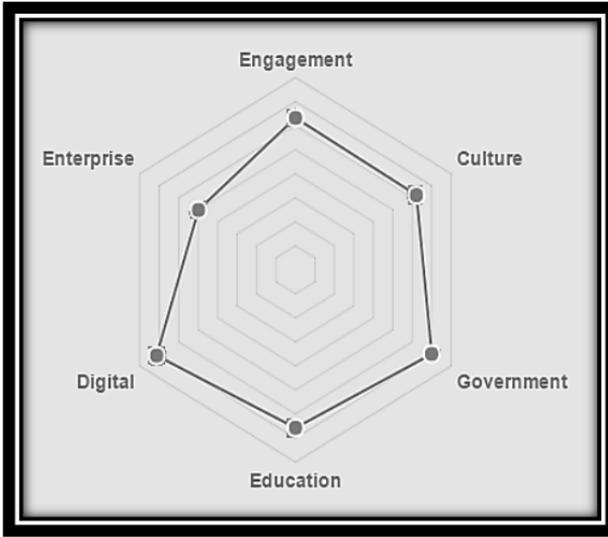
ويذكر جوزيف ناي مثلاً على قوة السينما والتلفزيون الناعمة فيقول: جدار برلين كان قد تم اختراقه بالتلفزيون والأفلام والسينما قبل زمن طويل من سقوطه عام ١٩٨٩. ذلك أن المطارق والجرافات ما كانت لتنتج لولا انتقال الصور المبتوثة من ثقافة الغرب الشعبية على مدى سنوات طوال فاخرقت الجدار قبل أن يسقط.



واليابان لها قوة ناعمة كبيرة بسبب كونها صاحبة أكثر براءات اختراع في العالم، ورائدة الصور المتحركة وألعاب الفيديو، واحتلالها المركز الثاني في بيع الكتب والموسيقى وصادرات التقانة العليا واستضافة المواقع الإلكترونية. ولقد صدرت الترجمة العربية للكتاب لـ (محمد البجيرمي) عن مكتبة العبيكان عام ٢٠٠٧.



مؤشر القوة الناعمة



في عام ٢٠١٥ قامت مؤسسة بورتلاند للاتصالات وهي مؤسسة تعمل بالاستشارات الإستراتيجية للحكومات والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات للتواصل بشكل أكثر فاعلية مع الجمهور العالمي بعمل مؤشر لقياس القوى الناعمة لدى دول العالم، واعتمدت بورتلاند على قياس القوى الناعمة للدول بتحديد درجة من ١٠٠، بناء على ٦ أسس للسمعة والنفوذ وهي:

١. الحكومة وتقييم جودة المؤسسات السياسية في البلاد.
٢. الثقافة؛ أي مدى الانتشار الثقافي للدولة عالمياً.
٣. المشاركة العالمية والسياسة الخارجية وقوة العلاقات الدبلوماسية.
٤. التعليم، والسمعة العالمية لنظام التعليم العالي الخاص بالدولة.
٥. الاقتصاد ومدى جاذبية النظام الاقتصادي للدولة واجتذابه لمشاريع المستثمرين حول العالم.
٦. التواصل الرقمي للدولة مع العالم.

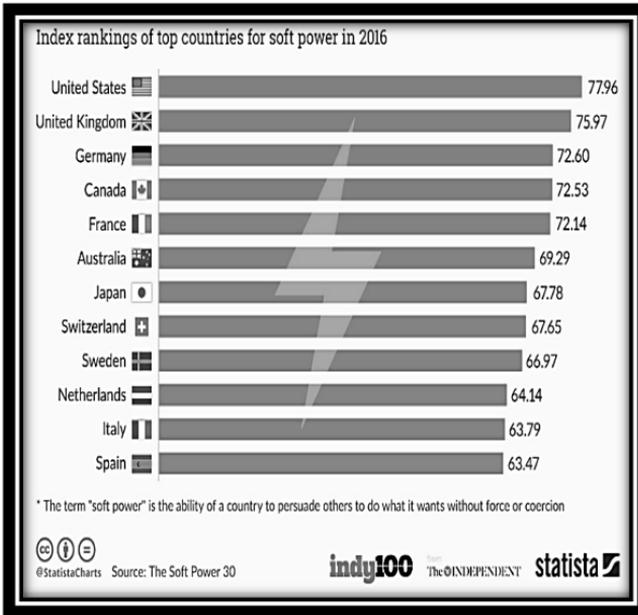
وقد استعان المؤشر في تقييمه للدول ببيانات من الفيسبوك عن تأثير الدولة عبر الإنترنت.

وقد احتلت المملكة المتحدة المرتبة الأولى للمقياس متفوقة على ألمانيا التي جاءت في المرتبة الثانية والولايات المتحدة الأمريكية التي جاءت في المرتبة الثالثة، وهي بذلك تفوقت على أمريكا التي احتلت صدارة الترتيب في المقياس السابق في ٢٠١٠ - فهو مقياس يُجرى كل ٥ سنوات- وقد كان لقارة أوروبا النصيب الأكبر من المراتب العشرة الأولى في المؤشر بحصولها على ٦ مراتب، وقد جاء الترتيب كالتالي:

١. المملكة المتحدة (بتقدير ٧٥.٦١).
٢. ألمانيا (بتقدير ٧٣.٨٩).
٣. الولايات المتحدة الأمريكية (بتقدير ٧٣.٦٨).
٤. فرنسا (بتقدير ٧٣.٦٤).
٥. كندا (بتقدير ٧١.٧١).
٦. أستراليا (٦٨.٩٢).
٧. سويسرا (٦٧.٥٢).
٨. اليابان (بتقدير ٦٦.٨٦).
٩. السويد (بتقدير ٦٦.٤٩).
١٠. هولندا (بتقدير ٦٥.٢١).



وفي شهر سبتمبر ٢٠١٦ أصدرت "بورتلاند" تصنيفها السنوي لقياس القوى الناعمة، والذي تراجعت فيه بريطانيا مركزاً واحداً هذا العام لتتصدر الولايات المتحدة القائمة.



الثقافة والإعلام الرقمي

أهم مصادر القوة الناعمة للعرب :

لن يتقدم العالم إلا بالعلم والمعرفة، والتكنولوجيا الحديثة هي تطور طبيعي للأساليب التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان. من وسط الظلام الكثيف ينبثق شعاع الأمل، والأمل العربي يكمن في الدول التي تحاول أن تخترق حاجز التكنولوجيا بيننا وبين العالم المتقدم.

ويجب على الدول العربية الاستفادة من الأساليب التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجد الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيداً عن قضايا الأمة الحقيقية والمصيرية، وحين نستطيع تجاوز تلك الخلافات نستطيع تحقيق القوة الحضارية للعرب.

أما بالنسبة للثقافة، ففي الوقت الذي ينشغل فيه عالمنا العربي بالدخول في صراعات سياسية واجتماعية واقتصادية، انتهت دولة الإمارات على سبيل المثال لأهمية أن يكون الحل الثقافي المستمد من التراث هو المخرج والطريق نحو المستقبل.

ولأن الوسيلة الأساسية لنشر الثقافة هي العمل على تشجيع القراءة وبت روح المعرفة داخل الأسرة والمدرسة والجامعة، فينشأ الأطفال والشباب في مجتمع يحترم العلم والمعرفة ويعلي من شأن العلماء والأدباء والفنانين والمثقفين، ويشجع الابتكار والأفكار الجديدة التي تسهم في رفع شأن الإنسان العربي.

ولأن المعرفة القائمة على التراث والأصالة بالإضافة للمعاصرة والحدثة والتكنولوجيا هي المستقبل وطريق الخلاص، وأساس النهضة الحديثة للمجتمع، فالحل السياسي بدون تغيير فكري لا فائدة منه.

ويظهر ذلك بجديّة في مشروع تحدي القراءة العربي، وإعلان عام ٢٠١٦ عامًا للقراءة بدولة الإمارات، وهو ما يوضح أن هناك إيمان بالمضمون والموضوع وليس بالشكل والمظهر، وكذلك الإيمان بالفكر والمعرفة ودورها في عملية التغيير والتقدم.

كما يزداد حاليًا الاهتمام بقضية المحتوى الثقافي والمعرفي والترويج والتسويق لهذا المحتوى على الإنترنت، خاصة أنه في حالة عدم وجود محتوى جيد أو حتى وجود محتوى هلامي غير ناضج شيء سيعود بنتيجة سيئة على الجيل الجديد، فعلى الرغم من أهمية الشبكات الاجتماعية والإخبارية والثقافية إلا أنها بدون صياغة جيدة وثقافة تقوم على أسس وأخلاقيات وحضارات المجتمعات تصبح ترسيخًا لقيم مادية لا تضع مجالًا للإنسان أو قيمه أو طموحاته أو مستقبله الشخصي والمهني.



التجارب العربية في مجال القوة الناعمة :

في ٢٩ أبريل ٢٠١٧ أعلن صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي تشكيل مجلس القوة الناعمة لدولة الإمارات العربية المتحدة والذي يهدف لتعزيز سمعة الدولة إقليمياً وعالمياً وترسيخ احترامها ومحبتها بين شعوب العالم ويختص برسم السياسة العامة واستراتيجية القوة الناعمة للدولة.



مجلس القوة الناعمة
لدولة الإمارات

مهام واختصاصات مجلس القوة الناعمة لدولة الإمارات



رسم السياسة العامة
واستراتيجية القوة
الناعمة لدولة الإمارات



تعزيز سمعة ومكانة
الإمارات إقليمياً وعالمياً
وترسيخ احترامها بين
الشعوب



مناقشة واقتراح
المشاريع والمبادرات
الداعمة للقوة
الناعمة للإمارات



اقتراح ومراجعة التشريعات
والسياسات المؤثرة على
سمعة دولة الإمارات



تحديد مجالات منظومة
القوة الناعمة للإمارات

ويتبع مجلس القوة الناعمة بشكل مباشر مجلس الوزراء وسيعمل على صياغة منظومة وطنية متكاملة تشمل الجهات الحكومية والخاصة والأهلية لنقل قصة الإمارات للعالم بطريقة جديدة.

وأكد محمد بن راشد آل مكتوم اليوم أن "دولة الإمارات لديها القوة العسكرية والاقتصادية وتستعد لبناء منظومة القوة الناعمة من أجل ترسيخ سمعة عالمية تخدم مصالح الشعب على المدى الطويل".

وأضاف أن "الإمارات لها مكانة عظيمة في قلوب ملايين الناس حول العالم ونريد ترسيخ هذه المكانة والوصول بها لمستويات جديدة، ودولة الإمارات تمتلك كل المكونات الاقتصادية والثقافية والحضارية لبناء قوتها الناعمة بشكل أسرع بكثير من غيرها".

بدوره أكد محمد بن زايد آل نهيان ولي عهد أبوظبي أن "دولة الإمارات صنعت بحكمة مؤسسها نهجا متفردا لها خطط خطوات واسعة على طريق التميز والريادة، مضيفا أن تشكيل مجلس القوة الناعمة هو: رؤية عميقة لاستثمار رصيد منجزاتنا في تعزيز أطر التواصل مع شعوب العالم وتكريس مسارات التقارب الإنساني".

في الوقت الذي ينشغل فيه عالمنا العربي بالدخول في صراعات سياسية واجتماعية واقتصادية، انتهت الإمارات وقيادتها الحكيمة

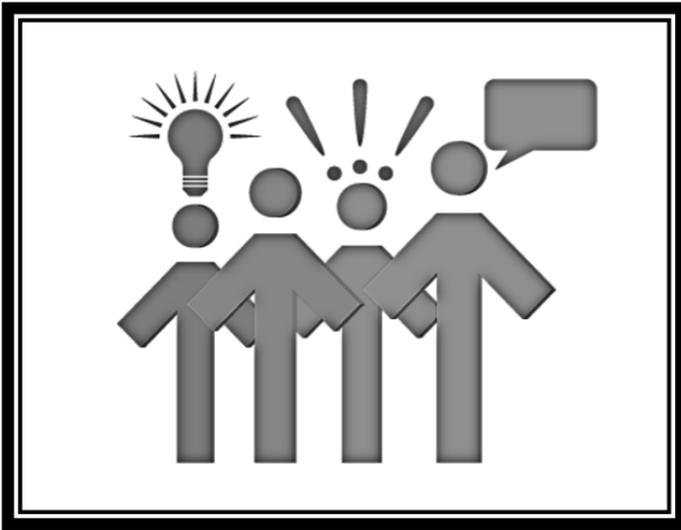
لأهمية أن يكون الحل الثقافي المستمد من التراث، والحل التكنولوجي القادم من العلوم الحديثة هو المخرج والطريق نحو المستقبل.

ويظهر ذلك من السعي الحثيث لكثير من السياسيين والمفكرين إلى ترسيخ فكرة القوة الناعمة ودورها في تحقيق مستقبل أفضل لكل الدول العربية، وتوصيل رسالة العرب والمسلمين في وقت نعاني فيه جميعًا من التشويه المتعمد لنا في وسائل الإعلام العالمية.

الإعلام الديني والجماهير على مواقع التواصل الاجتماعي

تعد قضية الخطاب الديني في عصرنا الحالي وممارساته الإعلامية من أخطر القضايا التي تشغل بال الكثيرين من الباحثين أو حتى الأشخاص العاديين الذين يتابعون البرامج على الفضائيات والمواقع الإلكترونية ويتأثرون وينفعلون لما فيها من تجاوزات على كل المستويات، ففي عصر الكره والقبح الذي نعيشه حاليًا تختفي قيم الجمال والحب بين الناس ونفتقد قبول الآخر والتعامل بأخلاقيات الحوار واحترام الاختلافات في الفكر والرأي، وسنركز في تلك الورقة البحثية على دور التكنولوجيا الرقمية ومنها الوسائط الاجتماعية من خلال المواقع الإلكترونية والصفحات الاجتماعية والقنوات الرقمية للإعلام الديني.

فأدوات الإعلام الجديد، فهي بمثابة تطور طبيعي للأساليب التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.



ماهية الإعلام الديني:

يعتقد الكثيرون أن الإعلام الديني هو القنوات المتخصصة الدينية الإسلامية التي تبث عبر الفضائيات والمواقع الإلكترونية فقط، وهنا يجب التأكيد على أنه أوسع من ذلك بكثير فيشمل البرامج الدينية التي تبثها القنوات العامة، كما لا يقتصر فقط على القنوات الدينية الإسلامية التي تعبر تيارات الإسلام السياسي أو السلفية بمختلف اتجاهاتها وإنما أيضا القنوات الشيعية، وإنما يمتد أيضًا للقنوات المسيحية، كما يشمل ما يبث عبر القناة على الهواء والموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي فهو منظومة متكاملة.

الإعلام مرآة العصر:

في عصر مليء بالصراعات الطائفية والاستقطابات الفكرية تختفي العديد من قيم الحوار ويأتي الإعلام كانعكاس حي لما يحدث بين الأفراد في المؤسسات والتعاملات اليومية، كما تنعكس الفوضى الفكرية والسياسية والدينية على معظم البرامج الإعلامية، سواء بتسييس كثير من الأفكار لخدمة مصالح جمعيات وأفراد ورؤوس أموال أو الهجوم المتزايد كجزء من صراعات دينية قديمة تقوم في أغلبها على تفسيرات خاطئة للدين أو تطبيق قياسات لأحداث وشخصيات لم تعد موجودة، وتحاول من خلال ذلك تغذية الصراعات والنزاعات الإقليمية التي تهدد الأمن القومي. وقد استغل الإعلام في الفترة الأخيرة وخصوصًا بعد ثورات الربيع العربي التي أتاحت دخول كتل بشرية جديدة لم تكن ظاهرة

الرأس وإنما تختفي دائماً وتعمل في سرية مع أتباعها، فقامت مثلاً قوى الانغلاق والنقل الحرفي لتراث السلف - التي ترفض أي تجديد واتباع ما جاء به الأقدمون مع نبذ أي فكر جديد سواء أكان واردًا من حضارات أخرى أو نابعا من داخل ثقافتنا وكانت دائماً بالمرصاد لكل محاولات التطوير وملاحقة الزمن المتغير - بإنشاء قنوات تحت شعارات براقية باعتبارهم الممثل للدين الصحيح وأنهم الأحرص على استمراره من غيرهم مما أدى إلى صدام مجتمعي مزمن لازلنا نعاني من توابعه وخصوصاً بعد فشل حل الإسلام السياسي وانكشاف أمرهم فلجأوا إلى تجاوزات أكثر منها التخويف والتكفير والقتل.

