



الإعلام الجديد وتحولات القيم الاجتماعية والسياسية في ليبيا بعد العام 2011: دراسة وصفية تحليلية

هاجر إمام منصور

جامعة الزاوية - قسم الإعلام

h.alatoud@zu.edu.ly

New Media and the Transformations of Social and Political Values in Libya After 2011: A

Descriptive and Analytical Study

Hajar Mohammed Mansour

University of Zawiya – Department of Media

تاريخ الاستلام: 2026/01/20 - تاريخ المراجعة: 2026/02/18 - تاريخ القبول: 2026/02/27 - تاريخ النشر: 2026/03/28

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر الإعلام الجديد في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسياسية في ظل التحول الرقمي المتسارع. حيث تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض الخصائص البنوية للإعلام الجديد وتفسير انعكاساتها على المنظومة القيمية المجتمعية. وتخلص الدراسة إلى أن الإعلام الجديد لم يعد مجرد أداة لنقل المعلومات، بل أصبح فاعلاً مؤثراً في إعادة إنتاج القيم وصياغتها ضمن بيئة تفاعلية تحكمها التقنية الرقمية، وهو ما جعل الإعلام الجديد مساهم رئيسي في التحولات الاجتماعية والسياسية التي شهدتها المجتمع الليبي بعد العام 2011 وتحديداً في موضوعات الهوية، والمواطنة، والمشاركة السياسية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، ليبيا

• المقدمة

شهدت المجتمعات المعاصرة تحولاً جذرياً في بنية الاتصال نتيجة تطور الإعلام الجديد القائم على التفاعلية وإنتاج المحتوى من قبل المستخدمين. ولم يقتصر هذا التحول على الجوانب التقنية، بل امتد إلى إعادة تشكيل البنية الاجتماعية والسياسية، حيث أصبحت المنصات الرقمية فضاءات لإعادة صياغة المعايير والتصورات والقيم. حيث ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام. وتكمن أهمية الدراسة في أن القيم تمثل الإطار المرجعي الذي ينظم السلوك الاجتماعي والسياسي للمجتمع، وأي تحول فيها ينعكس مباشرة على الاستقرار المجتمعي. ومن هنا تبرز الحاجة إلى تحليل العلاقة بين الإعلام الجديد والتحول القيمي في ضوء البيئة الرقمية المعاصرة.

إشكالية الدراسة

تتمثل إشكالية البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

كيف يسهم الإعلام الجديد في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسياسية في المجتمع؟.

ويتفرع عنه ما يلي: كيف تؤثر التفاعلية الرقمية في المنظومة القيمية الاجتماعية؟ وما انعكاسات الإعلام الجديد على القيم السياسية؟.

أهداف الدراسة

تفسير أثر البيئة الرقمية في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية. ودراسة انعكاسات الإعلام الجديد على القيم السياسية. بهدف تقديم إطار تحليلي يفسر آليات التحول القيمي في عصر الإعلام الجديد.

منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال :

وصف تأثير الإعلام الجديد على القيم الاجتماعية والسياسية في ليبيا وتفسير العلاقة بين التفاعل الرقمي والتحول القيمي في ضوء المعطيات المعاصرة.

1. الإطار المفاهيمي والنظري للإعلام الجديد والقيم

يعتبر الإعلام الجديد من المصطلحات التي ليس لها مفهومٌ أو تعريفٌ واحداً في العلوم الإنسانية وذلك لكثرة الآراء في دراساته وتداخلاته، حيث وقف المصطلح بين رؤيتين الأولى قالت أن الإعلام الجديد هو بديلٌ للإعلام التقليدي، أما الثانية فاعتبرته تطوراً وتقدماً للإعلام التقليدي.

والإعلام الجديد من المصطلحات التي دلت على التقدم التكنولوجي والتطور التقني في مجال الإعلام واستخدام الصوت والصورة فيه بشكل متطور، وبعد كل التطورات التي حدثت وثورة عالم الإنترنت أصبح مفهوم الإعلام الجديد يطلق على كل شيءٍ يستخدمه الفرد على شبكة الإنترنت¹.

