

دور وسائل الإعلام الجديد في تفعيل الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة
(دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة)

The Role of New Media in Activate the Commuinty Participation in
Fighting Crimes: U.A.E Case Study *

Mr. Ahmed M. Abizaid *

أ. أحمد محمد أبو زيد *

Abstract

New media tools like facebook, twitter, blogs and wiki could contribute in strengthening community participation and citizens' engagement in fighting and preventing crimes. I argue that these new developed electronic and cyber means, with its developed capabilities of mobilization and recruitment and to communicate and coordinate between groups and individuals within national and sub-national communities, can improve the country efforts to prevent and fighting crimes through number of initiatives, proposals and alternative strategies and coordination between the institutions and authorities bodies (police, ministry of Justice, ministry of social affairs and ministry of the interior) would raise the level of defense and the ability to prevent and reduce crimes occurrence, by applied these tools in to real life.

This is a theoretical study, trying to provide a cognitive and conceptual framework of what is community partnership means, what are the new media, and how these tools can help the state to achieve their ends in areas like security, stability, and fighting crimes. On the other hand, how to mix or employ new media tools in strengthening the role of strategic community partnership in fighting crime.

We will try to addresses how U.A.E. government takes the advantage of its high technological capacity and employed it in strengthening the scale of

ملخص تنفيذي

من الممكن أن تساهم وسائل الإعلام الجديد، المتمثلة في أدوات مثل الفيسبوك، تويتر، والويكي وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة المجتمعية للمواطنين خاصة في مجال مكافحة الجريمة. حيث يجادل الباحث بأن هذه الوسائل الالكترونية المستحدثة بما لديها من قدرات تعبئية وقدرة على التواصل والتنسيق بين كافة الجماعات والأفراد داخل المجتمعات المحلية والوطنية يمكن عبر طرح عدد من المبادرات والاقتراحات والاستراتيجيات البديلة، والتنسيق بين الأجهزة الوطنية المختصة بمسألة مثل مكافحة الجريمة في المجتمع (الشرطة، وزارة العدل، وزارة الشؤون الاجتماعية ووزارة الداخلية) من شأنه رفع مستوى الدفاع والوقائية من وقوع الجريمة والقدرة على منعها والحد منها عبر هذه الوسائل وتطبيقاتها في المجتمع.

هذه دراسة نظرية بالأساس تحاول تقديم إطار نظري ومفاهيمي لما هو المقصود بالشراكة المجتمعية، وما هي وسائل الإعلام الجديدة New Media Tools وكيف يمكن لهذه الوسائل مساعدة الدولة على تحقيق مآربها وأهدافها في مجالات مثل الأمن والاستقرار ومكافحة الجريمة. ومن جانب آخر، كيف السبيل للمزج بين توظيف وسائل الإعلام الجديد في تدعيم دور الشراكة المجتمعية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية في مجال مكافحة الجريمة.

(*) Director of Research International Institute for Cultural Diplomacy, IICD. Dubai, U.A.E.

(*) مدير الأبحاث، المعهد الدولي للدبلوماسية الثقافية IICD دبي - الإمارات العربية المتحدة. (البحث الفائز بالمركز الأول في مجال الدراسات الاجتماعية للدورة الثامنة والعشرين بجائزة راشد بن حميد للثقافة والعلوم).

community participation and Emirates citizens' role in fight crime within the Emirati community. Through display and analyze the new media conditions and their situation in the United Arab Emirates, we will be able to put forward alternatives and recommendations that could contribute to strengthening the capacity of national competent institutions in the field of combating crime within the United Arab Emirates, that can make it more stable and secure.

بين الدول والمجتمعات والأفراد عبر امتداد البسيطة كما له من نتائج إيجابية عظيمة، فإن له آثاراً كارثية. لعل من أهمها الجريمة المنظمة العابرة للحدود، الجرائم الالكترونية وتغيير النظم Regime Change عن طريق توظيف وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في تعبئة الجماهير وتهييج الرأي العام (المحلي والعالمية) على بعض الحكومات لصالح بعض جماعات المصالح الطائفية أو العرقية على حساب السكان الأصليين للدول، إلى جانب تراجع شعبية الحكومات وتزايد الشعور بعدم الثقة فيها وفي القائمين على العملية السياسية وهو التهديد القديم (نوعاً) والجديد (كيفاً). والحكومات في ظل الدفاع الكوني عن الحريات وحقوق الإنسان تجد نفسها بين كفي رحي. فهي من جانب تعلم أن بعض الجماعات تقوم باستغلال وسائل التكنولوجيا الحديثة (خاصة الإعلامية منها) في ممارسة أنشطة مخالفة للقانون وتهدد أمنها واستقرارها (وأحياناً كثيرة وجودها وبقائها ذاته).

ومن جانب آخر، فإن تذرع بعض القوى الدولية بحماية حقوق الإنسان والدفاع عن الحريات العامة، تقييد مساعي هذه الدول الساعية إلى حفظ الأمن والاستقرار ومكافحة الجريمة على أراضيها. والحل للخروج من هذه المعضلة - كما نجادل هنا - هو تطويع هذه

ثم يتناول الباحث عبر هذا البحث مسألة كيف يمكن الاستفادة من القدرات العالية لوسائل الاعلام الجديد في دولة الإمارات العربية المتحدة وتوظيفها في تدعيم حجم المشاركة المجتمعية للمواطنين الإماراتيين في مجال مكافحة الجريمة داخل المجتمع الإماراتي. وذلك عبر عرض وتحليل أوضاعها في دولة الإمارات العربية المتحدة، ثم طرح البدائل والتوصيات التي من الممكن أن تساهم في تعزيز قدرة المؤسسات الوطنية المختصة في مجال مكافحة الجريمة داخل مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة، بصورة تجعله أكثر أمناً واستقراراً.