وسنركز في تلك الورقة على ثلاثة نماذج لقنوات أثارت جدلاً كبيراً من خلال برامجها وساعدت على زيادة الفتنة الطائفية بين الدول والشعوب العربية والإسلامية ووعي قناة الناس المعروفة بالتوجه السلفي، وقناة الحياة المسيحية التي تركز على مقارنة الإسلام بالمسيحية في أغلب برامجها، وقناة فدك الشيعية التي تساعد برامجها على الفتنة بين السنة والشيعية.

شعارات الإعلام الديني بين المعلن والمستتر:

تعلن معظم القنوات الدينية أنها تهدف لنشر الدين الصحيح وأنها الطريق لإصلاح الدنيا بالدين، ومن ثم فمن يحرص عليها فهو في الجنة ومن يشاهد غيرها هو في النار، ومن ذلك شعار قناة الناس "شاشة تأخذك للجنة" وهذا الشعار بالذات يوضح وجهة نظرهم من أن طريقهم مهما كان فهو الطريق للجنة وشاشات

غيرهم هي الشاشات التي تؤدي إلى النار حتمًا، ويظهر ذلك في كثير من برامجها التي تؤكد امتلاكهم للحقيقة المطلقة وتسييس الدين لخدمة أهداف أخرى سياسية كما ظهر خلال بعض الفترات التي سبقت ثورة الـ ٣٠ من يونيو في مصر.

ومثال آخر نجده في قناة فديك الشيعة تتخذ شعارًا لها وهو "لا راية تبقى أمام راية آل محمد" ويتضح من هذا الشعار أنها تنطلق من الصراع القديم بين السنة والشيعة وهدفها تبشيري وهو ما يؤكد المؤسسون للقناة حول أهدافها وهي "تنقية التراث الإسلامي من العقائد الفاسدة والأفكار المغلوطة للعودة بالأمة إلى منهج النبي وخلفائه الشرعيين من عترته (عليهم السلام).

وفي المقابل نجد قناة الحياة المسيحية وشعارها "تنال الحياة الأبدية اتبع يسوع المسيح" وهي ترسيخ آخر لامتلاك الحقيقة المطلقة، فطريق الخلاص هو طريقهم وطريق الهلاك هو اتباع أي اتجاه أو دين آخر، وهي قناة تتخذ هدفًا لها التبشير بالمسيحية، ومحاولة التركيز على التقليل من الإسلام عن طريق بعض الكتابات والأحداث المتغيرة.

وهكذا تتجه القنوات الثلاثة نفس الاتجاه من امتلاك الحقيقة المطلقة سواء بالدعوة إلى سلفية تاخذك للجنة أو اتباع مجموعة هي التي توصلك للجنة كما في حالة آل البيت أو أن هناك دين واحد هو الصحيح ويحقق الأبدية السعيدة كما في حالة المسيحية التبشيرية.

معا ضد البدع الموسمية

عيد الحب
عيد الأم
عيد الزواج
رأس السنة

كعبة ابريل
شم النسيم
المولد النبوي
أعياد الميلاد

لقد انتشرت هذه المناسبات التي لا أصل لها في دين الله ،
فلنتكاتف جميعا ضد هذا التوبال الذي ابتلانا الله به ،
ناهيك عن الأعياء الزائدة التي يتحملها البيت المسلم
بسبب هذه البدع المستحدثة.

قال ﷺ: "من عمل عملا ليس عليه أمرنا فهو رد" رواه مسلم

لنو مشاركو معانا في الحملة الضميمة مشاركو شير X الخير

الإعلام الديني على مواقع التواصل الاجتماعي:

سنقوم برصد وتحليل سريع لما تتضمنه صفحات القنوات الدينية خلال الفترة من ٢٠١١-٢٠١٤ على المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص على فيس بوك لما له من تأثير كبير كما في الجدول التالي:

القناة	الصفحة الرسمية على فيس بوك
قناة الناس	https://www.facebook.com/alnasschannel
قناة الحياة	https://www.facebook.com/alhayattvchannel
قناة فذك	https://www.facebook.com/FadakTV313

وأول ما يلفت النظر عند مشاهدة تلك الصفحات هو تعريف الصفحة فنجد قناة الناس تذكر أنها "قناة فضائية دينية، تهدف إلى عرض الإسلام النقي، ونشر الفكر الوسطي، والتصدي للأفكار المتطرفة والهدامة، والمحافظة على منظومة القيم والأخلاق"،

بينما تذكر قناة الحياة أنها: قناة مسيحية هدفها أن يعرف العالم يسوع المسيح وأن يخلصوا"، أما قناة فدك فتذكر أنها "قناة عصرية تخاطب الملايين بلغة علمية موضوعية وبمضمون عقائدي أصيل وجريء لا يعرف المجاملة على حساب الحق".

ويتضح من التعريفات الثلاثة مدى سمو الأهداف المعلنة والتي تجذب الكثيرين للمتابعة ولكن على النقيض تختلف المواد الموجودة بالقنوات الثلاث التي تدعو في أحيان كثيرة للطائفية والتكفير والقتل وفي بعض الأحيان أهداف شخصية لأفراد وجماعات.

وسنعرض فيما يلي لبعض تلك النماذج التي تؤكد بُعد التعريف العام عن التطبيق العملي في حالات كثيرة ومتنوعة ونبدأ بسرد ذلك على التوالي:

قناة الناس:



من متابعتنا لقناة الناس وبالتركيز على المواد الإلكترونية والتسجيلات المتاحة على اليوتيوب وغيرها من القنوات الرقمية تبين وجود الكثير من المواد المحرصة على التكفير سواء

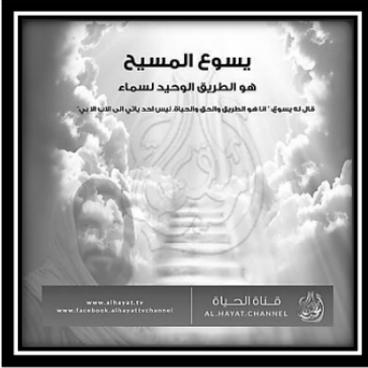
للأفراد أو المجتمع بأكمله، ومنها ما جاء في برنامج الأستاذ خالد عبد الله "سهرة خاصة ومداخلة الدكتور حسام عقل من حديث الشماتة في وفاة أحد أعلام التنوير في العالم العربي المفكر الديني الدكتور نصر حامد أبو زيد وتكفيره وحديثه عن هروب الأهالي والمسؤولين من حضور جنازة الراحل، وأنه خارج عن الدين وكافر ويطنع في القرآن والسنة النبوية.

وهناك أيضًا عدم تقدير للظروف الراهنة في كثير من البرامج واللعب على أوتار الطائفية كما حدث في أعقاب أحداث ماسبيرو ومظاهرات الأقباط بالقاهرة وهجوم الشيوخ على الأقباط من منظور طائفي وليس وطنيًا.

وهناك أيضًا الهجوم على الدكتور سيد القمني وكان من أشد المهاجمين صفوت حجازي مقدم برنامج فضفضة في قناة الناس ووصفه بأنه (هذا الشيء، أو اللا شيء) ووصفه أيضًا متصل بالقناة في هذا البرنامج بأنه ابن قمئة وغيرها من التشبيهات غير المناسبة.

ويتضح من محاولات التكفير أنها تعطي ضوءاً أخضر للقتل المادي أو القتل المعنوي من الإيذاء والتجريح للأشخاص بين أسرهم وزملائهم في العمل وأصدقائهم في الحياة. وأيضاً محاولات زج الدين في السياسة كما حدث من الشيخ محمد حسين يعقوب بعد استفتاء ١٩ مارس ٢٠١١ بخصوص غزوة الصناديق وأن الشعب قال نعم للدين وللإسلام وهو تسييس صريح للدين وضد فكرة المواطنة ومدنية الدولة. كذلك محاولات الشحن ضد المناسبات والاحتفالات الرمزية مثل عيد الأم وحديث الشيخ أبو إسحاق الحويني عن حكم عيد الأم، وأنه بدعة والاحتفال به لا يجوز.

قناة الحياة:



كما ذكرنا من قبل فإن قناة الحياة تذكر في تعريفها أنها: قناة مسيحية هدفها أن يعرف العالم يسوع المسيح وأن يخلصوا، وكان من المنطقي في هذا الإطار أن تركز على الدين المسيحي ووعظاته وملامح تنمية إيمان المسيحيين بالرجوع إلى

أصول الدين المسيحي المعتدل والإيمان المسيحي والدعوة للاهتمام بدراسة الكتاب المقدس ، ولكن ما يحدث أنها تركز على نهج طائفي من التركيز على اختيار نماذج إسلامية تشجع روح الفتنة الطائفية وإثارة المشاكل بين مواطني الدول الإسلامية وعمل برامج مهمتها انتقاد الدين الإسلامي والرسول محمد وهو ما يساعد على وضع بذور أزمات عديدة لا تنتهي بين المسلمين والمسيحيين.

وقد انتقلت القضايا التي تناقشها قناة الحياة من شاشات الفضائيات إلى مواقع التواصل الاجتماعي، ويظهر من صفحة قناة الحياة على الفيس بوك كم من البانرات أو الشعارات الإعلانية التي تتضمن محتوى من مواد القناة وتساعد على الفتنة الطائفية، ومنها مقارنة بين الله في الإسلام والمسيحية فيذكر منشور على الصفحة "الله في الإسلام يحب الذي يحبه.. الله في المسيحية يحب كل العالم" وهي قضية ما لبثت أن هوجمت بشدة في قنوات إسلامية، ومنشور آخر تحت عنوان مفارقات يقول "كل الرسل في

العهد القديم كانوا يقولون أطيعوا الله ويعطوا كل المجد لله وينكرون أنفسهم.. أما في الإسلام فعليك أن تطيع الله ورسوله، وبشرك القرآن محمد في كل أوامر الطاعة"، كما يتحدثون في منشورات أخرى عن تناقضات القرآن وقضية الناسخ والمنسوخ وغيرها من القضايا الخلافية، ويتضح من سياق المنشورات اجتزاء واضح وصريح دون مراعاة سياقات الأديان والرسالات السماوية. إلا أن أخطر ما في قضية الانتقاد الديني هو الربط بين قضايا معاصرة وجماعات إرهابية تحركها جهات دولية ومنظمات ورءوس أموال وبين الفتوحات الإسلامية، ففي منشور على الصفحة يذكر "داعش تعطينا صورة معاصرة للفتوحات الإسلامية" وهو يعطي ذريعة لاتهام دين بأنه دين العنف والإرهاب وهو شيء مرفوض. ويظهر أيضا من برامج القناة ادعاء امتلاك الحقيقة المطلقة في إعلان منشور على الصفحة يذكر "يسوع المسيح .. هو الطريق الوحيد للسماء" وهو مشابه لبعض الاتجاهات المتطرفة في الدين الإسلامي من احتكار الجنة للمسلمين.

قناة فدك:



تعد قناة فدك من أبرز القنوات الشيعية التي تسبب العديد من المشاكل داخل الدول العربية ومؤسسها هو ياسر الحبيب وهو ينتمي للشيعية الإمامية الإثني عشرية أو الرافضة، وهم فرقة تمسكت بحق عليّ في وراثة الخلافة دون

أبي بكر وعمر بن الخطاب وعثمان، وهم يتخذون اثني عشر إمامًا، ويعتقدون أن كل الأئمة معصومون عن الخطأ والنسيان، وعن اقتراح الكبار والصغار، كما يعتقدون بدخول آخرهم، وهو الحسن العسكري، ويلقبونه بالحجة المهدي القائم المنتظر، وسيعود في آخر الزمان عندما يأذن الله له بالخروج، وهم يقولون بأنه حين عودته سيملا الأرض عدلاً كما ملئت جورًا وظلمًا، وسيقتص من خصوم الشيعة على مدار التاريخ.

وعلى الرغم من الأهداف المعلنة للقناة من أنها خطوة إعلامية شيعية ثورية تأتي استجابة لإلحاح جماهيري على ضرورة تأسيس قناة عصرية تخاطب الملايين بلغة علمية موضوعية وبمضمون عقائدي أصيل وجريء لا يعرف المجاملة على حساب الحق، إلا أن الملاحظ أن التركيز يكاد يكون على قضايا الخلاف مع السنة وسب الصحابة وأمّهات المؤمنين وهم ركن أساسي في الاعتقاد الديني لدى

المجتمعات الإسلامية السنية ويساعد ذلك على بث روح الفتنة الطائفية ومن ثم الاقتتال داخل الدول وبين الدول وبعضها.

ويظهر في كثير من برامج القناة التطاول بصورة صريحة على صحابة رسول الله صلى الله عليه وسلم وأمّهات المؤمنين، خاصة السيدة عائشة والسيدة حفصة، كما أشعل مواقع التواصل الاجتماعي، مقطع فيديو تُعلن فيه فتاتان مصريتان من مدينة الزقازيق، بمحافظة الشرقية، تشيعهما عبر القناة مما زاد من الهجوم على القناة من السنة.

ومن أبرز المنشورات التي تضعها صفحة القناة الحديث عن هلاك عمر بن الخطاب وقولهم بأنه في النار، ومن المعروف أن عمر بن الخطاب من أبرز النماذج الإسلامية لدى أهل السنة.

كما تدخل في برامج القناة تسييس للدين في قضايا ومشكلات حالية بين الدول كما في حالة إيران والسعودية، وعند وفاة ملك السعودية الراحل عبد الله بن عبد العزيز أذاعت قناة فديك بث مباشر لاستقبال المؤمنين - حسب وصفهم - لتقديم التهاني والتبريكات بمناسبة وفاة الملك، ومثل تلك التصرفات الإعلامية تساعد على زيادة روح العداوة المستمر بين الدول والشعوب ومن ثم إلى الحروب والاقتتال، ولعل نماذج ما يحدث باليمن يشير إلى ذلك.

وفي النهاية ينبغي التأكيد على أنه لا بد من توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات والإعلام الجديد لخدمة القضايا القومية وتحقيق القوة الحضارية للعرب في ظل المتغيرات المحلية والعربية والإقليمية والدولية ومن خلال التسويق الإلكتروني الاستفادة من مئات الملايين من المستخدمين الذين يتصلون بشبكة الإنترنت يوميًا من جميع أنحاء العالم، ومن هذا المنطلق يمكننا استغلال تلك الفرصة وتحويل الإنترنت إلى ساحة مفتوحة للحوار؛ وتتمثل أدوات التسويق الإلكتروني في استغلال محركات البحث، وعضوية المواقع والبريد الإلكتروني وبرامج المشاركة، وكذلك وهي الأهم الشبكات الاجتماعية، في الربط والاتصال مع الناس، ووسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجدهم الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيدًا عن قضايا الأمة الحقيقة والمصيرية.

الجماهير والجهاد بين الدين والوطن!

يشير مفهوم الجهاد للوهلة الأولى إلى الحرب الدينية التي يقوم بها أبناء الدين الواحد للدفاع عن معتقداتهم ودينهم في مقابل الحرب المدنية التي يقوم بها أبناء الوطن الواحد لحماية حدوده وإمكاناته المادية والبشرية وثقافته وعاداته وتقاليده. ويعد مصطلح الجهاد هو الأكثر أهمية وانتشارًا عند أي دراسة تختص بحركات الإسلام السياسي، وعلى الرغم من وجود فكرة شبه واضحة لدى الكثيرين عن مفهوم الجهاد المقصود، إلا أن الموضوع ليس بتلك السهولة، فمفهوم الجهاد قد مر بمراحل تاريخية وفكرية عديدة أثرت عليه وتأثر بها، فالجهاد عند تأسيس الدولة الإسلامية يختلف عن جهاد الجماعات والحركات الإسلامية المعاصرة مثل الجماعة الإسلامية وتنظيم الجهاد والقاعدة وداعش وغيرها.