حيث يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي، وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتليفزيون الرقمي، والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية، والنقالة، بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات، والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع "الكمبيوترات" - على نحو ما - تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence ؛ إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو، في الوقت الذي يمكن فيه أيضاً معالجة النصوص، وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.²

حيث جاء تعريف الاعلام الجديد في قاموس التكنولوجيا الرقمية على أنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. وفي موسوعة ويب أوبيديا يعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسومات³.

في تعريف آخر يشير "بنهلال"⁽³⁾ إلى "الإعلام الجديد" على أنه: "الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من الاجتماع على شبكة الإنترنت، واقتسام السلع والخدمات، وبيعها وتبادلها، إنها تسمح

1 دراسة تطبيقية على عينة " هبة أحمد الديب، تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي¹ من طلاب الجامعة، مجلة العلوم التربوية والاجتماعية، المجلد السادس(1)، الإمارات العربية المتحدة، يناير 2019، ص 539.

2 عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، للاطلاع على الرابط التالي:²

www.dopdfwn.com/cocnoscana/scanonanya/pdf-books-org-DSNp6.pdf. Accessed on:1-11-2019

3 سعود صالح كاتب، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص 539.

للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم، وفي العالم، ويستعمل تعبير الإعلام الجديد في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، التي تشير إلى أشكال التواصل السابق على الإعلام الجديد.¹

وتعرفه اللجنة العربية للإعلام الجديد بأنه " الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنوافل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية². كما يحيل الإعلام الجديد إلى معان التقدم والتطور والاتجاهات الطلائعية، وترتبط هذه المعاني برؤية إيديولوجية حديثة للتكنولوجيا كآلية للتقدم الاجتماعي³.

ويتضح من ذلك أن الإعلام الجديد نمط من الاتصال الرقمي الذي يعتمد على الانترنت ويتميز بالفاعلية، وإمكانية إنتاج المحتوى من قبل مستخدمين، وسرعة الانتشار واللامركزية وقد أسهمت هذه الخصائص في تحويل الإعلام من أداة نقل إلى فضاء لإعادة تشكيل الوعي والقيم.

وعن أسباب ظهور الإعلام الجديد، فلا شك أن ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، وأن من أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها والتشارك في مضامينها، الأمر الذي أدى إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين هما:

- الإعلام التقليدي: الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.
 - الإعلام الجديد: الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت، والهاتف الجوال⁴.
- وبصفة عامة يمكن حصر العديد من الأسباب الداعية إلى ظهور الإعلام الجديد في النقاط الموجزة التالية:⁵
- التطور التكنولوجي الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتزاوج التقنية بالمفاهيم الاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع ساعد على تطور الإعلام الجديد.
 - عدم قدرة وسائل الإعلام السائدة على خدمة احتياجات جماهيرها؛ حيث يقدم الإعلام الجديد تعددية الأشكال، والمضامين أكثر مما تنتجه وسائل الإعلام السائدة.
 - قدرة وسائل الإعلام الجديد على الانتشار، حيث يتيح للأشخاص أن يمتلكوا أدوات بسيطة، يمكن من خلالها إرسال رسالتهم إلى الآخرين.
 - ديناميكية وسائل الإعلام الجديد، وقدرتها على التنقل، مثل الحاسب المتنقل، والهاتف الجوال، وتمكنها من الاستعادة من الشبكات اللاسلكية، مثل خاصية الواي فاي.

محمد بنهال، " الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية : تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية ¹ "، مجلة المستقبل العربي، السنة (34)، العدد (396)، 2012، ص 8

علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 52-53.²

الصادق الحمادي، تجديد الإعلام الجديد مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، المجلة العربية للإعلام والاتصال،³ الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد(5)، نوفمبر 2009، ص 11.

فهد بن عبد الرحمن الشميمري، "التربية الإعلامية- كيف نتعامل مع الإعلام"، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010،⁴ ص 182.

كوثر علوب محمد، "الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية: دراسة على قيمة التكافل في السودان"، رسالة دكتوراه⁵ "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2017، ص 111

إن الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة محكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته.

يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن، يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة، إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها:¹ الإعلام البديل والإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن ومواقع التواصل الاجتماعي.