مقدمة

لن تعدم المفاجآت والتحديات التي تجبها العولمة والتطور الذي تشهده وسائل الإعلام والاتصال وتفاجئ بها الدول. لقد كانت أكثر العوامل تأثيراً على الدول طوال التاريخ الإنساني هو التطور العلمي والتكنولوجي الذي ينتجه العقل البشري. وثورة المعلومات والاتصالات التي نعيش أوجها حالياً لن تكن آخر المفاجآت أو العقبات التي تواجهه الدول القومية.

وكما تغلبت الدول على التأثيرات والتغيرات التي أحدثتها التطورات العلمية خلال الثورات الصناعية الثلاثة منذ القرن الثامن عشر، عبر امتصاصها وتوظيف هذه التطورات والتغييرات في تحقيق وتعظيم حجم نفوذها وتحكمها وسيطرتها على مجتمعاتها، فإنها كذلك، بالتدريج، ستمتكن في المستقبل من استيعاب وتدجين هذه الثورة الجديدة، على الرغم من قدرتها الهائلة على إذابة أي أثر للحدود القومية والجغرافية التي أوجدتها الدول القومية منذ ويستاليا.

إن التطور الذي نعيش فيه الآن من تقدم تكنولوجيا رهييب، ووجود شبكات كثيفة ومعقدة من الارتباط والاعتماد المتبادل

الوسائل المستحدثة وتوظيفها بصورة مضادة Counter-uses لتحقيق أهدافها ومصالحها. فالأيدي التي لا تستطيع أن تقطعها.. قبلها، كما يقول المثل العربي الشهير.

والحديث عن الإعلام الأمني وإن بدا موضوعاً محدداً في ظاهره، إلا أنه في الحقيقة متعدد ومتداخل الأبعاد، فهو يعني التعرض لمفهوم الأمن وما شهدته هذا المفهوم من تطور، لعل من أهمها الانتقال من المفهوم التقليدي للأمن والذي يعني أساساً أمن الدولة وحماية حدودها، إلى المفهوم المجتمعي والإنساني له. وأيضاً التعرض لمفهوم الإعلام وما شهدته من تطور نتيجة تطور المجتمع الإنساني، وتطور الأفكار والفلسفات. كما يعني البحث في مفهوم الإعلام الأمني باعتباره مفهوم واسع، وأنه لا مجال للحديث عن الأمن في ظل غياب إعلام موجه. ومن هنا تأتي أهمية الدراسة والبحث في تطور الإعلام الأمني ودوره في مواجهة الجريمة وتحقيق الشعور بالأمن.

وفي ظل الأوضاع الراهنة التي نحيا فيها كبشر ومجتمعات عربية، لن نتعدم المفاجآت والتحديات التي تجلبها العولمة والتطور الذي تشهده وسائل الإعلام والاتصال وتفاجئ بها الدول. لقد كانت أكثر العوامل تأثيراً على الدول طوال التاريخ الإنساني هو التطور العلمي والتكنولوجي الذي ينتجه العقل البشري. وثورة المعلومات والاتصالات التي نعيش أوجها حالياً لن تكن آخر المفاجآت أو العقبات التي تواجهها الدول القومية. وكما تغلبت الدول على التأثيرات والتغيرات التي أحدثتها التطورات العلمية خلال الثورات الصناعية الثلاثة منذ القرن الثامن عشر، عبر امتصاصها وتوظيف هذه التطورات والتغييرات في تحقيق وتعظيم حجم نفوذها وتحكمها وسيطرتها على مجتمعتها، فإنها كذلك - بالتدرج - ستمكن في المستقبل من استيعاب

وتدجين هذه الثورة الصناعية الجديدة، على الرغم من قدرتها الهائلة على إذابة أي أثر للحدود القومية والجغرافية والسيادية التي أوجدتها الدول القومية منذ ويستاليا.

لقد كانت إحدى وسائل الإعلام الجديد السبب في وقوع أزمة سياسية (محدودة) بين دولتي المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والمجتمع الدولي، عندما فرضت قيوداً على استخدام تقنيات الهاتف المحمول البلاكبيري Black Berry نتيجة قيام أحد المواطنين الإماراتيين باستخدام إحدى التقنيات الشبكية التي توفرها هذه الوسيلة في إنشاء صفحة تعارف اجتماعي تدعو إلى محاربة ارتفاع الأسعار ومكافحة الفساد في الدولة. وهو ما رأت فيه الأجهزة المعنية تهديداً لأمن الدولة واستقرارها وتشويهاً لسمعتها الخارجية. وهو ما أثار استهجان المجتمع الدولي (الغربي بالذات) ضد دولة الإمارات العربية، التي ينظر إليها عالمياً كأحد أكثر الدول تقدماً وحادثة. وهو ما وجب علينا إلقاء مزيداً من الضوء على هذه الظواهر.

هذه دراسة نظرية بالأساس، تحاول تقديم إطار نظري ومفاهيمي لما هو المقصود بالإعلام الأمني والشراكة المجتمعية، وما هي وسائل الإعلام الجديدة، وكيف يمكن لهذه الوسائل مساعدة الدولة على تحقيق مآربها وأهدافها في مجالات مثل الأمن والاستقرار ومكافحة الجريمة، ومن جانب آخر، كيف السبيل للمزج بين توظيف وسائل الإعلام الجديد في تدعيم دور الشراكة المجتمعية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية في مجال مكافحة الجريمة.

مشكلة الدراسة

في ظل تواجدها في عالم شبكي Cyber ومتوالم Globalize، فإن المؤسسات الحكومية الرسمية المعنية بالأمن والاستقرار ومكافحة الجريمة تجد صعوبة شديدة في مواكبة

التطورات والتحول التي أحدثتها العولمة وثورة الاتصالات والمعلومات، وهو ما يحد من قدراتها على مواجهة التحديات والتهديدات التي انبثقت من رحم الفضاء الافتراضي (أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت) وتطبيقات التطور الذي شهدته وسائل الإعلام خلال العقد الأخير من القرن العشرين ومطلع القرن الجديد. وهو ما دعا الكثير من حكومات العالم إلى تحديث استراتيجياتها وأساليب عملها وإداراتها للأزمات من أجل مواكبة هذه الثورة التكنولوجية الغير مسبوقه (نوعياً وكيفياً)، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية في الكشف عن الإمكانيات التي تمتلكها وسائل الإعلام الجديد من أجل دعم الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة، انطلاقاً من السمات الخاصة التي تتمتع بها هذه الوسائل، ومن بعض التجارب الواقعية في استخدامها لأغراض الأمن، من أجل إطلاق مبادرة تحفز المواطن على تحمل مسؤوليته إزاء استقرار مجتمعه باستخدام تحظى بالانتشار وتمتلك أدوات تتيح مساحات واسعة من التجديد والابتكار.