لقد حمل مفهوم الجهاد من المفاهيم التي على عاتقه جزءًا كبيرًا من الصراع السياسي والفكري في العالم الإسلامي، وساهم في تشكيل الوعي العالمي لصورة الإسلام والمسلمين.

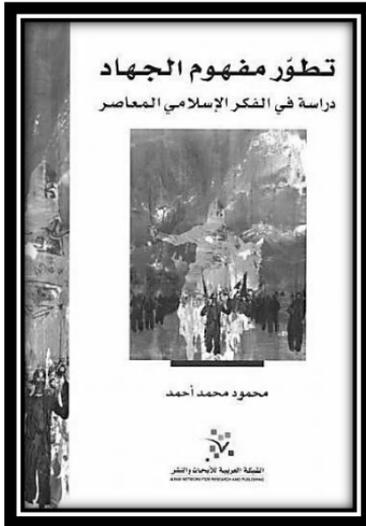
وقد انتهى الوضع بمصطلح الجهاد إلى نتائج كارثية كنتيجة حتمية لتدخل علماء الدين في كثير من أمور الحياة والواقع بطريقة (الحلال) و(الحرام)، وإخضاع العلم والفكر والأدب للدين دون مراعاة للتطور والتجدد المستمر، أصبح الدين في جهة، والعقل في جهة أخرى، وفشلت الكثير من محاولات التقريب بينهما نتيجة سيطرة المقدس على الإنساني في التأويل والتفسير.

ووسط مشاغل ثقافية كثيرة أسعدني جدًا أنني وجدت كتابًا يناقش هذه القضية بالتفصيل وفق منهج علمي وبحثي رصين، وهو كتاب "تطور مفهوم الجهاد: دراسة في الفكر الإسلامي المعاصر" للكاتب والباحث الإسلامي محمود محمد أحمد، والصادر حديثًا عن الشبكة العربية للأبحاث والنشر ببيروت.

يذكر الكاتب في مقدمته أن دراسة تاريخ المعرفة هي التي تنهض باكتشاف التغييرات التي أصابت المفاهيم، حيث إن كثيراً من المفاهيم الدينية الإسلامية خضعت لمثل هذه التطورات، وما زال علينا العمل من أجل اكتشافها، ذلك أن تاريخ المعرفة يساعد في إعادة الأمور إلى نصابها كلما حصل انحراف عن الأصل الشرعي، ومن الطبيعي أن نتوقع أن كثيراً من الأخطاء الجسيمة التي تقع باسم الدين ناتجة من تغييرات من هذا النوع أصابت الأحكام والتصورات التشريعية من دون ملاحظتها.

وقد حدد الكاتب أهدافه في عدد من النقاط وهي: أولاً استكشاف التطورات التي حصلت في مفهوم الجهاد عبر التاريخ الإسلامي؛ وثانياً استكشاف الأسباب المباشرة التي أدت دوراً في تغيير المفهوم؛ وثالثاً محاولة الإجابة عن كيفية حصول هذه التأثيرات ودلائلها من منظور رؤية العالم في الفكر المعاصر.

ويقوم منهج الكاتب على الاعتماد على النصوص المؤسسة، القرآن والسنة النبوية، لاستقصاء الحقائق بعيداً عن التفسيرات والتأويلات التي جاءت بعدها.





ويذكر الكاتب أننا لا نجد ذكرًا لمصطلح الجهاد في الجاهلية قبل الإسلام، وقد ذكر المصطلح ومشتقاته حوالي ٣٤ مرة في القرآن الكريم، مما يدل على أنه ابتكار قرآني، ويدور معنى الجهاد في اللغة العربية حول "المشقة" وبذل "الطاقة"، و"التعب" الذي يتولد عنه. والمشقة التي نتكلم عنها في باب الجهاد ليست مشقة عادية؛ بما يعني أنه لا يمكن تحملها بشكل معتاد بل تحتاج إلى طاقة إضافية والتحلي بما يسميه القرآن الكريم "الصبر".

وقد ارتبط مفهوم الجهاد في السياق القرآني كما يوضح الكتاب بعدد من المصطلحات، أبرزها (في سبيل الله) وقد ذكرت في القرآن ١١ مرة، ويقصد به أن سبيل الله لا بد أن يكون مستقيمًا وهو طريق التوحيد، وقدر ربط القرآن بين الجهاد والتوحيد في آيات عديدة، والمقصود أن الجهاد في سبيل الله هو تحمل المشاق من أجل إعلاء كلمة التوحيد.

ويرصد الكاتب أزمة كبيرة حدثت بعد نزول القرآن بفترات بسيطة، وهي اختزال مفهوم الجهاد في شيء واحد فقط وهو "القتال" وهذا تفسير خاطئ ومتسرع ويتم تبريره في كثير من الأحيان من جانب فقهاء العنف.

ويتناول الكتاب الآيات القرآنية التي ورد فيها لفظ الجهاد، فنجد أن هذا المصطلح له معان مختلفة باختلاف السياق الذي ورد فيه ومنها: ﴿فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا﴾ فالمقصود هنا هو الجهاد بالقرآن بما فيه من القوة والسلطان والتأثير العميق والبيان الوافي للحقائق والقيم والحكم التي يوصل التدبر فيها إلى التوحيد.

وفي آية أخرى (وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ) لا يمكن حمل الجهاد هنا على القتال أيضاً لأن الآية مكية، وتتكلم عن الجهاد في سبيل الله بمفهومه العام. وينطبق نفس الحكم والمعنى على الآية (وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ).

أما الآيات الأخرى التي يتم فيها حمل مصطلح الجهاد على القتال والتي تبدو الأخطر في اعتماد المتطرفين عليها، فأبرزها (انفِرُوا خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) ففيها تظهر ملامح المعارك القتالية وأبرز علاماتها وهي النفير.

وهناك آية (لَا يَسْتَأْذِنُكَ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ أَنْ يَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالْمُتَّقِينَ إِنَّمَا يَسْتَأْذِنُكَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَاتَّبَعَتِ قُلُوبُهُمْ فِي رِيحِهِمْ

يَتَرَدَّدُونَ) وفيها يتضح الفرق بين المجاهد (المقاتل) عن الشخص القاعد الرافض للخروج والمتباطئ عن التلبية لنداء الجهاد. ونستنتج من ذلك أن آيات الجهاد لا يقصد منها في عمومها أن تكون ذريعة لاستخدام القوة إلا في حالات يعد فيها القتال لا مفر منه لا سيما أن الحالة الأساسية التي جعلت الجهاد شرطاً ضرورياً عند نزول القرآن هي الدعوة الإسلامية وتأسيس الدولة الناشئة والصراعات مع أصحاب النفوذ المادي والديني في المناطق المحيطة بالإسلام، وقد تغير الوضع تمامًا الآن مع ظهور فكرة الدول المدنية بشكلها الحديث.

أما مفهوم الجهاد في السنة النبوية كما يوضح الكتاب، فقد وردت أحداث عديدة في هذا الشأن، وفي كثير منها يتم التركيز على العام، ويلاحظ المؤلف أن مفهوم الجهاد مرتبط في السنة وأقوال الصحابة بوجود قوة معادية لنشر مبدأ التوحيد، وتبذل هذه القوة المعادية جهدها في الاتجاه المعاكس للتوحيد، مما ينتج عنه الصدام وبروز فكرة الجهاد.



وقد قسم المؤلف أحاديث الجهاد الواردة في صحيح البخاري ومسلم إلى ثلاثة أقسام: القسم الأول أحاديث ورد فيها مصطلح الجهاد عامًا ومن أمثلتها توصيف النبي الجهاد في سبيل الله بأنه من الأعمال التي يرفع بها العبد مئة درجة في الجنة، وذكره أن للجهاد بابًا خاصًا في الجنة كما للصلاة والصيام، وقوله على سبيل المثال (عَنْ أَبِي سَعِيدٍ قَالَ: قَالَ رَجُلٌ: أَيُّ النَّاسِ أَفْضَلُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ: مُؤْمِنٌ يُجَاهِدُ بِنَفْسِهِ وَمَالِهِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ).

والقسم الثاني أحاديث ذكرت بعض المصاديق غير القتالية للجهاد ومن ذلك حديث النبي في معرض كلامه عن اختلاف الأمم السابقة بعد نبهم، فيعد النبي مجاهدة هؤلاء باللسان والقلب إلى جانب جهادهم باليد - التي ربما تكون بمعنى القتال - أيضًا من أنواع القتال.

ومنها ما حدث في رواية أن جَاءَ رَجُلٌ إِلَى النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يَسْتَأْذِنُهُ فِي الْجِهَادِ فَقَالَ: أَحْيٍ وَالِدَاكَ؟ قَالَ: نَعَمْ. قَالَ: فَفِيهِمَا فَجَاهِدْ.

أما القسم الثالث فهي الأحاديث التي توضح بروز المعنى القتالي للجهاد، ويلاحظ الكاتب غلبة المعنى القتالي للجهاد في معظم الأحاديث بصورة واضحة على عكس استخدام مصطلح الجهاد في القرآن الكريم الذي كان عامًا، وترتبط معظم الأحاديث المروية عن النبي بأحداث السيرة النبوية والفترة الذهبية للفتوحات في عصر الصحابة، ونظرًا لزيادة نسبة العدا من العناصر المحيطة بالإسلام في البداية فقد صبغت معظم تلك الأحاديث بطابع الكره والشدة واستخدام القتال.

وربما هذا ما جعل كتاب السير يخصصون في مؤلفاتهم بابًا أو كتابًا للجهاد في مصنفاتهم للجهاد القتالي، وبذلك أعطوا الجهاد مفهومًا عسكريًا وسياسيًا عند تأسيس دولة الإسلام.

أما مفهوم الجهاد عند الفقهاء حسب الكتاب فيدور حول نوعين أساسيين وهما: النوع الأول هو قتال الكفار وهو الذي يساوي الجهاد وعبروا عنه بالقتال في سبيل الله، وهنا تبرز نقطة في غاية الأهمية وهي أماكن تواجد الكفار، فقد ارتبط ذلك بالتنظيم الجغرافي والسياسي للعالم وقتها والغريب أن ذلك استمر رغم مرور مئات السنين. والنوع الثاني هو قتال المصالح ويقصد به القتال داخل دار الإسلام وبين المسلمين أنفسهم، ومن أمثلة ذلك قتال قطاع الطرق وأهل الفساد والسارقين، وهناك أيضًا (أهل البغي) وهم طائفة من المسلمين - حسب تعريف الفقهاء - يخالفون جماعة المسلمين في شرعية الإمام أو الحاكم مثل الخوارج.

وقد نتج عن الأفكار والتأويلات والتفسيرات التي صاغها الفقهاء بروز مصطلحات في غاية الخطورة، منها مصطلح (دار الحرب ودار الإسلام) رغم عدم وجود أي نص تصريح له.

كما يناقش الكتاب قضية محورية في تطور مفهوم الجهاد وهي أن الجهاد الهجومي ليس أصيلاً في النصوص المؤسسة وإنما هو من تأويلات الفقهاء وإفرازات حركات الإسلام السياسي المعاصرة.



غير أن أبرز ما أشار إليه الكتاب هو ما حدث من تطوير وتأسيس لمفهوم الجهاد في فكر عدد من مؤسسي الحركات الإسلامية المعاصرة أمثال سيد قطب وغيره وكذلك منظري الجهاد العالمي مثل أيمن الظواهري وأبو مصعب وبروز السلفية الجهادية التي تنادي بفكرة الجهاد المسلح ضد الحكومات القائمة في بلاد العالم العربي والإسلامي باعتبارها تمثل أنظمة حكم مرتدة بسبب حكمها بغير ما أنزل الله، وتشريعها من دون الله، وبذلك تم تحميل الجهاد معاني جديدة مثل إرشاد البشرية للخير والإصلاح وفق مفاهيم عائمة، مما نتج عنه قيام جماعات أخرى تقوم على تكفير المجتمع والجهاد ضد من يخرجون عن الطاعة لصالح فئة أو جماعة تتكلم باسم الدين ولها أهداف سياسية ومصالح تحققها من وراء ذلك.

وفي النهاية يعد كتاب "تطور مفهوم الجهاد: دراسة في الفكر الإسلامي المعاصر" نموذج مهم لدراسة المفاهيم الإسلامية التي تغيرت في معناها عن النصوص الدينية المؤسسة، وينطبق ذلك على غيره مثل مفهوم "الشهادة في سبيل الله" الذي تغير معناه كثيرًا بما أعطاه معاني وتأويلات حديثة مختلفة عن المعنى الأصلي له في القرآن والسنة النبوية، ولعل مثل تلك الدراسات والبحوث الرصينة تساهم في فهم حقيقة مواضيع يظل يؤخذ منها ويرد عليها حتى تظهر الأيام والمواقف ما حدث، وما سيحدث.

ديموقراطية الإنترنت والإعلام الجماهيري الجديد

الديمقراطية

كلمة ديمقراطية تعني وفقاً للمصطلح اليوناني حكم الشعب، وعلى الرغم من وضوح المعنى إلا أن التفسيرات التي طرأت على معنى الديمقراطية وكيفية حكم الشعب لنفسه جعلها من أكثر الكلمات غموضاً وشيوعاً في التداول الثقافي والشعبي، وكما قال عالم السياسة بيرنارد كريك "إن كلمة الديمقراطية هي أكثر الكلمات اضطراباً وغموضاً، فهي مصطلح قد يعني شيئاً بالنسبة لكل شخص بحيث تكون هناك خطورة بأن تصبح الديمقراطية كلمة بدون معنى.



أما الدكتور سمير أمين فيقول في كتابة أزمة العقل العربي: "ليس مفهوم الديمقراطية مفهومًا علميًا يمكن بالتالي تعريفه تعريفًا وحيدًا دقيقًا لا يقبل المناقشة والشك، بل كلمة الديمقراطية هي مجرد تعبير لغوي مائع يتغير بتغير المتحدث والظروف. وبرغم ذلك فالإنسان - أي إنسان - يحس تمامًا إذا كان المجتمع المعين الذي يعيش فيه ديمقراطيًا حسب رأيه أم غير ديمقراطي، وينطبق ذلك على الفلاح الأمي كما ينطبق على المثقف المتغرب؛ ولكن مفهوم الفلاح لماهية الديمقراطية أو عدمها قد يختلف عن مفهوم المثقف".

ومن أبرز التطورات التي أثرت على الديمقراطية هي الثورة التكنولوجية والمعلوماتية. ومن أبرز من تناول هذا الموضوع بالدراسة الدكتور نبيل علي في كتابه الثقافة العربية وعصر المعلومات فيقول:

"من أبرز ملامح العلاقة المعلوماتية/ السياسية هو ما يتعلق بالديمقراطية مفهومًا وممارسة؛ حيث يزعم الكثيرون أن الإنترنت ستفضي إلى إعادة النظر في مفهوم الديمقراطية من أساسه. لقد وفر الإنترنت ساحة جديدة للرأي العام، تسمح بظهور أشكال جديدة للممارسات الديمقراطية؛ سواء في عمليات اتخاذ القرارات أو متابعة ما ينجم عنها من نتائج إيجابية أو سلبية".

أما ديمقراطية الإنترنت Internet democracy فيعرفها البعض بأنها: "المشاركة من مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم على شكل هيئات غير حكومية، والتي تقوم بوضع سياسات الإنترنت أو ما يسمى بعقد التأمين والتي تقوم بحماية المعلومات الشخصية للمستخدم، وكيف يمكن استخدام هذه المعلومات الشخصية وغيرها من الوظائف".

ولاشك أن التحديات، والعقبات، والمشكلات السياسية، وحقوق الإنسان، والتطورات الدولية، والتوقعات الاقتصادية، والحروب والفتن، والفساد الحكومي، والنمو المتزايد في أعداد السكان؛ ومن ثم الزيادة في أعداد المهتمين سياسيًا، وزيادة الفجوة التكنولوجية، والتفاوت الكبير في مستوى المعيشة كان لها دور كبير في تشكيل وعي سياسي إلكتروني للشباب، ومستخدمي الإنترنت ليشكلوا فكرًا، ورأيًا معارضًا أو مؤيدًا، ولتنتج ممارسات ديمقراطية على الإنترنت كالتصويت الإلكتروني والحكومة الإلكترونية؛ ومن ثم الحديث عن أخلاقيات الإنترنت.