قد تميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها:² التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواءً كان مستقبلاً أو مرسلًا. المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين. الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية. الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة. اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،... إلخ. الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً. التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

ويمكن القول أنه مع ظهور ثقافة الإعلام الجديد ظهر تغيرات متعددة في القيم الاجتماعية التي لم تشهدها المجتمعات خصوصاً العربية منها فغيرت حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية حيث تحول الاتصال من مواجهي إلى افتراضي. لهذا فإن القيم الاجتماعية هي المعايير التي تنظم العلاقات داخل المجتمع، مثل: الانتماء والتضامن والمسؤولية الاجتماعية واحترام التعددية. وتتسم القيم بطبيعتها الديناميكية، إذ تتأثر بالتحولات الثقافية والتكنولوجية.

حيث تعد القيم الاجتماعية من أهم الركائز التي تبني عليها المجتمعات ونظام عليها الأمم وتتعلق القيم بالأخلاق والمبادئ وهي معايير عامة وضابطة للسلوك البشري والقيم الاجتماعية هي الخصائص أو الصفات المحببة والمرغوب فيها لدى أفراد المجتمع والتي تحدد ثقافته مثل التسامح والقوة والصدق والكرم والسخاء والحياء والتضحية والتعاون والتكافل الاجتماعي. تتوفر القيم على عدة وظائف من بين أهم هذه الوظائف أن للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية، كما تعمل على تنظيم المجتمع و ضبطه و استمراره و تحافظ على البناء الاجتماعي، والمحافظة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد.

وتتكون القيم من ثلاثة مستويات رئيسية هي: أ- المكون المعرفي: ومعياره " الاختيار " ، أي انتقاء القيمة من أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية انتقائه بكاملها ، وهذا يعني أن الانعكاس اللاإرادي لا يشكل اختياراً يرتبط بالقيم . ب- المكون الوجداني: ومعياره " التقدير " الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها ، والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ . ج- المكون السلوكي: ومعياره " الممارسة والعمل " أو " الفعل

¹عباس صادق، الإعلام الجديد، مرجع سابق ، ص3.

²فهد الشميمري، التربية الإعلامية، دار اقرأ الإعلامية، مصر ، 2011، ص40-47.

" ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة ، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما ساحت الفرصة لذلك.¹

كما يمكن للإعلام الجديد تعزيز قيم المواطنة والمشاركة السياسية والحرية والثقة بالمؤسسات ، أو تغذية الفتنة والفرقة بناءً على جودة البيئة الديمقراطية من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي تلعب دوراً في تمكين الجمهور، وإشراك الفئات المهمشة، ونشر المعلومات السياسية.

لذلك من أبرز التغيرات الاجتماعية الناتجة عن الإعلام الجديد:

- تحول الأفراد إلى " مواطنين صحفيين" بحيث أصبح قادراً على نشر الأخبار، والتأثير في التوجهات الاجتماعية.
- تعزيز الفردية والعزلة الاجتماعية فأصبحت التجمعات الافتراضية بديلاً عن الواقعية، مما أضعف الروابط الأسرية والاجتماعية المباشرة.
- تغيير منظومة القيم والسلوكيات وهذا واضح من خلال تبني أنماط معيشية جديدة، وقيم وسلوكيات لا تتماشى وقد تتعارض مع القيم الثقافية للمجتمع.
- تشكيل الوعي والتعبئة ودفع نحو التحول الرقمي وتغيير أنماط العمل والانتاج الاقتصادي.

خلاصة القول يمكن تفسير تأثير الإعلام الجديد على القيم عبر عدد من المقاربات النظرية، أبرزها: نظرية الاستخدامات والإشباع: التي تركز على دوافع الجمهور في اختيار الوسيلة. نظرية المجال العام الرقمي: التي ترى أن المنصات الرقمية أصبحت فضاءً للنقاش العام. نظرية وضع الأجندة: التي تفسر قدرة الإعلام على ترتيب أولويات القضايا. وتشير هذه النظريات إلى أن التفاعل الرقمي يساهم في إعادة تشكيل إدراك الأفراد للقضايا الاجتماعية والسياسية.