تساؤلات الدراسة

حاولت الدراسة تقديم إجابات وافية على بعض التساؤلات التي جالت في أذهان الباحثين القائمين على إعدادها. حيث اشترك الباحثان في تحديد عدد من التساؤلات المحورية في سبيلهم لتحديد الإطار التصوري للبحث. إلا إنه كان هناك ثلاثة أسئلة جوهرية اتفقنا على طرحها، وحاولنا تقديم أجوبة عليها عبر امتداد صفحات الدراسة، كما يلي:

١. ما المقصود بالشراكة المجتمعية؟ وكيف يمكن أن تساهم في خدمة وتحقيق الأهداف العامة التي تسعى إليها مؤسسات الدولة؟

٢. ما هي وسائل الإعلام الجديدة، وما هي التأثيرات والتغييرات التي أحدثتها في

المجتمعات البشرية، وكيف يمكنها أن تقوم بدور مزدوج بالمساهمة في إعاقة الدولة ومؤسساتها عن أداء واجباتها، أو مساعدتها في إنجاز أهدافها وآمالها، أو تسهيلها؟

٢. ما هي الآلية أو التصور المقترح (الاستراتيجية) للمزج بين الشراكة المجتمعية ووسائل الإعلام الجديد وتوظيفهما لتحقيق مساعي المؤسسات الأمنية الرامية إلى مكافحة الجريمة؟

فرضية الدراسة

طرحت الدراسة فرضية رئيسية مؤداها "على الرغم من التجاهل والاستخفاف الذي قد توليه المؤسسات الرسمية لوسائل الإعلام الجديد، فإن هذه الوسائل تمتلك قدرات يمكن استثمارها لتحسين قدرات هذه المؤسسات وتدعيم جهودها الرامية إلى مكافحة الجريمة". وقد أثبت الباحثان صحة هذه الفرضية في الجزء الثالث من الدراسة. حيث أوردنا أمثلة كثيرة تدعم المقولة الرئيسية للبحث التي تجادل بأن: "وسائل الإعلام الجديد دوراً متزايداً في التأثير على مجالات الحياة العامة في أي مجتمع بشري".

الهدف من الدراسة

تسعى الدراسة من خلال دراسة العلاقة بين الأمن والإعلام الجديد (كالانترنت وتطبيقاته) وكيفية استغلالها في الحفاظ على الأمن والاستقرار المحلي والوطني إلى تحقيق الاهداف التالية:

- البحث في مفهومي الأمن، والإعلام، والوصول إلى ضرورة وجود استراتيجية إعلامية خاصة بالمؤسسة الأمنية.
- محاولة تبديد الفهم الخاطئ الخاص بالنقباس العلاقة ما بين الأمن والإعلام.
- العمل على ربط المجتمع بالمؤسسات الأمنية الوطنية من خلال تعميق حجم المشاركة المجتمعية من جانب المواطنين والافراد.

الشراكة المجتمعية Community Participation

أولاً. تعريف الشراكة المجتمعية

مثل أي مفهوم اجتماعي - تتعدد التعريفات التي تقدم لتحديده - فقد وجدنا خلال مسحنا للأدبيات العلمية التي تطرقت لهذه الظاهرة الاجتماعية (الشراكة المجتمعية) عدة تعريفات، منها على سبيل المثال :

■ يقصد بالشراكة المجتمعية بصفة عامة إنها «الإسهامات والمبادرات للأفراد والجماعة سواء مادية أو عينية» كما يمكن تحديدها أيضاً بأنها "مسئولية اجتماعية لتعبئة الموارد البشرية غير المستغلة ووسيلة للفهم والتفاعل المتبادل لجهود وموارد كل أطراف المجتمع والتنسيق بينها من أجل تحقيق الصالح العام في المجالات المختلفة في المجتمع".

■ الشراكة المجتمعية هي تلك "الإسهامات المادية أو المعنوية التي يقدمها المواطنون - سواء كانوا أفراداً أو جماعات تطوعية - بصورة تؤدي لتحقيق تنمية المجتمع وتحقيق أهدافه" (١).

■ هي «مجموع الأعمال التي يقوم بها أعضاء المجتمع بصورة تطوعية واختيارية من أنشطة، بالتعاون والتنسيق مع باقي القوى المجتمعية الغير حكومية، لخدمة مجتمعهم في كافة مجالاته السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لصالح مجتمعهم ولتطويره وتحسين أداء مؤسساته العامة» (٢).

ويمكن تعميق تأثير صور الشراكة المجتمعية في مجال مكافحة الجريمة في أي مجتمع عن طريق قيام المؤسسات الحكومية والرسمية (الشريك الأصلي) بالقيام بوضع معايير نموذجية لكل من الصور السابقة، يؤدي الالتزام بها إلى إنجاح الشراكة المجتمعية في ما تسعى

● من خلال الدراسة الميدانية، نهدف إلى الوقوف على حقيقة دور البرامج الإعلامية الأمنية في زيادة الوعي الأمني لدى المعنيين بالأمن؟

تقسيم الدراسة

تنقسم هذه الدراسة إلى أربعة أجزاء. الجزء الأول يتعامل مع موضوع الشراكة المجتمعية، وما هو المقصود بهذا المفهوم؟ وما هي أجزاءه؟ ومن هم أطرافها؟ وكيف تساهم في خدمة المجتمع ورخائه؟ أما في الجزء الثاني سنتناول فيه العلاقة بين الأمن ووسائل الإعلام الحديثة، أو ما يعرف بمفهوم «الأمن الإعلامي». من حيث ماهيته، وسائله، آلياته ... إلخ. الجزء الثالث تناولنا فيه بالتحليل ظاهرة وسائل الإعلام الجديد، من حيث ماهيتها، طبيعتها، اختلافها وتميزها عن وسائل الإعلام الكلاسيكية مثل الراديو التليفزيون، ومدى انتشارها وتأثيرها الذي تمارسه في المجتمع العالمي والمحلي لكل دولة.