ويذكر الأستاذ جمال جمال محمد غيطاس في كتابه الديموقراطية الرقمية أن الديموقراطية الرقمية تعني "توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات الرقمية في توليد وجمع، وتصنيف، وتحليل، وتداول كل المعلومات والبيانات والمعارف المتعلقة بممارسة قيم الديموقراطية وآلياتها المختلفة: بغض النظر عن الديموقراطية وقالها الفكري ومدى انتشارها، وسلامة مقصدها وفعاليتها في تحقيق أهدافها".

وينبغي هنا أن نشير إلى استخدام التصويت الإلكتروني سواء من خلال المواقع الإلكترونية أو بواسطة البطاقة الذكية. وكان نمو المجتمعات الافتراضية أو التخيلية Virtual التي توفر بيئة للتواصل والتراسل الفعال من خلال التقنيات المستخدمة بشبكة الإنترنت دور كبير في تشكيل بنية معلوماتية لكثير من الحركات السياسية.

كما ظهر حديثاً ما يسمى بالعصيان المدني الإلكتروني، والذي نشأ كبديل عصري أو على الأقل مواز للاحتجاج البدني. ويقوم ناشطو العصيان المدني الإلكتروني باعتراض التدفق المعلوماتي لمختلف الهيئات لشلها أو تعطيلها، ومنهم من يقوم بإرسال آلاف الرسائل الإلكترونية المنددة والمحتجة إلى شتى الجهات المعنية بصورة ضاغطة ومزعجة.

ومن الملفت للنظر أيضاً استخدام التقنيات الضارة التي يقوم بها الهاكر Hackers كالفيروسات وبرامج الاختراق وسرقة المعلومات لاستهداف أنظمة سياسية معينة يعتبر أيضاً وسيلة ضغط سياسي من قبل الجماعات الإلكترونية على الفيس بوك وغيره.

الديمقراطية والإعلام الجديد

كان للتطور الكبير الذي طرأ على وسائل الإعلام عمومًا، والصحافة خصوصًا ونشأة ما يسمى بالصحافة الإلكترونية دور كبير في تشكيل الوعي السياسي لمستخدمي الإنترنت ونعني بالصحافة الإلكترونية: "نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافًا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص، والصوت، والصورة، والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي؛ لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني.



منحت الصحافة الإلكترونية فرصة جيدة للأفراد لمتابعة الأحداث فور وقوعها لما تتمتع به من سمات مميزة عن بقية وسائل الإعلام التقليدية، وخصوصاً بما يتعلق بالتحديث المتواصل، والسرعة، وهامش المساحة الكبيرة، والتفاعلية والحرية الأوسع في التعبير.

وتنقسم الصحف الإلكترونية بعدد كبير من الخصائص أهمها:

١- إمكانية إرسالها وتعرض القارئ لها طوال اليوم، فيما ينتظر المتلقي يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية.

٢- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار الصحفية في أي وقت، وإمكانية إنتاجها بناءً على طلب المستخدم فيما يعرف بخدمة الأخبار عند الطلب، وتمكّن المستخدمين من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها الصحيفة.

٣- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم، ولا تحتاج إلى توزيع جماهيري تقليدي فيما عرف بشخصنة الصحف الإلكترونية، إذ يمكن لمنتج الصحيفة الإلكترونية أن يجهز قائمة بالأخبار التي يختارها المستخدم مسبقاً لتكون جاهزة للعرض فور قيامه بالدخول إلى موقع الصحيفة.

وكان لتداول الأخبار أيضاً من خلال الإمكانيات التي توفرها الشبكات الاجتماعية فرصة كبيرة لمعرفة الآراء والأفكار تجاه الأنظمة السياسية، ومن ثم نشأة معارضة تتخذ من أجهزة الكمبيوتر مقرات دعائية لها لتغيير الواقع السياسي المعيش.

وتتمثل معايير الجودة للمواقع الإلكترونية في الآتي:

- ١- جودة المحتوى.
- ٢- سهولة التصفح والبحث.
- ٣- طرح مساحات التفاعل.
- ٤- الاعتماد على الوسائط البصرية والسمعية.
- ٥- القدرة على الوصول إلى المتصفح في أى مكان في العالم.
- ٦- قدرته على جذب عدد أكبر من المتصفحين، وبخاصة الباحثين عن مادة متخصصة مما يجعل الموقع قادرًا على المنافسة على المستوى الثقافي وليس على المستوى الترفيهي العام.

وبالنظر إلى هذه المعايير؛ نجد أن المواقع الرسمية، والحكومية فشلت في تطبيق هذه المعايير بينما نجحت جهات خاصة ومستقلة وغير رسمية في تحقيق نجاح باهر، ولعله من المفيد أن نذكر النجاح الكبير لمواقع إخبارية مما أدى إلى صعودها إلى مرتبة عالية في الاعتماد على الأخبار؛ بينما فشلت وسائل إعلام تدعمها حكومات ودول في تحقيق ذلك.

أما عن مستقبل الإعلام الجديد، أو بمعنى آخر، دمج الإعلام التقليدي في الإعلام الجديد؛ فهو شيء لا يمكن التنبؤ به في الوقت الحالي، اللهم إلا من خلال مؤشرات توضح، أنه لا مفر من السعي نحو الابتكارات الجديدة والتقنيات المتميزة، في ظل عالم يشهد كل ساعة اختراعًا علميًا جديدًا، ولا بد للوسائل الإعلامية القديمة من أن تواكب المستحدثات في المجال الإعلامي، الذي يسير حاليًا في ركب التكنولوجيا والشبكات الاجتماعية، والاتجاه نحو العالم الافتراضي.

كما تجدر الإشارة هنا إلى أهمية تجديد الخطاب الإعلامي، في ضوء الأحداث المتلاحقة عربيًا وعالميًا، وأهمها نتائج الثورات العربية، ومستقبل الشرق الأوسط، والعلاقات الدولية في المرحلة القادمة.

أما أخطر التحديات التي يواجهها الإعلام بنوعيه: التقليدي والجديد، فتكمن في خضوعه لسياسة توجيهية، تحد من الحرية، ومسؤولية الكلمة وأمانة النشر، وهو ما يتعارض مع مواثيق الشرف الإعلامي. وما بين المستقبل والتحديات، تكمن الرغبة نحو السعي لإجراء حوار إعلامي - مجتمعي سياسي - لاستشراف أبعاد تلك العلاقة، وتطوير أداء المؤسسات الإعلامية في ظل ثورة الإعلام الجديد.



ثقافة الهامش

في عصر مواقع التواصل الاجتماعي

تعد ثقافة المجتمعات هي آخر ما تبقى من الهويات القديمة وتراثها وأصولها الحضارية وهي حائط الصد الأخير ضد طغيان موجات العولمة الثقافية ومحاولات الاختراق الثقافي والفكري وصعود نجم ما يسمى بالمواطن العالمي في مقابل المواطن الملتزم بثقافة مجتمعه وقيمه وتاريخه.

ارتبطت نشأة الدول بالمركزية، فالمركز هو العاصمة وهو الجهاز الإداري بكل بيروقراطيته وأجهزته التنفيذية والأمنية، الذي لا يستوعب إلا في حالات نادرة وقليلة في أغلب الأحيان من هم في الهامش.

وكما أثر الاهتمام بالمركز على حساب الهامش على الطرق والمواصلات والخدمات والمرافق الممتدة إلى الأقاليم البعيدة، فقد كان له عظيم الأثر على الثقافة، وأبرز الأمثلة في هذا الاتجاه هو الحالة المصرية، فالكاتب والمثقف المركزي العضوي المقيم في القاهرة كان هو الأقرب إلى الانتشار وتحقيق المجد الأدبي - ربما كان الكثيرين منهم أقل موهبة - من غيرهم من أدباء الأقاليم والهامش الذين لم يستطيعوا أن يحققوا ذلك إلا بالإقامة بالقاهرة.

وهكذا ظل لمدينة القاهرة أهميتها للأدباء والكتاب والمفكرين والمثقفين عامة، فهي المسرح الحقيقي للأحداث في معظم الأعمال الأدبية العربية، وهي المدينة التي تمثل الواقع بكل شخوصه وهمومه وآماله وطموحاته، والمدينة المركز بالنسبة لكل القادمين من الأقاليم والمدن والقرى والنجوع هي "مصر"؛ وما زالت رغم وسائل الاتصال الحديثة تجذب مزيداً من الشعراء والأدباء للإقامة والاستقرار فيها ونشر باكورة أعمالهم.





ولعل أبرز من منحوا القاهرة جانبًا كبيرًا من إبداعهم فصعدوا بها للعالمية هو أديب نوبل نجيب محفوظ، فقد كانت القاهرة بأحيائها وشوارعها وأزقتها هي البطل الحقيقي في روايات نجيب محفوظ، وقد استطاع بذلك أن يفعل مع القاهرة كما فعل ديكنز في مدينة لندن وجويس في دبلن وأديث وارتنون في نيويورك. ويمكن عقد مقارنة بسيطة بين الكتابات المرتبطة بالبيئة المصرية لكاتبين كلاهما ينتمي لمكانين مختلفين، وهما رواية الأرض لعبد الرحمن الشرقاوي ورواية الشمندورة لخليل قاسم، ففي الحالة الأولى اندمج الكاتب مع مجتمع القاهرة مما كان له أثره من الصيت والشهرة وانتشار أدبه، بينما ظل الثاني بعيدًا عن الأضواء والانتشار رغم أهمية روايته وتعبيرها عن نظرة أهل النوبة للتاريخ، وسرکز في السطور التالية على رواية الشمندورة لخليل قاسم.

الإنترنت وثقافة الهامش:



كان لانتشار شبكة الإنترنت في دول العالم مع بداية الثمانينات دور كبير في الربط الشبكي بين دول العالم، وسهولة نقل البيانات والمعلومات؛ بينما كانت البداية الحقيقية للإنترنت في العالم العربي في أوائ التسعينيات وكان في مقدمة الدول التي ظهر بها ثم تزويدها بخدمة الإنترنت هي: تونس والكويت ومصر ثم تلتها باقي الدول العربية بمرور الوقت وتوافر البنية التكنولوجية لاستخدام الإنترنت.

ومع ظهور الإنترنت وانتشار خدماته بمعظم القرى والنجوع بدأت الطفرة الحقيقية في أن يصل أديب الهامش سواء في الصعيد أو في سيناء أو الصحراء إلى التواصل مع المؤسسات الثقافية المختلفة بالعاصمة دون أن يغادر مكانه عن طريق إرسال أعماله بالبريد الإلكتروني إلى دور النشر والمجلات الثقافية، وربما يتم التوقيع الإلكتروني على التعاقد المبرم بينهما عبر الإنترنت.

أما الثورة الحقيقية في هذا المجال فجاءت من مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا فيس بوك وتويتر ويوتيوب، فقد أصبح الكاتب المقيم في الإقليم البعيد أكثر انتشاراً من الأديب المقيم في العاصمة، ويظهر ذلك في عدد معجبيه ومتابعيه على الموقع، وأصبح الفنان الذي لا يجد مراكز أو مسارح أو قاعات لعرض فنه وإبداعه الغنائي والموسيقي يستطيع أن ينشئ قناة على اليوتيوب ليعرض فيها إنتاجه ويجد من يتابعونه وربما يستطيع بعدها أن ينافس الفنانين في العاصمة ويتفوق عليهم.

وينبغي الإشارة إلى أنه لا بد من الاهتمام بالسياسات الثقافية الجديدة وقضية المحتوى على الإنترنت، خاصة أن عدم وجود محتوى جيد أو حتى وجود محتوى هلامي غير ناضج شيء سيعود بنتيجة سيئة على الجيل الجديد، فعلى الرغم من أهمية الشبكات الاجتماعية والإخبارية إلا أنها بدون صياغة جيدة وثقافة تقوم على أسس وأخلاقيات المجتمعات تصبح ترسيخاً لقيم مادية لا تضع مجالاً للإنسان أو قيمه أو طموحاته أو مستقبله الشخصي والمهني.

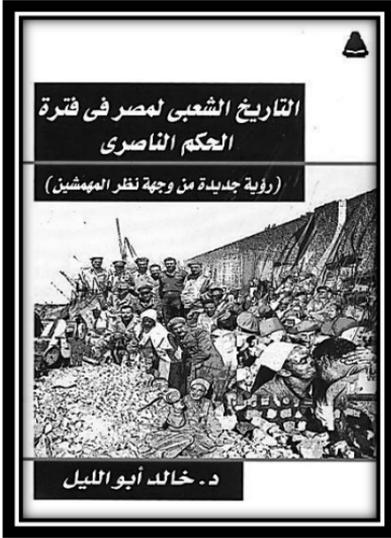
وفي هذا المجال من الممكن الاستفادة من الأساليب التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجد الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيداً عن قضايا الأمة الحقيقية والمصيرية، وحين نستطيع تجاوز تلك الخلافات نستطيع تحقيق القوة الحضارية للعرب كما يذكر المفكر الدكتور محمد جابر الأنصاري والتي تعود أسباب نكستها وتراجعها إلى تكوين

العرب السياسي وافتقاد عنصر الوحدة وكذلك التدخل والمؤامرة الأجنبية، ونطرح سؤالاً طرحه منذ سنوات إلى أي مدى سنستطيع إثبات قدرتنا على إدارة السياسة، وبخاصة إدارة السياسة المحلية؛ هذا هو سؤال اللحظة التاريخية الحالية، فهل نستطيع الإجابة عليه ونجح في إدارة المرحلة القائمة والمرحلة القادمة.

جدير بالذكر أن الفترة الأخيرة شهدت تزايداً كبيراً في الصفحات الشخصية للأدباء والكتاب والمثقفين وبدأ الجمهور يلاحقهم على الفيس بوك، ولعل ذلك ساهم بقدر كبير في تغيير الصورة النمطية للكتاب واندماجهم في المجتمع عبر الفيس بوك، وساعد ذلك أيضاً على متابعتهم لأصداء كتابتهم ومواقفهم عبر التعليقات التي ينشرها المتابعون على صفحاتهم لتشكل تغذية راجعة ونقاشات ثرية حول الإنتاج الأدبي والفكري لهؤلاء الكتاب.

أما دور النشر والمكتبات فقد أطلقت الجروبات والصفحات للدعاية للكتب والإصدارات الحديثة باستغلال كافة أساليب التسويق الإلكتروني والدعاية من بوسترات وتصميمات وشعارات تجذب الزوار، ونجحت دور النشر الجديدة في ذلك على عكس دور النشر القديمة والمؤسسات الحكومية التي لا زالت لا تعتمد على الفيس بوك ولكن تعتمد على أساليب الدعاية التقليدية مثل الصحف والمجلات المطبوعة.

المهمشون بين التاريخ والأدب:



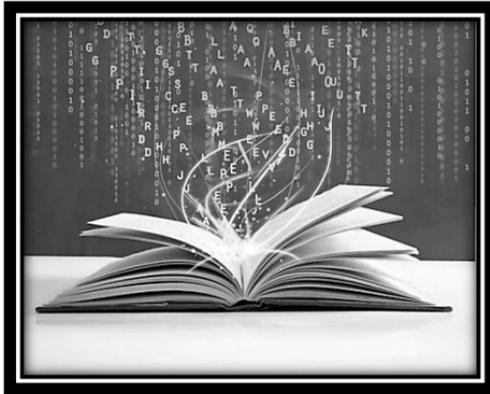
في كتابه "التاريخ الشعبي لمصر في فترة الحكم الناصري: رؤية جديدة من وجهة نظر المهمشين" يشير الدكتور خالد أبو الليل إلى أن فكرة خلق التاريخ الشعبي أو التاريخ من أسفل تعني التفكير بشكل جزئي فيمن هم "محبوبون عن التاريخ". ولكن المؤرخين الشفاهيين أيضا يضعون في اعتبارهم الطرق المختلفة لإدراك التاريخ وتنميتها

بوصفها نتيجة لخبرات تاريخ الحياة. إن المؤرخين الشفاهيين لا يريدون - فقط - أن يرسموا خريطة لجوانب حياة المهمشين وانعدام قوتهم، ولكنهم يريدون - أيضا- تسجيل حالات المقاومة والخضوع. إنهم يودون رصد المحاولات الناجحة وغير الناجحة لخلق التغيير بواسطة المجتمع الأقل قوة. ويعني "التاريخ من أسفل" أيضا العمل على مشاركة قطاع أكبر من المجتمع في إنتاج التاريخ.