2. تأثير الإعلام الجديد في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسياسية في ليبيا

تعتبر المنظومة التكنولوجية أحد مجالات التغيير الاجتماعي وعوامله، فقد عززت الثورة التكنولوجية المتواصلة بكل اختراعاتها ووسائلها الإعلامية سرعة واستمرار تغيير المجتمعات الإنسانية سلباً أو إيجاباً، فقد انقسم المهتمين بين مؤيدين ومعارضين حول هذه التكنولوجيا في تحقيق تلاحم المجتمع وترابطه أو اضمحلال القيم والأخلاق وبالتالي تساهم في تفككه. وقد ذهب وليام أجرين إلى أن للتكنولوجيا دوراً إيجابياً في تغيير المجتمع من خلال الاختراعات التي تتيحها من جهة وتساهم في التخلف الثقافي من جهة أخرى.² في حين أكد فوكوياما أن العالم سيشهد انهياراً عظيماً في العلاقات والروابط الاجتماعية بسبب ثورة المعلومات. التي ستؤدي إلى صياغة جديدة للنظام الاجتماعي. وهذا ما يؤكد ظهور الجريمة وانهيار العلاقات الأسرية وإحلال العمل الفكري مكان الجسدي والمعلومات مكان المنتجات المادية. فغيرت دور المرأة والرجل في العلاقات بين الآباء والأبناء. حيث أصبحت طرق التنشئة التقليدية لا تتوارث تقليدياً وإنما يتم الحصول عليها من خلال الوسائط الإعلامية كالإنترنت ما يفتح المجال للتقليد والتنميط الثقافي.³

وفي هذا السياق أكد المختصين أنه توجد علاقة تأثيرية كبيرة بين استخدام الوسائل الإعلامية والتغيير الاجتماعي بمختلف جوانبه الاجتماعية من خلال إشباع حاجة الفرد من المعلومات والأخبار والمعرفة والثقافة وتعزيز القيم والمعتقدات ودعم

¹ دراسة تطبيقية على " هبة أحمد الديب، تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي: 1 مرجع سابق، ص 543. " عينة من طلاب الجامعة

² نجاه بولسان، وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بالتغيير الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 14، العدد (1)، 2014، ص 377.

³ مصطفى جاسم محمد وآخرون، دور وسائل الاتصال في التغيير الاجتماعي، كلية الآداب، جامعة القادسية، العراق، 2018، ص 38.

الاتجاهات النفسية ونقل التراث الاجتماعي من جيل الآخر ومساندة ودعم الأسرة في التنشئة الاجتماعية من خلال البرامج الإعلامية التوعوية الهادفة.

كما يساهم الإعلام الجديد في نشر المعلومات كافة المجالات بما يتناسب مع الفئات المختلفة، كما تساهم في تسهيل عملية التثاقف ونشر السلوك الاجتماعي من خلال البرامج التعليمية الإلكترونية وانتشار التعليم الذاتي عبر الأنترنت سيؤدي إلى الاستغناء على الأستاذ من جهة، وهناك من يرى أنها ستدعم دوره وتسهل وظيفته في اكتساب المعرفة وتوظيفها في مساعده على التغيير. فالثقافة الإلكترونية تعمل على التفاعل مع ثقافات اجتماعية أخرى خارج حدود مجتمعنا والتخلص من هيمنة الزمان والمكان.

كما ساهمت وسائل الإعلام الجديد في التغيير الثقافي من خلال التأثير في مضمون الإعلامي ودوره في تغيير الأفكار والثقافات ونشر القيم والسلوكيات عن المجتمعات العربية بالاعتماد على وسائل الإعلام التي تشجع انفتاح الأسر على الفضائيات ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بالتفاعل الحر والحوار وتبادل الأفكار والمعلومات وخلق أفكار جديدة لدى الأفراد.¹

وفي هذا السياق نجد أن الإعلام الجديد قد جعل تشكيل الوعي والثقافة في أزمة فلا نعد نستطيع تحديد بشكل دقيق هل يكون الإغراق المعلوماتي على مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الآراء الدارجة يكون وعي الأفراد أم الاعتقادات والأيدولوجيات المعتقد لدى الأفراد هي التي توجههم لانتهاج اعتقاد فكري معين وبالتالي المشاركة بمواد اتصالية معينة وأطروحة أخرى وهي هل هذه الآراء المتعددة تخلق مزيداً من التناقضات الفكرية وإثراء الحوار المجتمعي واستغلال هذه الوسائل على تدعيم احترام وجهات النظر وجعلها طريقاً ممهّداً للسلام الاجتماعي أم أنها ترسخ مفهوم عدم التقبل والنقد الهدام.²