في الجزء الرابع أوردنا نماذج ودراسات حالة لتوضيح مدى الدور والتأثير الذي لعبته وسائل الإعلام الجديد في الكثير من الدول والمجتمعات في مجالات الحراك والتحول الاجتماعي Social Mobilization، مكافحة الفساد، ومكافحة الجريمة، التأثير على صناعات القرار السياسي والمساهمة في تشكيل المشهد العام في الكثير من الدول، وتقييم مدى تأثير هذه الوسائل وتقييم هذا الدور. مع إلقاء الضوء على بعض التجارب العربية والدولية.

في الجزء الأخير حاولنا وضع استراتيجية عامة لتوسيع حجم مساهمة وسائل الإعلام الجديد في توسيع نطاق الشراكة المجتمعية في مجال مكافحة الجريمة، ووضحنا ما هي النتائج المتوقعة جنيها إذا وافقت المؤسسات الأمنية الوطنية في تبني وتنفيذ مثل هذه الاستراتيجية.

إلى تحقيقه، وهو ما اتفق على تعريفه بـ "الشرطة المجتمعية Community Policing" (٣).

هناك صوراً عديدة للشراكة المجتمعية يمكن أن تستوعب جهود ومساهمات الأفراد وجمعيات المجتمع المدني والمنظمات الأهلية، من أجل مساندة وتدعيم الجهود والسياسات والمسااعي التي تحاول بها الحكومات الوطنية تحقيق أعلى معدلات للتنمية والمساهمة في إقامة مجتمع عادل ومستقر، يحارب فيه الفساد والجريمة بكل أشكالها. ولعل من أهم تلك الصور ما يلي:

■ الشراكة المجتمعية للمواطنين من خلال ممارسة حقوقهم السياسية، وحرصهم على المشاركة والإدلاء بأصواتهم في الانتخابات النيابية والمحلية والنقابية، وذلك من أجل تفعيل دورهم في تشكيل المشهد السياسي العام للبلاد، واختبار مدى قدرة ممثليهم النيابيين على صنع القرارات اللازمة لمواجهة مشاكل حياتهم اليومية، وتلبية احتياجاتهم والارتقاء بمستوى أداء الخدمات المقدمة لهم.

■ الشراكة المجتمعية لأفراد المجتمع في مجال مكافحة الفساد والجريمة. حيث يجب أن يتوافر هناك مجالات لتظهير التعاون بين المؤسسات الأمنية والدفاعية الرسمية مع جهود الأفراد والجماعات والمؤسسات الأهلية في مجال مكافحة الجرائم. فمهما كانت قدرات المؤسسات الوطنية قوية، فإنها بدون تعاون المجتمع معها تظل مقيدة ونسبية التأثير. ويمكن للمواطنين المشاركة في مكافحة الجريمة والفساد عن طريق مراقبة الأعمال والطرق وتتب على مدى التزام أطراف المجتمع الأخرى بالقانون وبالنظام العام والتأكيد والحرص على عدم انتهاكهم لهذه الحدود. والقيام بالإبلاغ والتعاون مع المؤسسات الأمنية والرقابية الرسمية في

مواجهة أية صور من صورة الجريمة والفساد - مهما كان حجمه وصوره والقائمين عليه.

■ الشراكة المجتمعية لأفراد المجتمع (من مستهلكي السلع) في مواجهة جشع التجار المستغلين الذين يعتمدون إلى احتكار السلع الضرورية، ورفع أسعارها بنسب متزايدة وغير مبررة وغير شرعية، وذلك من خلال عدم قبولهم شراء تلك السلع مرتفعة الأسعار، والعمل على ترشيد الاستهلاك كوسيلة لضبط الأسعار في الأسواق. والإبلاغ عن التجار الذين يخالفون التسعيرات التي تحددها الحكومة.

■ الشراكة المجتمعية للمواطنين في الحفاظ على البيئة وحمايتها من التلوث، لارتباط البيئة بالصحة العامة للمواطنين، وذلك من خلال الالتزام بالنظافة وعدم إلقاء القمامة في الشوارع والطرق، ومنع حرقها لتجنب تلوث الهواء، وكذا الحرص على عدم تلويث المياه وإهدارها وغيرها من السلوكيات الشائعة السلبية في هذا المجال (٤).

■ الشراكة المجتمعية لكل أفراد المنظمات في المدرسة والمستشفى والمصنع والجمعيات الأهلية والنقابات المهنية والعمالية والمنظمات غير الحكومية، وذلك من خلال حث أعضائها على بذل الجهود المخلصة في عملية التنمية، والمشاركة في تقديم خدمات الرعاية الصحية والتعليمية والمساعدات الاجتماعية على مستوى المجتمع المحلي المحيط بهم.

■ الشراكة المجتمعية لرجال الدين وقادة الفكر والعلماء والكتاب من خلال عرض خلاصة تجاربهم للأجيال الصاعدة من الشباب في وسائل الإعلام المختلفة لغرس القيم التربوية الأصيلة لدى الأبناء، والمساهمة في تنشئة جيل جديد من الشباب يقوم بدور

فعال في بناء الوطن^(٥).

ثانياً : أطراف الشراكة المجتمعية

لا تتوقف الشراكة المجتمعية على الأفراد فقط، لكنها تتضمن كذلك العديد من المؤسسات والجماعات الوطنية وجمعيات العمل الأهلي ومنظمات المجتمع المدني وغيرها من المنظمات الشعبية والمبادرات الفردية الساعية للانغماس في الحياة العامة وتحقيق الصالح العام^(٧٠٦).