ويتضح مما سبق أهمية دراسة التاريخ الاجتماعي للجماعات المهمشة، وفي هذه الحالة لا يمكن الاعتماد على كتب التاريخ وحدها، حيث إن المنطلق الأساسي الذي انطلق منه هؤلاء

المؤرخون هو التأريخ للقادة مع تهميش عامة الناس، وللأفراد مع تجاهل الجماعات الشعبية، إنه تاريخ النخبة وليس تاريخ المهمشين، هنا تبرز أهمية استخدام الأدب في التاريخ الاجتماعي والشعبي، فهو يرصد أفكار ومشاعر تلك الفئات المهمشة سياسيًا واجتماعيًا واقتصاديًا وثقافيًا.

المهمشون وتسويق المنتج الثقافي بين الواقع والافتراضي:



يأتي الاهتمام في الوقت الحالي بمجال التسويق الإلكتروني في قطاع الثقافة كنتيجة حتمية وتطور طبيعي تفرضه سنن الحياة والواقع وحل مهم لقضية الهامش والأطراف؛ ولعل ظهور تطبيقات التجارة الإلكترونية والتسويق والترويج الإلكتروني ساعد على سقوط النظرية السائدة حتى وقت قريب وهي نظرية التركيز على المنتج أو السلعة، وتقوم بوصف ملامح المنتجات المختلفة ومدى تأثيرها وكفاءتها وفعاليتها وسلوك المستهلك تجاه المنتج وعلاقات

العرض والطلب وكذلك دراسات المنافسين والصمود والحفاظ على الاستمرارية والبقاء في ظل التحديات المحلية والإقليمية والتحول العالمية نحو السوق الكبير والرؤية الأوسع والعالم الأشمل والخدمات الأفضل؛ وهكذا تغير فكر الشركات والمؤسسات من التركيز على المنتج إلى التركيز على السوق والعميل والأهم التقنيات والأدوات المستخدمة في الجذب والدعاية والترويج للمنتج أو الفكرة الجديدة.

يقصد بالمنتج الثقافي كل ما يصدر عن أفراد أو جماعات أو مؤسسات أو جهات رسمية أو مبادرات تتضمن أفكاراً ورؤى لها طابع ثقافي سواء كان ذلك كتاب أو فيلم أو مقطوعة موسيقية أو مسرحية أو لوحة فنية، ويتضمن الإبداع الثقافي أو: (الأدب - النقد - الفكر - الفن - الثقافة العلمية - الإبداعات الجديدة). ويرتبط مصطلح المنتج الثقافي بمصطلح آخر وهو "الصناعات الثقافية" وهو مصطلح عميق الصلة بثقافة الهامش، وحسب تعريف اليونسكو فإن المنتجات الثقافية تكون حاملة للهوية والقيم والدلالات، وفي الوقت نفسه عوامل تنمية اقتصادية واجتماعية. ويقتضي صون التنوع الثقافي وتعزيزه تشجيع قيام صناعات ثقافية مزودة بوسائل إثبات ذاتها على المستويين المحلي والعالمي. ويتصل ذلك أيضا بمفهوم الإبداع الثقافي ويقصد به إنتاج رؤى وأفكار ومبادرات جديدة في مواجهة التحديات والتحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية.

في عالمنا العربي يعاني المنتج الثقافي بمختلف أنواعه من مشكلات تسويقية كبيرة، وينعكس ذلك على معظم المؤسسات الثقافية الحكومية والخاصة ودور النشر والتوزيع؛ ولذلك تتجه الأنظار حاليًا في ظل الطفرة المعلوماتية، ومع التقدم التكنولوجي الكبير، وزيادة الاعتماد على وسائط التواصل الاجتماعي ومحركات البحث إلى أهمية تفعيل دور التكنولوجيا في المجال الثقافي.

المفاهيم المغلوطة في الحقل الثقافي عن عملية التسويق:

هناك الكثير من المفاهيم الخاطئة والمغلوطة والتي تساهم في إعاقة التفكير في حلول ابتكارية للخروج من النفق المظلم، وتنتشر تلك الأفكار والافتراضات بين الكثيرين من المثقفين وأشباه المثقفين.

- التسويق والإبداع لا يجتمعان:

يعتقد الكثير من المثقفين أن منطق التسويق يختلف تمامًا عن منطق الإبداع، فالإبداع له معايير ومواصفات تقوم على طرح رؤى ثقافية وفنية قد لا تناسب ذوق أغلبية الناس، وهذا خاطئ لأن المبدع يتوجه بعمله للناس ولا ينبغي له أن يعيش منعزلاً في برج عاجي، فالكاتب والفنان هو المحرك الثقافي لمجتمعه، والتسويق لعمله هو وسيلته لتوصيل رسالته.

- التسويق يتم بعد الانتهاء من المنتج الثقافي: -

يعتقد البعض أن التسويق يتم بعد خروج المنتج الإبداعي للنور بصورة نهائية، وهذا مفهوم خاطئ ويؤدي لنتائج سيئة، فالتسويق الإستراتيجي والتخطيط قبل صدور المنتج الثقافي، ودراسة مدى ملاءمته وأهميته يساعد فيما بعد على رواجه، ولا يقل أهمية عن التسويق التعاملي بعد إخراج العمل.

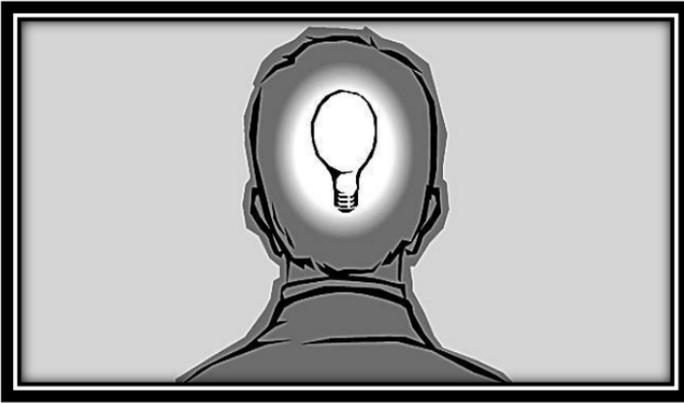
- التسويق يعني تحقيق نسب مبيعات كبيرة:

يجب معرفة حقيقة مهمة وهي أن التسويق لا يعني البيع الكبير، فعملية التسويق تشمل عمليات كثيرة مثل البيع والإعلان والترويج وغيرها.

- التسويق لمصلحة الناشر فقط:

يخطئ الكثيرون حين يعتقدون أن التسويق يصب في مصلحة الناشر فقط باعتباره من يحصد المبيعات، وهذا تفسير خاطئ لأن عملية التسويق مهمة لكافة أضلاع العملية الثقافية (المؤلف - الكتاب - الناشر - القارئ) فالتسويق مهم للكاتب برواج عمله ووصول رسالته الثقافية، ومهم للقارئ بضمان حصوله على المنتج الثقافي أو الخدمة الثقافية المطلوبة، ومهم للكاتب بإتاحته كافة الوسائل مما يساعد على نجاحه وتحقيق المستهدف والمرجو منه.

ولا بد في النهاية التأكيد على أهمية التكاتف المجتمعي من قبل كل المؤسسات وأفراد المجتمع لنجاح المبادرات الخاصة بتسويق المنتج الثقافي وخصوصًا للفئات البعيدة والمحرومة من وصول المنتج الثقافي، ومحاولة كل في مجاله أن يصب جهوده في النهاية لتحقيق الأهداف القومية للثقافة.



آثار مواقع التواصل الاجتماعي

على الجماهير

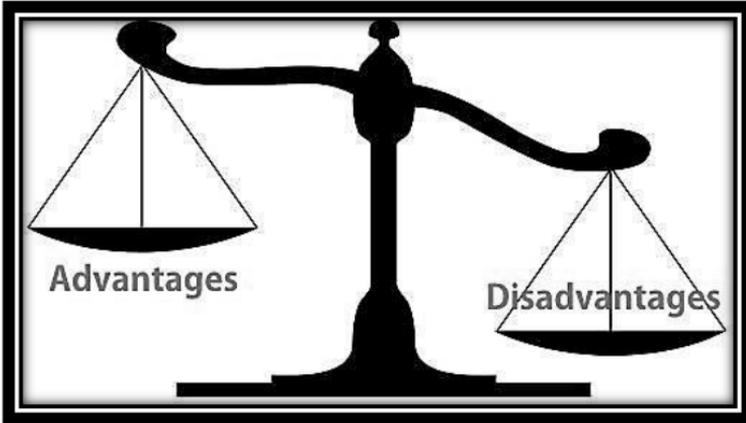
الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي والوسائط الإلكترونية شيء لا يمكن التنبؤ به في الوقت الحالي، اللهم إلا من خلال مؤشرات توضح أنه لا مفر من السعي نحو الابتكارات الجديدة والتقنيات المتميزة في ظل عالم يشهد كل ساعة اختراعاً علمياً جديداً، ولا بد من القنوات الفضائية أن تواكب المستحدثات في المجال الإعلامي والذي يسير حالياً في ركب

التكنولوجيا والشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو العالم الافتراضي.

كما تجدر الإشارة هنا إلى أهمية تجديد الخطاب الثقافي والاجتماعي في ضوء الأحداث المتلاحقة عربيًا وعالميًا وأهمها نتائج الثورات العربية ومستقبل الشرق الأوسط والعلاقات الدولية في المرحلة القادمة.

وما بين المستقبل والتحديات تكمن الرغبة نحو السعي لإجراء حوار إعلامي - مجتمعي - ثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي لاستشراف أبعاد تلك العلاقة بين الأفراد وتلك التطبيقات بإيجابياتها وسلبياتها في ظل ثورة الإعلام الجديد.

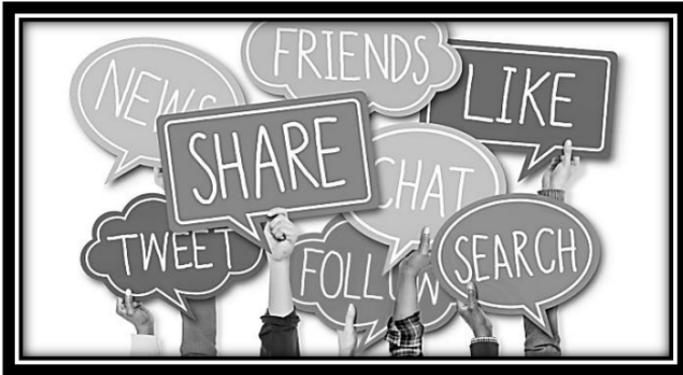
وسنحاول هنا التعرض لبعض النقاط التي قد تؤثر في مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي:



الإيجابيات

هناك الكثير من الإيجابيات التي تتوفر بموقع الفيس بوك أهمها تبادل الأخبار والمحتوى المعرفي بين أكبر عدد ممكن من الناس، والتعارف والتواصل الاجتماعي، وتغيير سلوك الناس من مجرد القراءة فقط إلا الإسهام في المحتوى وتبادل الخبرات.

وفي هذا المجال من الممكن الاستفادة من الأساليب التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة للربط والوحدة في ظل التنوع، فنحن لدينا فرصة ذهبية وهي تواجد الشباب بصورة كبيرة على الإنترنت وهم طاقة يمكن استغلالها بصورة جيدة ليشكلوا حائط صد ضد كل محاولات التشتيت والتفرقة بعيداً عن قضايا الأمة الحقيقية والمصيرية، وحين نستطيع تجاوز تلك الخلافات نستطيع تحقيق القوة الحضارية للعرب كما يذكر المفكر الدكتور محمد جابر الأنصاري والتي تعود أسباب نكستها وتراجعها إلى تكوين



العرب السياسي وافتقاد عنصر الوحدة وكذلك التدخل والمؤامرة الأجنبية ونطرح سؤالاً طرحه منذ سنوات إلى أي مدى سنستطيع إثبات قدرتنا على إدارة السياسة، وبخاصة إدارة السياسة المحلية؛ هذا هو سؤال اللحظة التاريخية الحالية، فهل نستطيع الإجابة عليه وننجح في إدارة المرحلة السياسية القادمة والارتقاء بالخطاب السياسي الاجتماعي الإعلامي الجديد واستخدام الأساليب الإلكترونية الحديثة من خلال البيئات الافتراضية على شبكة الإنترنت بصورة لائقة في ظل التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.



وتعتبر المبادرات الشبابية أحد أبرز الظواهر الإلكترونية الإيجابية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك لما تتميز به

تلك المواقع من تواجد كثيف للشباب المتحمسين الذين يمتلكون الكثير من الأفكار والتطلعات لتغيير المجتمع بصورة أفضل، وتنوع تلك المبادرات ما بين اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية ولكنها تتفق جميعاً في أن وسيلة التغيير هي استخدام أدوات الإعلام الجديد في إحداث التأثير المطلوب.

ويمكن تعريف المبادرة بأنها فكرة جديدة أو رؤية مختلفة لشخص ما لمواجهة أسلوب أو طريقة أو مشكلة أو قصور في أحد مناحي الحياة، ويعبر عنها في صورة حملة إلكترونية وعلى الرغم من أن الحملة بمجرد اشتراك الناس فيها أصبحت الفكرة مشاعاً والإضافات متاحة والكل مشارك في صياغة مبادئ وتوجهات الحملة إلا أن الشخص صاحب الفكرة أو المبادرة يظل هو المعبر الرئيسي عنها وهو الرئيس الشرفي لها.

ويمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات الشبابية رصد عدد كبير من المبادرات والأفكار الجديدة التي تدعو لممارسات إيجابية وثورية ضد أنظمة فاسدة في الكيانات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية الفكرية.

ولعل أبرز المحاور التي تنشأ خلالها المبادرات الشبابية في المجتمعات هي: تحسين مستوى المعيشة والخدمات الرئيسية للمجتمع، وتعديل الأنماط الحياتية السلبية والأخلاقيات الفاسدة، والدعوة لمقاطعة ونبذ السياسات القمعية ضد الأشخاص والجماعات، وتنسيق الجهود لعمل جهة ضد الظلم المجتمعي للكفاءات والمبتكرين، والدعوة لسلوكيات إيجابية تقوم على تشجيع الإبداع والأفكار الجديدة.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بما توفره من إمكانيات وسيلة مهمة من أهم وسائل الدعوة لمبادرات شبابية على الإنترنت، وتعد مميزات مثل إنشاء الصفحات أو إرسال الرسائل أو إضافة مقاطع صوت أو فيديو ذات أهمية كبيرة لأصحاب الأفكار الجديدة الذين يقومون باستغلال كافة الفرص من أجل كسب المزيد من المعجبين والمشجعين للفكرة أو الحل الجديد والمبتكر.

وينبغي هنا أن ننبه إلى أهمية استفادة علماء المجتمع وأساتذة الإعلام والباحثين في مجال الرأي العام من المبادرات الشبابية واستغلال وتنمية أفكارهم وخصوصًا في مجال الثقافة والخدمات والتربية المدنية وفي المقابل يجب على الأجيال السابقة أن تعمل على ترشيدهم وتزويدهم بالخبرات والمعرفة اللازمة للنجاح .