حيث أدى الإعلام الجديد إلى ظهور تحولات ملموسة في البنية القيمية الاجتماعية، من أبرزها: إعادة تشكيل الهوية حيث برز مفهوم الهوية الرقمية التي يعرض من خلالها الفرد ذاته عبر المنصات. وتغير أنماط العلاقات الاجتماعية إذ توسعت دوائر التفاعل خارج الإطار الجغرافي. وتعزيز الفردانية الرقمية في مقابل تراجع بعض أنماط التضامن التقليدي. وبرز ثقافة المقارنة الاجتماعية التي تؤثر في معايير النجاح والمكانة. غير أن هذه التحولات لا تعني إلغاء القيم التقليدية، بل إعادة صياغتها في سياق رقمي جديد.

إن تطور وسائل الاتصال الجماهيري جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الإعلام.. إن المعلومات المهمة عن الأحداث التي تقع في أي مكان من العالم، تبث في كل مكان في دقائق قليلة، وبذلك أصبحت أجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة متلقٍ واحد، تحركه الأحداث ذاته وتدفعه الميول ذاتها

يجد (الموند) إن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فإنها تنقل - سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث (الغربي)، إذ إنها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة... كما إن

نصر الدين بوزيان، الإعلام والتغيير القيمي بين الموجود والمنشود، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس،¹ الجزائر، ص119.

نفين عبد المنعم مسعد، "التحولات الديمقراطية في الوطن العربي"، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة،² 1993، ط1، ص23

الأحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد، وهو ما جعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية.¹

لهذا فإن التحولات التي أحدثها الإعلام الجديد في إعادة تشكيل القيم لم يقتصر على القيم الاجتماعية فقط بل كان له تأثير واضح على القيم السياسية، حيث شكلت أواخر القرن العشرين بداية ظهور ما يعرف بالإعلام الرقمي، والذي سحب البساط من تحت الحكومات ومن المؤسسات الإعلامية العملاقة، وهذا الإعلام يمثلته الإنترنت بكل ثقلها، وقد كان هذا النوع من الإعلام مختلف عن الإعلام القديم، لأنه جاء بمميزات وتقنيات تختلف عن تلك الموجودة في الإعلام التقليدي، وهذا ما أدى إلى تغير جذري لمفهوم الجمهور فيه فلم يعد الجمهور هو مجموعة من الأفراد الذين يتلقون الأخبار والمعلومات التي تبثها وتنتشرها وسائل الإعلام المختلفة، بل تحول الجمهور إلى مجموعة من الأفراد يساهمون في إنتاج المحتوى الإعلامي واستهلاكه أو استخدامه أو تلقيه في نفس الوقت، وبذلك تخلص الأفراد من خمولهم وسلبيتهم التي كثيرا ما وصفوا بها، وأصبحوا أكثر تفاعلا مع مختلف القضايا سواء كانت محلية أو عالمية.

ومن أبرز هذه التحولات: تعزيز المشاركة السياسية الرقمية من خلال الحملات الإلكترونية والنقاشات العامة. وتوسع المجال العام بإتاحة التعبير الحر وتعدد الآراء. وزيادة الوعي بالقضايا العامة نتيجة سهولة الوصول إلى المعلومات. وتصادد الاستقطاب السياسي بفعل الخوارزميات وفقاعات الترشيح المعلوماتي. وبذلك أصبح الإعلام الجديد فاعلاً في إعادة تعريف العلاقة بين المواطن والدولة، من خلال أنماط جديدة من المواطنة الرقمية.

وبالإضافة إلى ذلك فتح الإعلام الجديد فرصاً جديدة للحديث عن الأمور السياسية على مستوى المثقفين والأشخاص العاديين، من خلال الأفاق الجديدة التي تسمح بتبويب وجهات النظر وتبادل المعلومات مقارنة بأجهزة الإعلام التقليدية. وكان الناشطون في حقوق الإنسان من الأوائل الذين استخدموا الإنترنت في هذا المجال.