١. الآباء وأولياء الأمور: يستمد الآباء وأولياء الأمور أهميتهم ومسئولياتهم في التنشئة الاجتماعية والشراكة المجتمعية من كونهم أكثر أفراد المجتمع تأثراً بالتحولات والتغيرات التي يشهدها المجتمع (بالحسن أو بالسوء) خاصة في مجال الجريمة والتعليم. حيث يحرص هؤلاء على الانغماس قدر الإمكان في أية جهود حكومية ومجتمعية تعمل على مكافحة الجريمة وتطوير التعليم وتحسين مستوى المعيشة، سواء من خلال عضويتهم في مجلس الأمناء والآباء أو المعلمين. التي تقوم بمهمة طرح البدائل والخيارات الداعية لإصلاح الأوضاع الاجتماعية وتحقيق الصالح العام - خاصة في مجالات التعليم ومكافحة الجريمة.

٢. المجالس الشعبية المحلية: المجالس الشعبية المحلية بالمحافظات والمدن والأحياء والقرى هي أجهزة شعبية منتخبة من قبل المواطنين، بغرض المشاركة في الحياة العامة والعمل على تحقيق وتلبية مطالب واحتياجات المجتمع المحلي الذي تتواجد في حدوده. ومساعدة باقي مؤسسات الدولة في إنجاز وتحقيق استراتيجياتها وأهدافها التي رسمتها الدولة.

٣. مؤسسات المجتمع المدني: يكتسب المجتمع المدني قوته من أنه يضم مجموعة مؤسسات

تستطيع أن تخلق مناخاً للتعاون والمشاركة بفاعلية مع المتغيرات الجارية في السياق المحلي المجتمعي. ويشمل هذا القطاع على مجموعة متنوعة من المؤسسات والتنظيمات الشرعية كالتنقابات العمالية والمهنية وجمعيات رجال الأعمال والفرف التجارية والصناعية ومنظمات حقوق الإنسان والجمعيات الأهلية وكذلك الأحزاب السياسية.

٤. الجمعيات الأهلية: حيث يعتمد النشاط الأهلي على الجهود التطوعية للأفراد والجماعات، التي تعمل على مواجهة التحديات والمخاطر التي تواجه الجماهير، ومحاولة تلبية وتوفير حاجات الجماهير وحل مشاكلهم بالطرق الذاتية، دون انتظار تدخل الدولة.

٥. الأحزاب السياسية: يعرف الحزب السياسي بأنه «تجمع سياسي معين يضم بعض الأفراد الذين ينتمون لفكرة/عقيدة/أيديولوجية/ مصلحة مشتركة تهدف للوصول للحكم أو المشاركة في عملية إدارة شؤون الدولة عن طريق الانتخابات. ويعتبر ذلك هو الهدف الرئيسي للأحزاب، ولكن تلعب الأحزاب السياسية دوراً عظيماً في تدعيم وتوسيع حجم الشراكة المجتمعية وذلك عن طريق السعي نحو ضمان الحريات العامة، توسيع قاعدة المشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام، التنشئة السياسية، ضمان الرقابة الشعبية على أعمال المؤسسات الحكومية.. إلخ.

٦. النقابات المهنية: تعتبر النقابات المهنية إحدى القنوات الوسيطة بين الحكومات والشعوب. وهي منظمات شرعية تهدف إلى حماية ورعاية مصالح أصحاب المهن وتدعيم مكانتهم وحجم أسهامهم وانغماسهم في الحياة العامة والشراكة المجتمعية بما

قد يسهم رفع الكفاءات المهنية للأعضاء، والعمل على تلبية احتياجات المجتمع المساهمة في حل مشكلاته.

٧. جمعيات رجال الأعمال: يستمد رجال الأعمال قوتهم من خلال امتلاكهم القوة الاقتصادية للمال وقدرتهم على تقديم التبرعات المالية والعينية لطلاب محدودي الدخل والمساهمة في تنفيذ بعض الأنشطة التي تقوم بها بعض التجمعات والمساهمات الفردية والمجتمعية ذات النفع العام والداعية لتحقيق الصالح العام والدفاع عن القيم المجتمعية.

ثالثاً: صور الشراكة المجتمعية

يمكن تحديد صور الشراكة المجتمعية داخل أية دولة في الشراكة مع الأسر وأولياء الأمور، وخدمة المجتمع وتعبئة موارد المجتمع المحلي، والعمل التطوعي، وأخيراً العلاقات العامة والاتصال بالمجتمع^(٨).

١. الشراكة مع الأسر وأولياء الأمور

إذا أرادت المؤسسات الوطنية - الحكومية تعزيز الدور الذي تمارسه الأسر (نواة المجتمع) في حماية الدولة ومجتمعها فيتوجب عليها القيام ببعض الخطوات مثل^(٩):

- إشراك الأسر وأولياء الأمور (كمواطنين) في عملية صنع القرار العام، وتوسيع نطاق إسهامهم بشكل فعال في رسم وتشكيل الرؤية المستقبلية لدولتهم ودورهم في تنفيذ برامجها المختلفة، خاصة تلك المرتبطة بالشباب والأطفال مثل مكافحة الجريمة والعنف الأسري وتعاطي المخدرات.
- تيسير سبل اتصال الأسر وأولياء الأمور وأفراد المجتمع بصناع القرار والمسؤولين.
- الإعلام الكافي للأسر وأولياء الأمور بالعمليات والاستراتيجيات الأمنية التي تسعى المؤسسات الوطنية لتحقيقها.
- السماح للأسر وأولياء الأمور بالتعبير

عن آرائهم في الأداء الحكومي والخدمات المقدمة لهم.