السلبيات

إذا كنا نتحدث عن إيجابيات مهمة لأدوات التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك من منطلق أنها أدوات الحاضر والمستقبل، ولا يمكن إغفال دور أدوات مثل المدونات والفييس بوك وتويتر ويوتيوب وفلكر وغيرها من أدوات الإعلام الجديد في صياغة كثير من الأحداث في حياتنا، إلا أن هذا لا ينفي وجود سلبيات عديدة يمكن ملاحظتها على الإنترنت يمكن تلخيصها في عدة نقاط:



ملكية الفضاء الإلكتروني

من المعروف أن شبكة الإنترنت، تقوم بالإشراف عليها منظمة خاصة تدعى "هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الأيكان)" Numbers Corporation for Assigned Names and Internet (ICANN) التي أسستها الولايات المتحدة عام ١٩٨٨ ، ولا مفر من الاعتراف بأن الولايات المتحدة هي بالفعل المتحكم في مصير الشبكات الدولية والفضاء الإلكتروني فقد نشأ بها "إنترنت" Internet وهي اختصار الكلمة الإنجليزية International Network ومعناها شبكة المعلومات العالمية، ويعود الفضل في إنشاء الإنترنت إلى الصراع الأمريكي/ السوفيتي، ففي عام ١٩٥٧ أطلق الاتحاد السوفيتي القمر الصناعي Sputnik وهو أول قمر صناعي. وقد ردت عليه الولايات المتحدة وقتها بتأسيس (Advanced Research

Project Agency) أي وكالة مشروع الأبحاث المتطورة، وتعرف اختصارًا (ARPA) بتمويل من وزارة الدفاع الأمريكية. ويعتبر عام ١٩٦٩ هو البداية الحقيقية للإنترنت، وكانت في الولايات المتحدة الأمريكية.



وعلى الرغم من أن قمة المعلوماتية التي عقدت في سويسرا العام 2003 وما تلاها من قمم مثل قمة تونس في العام 2005 قد شهدت دعوة أغلبية دول العالم إلى تحرير إدارة الإنترنت من قبضة مؤسسة الإيكان الأمريكية.. إلا أن هذا لم يحدث !!!!

ومما يزيد الأمور قلقًا بالنسبة لكثير من الباحثين أن نظم تشغيل الكمبيوتر وأشهرها ويندوز الذي تنتجه شركة مايكروسوفت وهو غير مفتوح الكود المصدري له وكذلك البرمجيات المختلفة القائمة على بيئة التشغيل والتي تعتمد عليها أغلبية دول العالم ومنها دول عالمنا العربي كلها تعتمد على شركات أمريكية دون منافس قوي.

الحروب الإلكترونية وأجهزة المخابرات

نظرًا لأن الإنترنت هو بيئة مفتوحة وغير محكومة بضوابط أخلاقية فيستغل البعض ذلك في النفاذ إلى مواطني الدول الأخرى ومن ثم إثارة الناس وتشجيع الخلافات بين الأفراد والجماعات

ومحاولة هدم المجتمعات والدول سواء كان ذلك موجّهًا بدافع حقد شخصي أو رغبة مجموعة معادية.

ولم تقف أجهزة المخابرات تتفرج على ما يجري من تغيير في أدوات الحوار والصراع الحديثة فدخلت المجال بقوة وخاصة بعد أن أصبح الحديد بقوة عن أن الحروب القادمة هي حروب إلكترونية أو كما يسمونها حروب الفضاء الإلكتروني *Cyberwar* .

وكذلك حروب القرصنة التي تقوم بين مبرمجين ومخترقين للأنظمة وأحياناً ما تصل لتهديد مصالح دول ومؤسسات كبيرة، وتلحق خسائر مادية باهظة للأفراد والمؤسسات.



الشائعات الإلكترونية وحملات التشويه والابتزاز

تعتبر الإشاعة الإلكترونية أحد أبرز وسائل ابتزاز الشخصيات العامة وحملات التشويه الموجهة ضد تيار فكري أو سياسي معين، وعادة ما تستخدم الإشاعة الإلكترونية لبث أفكار مغلوطة لخدمة أجهزة سياسية أو فئات اجتماعية مؤثرة، وذلك في محاولة من مصدر الإشاعة لتشويه صورته أمام الرأي العام وتخويف الناس وترويعهم من أفكاره، أو نشر خبر مغلوط لزيادة حملات المعارضة ضده شخص أو مجموعة أشخاص.



وهناك أنواع عديدة للإشاعة الإلكترونية، فمنها إشاعة الخوف والذعر ومنها إشاعة لسعي لنشر عقيدة معينة، ومنها إشاعة الاستطلاع التي تسعى لرصد التأثيرات والردود وأشهرها

إشاعة التضليل لأنها ترتبط بنفسيات ودوافع فردية وجماعية متنوعة.

ويرتبط موضوع الشائعات الإلكترونية بنقطين في غاية الأهمية والخطورة. النقطة الأولى هي موضوع السمعة الإلكترونية، فالسمعة موضوع مهم جداً لكل من يعمل بالعمل العام، وتزداد الخطورة على الإنترنت وخصوصاً في ظل الإشاعات الإلكترونية،

ويجب أن نستخدم التطبيقات التي تساعدك في الحصول على ما يشير إلى اسمك على الإنترنت مثل خدمة إنذار الأخبار من جوجل كما يجب أن نراعي احتياطات الخصوصية داخل الصفحات على المواقع الاجتماعية.

النقطة الثانية والأخيرة هي الصدام على الشبكات الاجتماعية، فالدخول في صدام على المواقع الاجتماعية أمر لا تحمد عواقبه خصوصاً ونحن أمام آليات عديدة للشحن ضد شخص معين وتعرضه لابتزاز من قبل بعض متابعيه وإحراجه أمام الأصدقاء والمعجبين، فلا بد من تجنب الصدام بشتى الطرق، واستخدام إستراتيجيات تقوم على سياسة ولباقة في الحوار، فلا شيء يختفي من الإنترنت وخصوصاً في ظل إمكانيات البرنت - سكرين ومعالجة الصور، وتزداد أهمية تلك الاحتياطات مع الصفحات العامة لمؤسسات أو أشخاص معروفة.

ولأن ما لا يدرك جله لا يترك كله فإن وجود بعض الشوائب والأفكار غير الصالحة الموجودة على بعض المنصات الإلكترونية لا يمكن اعتباره دليلاً ضد المجال كله، فمواقع التواصل الاجتماعي هي بمثابة تطور طبيعي للتقنيات التقليدية في التواصل والمشاركة والتي تفرض سنن الحياة والواقع والتكنولوجيا تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة.

الأخطار الاجتماعية (الحب الافتراضي نموذجًا)

استطاعت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أن تلعب دورًا كبيرًا في جذب قطاعات وشرائح مختلفة إلى استخدام أدوات الإنترنت والشبكات الاجتماعية خاصة وعلى رأسها الفيس بوك في التواصل الاجتماعي الذي ما لبث أن تحول من مجرد تواصل بين أفراد العائلة والأقارب والأصدقاء المقربين إلى المعجبين والمهتمين بصفة عامة إلى حياة افتراضية كاملة، حياة يتوفر بها مشاعر ما بين الحب والكرهية والأمان والاستقرار والاضطراب والانفصال والضياع.

أصبح الفيس بوك هو المتنفس الوحيد للكثيرين للبوخ بمشاعرهم، وكتابة خواطر عاطفية، وخصوصًا من النساء، اللاتي كن ولفترة طويلة يعانين في المجتمعات العربية من التقاليد وعدم القدرة على التعبير عن مشاعرهن.

وعلى الرغم من أن الشبكات الاجتماعية لها مميزات عديدة في النواحي السياسية والثقافية والاقتصادية، إلا أن تأثيراتها الاجتماعية ما زالت محل جدل كبير، ولم يحسم بعد مدى نجاح فرص الارتباط العاطفي على الإنترنت والزواج وما إلى ذلك من حياة كاملة بين طرفين يمارسان الحب عبر الشبكة العنكبوتية.

وهناك مشكلات عديدة أمام قصص الحب على الإنترنت يجب الانتباه إليها أهمها أن البيئة الافتراضية غالبًا ما تكون مزيفة، فالشخص الذي تبدو صفحته على مواقع التواصل الاجتماعي ماهرة، ويبدو نشيطًا ومنجزًا ومتفوقًا في كثير من الأمور غالبًا لا تبدو

حياته الواقعية شبيهة بذلك، بل على العكس فكثيرة اهتمامه واندماجه بالإنترنت سيحوله في أحيان كثيرة إلى شخص كسول غير منتج وهي شخصية لا يمكن الاعتماد عليها في بناء حياة أسرية سليمة.

الشيء الآخر هو قلة خبرة أحد الطرفين باحتياجات الخصوصية بالنسبة للصور والبيانات والتعليقات والردود ليجد نفسه وقد وقعت بياناته في يد شخص آخر يستغلها للتأثير عليه وخصوصاً مع التقنيات الحديثة وإمكانيات التلاعب في الصور الرقمية، ويجب الحرص في إعطاء بيانات مثل أرقام التليفون وبيانات السكن ومحل الإقامة والوضع المادي والوظيفي والشخصي والاجتماعي.

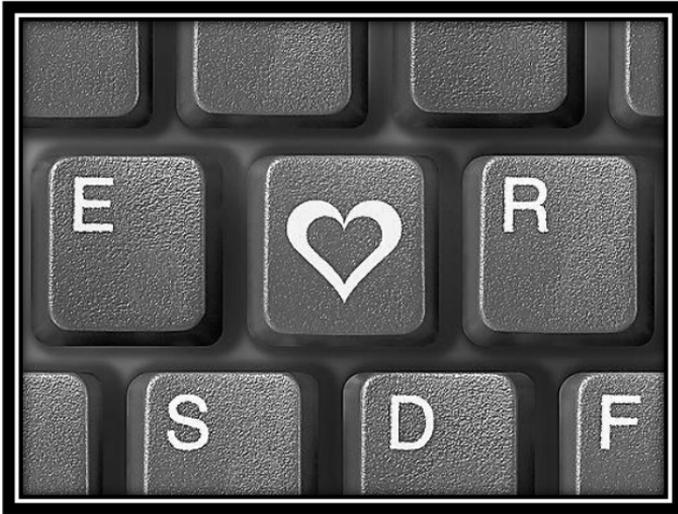
الأخطر من كل ذلك هو أن الطرفين رغم خوض التجربة العاطفية يفتقد كل منهما المصداقية لدى الطرف الآخر نظراً لعدم وجود رؤية واقعية ومواقف جديّة، ولفت نظري مشكلة عرضها أحد الشباب على أحد المواقع الاجتماعية لحل المشاكل عندما قال "منذ ستة أشهر تقريباً تعرّفتُ على فتاة عن طريق الإنترنت، كنّا في بداية الأمر نتحدّث في مواضيع اعتياديّة، وعن العادات والتقاليد المختلفة في بلدنا، حتى تطوّر الأمر، وأصبحنا نتحدّث عن أمور الحبِّ وما شابه، فتعلّقتُ بها، وهي تعلّقتُ بي أكثر. لفترة من الفترات بدأتُ أفكّر في اتّخاذها كزوجة، وبدأنا نتغرّل في بعض ومن هذه الأمور، وما شابه، أنا لم أرها قط، ولكنّها بعثت لي بعض صورها، وبالرغم من تعلّقي بها فإنّني دائماً ما أحسُّ أنها غير صادقة معي في كل ما تُخبرني به!". غالباً ما تنتهي تلك العلاقات

بصدّات عاطفية شديدة لكلا الطرفين وتسبب تأثيراً نفسياً واجتماعياً شديداً.

تبقى نقطة في غاية الأهمية يندشغل بها حالياً الباحثون في مجال الوسائط الاجتماعية كفيس بوك وتويتر وانستجرام ويوتيوب وغيرها، النقطة الأولى هي موضوع السمعة الإلكترونية، فالسمعة موضوع مهم جداً لكل الأشخاص، وتزداد الخطورة على الإنترنت وخصوصاً في ظل الإشاعات الإلكترونية، ويجب أن نستخدم التطبيقات التي تساعدك في الحصول على ما يشير إلى اسمك على الإنترنت مثل خدمة إنذار الأخبار من جوجل.

ومن الملفت للنظر أن الفيس بوك بدأ ينتبه لذلك وخصوصاً أزمة الصدمات العاطفية وفقدان شريك الحب الافتراضي، حيث تناقلت وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية منذ أيام قلائل خبراً عن قيام شركة فيس بوك بالبدا في تجارب على سلسلة أدوات اختيارية تتيح لمستخدمي شبكتها الحد من التفاعل مع شركائهم السابقين في حال الانفصال العاطفي إثر انتهاء العلاقة بينهم. وأشارت الشركة في رسالة عبر مدونتها الرسمية، إلى أن الأدوات الجديدة ستسمح خصوصاً بـ"الحد من رؤية الاسم أو الصورة الشخصية للشريك السابق على فيس بوك من دون الحاجة إلى إلغاء الصداقة معه أو حظره، حيث بات في إمكان المستخدمين أن يختاروا الحد من ظهور المنشورات الخاصة بشركائهم السابقين أو مواصلة متابعتها. كما يمكنهم اتخاذ قرارات عما إذا كانوا يريدون حجب صورهم الشخصية وتسجيلاتهم المصورة وتحديثات بياناتهم عن شركائهم السابقين. كذلك تتيح خاصية ثالثة التحكم

بالإعدادات المتعلقة بمنشورات سابقة بما يسمح على سبيل المثال بإلغاء الإشارات الموضوعية في صور سابقة للثنائي".
قضايا عديدة تثيرها العلاقات العاطفية على الإنترنت ولا بد من الانتباه جيدًا حتى لا يحدث ما لا تحمد عواقبه.



منظمات المجتمع المدني وحرية تداول المعلومات

تعد مؤسسات المجتمع المدني عمومًا والمؤسسات الحقوقية خصوصًا من أهم المؤسسات التي تسعى لحرية تداول المعلومات والشفافية والدقة في تحري البيانات والتصريحات والأخبار، وقضية الحرية والمسئولية في المؤسسات تعد من القضايا المهمة والتي ترتبط بحرية المواطن وممارسة تلك الحرية في الواقع العملي دون قيود أو تدخلات رقابية مدعومة بجهات سيادية.

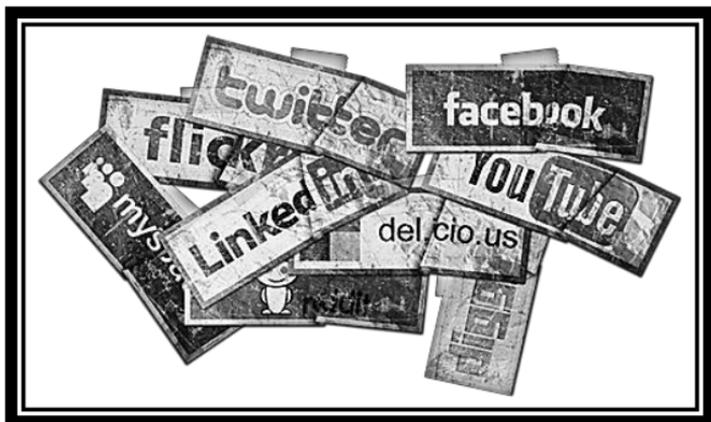
وتساعد حرية تداول المعلومات على محاربة الفساد والكشف عن أوجه القصور في المجتمع ومؤسسات الدولة الرسمية وكذلك المؤسسات الخاصة وهو شيء لا يتحقق إلا بالمكاشفة والمصارحة والمحاسبة بما فيه من مصلحة ومنفعة للصالح العام. وينبغي الأخذ في الاعتبار عند دراسة دور منظمات المجتمع المدني وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات الآتي:

- الجانب القانوني: ويتمثل في القوانين واللوائح والقرارات الخاصة بمنظمات ومؤسسات المجتمع المدني والجهات الخاصة التي تقوم بأنشطة رقابية أو خدمية أو إعلامية أو تقنية وذلك بشكل مواز للأعمال الرسمية الموجهة.
- السياسة المحلية والخارجية: وتعد من أهم العوامل التي تساعد على نمو المؤسسات في حالة الانفتاح وتحد منها بصورة كبيرة في المجتمعات المغلقة والمستبدة والتي ترفض سياستها التدخل في شئونها أو حدوث أي تسريب إعلامي لأي انتهاكات تحدث بها والسياسة الخارجية لدولة ما في مواجهة التكتلات الدولية تؤثر بشكل كبير على عمل مؤسسات المجتمع المدني.
- التمويل: يعد عاملاً رئيسياً في قيام أي أنشطة أساسية أو زائدة بالمؤسسة وفي بعض الحالات يشكل التمويل عامل خطورة إذا تدخل بصورة أساسية في خطط وأفكار المؤسسة بما قد يحقق أغراض معينة.
- البنية التكنولوجية التحتية: تكنولوجيا المعلومات ومدى توافر بنية قوية من حيث المعدات والبرامج والأفراد

المؤهلين والخبراء في المجال له دور مهم في نجاح المؤسسة وتأدية الدور المطلوب.