يستطيع المستخدم للإعلام الجديد وبالخصوص شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات ومنتديات الدردشة و... الاستثمار بكل سهولة في مجالات السياسة، فقد تمكن الواقع الجديد من فرض واقع سياسي وفتح آفاق سياسية جديدة لم تكن من قبل أدت إلى تحييد الدولة كفاعل سياسي تقليدي وحيد، وبروز دورا المواطن المشارك والمؤثر في صناعة الحدث السياسي.

وهذا ما أدى إلى تغير في وظائف الإعلام، فقد أصبحت وظائف الإعلام الجديد مختلفة أو أكثر ثراء من وظائف الإعلام القديم، وأصبح أكثر تأثيراً على الأفراد مهما كنت الفئة العمرية التي ينتمون إليها ومهما كنت الطبقة الاجتماعية التي ينتمون لها، وقد تطورت استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديد تبعاً للتطور المطرد لثورة الاتصال والمعلومات، فبداية كان استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد للدردشة وتفرغ الشحنات العاطفية وتبادل الملفات، إلى استخدامات ذات فائدة بتبادل وجهات النظر حول قضايا مجتمعاتهم من أجل تحسين فرص الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.²

بناء على ما سبق يعد الإعلام جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرها الإعلام.

وفي هذا الصدد تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دور مهم في تشكيل الوعي السياسي للشباب، عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما تسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام. والوعي السياسي هو عبارة عن مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه

محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص 114.

عشر السادس المكرمة مكة مؤتمر إلى مقدم بحث الجديد، الإعلام في شبابية إبداعات الحاج، محمد سعد علي السر² المكرمة، 16-17 سبتمبر، 2015، ص 4. مكة الإسلامي، العالم رابطة المسلم والإعلام الجديد، الشباب

ومشكلاته، يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر، الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية. من خلال قدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثيرها كذلك على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة.¹

فشبكات التواصل الاجتماعي كغيرها من وسائل الإعلام الجديد تقدم الكثير من أجل توعية الأفراد سياسياً، وإعدادهم للانخراط في معترك الحياة السياسية، من انخراط في الأحزاب وترشح في الانتخابات وكذا الاحتجاج والتعبير عن الآراء إزاء القضايا المختلفة.²

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

- يمكن أن يكون الاتصال تفاعلياً من جهتين، ويمكن أن يكون أحادياً أيضاً وذلك بحسب الغرض المطلوب.
- أيضاً يمكن أن يكون الاتصال أفقياً بين أطراف متساوية أو عمودياً بين المركز والأطراف.
- تقليص دور الإعلام التقليدي كوسيط بين المواطن والسلطة السياسية.³
- تخفيض التكاليف في الإرسال والاستقبال مقارنة بتكاليف الإعلام التقليدي.
- الفورية في الاتصال وسرعة تبادل المعلومات والآراء.
- تقليص الحواجز والعوائق المادية والاجتماعية التي تعيق التواصل في الإعلام التقليدي.⁴

وتأسيساً على ذلك.. يمكننا القول إن وسائل الإعلام استخدمت في الحياة السياسية للأغراض مختلفة منها

- 1- استخدمت وسائل الإعلام لبيان ما هو مهم وما هو غير مهم، وما الذي يستحق أن يكون ذو صلة سياسية بحياة المواطنين، وترتيب الأجندة السياسية لهم.
- 2- أداة لتحريك الرأي العام: وقد مكنت تلك الوسائل من خلق رأي عام مساند واستغلال تأييد المنتفعين من قضية ما، ومخاطبة اهتمامات الفئات المعارضة بهدف كسب تأييدهم ودعمهم .
- 3- استخدمت مصدراً للمعلومات لأولئك الذين لديهم خطط وطموحات، إذ إن الإعلام يقوم بدور حيوي في جذب الشركاء وتكوين جمهور من الأنصار والمساندين، وإنشاء اتصالات وثيقة وآليات للتنسيق بين المنظمات والأفراد .
- 4- مواجهة السلطة للإعلام المضاد: وظفت السلطات السياسية الإعلام لمواجهة الإعلام المضاد الذي تتعرض له، عن طريق تحصين مواطنيها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية المحلية باستخدام أساليب مختلفة.
- 5- أداة سياسية للإشهار عن مواقف للدولة: ويقوم الإعلام بوظائف محددة يؤديها تنفيذاً للدور الذي تفرده له السياسات العامة للدولة، تتمثل بالاتصال بالأفراد والشرائح الاجتماعية والجماعات والكتل السياسية والمنظمات، والحوار مع القوى