٢. خدمة المجتمع

من واجب المواطنين المساهمة في خدمة مجتمعهم - جنباً إلى جنب مع المؤسسات الرسمية - ذلك إن هم أرادوا تحسين مستوى معيشتهم ورفاهيتهم وإشباع احتياجاتهم وتوفير متطلباتهم. ويتوجب على المؤسسات الحكومية الرسمية العمل على تذليل الصعاب والمعوقات التي تعطل انغماس المواطنين ومشاركتهم في الخدمة المجتمعية، ويمكن بداية القيام ببعض الخطوات التالية^(١٠):

- القيام بدراسة احتياجات المجتمع من قبل المؤسسات الرسمية المعنية ووضع خطط الشراكة المجتمعية.
- استخدام إمكانيات وموارد المؤسسات الحكومية في تقديم خدمات وأنشطة اجتماعية تشجع المواطنين على الانغماس في الشأن العام.
- مشاركة المؤسسات الحكومية في تنفيذ بعض البرامج والمشروعات ذات غرض النفع العام في المجتمع.

٣. تعبئة موارد المجتمع

إحدى الوظائف الرئيسية للدولة كما هو معلوم في علم السياسة ونظم الحكم هو قيامها - بل واحتكارها - بتعبئة وتجميع موارد الدولة وتسخيرها لصالح تحقيق الأهداف والمصالح الوطنية التي تبلورها السياسات العامة التي يصوغها صناع القرار في الدولة. حيث يتوقف مدى نجاح الدولة واستقرارها وتقدمها ونموها الاقتصادي وتطورها الاجتماعي على مدى نجاحها في استغلال وتعبئة مواردها القومية (وعلى رأسها مواردها البشرية) في تحقيق أهدافها القومية^(١١). ومن الممكن للمواطنين تحسين وتدعيم درجة أداء الدولة عن طريق

قيامهم بتعبئة مواردهم الخاصة (الغير حكومية) وتسخيرها في المساهمة في تحقيق المصالح الوطنية والنفع العام. ويمكن تدعيم الشراكة المجتمعية في الكثير من المجالات العامة عن طريق التظافر والتلاحم بين الموارد الحكومية الرسمية والموارد الشعبية الغير رسمية) وذلك عن طريق اقتراح التالي:

- استخدام المؤسسات الحكومية للموارد المتاحة في المجتمع لتنفيذ برامجها الاجتماعية.
- تقديم المجتمع المحلي والشركات ورجال الأعمال الدعم المادي للمؤسسات الرسمية لتدعيمها وتقوية قدرتها على إنجاز مساعيها وبرامجها المستقبلية.

٤. العمل التطوعي

العمل التطوعي دليل على الشعور العام بالمسئولية من جانب المواطنين. فعندما يقوم المواطن بأداء خدمة مجتمعية دون أجر أو أجبارة أو قسر من جانب أحد المؤسسات الرسمية فإن ذلك يعتبر بمثابة تقاسم المواطنين وتحملهم لمسئولياتهم تجاه مجتمعهم وحرصهم على الصالح العام. وتخفيفاً للعبء الذي يقع على كاهل الحكومات الوطنية، التي يمنعها تنوع وتعدد وتشابك المهام والوظائف المنوط بها تنفيذها، وزيادة الأعباء التي تتكبدتها وتحملها نتيجة الارتفاع المطرد في عدد السكان - الذي يتزامن من قلة الموارد والإمكانيات المتاحة للدولة لتلبية الاحتياجات الأساسية للمواطنين.

ويتوقف مستوى العمل التطوعي، الذي هو أحد أهم صور الشراكة المجتمعية، في أية دولة على مدى الإحساس الشعبي من قبل المواطنين بقيام الحكومات الوطنية وجديتها وحرصها على تحقيق الصالح العام وتحسين مستوى المعيشة والاهتمام بحقوق الإنسان. بمعنى، إنه كلما شعر

المواطن بحرص الحكومة الوطنية على تحسين ظروفه المعيشية والحياتية، و عملها واجتهادها في بناء الدولة وتحسين أحوالهم كلما كان ذلك عاملاً مساعداً على تشجيعهم وتحفيزهم على الانخراط في العمل العام والتطوع. ومن الممكن أن تساهم المؤسسات الحكومية الرسمية - إلى جنب قيامها بمهامها ووظائفها على أحسن حال - في زيادة معدلات هذا الانغماس عن طريق اتباع بعض الاستراتيجيات التالية:

- تنفيذ برامج واستراتيجيات تروج وتحفز على الانغماس في العمل التطوعي.
- إيجاد برامج لتأهيل المتطوعين للمشاركة في المشروعات الرسمية التي تتبناها المؤسسات الرسمية.
- توافر آليات لتنظيم تطوع الشباب وغيرهم من المواطنين لدعم الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسات الرسمية.

٥. العلاقات العامة والاتصال بالمجتمع

العلاقات بين الدولة والمجتمع - State Society Relations ليست أحادية الاتجاه، ولكنها علاقة تغذية عكسية Feedback. أي أن القرارات والسياسات التي تتخذها الحكومات وتريد تطبيقها وتنفيذها على المواطنين الذين يخضعون لقانونها ولسيادتها يتم استيعابها وتحقيقها وتقييمها ونقدتها من جانب المواطنين، الذين يحددون مدى ملائمة وجاهزية هذه السياسات وإسهامها في تحقيق وتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم، وذلك عن طريق مخاطبة صناع القرار (الممثلين النيابيين) المساهمة في دعم أو تغيير صناع القرار (الانتخابات العامة) حسب نجاح أو فشل هذه السياسات والقرارات (مدخلات) في تحقيق متطلبات العامة (مخرجات) (١٢).