- الإدارة: هي الأساس والمنفذ لجميع الأنشطة والإدارة الفعالة هي عنصر النجاح لأي مؤسسة مهمة، وهي المحرك الرئيسي لكافة العوامل والأدوار الفعالة داخل المنظمة أو المؤسسة أو الكيان ولا غنى عن الإدارة بأي شكل من الأشكال.

وقد أدى الاتجاه نحو العالم الافتراضي الذي نشأ بظهور الإنترنت، إلى إنتاج ما يمكن تسميته بالمجتمع المدني الإلكتروني، وهو ما أدى إلى ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات، والهيئات، والمؤسسات، والحركات المستقلة على مواقع التواصل الاجتماعي، ودور هذه الكيانات في تحقيق التنمية بمختلف أشكالها: سياسية، واقتصادية، وفكرية، واجتماعية.



وفي النهاية يجب التأكيد على أن البحث في العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتأثيراتها على الأفراد والمجتمعات ينطوي على مواضيع عديدة منها قضايا المحتوى العربي على الإنترنت، والصورة الرقمية ودلالاتها، وقضية الهوية والخصوصية في ظل المجتمع الافتراضي ومواقع التواصل الاجتماعي، قضايا الإبداع الأدبي والفكري الرقمي، الفضاء الإلكتروني وتداعياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

فمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك هي بمثابة تطور طبيعي للتقنيات الإعلامية التقليدية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والتكنولوجيا تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة.

وكما يقول المثل فهذا "غيض من فيض" فالموضوع يتسع لدراسات وأفكار عديدة للبحث وسبر أغوار هذا العالم الافتراضي الذي أصبح يؤثر فينا أكثر من محيطنا الواقعي والطبيعي.

الأمن السيبراني والوعي الجماهيري

يعد موضوع الحماية والأمان الرقمي أحد أبرز الموضوعات التي تهتم المستخدمين العاديين للإنترنت قبل المتخصصين في مجالات تكنولوجيا المعلومات والإعلام الإلكتروني ودراسة الشبكات الاجتماعية، بالإضافة للناشطين الإلكترونيين والفاعلين الاجتماعيين الذين يتخذون من الإنترنت فضاء للحرية وملتقى للآراء المختلفة يتجاوز الحدود والأماكن الثابتة.

ويجب عمل الاحتياطات الضرورية للأمان الرقمي ضد الاختراق والتدمير التجسس والاحتيال الإلكتروني، ويجب أن يتم ذلك وفق منطق مهم وهو ما لا يدرك جله لا يترك كله، فإن وجود بعض الشوائب والأفكار غير الصالحة الموجودة على بعض المنصات الإلكترونية لا يمكن اعتباره دليلاً ضد المجال كله ولكن الفيصل في ذلك هو المستخدم الواعي أولاً.

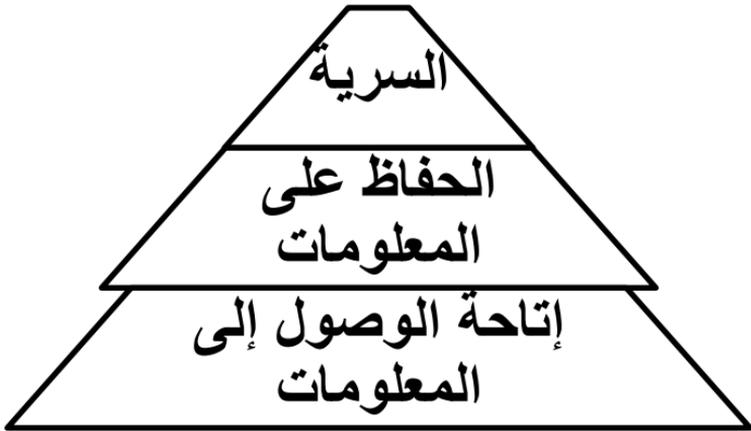
تعريف الأمن السيبراني

على الرغم من تعدد التعريفات والمفاهيم لمصطلح الأمن السيبراني إلا أنني سأركز على تعريفات الهيئات الوطنية للأمن السيبراني، وأبرز تلك التعريفات يذكر أنه عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والتنظيمية والإدارية التي يتم استخدامها لمنع الاستخدام غير المصرح به وسوء الاستغلال واستعادة المعلومات الإلكترونية ونظم الاتصالات والمعلومات التي تحتويها.

كما يشير تعريف آخر إلى أنه يشمل أمن المعلومات على أجهزة وشبكات الحاسب الآلي، بما في ذلك العمليات والآليات التي يتم من خلالها حماية معدات الحاسب الآلي والمعلومات والخدمات من أي تدخل غير مقصود أو غير مصرح به أو تغيير أو إتلاف قد يحدث. ويضيف أحد تلك التعريفات إلى أن من أهم مهام الأمن السيبراني احتواء أي ضرر محتمل قد ينشأ نتيجة الحوادث السيبرانية، وذلك بغرض مساعدة الجهات والأفراد على الاستجابة الملائمة للحوادث من خلال الإبلاغ عنها في الوقت المناسب، وتوفير التحليل والاستراتيجيات الفعالة للحد من وقوع الحوادث.



مكونات التعريف (الهرم السيبراني)



من خلال التعريفات السابقة نجد أن الأمن السيبراني له درجات ومكونات مهمة حسب الاستخدام، وقد أطلقت على ذلك اسم هرم الأمن السيبراني ويمر بعدة مراحل أو مستويات كالتالي:-

- المستوى الأول (إتاحة الوصول إلى المعلومات) ويعني ذلك من منظور أمن المعلومات منع أو فلترة عرض المعلومات الملوثة والضارة على الشبكة من المنبع أي قبل نشرها من البداية، وهذا يستحيل تطبيقه عمليا نظرا لأن الإنترنت عالم ليس له حواجز وقانون يحكمه فكل شيء مباح وجائز نشره وعرضه على الشبكة.

- المستوى الثاني (الحفاظ على المعلومات) ويتم ذلك بواسطة أمن المعلومات من خلال عمل الاحتياطات الضرورية لحماية المعلومات المهمة والقيمة والخدمات الأساسية من الهجمات الإلكترونية.
- المستوى الثالث (السرية) ويكون ذلك في مجال أمن المعلومات بالنسبة للمعلومات المهمة جداً كالحسابات البنكية والمستندات الخاصة بالجهات السيادية يقصد بها اتخاذ إجراءات وتدابير لمحاولة السيطرة عليها وفق أنظمة مشددة وقوية وهذا ما تنشده العديد من الدول وتسعى إلى تحقيقه في الوقت الحالي.

أمن المعلومات (المصادر - الهجمات - الدفاع - الوقاية)
 يعتبر موضوع أمن المعلومات من القضايا المهمة التي تشغل الجميع حتى الشخص الجالس وحيداً مع جهاز الكمبيوتر أو الجوال الخاص به، فالموضوع لا يمكن تركه لرجال السياسة أو الأمن وحدهم أو متخصصي تكنولوجيا المعلومات فقط، لا بد من مشاركة ووعي كامل بالقضية.

- مصادر الأخطار الإلكترونية:

ويمكن تقسيمها إلى نوعين أساسيين :

- ١- المصادر غير المادية: المتمثلة في البرامج والتطبيقات الضارة مثل الفيروسات وبرامج الاختراق وأدوات التصيد الإلكتروني.

٢- المصادر المادية: وتشمل الأجهزة التي تحتوي على رقائق إلكترونية أو كاميرات تجسس أو غير ذلك مما يعد شيئاً ملموساً ومحسوساً.

- الهجمات:

ويمكن تقسيمها إلى قسمين أساسيين:

- ١- هجمات مباشرة: من خلال تنفيذ هجوم على المدى القصير لإيقاف أو عرقلة نشاط إلكتروني أو تدميره.
- ٢- هجمات غير مباشرة: من خلال استنزاف المعلومات الخاصة بالضحية الإلكترونية لفترات طويلة، وعادة ما يكون الغرض الأساسي هو التجسس الإلكتروني أو الاحتيال الإلكتروني.

- الدفاع:

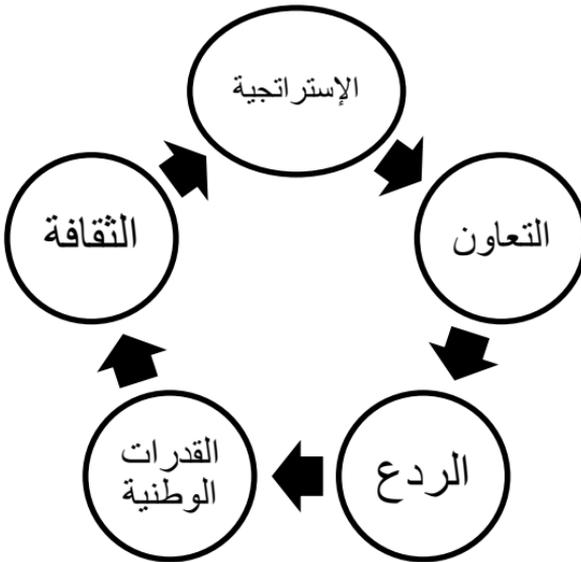
ويمكن ذلك عن طريق التحكم في مزود خدمة الإنترنت، أو إنشاء جدران الحماية، وتزيل مضاد للفيروسات، أو استخدام برامج محددات المضمون من خلال برامج تقوم بوضع أكبر قدر من الكلمات المفتاحية لمنعها من إظهار النتائج للمستخدمين، وتوفير تطبيقات للسلامة الإلكترونية.

- الوقاية:

من خلال نشر الوعي العام بخطوة الهجمات الإلكترونية على الأمن القومي والخصوصية الشخصية.

الركائز الخمسة للأمن السيبراني

١. الإستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني
٢. التعاون بين الحكومة ومجتمع صناعة الاتصالات والمعلومات
٣. ردع الجريمة السيبرانية
٤. خلق كوادرو قدرات وطنية لمواجهة الأخطار السيبرية
٥. نشر ثقافة وطنية للأمن السيبراني



الوعي العربي بالأمن السيبراني

من أهم المحاولات للتشريعات الإلكترونية الندوة الإقليمية حول (التشريعات الإعلامية في العالم العربي في ظل تطور وسائل الإعلام الجديدة) التي عقدتها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة "الإيسيكو" بمقرها الدائم في الرباط في الفترة من ٤ إلى ٦ يونيو ٢٠١٢م

وفي ختام أعمالها دعا المتخصصون والمشاركون إلى تكوين لجنة علمية تحت إشراف الإيسيسكو لإعداد مشروع قانون للإعلام الجديد، تضم ممثلين من دول العالم الإسلامي كافة، وتبادل الخبرات الإعلامية والقانونية لسد النقص التشريعي في هذا المجال، وتوصلوا إلى مجموعة من التوصيات أهمها تفعيل التعاون بين الدول العربية لإصدار القوانين الرادعة في مجال جرائم الإنترنت، والتعاون بين الأجهزة القضائية وأجهزة الشرطة في هذا المجال. واعتبار الأمن والسلامة في الفضاء السيبراني من أولويات القطاع الإعلامي، لعلاقته بسلامة الأشخاص والوسائل والمستخدمين.

وفي مصر قام الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات بتأسيس المركز المصري للاستجابة لطوارئ الحاسب الآلي (سيرت) في إبريل ٢٠٠٩، حيث يعمل به فريق من ستة عشر متخصصًا بدوام كامل. ويقدم الفريق المتخصص الدعم الفني على مدار ٢٤ ساعة لحماية البنية التحتية الحيوية للمعلومات.

كما صدر قرار بإنشاء المجلس الأعلى للأمن السيبراني في ١٦ ديسمبر ٢٠١٤، وهو يتبع مجلس الوزراء مباشرة، وهدفه الرسمي هو وضع استراتيجية لمواجهة التهديدات السيبرانية والإشراف على تنفيذها.

ونشرت الجريدة الرسمية قرارًا لرئيس مجلس الوزراء المصري بشأن الأمن السيبراني، وذلك في عددها رقم ١٧ مكرر (ب) بتاريخ ٢ مايو، حيث تنص المادة الأولى للقرار على التزام كافة الجهات الحكومية بكافة مستوياتها وشركات قطاع الأعمال العام بتنفيذ قرارات وتوصيات المجلس الأعلى للأمن السيبراني، فيما يتعلق بتأمين البنية التحتية الحرجة للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الخاصة بها، واتخاذ كافة الإجراءات الفنية والإدارية لمواجهة الأخطار والهجمات السيبرانية وتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني.

وفي السعودية صدر أمر ملكي بإنشاء هيئة باسم (الهيئة الوطنية للأمن السيبراني) في عام ٢٠١٧. وعلى الرغم من كل ذلك لا زالت الأمور تحتاج لتكاتف مجتمعي أكثر منه قرارات حكومية.

ثقافة الصورة

وآليات كشف خداع الجماهير

على مواقع التواصل الاجتماعي

تعتبر الصور المزيفة واستخدامها ضمن الأخبار المضللة أحد أهم ملامح الخطاب الإعلامي والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي والوسائط الإلكترونية، وربما يعود ذلك لأن الإنترنت هويئة مفتوحة وغير محكومة بضوابط أخلاقية فيستغل البعض ذلك في النفاذ إلى الجماهير الإلكترونية العريضة ومن ثم إثارة الغرائز وتشجيع الخلافات بين الأفراد والجماعات ومحاولة هدم المجتمعات والدول سواء كان ذلك موجهاً بدافع شخصي أو رغبة مجموعة معادية.

وقد صدرت مئات الأبحاث والدراسات العديدة وعقدت عشرات اللقاءات والمؤتمرات والندوات والمناقشات وصدرت قرارات عديدة من جهات رسمية ومناشدة من جهات غير رسمية ومنظمات وجمعيات ومراكز بحثية من أجل معرفة كيفية مواجهة تلك الظاهرة التي تهدد الجميع.

غير أن معظم تلك الجهود ركزت في أغلبها على الجوانب التقنية والتطبيقية في الموضوع، أو على الجوانب النفسية أو الاجتماعية في وضع حلول سهلة للأنشطة الإلكترونية لمستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي؛ ولم ينتبه كثيرون إلى بعد مهم وغائب دومًا وهو الجانب الثقافي وخاصة أن أحد أهم مصادر انتشار الأخبار الكاذبة تتم عن طريق استخدام الصورة التي هي أحد المنتجات الثقافية على مدار التاريخ البشرى.

الباحثون في مجال الشبكات والاتصالات ذكروا أن مجموع المعرفة البشرية قديمًا كان يتضاعف كل قرنين على الأقل، كما تضاعف بين عامي ١٧٥٠-١٩٠٠ ثم تضاعف مرة ثانية بين عامي ١٩٠٠-١٩٥٠ ثم تضاعف بين عامي ١٩٥٠-١٩٦٠، وحاليا كل شهرين تقريبًا، ومستقبليًا كل بضع ساعات لا أكثر. ولكن لم يسأل معظم هؤلاء الباحثين أنفسهم عن أن جانبًا كبيرًا من تلك المعرفة التي يتم نقلها من جيل إلى جيل ربما تحتوي على قليل الصدق وكثير من الكذب والخداع!!!.

ولعلنا نتذكر ما قاله أحد كبار الباحثين المهتمين بالقضية من أن عصرنا يمجد الصورة مقابل المحتوى، والشكل بدل المضمون، والمظهر

عوض المخبر، والمبنى محل المعنى، والظاهر مكان الباطن، والسطح بدل العمق.