على متاح. العربي الشباب لدى والاجتماعي السياسي الوعي تنمية في الاجتماعي التواصل شبكات دور ورقلة، بن نادية¹ التالي الرابط

http://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal11_12.pdf

السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(29)، والممارسة التنشئة في الجديد الإعلام بملولاي، دور بدرالدين² مرياح، الجزائر، 2017، ص8. قاصدي جامعة

. إبراهيم إمام، "العلاقات العامة والمجتمع"، القاهرة، مكتب الانجلو، 1981، ص253³

. نفس المرجع، ص254⁴

المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي، من شخصيات وأحزاب وكتل برلمانية، للوصول إلى الحد الأقصى من الفاعلية، التي تخدم سياسات معينة للدولة.

حيث يمكن تفسير التحول القيمي عبر ثلاث آليات رئيسية:

التعرض المكثف والمتنوع للمحتوى الرقمي. والمشاركة الفاعلة في النقاشات وصناعة الخطاب. و التأثير الخوارزمي في توجيه الاهتمام وترتيب الأولويات. وتؤدي هذه الآليات إلى تحول تدريجي في التصورات والقناعات والسلوكيات الاجتماعية والسياسية.

ومن هنا فإن أبرز تأثيرات الإعلام الجديد على التغيرات السياسية في ليبيا كانت ما يلي:

- كسر احتكار العمل وأنهى هيمنة السلطات على المشهد الإعلامي.
- تعزيز المشاركة السياسية والتعبئة مما سمح للمواطنين بالمشاركة الفعالة في العمليات السياسية والانتخابات وتعبئة الجمهور.
- تشكيل الوعي السياسي مما يساعد التنشئة السياسية ودعم ثقافة المواطنة.
- التأثير على صناعة القرار وهو ما جعل صانعي القرار أكثر خضوعاً للمساءلة والشفافية.

يمكن القول أن تأثير الإعلام الجديد أو الرقمي في المجتمع الليبي وتحديداً بعد العام 2011 كان كبيراً وخصوصاً بعد التغييرات السياسية التي شهدتها البلاد، مما جعل وسائل الإعلام الجديد أكثر تأثيراً في أحداث تحولات مهمة في المنظومة القومية الاجتماعية والسياسية وفتح آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً للتأثير وصناعة الرأي العام.

أن وسائل التواصل الاجتماعي ومختلف الوسائط الرقمية لعبت دوراً في التحولات الاجتماعية والسياسية من خلال زيادة مشاركة الشباب في حياة السياسة وتشكيل الرأي العام، كما عزز التواصل بين مختلف المجموعات، في مقابل تحديات متعلقة بالاصطفاف السياسي لصالح مجموعات أو أفراد والترويج للسياسات، ناهيك عن الانقسامات الاجتماعية والسياسية. خلاصة القول يتضح من التحليل أن الإعلام الجديد لا يعمل كوسيط محايد، بل كفاعل بنوي يعيد تشكيل النسق القيمي عبر التفاعل والمشاركة وإعادة إنتاج المعاني. كما أن التحول القيمي غالباً ما يكون تراكمياً وهجيناً، يجمع بين القيم التقليدية والحديثة في إطار ديناميكي. وتختلف درجة التأثير باختلاف السياق الثقافي والاجتماعي، مما يؤكد أهمية دراسة التحول القيمي في ضوء الخصوصيات المجتمعية.

الخاتمة:

لقد أصبحت العلاقة بين الإعلام والمجتمع في الوقت الحاضر تشكل تحدياً، لاسيما في ظل التحديات التي يواجهها العالم وتعيشها الأمم وبالتالي يدفع تمناها الإنسان على مختلف الأصعدة. لذلك يعتبر الإعلام الرقمي أقوى الوسائل تأثيراً وأكثرها فاعلية في تشكيل التوجهات وتوجيه السلوك والتأثير على البنية الثقافية والاجتماعية والسياسية للمجتمع.

حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- 1- أن الإعلام الجديد يمثل قوة مؤثرة في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسياسية، من خلال آليات التفاعل الرقمي وإعادة ترتيب الأولويات وبناء المجال العام الشبكي.
- 2- الإعلام الجديد اثبت قدرته على إعادة تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي وخاصة لدى فئة الشباب، وأدى إلى التغيرات الاجتماعية وظهور أنماط جديدة من القيم والسلوكيات.
- 3- التأثير لا يؤدي بالضرورة إلى قطيعة مع القيم التقليدية، بل إلى إعادة إنتاجها ضمن سياق رقمي معاصر.
- 4- وسائل الإعلام الجديد ليست الأساس للتغيير في المجتمع، وإنما كان لها دور في تهيئة الظروف باعتبارها عامل قوي ساهم في التحولات المجتمعية.

بناء على ما تم من نتائج فإن الباحثة تجد أنه يمكن وضع توصيات يمكن عبرها الوصول إلى حلول تخدم المجتمع الليبي من شأنه توظيف وسائط الإعلام الجديد. ومن تلك التوصيات ما يلي:

- 1- تقديم ورش متخصصة تشير إلى أهمية الفرص التي يوفرها الإعلام الجديد في إحداث التغيير المجتمعي وتعزيز الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية.
- 2- دعم الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية.
- 3- إجراء دراسات تطبيقية لقياس التحول القيمي في المجتمع الليبي .
- 4- استحداث قوانين تضمن الاستخدام القانوني لوسائل الاتصال الرقمية.
- 5- تكثيف البحوث والدراسات العلمية حول تأثيرات الإعلام الجديد على المجتمع.

قائمة المراجع:

أولاً - الكتب

- 1- إبراهيم إمام، "العلاقات العامة والمجتمع"، القاهرة، مكتب الانجلو، 1981.
- 2- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 3- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، "التربية الإعلامية- كيف نتعامل مع الإعلام"، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010.
- 4- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، دار اقرأ الإعلامية، مصر، 2011.
- 5- محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
- 6- مصطفى جاسم محمد وآخرون، دور وسائل الاتصال في التغيير الاجتماعي، كلية الآداب، جامعة القادسية، العراق، 2018.

ثانياً- المجالات العلمية

- 1-الصادق الحمادي، تجديد الإعلام الجديد مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد(5)، نوفمبر 2009.
- 2-بدرالدين بملولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(29)، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2017.
- 3-محمد بنهلال، "الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية : تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية"، مجلة المستقبل العربي، السنة (34)، العدد (396)، 2012.
- 4-نجاه بولسان، وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بالتغيير الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد14، العدد(1)، 2014.
- 5-نصر الدين بوزيان، الإعلام والتغيير القيمي بين الموجود والمنتشود، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس، الجزائر.
- 6-نفين عبد المنعم مسعد، "التحولات الديمقراطية في الوطن العربي"، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، ط1، 1993.
- 7-هبة أحمد الديب، تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي "دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة، مجلة العلوم التربوية والاجتماعية، المجلد السادس(1)، الإمارات العربية المتحدة، يناير 2019.

ثالثاً- المنتديات والمؤتمرات

1- السر علي سعد محمد الحاج، إبداعات شبابية في الإعلام الجديد، بحث مقدم إلى مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر الشباب المسلم والإعلام الجديد، رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، 16-17 سبتمبر، 2015.

2- سعود صالح كاتب، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.

رابعاً- الأطروحات العلمية

1- كوثر علوب محمد، "الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية: دراسة على قيمة التكافل في السودان"، رسالة دكتوراه "غير منشورة"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2017.

خامساً- المواقع الإلكترونية

1- عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، للاطلاع على الرابط التالي: www.dopdfwn.com/cocnoscana/scanonanya/pdf-books-org-DSNp6.pdf. Accessed

2- نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. متاح على الرابط التالي

http://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal11_12.pdf