والدولة إن هي قطعت قنوات الاتصال بينها وبين مجتمعها فإنها ستواجه وضع غريب من

الانعزالية عن الحياة العامة ومجريات الأمور في المجتمع بصورة تجعلها غير قادرة على تحديد المتطلبات والاحتياجات التي يريدها المجتمع والمواطنون، وعلى أساسها يتم وضع التصورات السياسية والاستراتيجية التي تقوم عليها السياسات الحكومية. ومن جانب آخر، فإن المواطن إن شعر بأن الحكومات تتجاهله ولا تبالى بمطالبه واحتياجاته فإن ذلك سيكون سبباً لبزوغ أزمات سياسية واجتماعية عديدة مثل الاغتراب السياسي، أزمة المشاركة السياسية.. وغيرها. وعليه، فيجب أن تكون قنوات الاتصال بين الطرفين (الشعب والحكومة) مفتوحة ونقية. ويقع عبء تحقيق ذلك بالأساس على كاهل الحكومات، باعتبارها الممثل الشرعي الوحيد الذي يحتكر ممارسة القوة السياسية داخل حدود الدولة. ويمكن للحكومة القيام بذلك عن طريق:

- تبني المؤسسات الرسمية استراتيجيات وإجراءات تشجع التواصل بين جميع العاملين فيها وتضمن استمراره.
- قيام المؤسسات الرسمية بتدعيم الاتصال بشكل دوري مع باقي المؤسسات الاجتماعية والقطاعات الشعبية الموجودة في المجتمع.
- تبني المؤسسات الرسمية استراتيجيات وسياسات تصوغ إجراءات تشجع وتضمن التواصل مع وسائل الإعلام بما يحقق الشفافية في أداؤها، ويعزز ثقة المواطنين فيها وفي أداؤها.

الخلاصة.. أنه على الرغم من الجهود الكبيرة التي بذلتها الحكومات الوطنية خلال السنوات الماضية من أجل إحداث النمو الاقتصادي والاجتماعي ومكافحة الجرائم والفساد في جميع المجالات، إلا أن الدارس والمتتبع لجهود التنمية في كثير من بلدان العالم يتأكد له أن الحكومات

في أي دولة من تلك الدول لم تستطع أن تتحمل وحدها أعباء التنمية الشاملة. بل وجب عليها أن تشرك المجتمع المدني والمواطنين في تحمل الأعباء Burdens-sharing في عملية التنمية ومكافحة الفساد والجريمة.

هناك بلا شك علاقة قوية بين الانتماء للوطن والشراكة المجتمعية الفعالة من قبل جميع أفراد المجتمع. وذلك لأن حب الانتماء للوطن هو أن يشعر كل مواطن أنه جزء لا يتجزأ من كيان وطنه، وأهدافه وآماله، وهو ما يحفزه ويشجعه ويحرضه على القيام بدور فعال في بناء وطنه وحمايته، كمسئولية وواجب عليه تجاه وطنه.

تلك هي بعض صور الشراكة المجتمعية - وغيرها كثير - والتي تؤكد أن دعمها أصبح ضرورة مهمة وملحة تقتضيها مصلحة الوطن، فهي تعبير صادق عن حب الانتماء للوطن، حيث يرتبط الفرد بالوطن من خلال أهداف محددة، وآمال مشتركة، وبرامج طموح يلعب فيها العمل الجماعي والتطوعي دوراً مهماً في الشراكة المجتمعية الفعالة لإحداث التنمية الشاملة ويساهم في تقوية مناعة وحصانة مجتمعه في مواجهة العواصف العاتية التي تفرضها عليه وجودها في عالم متعولم ومرتبطة أطرافها بصورة لم تسبق لها مثيل في التاريخ البشري من قبل.

الإعلام الجديد.. الوسائل والتأثير

المقصود بوسائل الإعلام الجديد New Media ببساطة وسائل الإعلام الرقمية Digital الشبكية Networkable (من شبكة الاتصال) وتفاعلية، وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام الكلاسيكية (الورقية).

أولاً: مفهوم الإعلام الجديد

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين

ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمكتوبة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتمكين المستهلك والأهم من أجهزة الإنترنت. وهي تطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجالات الاتصالات والإعلام منذ ثمانينات القرن العشرين (شبكة المعلومات العالمية العنقودية-الإنترنت). حيث ساهمت الثورة التي شهدها العالم في وسائل المواصلات والاتصالات في التغلب على عقبة الحيز الجغرافي والحدود السياسية بين الدول والمجتمعات الذي كان بمثابة المعوق الرئيس للوصول إلى المعلومات في نشرها وتداولها، وهو ما ساعد على إحداث تغيير بنيوي في نوعية (في الكم والكيف) ووسائل الإعلام والاتصال العالمي. وبالتالي في نوعية تأثيرها وتفاعلها مع المجتمعات التي تتواجد بها. فبفضل هذه التقنيات التي استحدثتها وسائل الإعلام الجديد يمكن لأي فرد يمتلك جهاز كمبيوتر أو لديه فرصة للوصول والولوج إلى شبكة المعلومات (الإنترنت) الحصول على الخدمات التي توفرها هذه الوسائل في أي وقت وفي أي مكان، بل وتشكيل البيئة المحيطة به ونشر أفكاره ومعتقداته عبر امتداد البسيطة. وكذلك فإن سمة التفاعلية (إدراج تعليقات المستخدمين على محتوى المادة المنشورة) تساهم في إثراء المشاركة وتوسيع نطاقها وجذب انتباه المجتمع حول محتواها^(١٣).

قدم عدد من العلماء العديد من التعريفات لما هو المقصود بوسائل الإعلام الجديد. فقد أدرج عالمي المعلومات والاتصالات وريبر فروين ومونتفورت (Wardrip-Fruin and Montfort) في بحثهما عن الميديا الجديدة، ما يقارب من ثمانية تعريفات لهذه الظاهرة المستحدثة، منها على سبيل المثال^(١٤):

وسائل الإعلام الجديد ليست إحدى صور الثقافة الشبكية — Cyber culture التي تعني دراسة الظواهر الاجتماعية المختلفة المرتبطة بشبكة الانترنت وشبكة الاتصالات (مثل المدونات والألعاب الشبكية) فوسائل الإعلام الجديد تهتم أكثر بالظواهر والنماذج الثقافية والمعرفية (التلفزيونات الرقمية والهواتف الذكية iPhone).