ولا يمكن نفي القصدية كأحد أهم الأسباب في نشر الأخبار الكاذبة، ولعل ذلك يذكرنا بما قاله الفيلسوف الاجتماعي الشهير جان جاك روسو "أن تكذب لمصلحة نفسك، فهذا مستحيل، وأن تكذب لمصلحة الغير، فهذا تدليس، وأن تكذب قصد إلحاق الأذى بالغير، فهذا افتراء، وهذا هو أسوأ أصناف الكذب".

وقد أشار موقع First Draft News - يعتبر أحد أهم المواقع التي تسعى لتقصي وكشف الحقائق - إلى أنه يمكن اكتشاف سبعة مصادر للخبر الكاذب، وهي السخرية وانتحال الشخصيات والربط الخاطئ والمضمون الخاطئ والمضمون المضلل والتلاعب بالألفاظ والصور والتلفيق.

وترتبط الأخبار والصور المزيفة أيضًا بالإشاعات الإلكترونية، وهناك أنواع عديدة للإشاعة الإلكترونية فمنها إشاعة الخوف والذعر ومنها إشاعة لسعي لنشر عقيدة معينة ومنها إشاعة الاستطلاع التي تسعى لرصد التأثيرات والردود وأشهرها إشاعة التضليل لأنها ترتبط بنفسيات ودوافع فردية وجماعية متنوعة.

ويعد تركيب الصور أحد أبرز الحيل التقنية للخداع وهي عملية تقنية تقوم بتعديل في الصور باستخدام برامج تحرير الصور وأشهرها برنامج فوتوشوب، والغرض منها إبراز أو إخفاء أو تغيير ملامح معينة في الصورة وتوصيل رسالة أو فكرة محددة.

وباستخدام المنهج الثقافي الذي نعتقد أنه الأجدر بحل تلك الإشكالية يمكن وضع مجموعة معايير لكشف كذب الأخبار المضللة

التي تنتشر عن طريق الصور، أولاً من خلال ملاحظة التفاصيل الموجودة في الخبر وهل هي ملائمة للقصة التي يتم الترويج لها أم لا، وثانياً من خلال بيان الترابط بين أجزاء القصة الخيرية وتناسقها وجديتها، وثالثاً من خلال الانتباه إلى لغة الجسد وطبيعة الحوار ومدى مناسبته، ورابعاً من خلال الخلفية ومكان الأحداث ومدى ملاءمته، وخامساً هو الأهم الثقة بالحدس وإعمال التفكير الناقد القائم على كشف التلاعب بالعقول.

تظهر أهمية قراءة الصورة إذا تذكرنا ما جاء في المثل الصيني: (الصورة تساوي ألف كلمة)، فقراءة الصورة قد توصل لك رسائل عديدة وقد تنقلك إلى مكان الحدث والصراعات، وتعد بمثابة تسجيل وكادر فيلمي قصير يمكن فيه تلمس ملامح ماضي بعيد أو حاضر مليء بالوقائع أو قد ترسم ملامح خيالية لمستقبل قادم مترقب.

إن صورة واحدة قد تستفز مجتمعاً بأكمله للقيام برد فعل قوي وربما تساعد على إشعال الأجواء السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية.

الصورة قد تنطق بملايين الحروف وألوف الكلمات ومئات السطور وعشرات الصفحات وتكون بمثابة كتاب كامل متكامل الأفكار.

الصورة قد تنصف بريئاً وقد تدفع بمتهم إلى مصيره المحتوم في غياهب السجون، قد تساعد في كشف سر كبير وتظهر الحقيقة وقد تساعد في التعتيم والتضليل لصالح فرد أو جماعة ما.

الصورة هي وثيقة الماضي ومشهد الحاضر ومصير المستقبل.

وقراءة الصورة تساعد على تنمية القدرات الإبداعية والفكرية للأفراد من خلال اكتشاف العلاقات غير المرئية بالصور وربط الأفكار

والأشخاص والأماكن ببعضها البعض وتكوين الصور الذهنية المقابلة للصورة البصرية.

ونحن نحتاج إلى تعلم مهارات قراءة الصور وتفسيرها واستنتاج تأثيراتها ومن ثم الدلالات الجمالية والاجتماعية والنفسية والتربوية والسياسية على مسار الأفراد والمجتمعات والاستفادة منها في التنشئة الفكرية والاجتماعية والنفسية والسياسية والثقافية.

وتذكر دراسات عديدة تربوية ونفسية أهمية وضرورة تعويد النشء على قراءة الصورة للقضاء على الأمية البصرية لزيادة قدرته على الاتصال والتواصل مع الآخرين خلال المواقف والمشكلات المختلفة وفهم المتغيرات من حوله.

ثقافة الصورة هي بمثابة تطور طبيعي للثقافة البشرية والتي تفرض سنن الحياة والواقع والحاجة البشرية تطورها لتلائم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة؛ فعصرنا هو عصر تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأدوارها في مختلف مناحي الحياة، ورأيي إن كان يمكن تخصيص سمة العصر أكثر من ذلك لأطلقنا على العصر "عصر الصور الرقمية" الذي نتج عن التقدم في أدوات التصوير وما تبعها من إمكانيات في برامج تعديل وتحريك الصور وحفظها في صيغة رقمية على الكمبيوتر ومنها إلى الإنترنت، وقد أضافت تلك الصور أبعادًا عديدة في الرؤية والتفسير للظواهر المختلفة، ومن هنا تكمن العقبات والنتائج من التخلف عن ركب الحضارة والتقدم في المجال الشبكي للربط بين الأفراد والجماعات والمؤسسات على مستوى العالم، ففي هذه الحالة سنخرج من القطار السريع للمعرفة وعند العودة لن نجد مكاننا لأن هناك من ينتظرون أن تترك لهم هذا المكان.

محمد سيد ريان

- كاتب في مجال الثقافة الرقمية وتكنولوجيا المعلومات والإعلام الإلكتروني ومهتم بقضية التسويق الإلكتروني للثقافة.
- عضو لجنة الشباب بالمجلس الأعلى للثقافة السابق.
- عضو اللجنة الإعلامية باتحاد كتاب الإنترنت العرب.
- عضو نقابة الصحفيين الإلكترونيين والاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية.
- عضو اللجنة التأسيسية للنقابة المهنية للصحفيين الإلكترونيين.
- مدرس الصحافة الإلكترونية بجامعة الإسكندرية.
- مسئول التسويق الإلكتروني بالهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عضو مجلس الثقافة بمحافظة الإسكندرية.
- عضو اتحاد شباب مصر.
- حصل كتابه "تسويق المنتج الثقافي في عصر الثقافة الرقمية" على جائزة أفضل كتاب في مجال العلوم الرقمية من معرض القاهرة الدولي للكتاب ٢٠١٨ .
- فاز بالمسابقة البحثية للمؤتمر العام لأدباء مصر عن بحثه (أدب الهامش ومواقع التواصل الاجتماعي) في عام ٢٠١٦ .

- حاصل على جائزة الشباب العربي المتميز ٢٠١١ من مجلس الشباب العربي للتنمية المتكاملة والأمم المتحدة وجامعة الدول العربية بالقاهرة.
- تم تكريمه كأحد أهم الشخصيات البارزة في مجال الإعلام الجديد من الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية ٢٠١٢ .
- تم تكريمه من الاتحاد العربي للإعلام الإلكتروني ٢٠١٣ تقديرًا وعرفانا بجهوده المبذولة لرفع شأن الإعلام العربي الإلكتروني بما أضافه من إبداع إعلامي أدبي وفني وثقافي مميز شرف به واجهة الإعلام.
- صاحب لقب أفضل قارئ لمكتبة الأسرة من الهيئة المصرية العامة للكتاب ٢٠١٠ .
- له العديد من المبادرات الشبابية الثقافية من أهمها أنه مؤسس أول جمعية للقراء في مصر والعالم العربي وهي جمعية قراء مكتبة الأسرة؛ وكذلك تأسيسه أول تكتل شبابي للمثقفين العرب وهو اتحاد شباب المثقفين العرب بمؤتمر مكتبة الإسكندرية للشباب العربي في مارس ٢٠١١ وتم إصدار مجلة ثقافية باسم " التغيير " وجمعت فيها أقلام من كل الدول العربية.
- عمل باحثًا بعدد من المراكز البحثية في مجال الإعلام الجديد أبرزها مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام والمركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني ومركز (أرابيوم) لدراسات الإعلام الجديد .

- عمل كباحث مع الجمعية الدولية للقراءة بالولايات المتحدة الأمريكية ضمن مشروع " كيف يقرأ العالم؟" وتم تكريمه دوليًا لإنجازاته في مجال القراءة.
- نشر عنه العديد من الأخبار والتحقيقات كما أجريت معه حوارات بعدد كبير من الصحف المصرية والعربية كما أجريت معه لقاءات بوسائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون المصري وإذاعة البرنامج الثقافي والقنوات الفضائية.
- شارك بالعديد من المؤتمرات وورش العمل والملتقيات والمنتديات الدولية والإقليمية والمحلية التي تناولت قضايا الثقافة الرقمية وقضايا الشباب العربي ثقافيًا وفكريًا.
- حاصل على شهادات دولية في البرمجة وتطوير المواقع وقواعد البيانات من شركة مايكروسوفت العالمية.
- عمل كمدرّب في مشاريع وزارة التربية والتعليم ووزارة الاتصالات مع شركة مايكروسوفت لتطوير وتأهيل المدرسين والإداريين في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- عمل كمدرّب في الدورات الصحفية التخصصية التي قدمتها نقابة الصحفيين الإلكترونيين والاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية لإعداد كوادر صحفية قادرة على التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة.
- عمل مدرّبًا للرخصة الدولية لقيادة الكمبيوتر والبرمجة وتصميم المواقع والتسويق الإلكتروني بعدد من المراكز أهمها نيوهورايزن والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والأكاديمية البريطانية وأكاديمية أسيب لأساسيات التدريب.

الكتابات الصحفية:

- ٢٠١١ - ٢٠١٢ مقال أسبوعي ثقافي دوري - كل سبت - بصحيفة الوفد المصرية (صفحة شباب أون لاين) وتناول من خلاله أهم قضايا المثقفين وعلاقتهم بوسائل الإعلام الجديدة في ظل التغيرات العالمية والإقليمية والمحلية.
- ٢٠١٢ - ٢٠١٣ مقال شهري ثابت بمجلة الثقافة الجديدة الصادرة عن الهيئة العامة لقصور الثقافة) وتناول الشأن الثقافي المصري وعلاقته بالسياسة في ظل وسائل التواصل الاجتماعي على المواقع الإلكترونية ومن أهمها الفيس بوك بما لها تأثير كبير على الثقافة والمثقفين وخصوصاً بعد الثورة المصرية وموجاتها المتتابعة من ٢٥ يناير وحتى ٣٠ يونيو وما بعدها .
- ٢٠١٤: مقال أسبوعي ثابت بجريدة القاهرة يتناول شئون القراءة والتجارب الدولية لتنشيط الوعي بقضية القراءة والثقافة وخصوصاً لدى فئة الشباب.
- ٢٠١٥ - ٢٠١٦: مقال غير دوري بجريدة المقال يتناول أحدث الكتب والإصدارات.
- ٢٠١٧ - ٢٠١٨ مقال غير دوري بجريدة عالم الكتاب يتناول قضايا الكتاب والنشر والسياسات الثقافية.
- نشرت مقالات متنوعة له بعدة صحف ومجلات عربية ثقافية كبرى أهمها العربي الكويتية ومجلة الكويت الثقافية ومجلة الامارات الثقافية، بالإضافة إلى الصحف والدوريات الإلكترونية.

المؤلفات والكتب المنشورة:

١. كيف تفجرت الثورة في ٢٥ يناير.. الفيس بوك وأدوات التكنولوجيا الثورية - صادر عن دار اكتب للنشر والتوزيع - ٢٠١١ : وهو أول كتاب يتناول تقنيات الثورة المصرية.
٢. الحملات الانتخابية الإلكترونية - صادر عن دار اكتب للنشر والتوزيع - ٢٠١١.
٣. الإعلام الجديد - صادر عن مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع - ٢٠١٢ .
٤. الفيس بوك والثورة المصرية - صادر عن كتاب الجمهورية - عدد يناير ٢٠١٣ .
٥. الصورة والثورة - صادر عن دار الكتب والوثائق القومية - ٢٠١٣.
٦. القراءة والثقافة الرقمية - الهيئة المصرية العامة للكتاب - ٢٠١٤ .
٧. التسويق السياسي على الوسائط الإلكترونية - دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي - ٢٠١٤ .
٨. فؤاد حداد، مسحاتي الثقافة - سلسلة شخصيات مصرية تصدر عن وزارة الشباب والرياضة بالتعاون مع المجلس الأعلى للثقافة - ٢٠١٤ .
٩. الرقابة الإلكترونية في مصر والعالم، صادر عن دار كنوز للنشر والتوزيع - ٢٠١٥.

١٠. الافتراضي والمفترض " المثقفون والسياسة على الفيس بوك " - دارروافد للنشر - ٢٠١٥ .
١١. الصحافة الإلكترونية - إشكاليات وأطروحات، صادر عن دارالوراق للنشر والتوزيع بالأردن، ٢٠١٦ .
١٢. الفيس بوك (قضايا ومشكلات)، صادر عن مؤسسة بتانة للنشر، ٢٠١٦ .
١٣. تسويق المنتج الثقافي في عصر الثقافة الرقمية، صادر عن المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠١٧ .

• له عدة أبحاث منشورة بمؤتمرات ومنتديات عديدة أبرزها مؤتمر الثقافة الرقمية بالإسكندرية ومؤتمر شباب الباحثين بالقاهرة ومؤتمر إقليم وسط وغرب الدلتا الثقافي ومنتدى الصحافة الإلكترونية الذي تنظمه نقابة الصحفيين الإلكترونيين والاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية ومكتبة الإسكندرية ومؤتمر الأدب الإلكتروني بدبي.

البيانات الشخصية

البريد الإلكتروني:

Mohammed_rayan@hotmail.com

الصفحة الشخصية على الفيس بوك:

Mohamed Sayed Rayan

الصفحة الرسمية على ويكيبيديا:

https://ar.wikipedia.org/wiki/محمد_سيد_ريان

الفهرس

٥	مقدمة.....
٩	تاريخ الجماهير.....
١٧	سيكولوجية الجماهير والسلطة.....
٣١	الثقافة والتكنولوجيا في عصر الجماهير الغفيرة.....
٤١	الثقافة الجماهيرية الرابعة.....
٤٧	الإنسان والكمبيوتر وجهاً لوجه.....
٥٧	الجماهير بين الخيال العلمي والخيال الزائف.....
٦٧	جماهير السينما المصرية بين الضباط والمخرجين (ثورة يوليو نموذجاً).....
٧٧	التسويق السياسي وجماهير الشبكات الإجتماعية.....
٨٣	التسويق السياسي والوسائط الإلكترونية.....
٨٥	مفهوم الدعاية الإنتخابية الإلكترونية.....
١١١	الجماهير والقوة الناعمة.....
١١٩	الثقافة والإعلام الرقمي أهم مصادر القوة الناعمة للعرب.....
١٢٥	الإعلام الديني والجماهير على مواقع التواصل الإجتماعي.....
١٣٩	الجماهير والجهاد بين الدين والوطن.....
١٤٩	ديموقراطية الإنترنت والإعلام الجماهيري الجديد.....
١٥٧	ثقافة الهامش في عصر مواقع التواصل الإجتماعي.....
١٦٩	آثار مواقع التواصل الإجتماعي على الجماهير.....
١٨٧	الأمن السيبراني والوعي الجماهيري.....
١٩٥	ثقافة الصورة وآليات كشف خداع الجماهير.....



ج . م . ع

(+٢) . ١٥٥٣١٢٩٣٦٣

(+٢) . ٠٣ / ٥٩٣ . ٥٦٧

الحسنة للنشر والتوزيع