■ وسائل الإعلام الجديد باعتبارها تكنولوجيا تستخدم كمنصة لتوزيع المعلومات - فوسائل الإعلام الجديدة هي القطع الثقافية التي تستخدم التكنولوجيا الرقمية للتوزيع والعرض على سبيل المثال لا الحصر، فإن شبكة الإنترنت، المواقع الإلكترونية، الوسائط المتعددة وغيرها مما يطلق عليها الآن وسائل إعلام "جديدة" لن تظل كذلك في المستقبل. حيث سيعاد النظر إليها وتطورها كل عدة سنوات، إذ سيتم توزيع معظم أشكال الثقافة من خلال أجهزة الكمبيوتر.

■ وسائل الإعلام الجديد كبيانات رقمية يتم السيطرة عليها من قبل برمجيات معينة. حيث تقوم لغة وسائل الإعلام الجديد على افتراض مؤداه أن "جميع المواضيع الثقافية التي تعتمد على التمثيل الرقمي، يتم تسليمها وتوزيعها على الحاسوبات لا تشترك في العديد من الصفات المشتركة، يمكن التلاعب بهذه البيانات الرقمية من قبل برمجيات مثل أي بيانات أخرى. بل والقيام بإنتاج عدد نسخ من نفس المواضيع.

■ وسائل الإعلام الجديد كمزيج بين الثقافة الكلاسيكية واتفاقيات البرمجيات القائمة. فهذه الوسائل يمكنها اليوم كمزيج بين الاتفاقيات الثقافية القديمة. على سبيل المثال في مجال السينما، فيمكن استخدام

البرمجيات في بعض مناطق الإنتاج، وفي حالات أخرى يتم إنشاؤها باستخدام الرسوم المتحركة الكمبيوتر.

وسائل الإعلام الجديد باعتبارها تطبيقات سريعة من الخوارزميات التي كان يتم تنفيذها في السابق يدوياً أو من خلال تقنيات أخرى - فالحاسبات الآلية الحالية تعتبر وسيلة ضخمة وهائلة السرعة مما كانت عليه التقنيات اليدوية سابقاً. على سبيل المثال الآلات الحاسبة، التي تقوم بإجراء العمليات الحسابية بوتيرة مسرعة بشكل كبير لم يكن من الممكن القيام بها في السابق. مثل هذه التطبيقات تجعل من الممكن أيضاً للعديد من الأشكال الجديدة من الفنون ووسائل الإعلام (مثل الوسائط المتعددة التفاعلية وألعاب الكمبيوتر) تقوم بمهام لم يكن لها أن تقوم بها في الماضي. ولكن ذلك لا يجب أن يُسببنا سماتها الجوهرية الأخرى، كونها أداة يتم التحكم بها شبكياً Cybernetic Control.

هذه الوسائل الجديدة ليست برامج تلفزيونية، أفلام روائية، ومجلات، كتب، أو المنشورات الورقية أو غيرها من الوسائل الإعلامية التقليدية، وإنما هي وسائل مثل شبكة الإنترنت، المواقع الإلكترونية، والوسائط المتعددة الكمبيوتر، وألعاب الكمبيوتر والأقراص المدمجة، وأقراص الفيديو الرقمية، البريد الإلكتروني E. Mail، المدونات Blogs، التجمعات الافتراضية Virtual Meeting، المنتديات الإلكترونية Forums وغيرها من الوسائل التي تحتوي على التكنولوجيات التي تمكن من التفاعل الرقمي -- مثل الرسومات البيانية الموجودة على شبكة الإنترنت وتحتوي على وصلات للوصول إلى مصدرها أو تحميلها والاحتفاظ بها على الكمبيوتر الشخصي للمستخدم^(١٥). حيث ساهمت الثورة الصناعية الرابعة التي شهدتها وسائل المواصلات والاتصالات في

إيجاد مجموعة من الأدوات والوسائل التي من خلالها تستطيع العامة المشاركة المجتمعية في المجال العام وممارسة مهام مثل دعم وتعزيز الممارسة الديمقراطية وقيم الحرية والتعددية داخل المجتمع^(١٦).

وما يميز وسائل الإعلام الجديد عن وسائل الإعلام التقليدية ليست رقمية المحتوى بقدر الطبيعة الديناميكية للمحتوى (أي علاقتها التفاعلية مع المستهلك). ويعتبر موقع الفيس بوك هو أحد أشهر وسائل الإعلام الجديد، حيث ضم مشاركين ومساهمين في أقل من ستة أعوام، عندما دشّن مارك زوكربيرج الطالب ذو العشرين ربيعاً في جامعة هارفارد المرموقة في عام ٢٠٠٤، ما يزيد عن ٢٥٠ مليون مشترك (أي حوالي ١ من كل ٢٠ إنسان على مستوى الأرض يمتلك حساباً على الفيس بوك). وهناك أيضاً الموسوعة الإلكترونية الحرة (ويكيبيديا) التي تعتبر واحدة من أفضل الأمثلة على ظاهرة وسائل الإعلام الجديد، والتي تبث خدماتها بما يقرب من ستون لغة مختلفة. هذه الموسوعة الحرة تجمع بين نص الإنترنت الرقمي والتفاعلية في ذات الوقت. حيث يمكن للمستخدم أو المتصفح لها الوصول إليها وإلى الصور والفيديوهات وملفات التحميل مع وصلات على شبكة الإنترنت. فهذه الموسوعة مبنية بالأساس على المشاركة الخلافة للمساهمين، وهي في ذات الوقت تسمح بالتفاعل بين المساهمين (المنتجين) والمتصفحين (المستهلكين) عن طريق التغذية العكسية التفاعلية (المرتدة) من المستخدمين وتشكيل مجتمع مشارك من رؤساء تحرير والجهات المانحة والمتصفحين.

منذ أواخر تسعينات القرن العشرين وما بعدها لن تصبح وسائل الإعلام مجرد أداة لجمع وتخزين واسترجاع المعلومات أو أداة للمشاركة الجماهيرية (الراديو، التلفزيون، الصحف)

بقدر ما ستصبح وسائل جماهيرية واسعة التأثير ذات سمة تفاعلية. بمعنى، أن وسائل الإعلام الجديد هي تلك التقنيات الاتصالية والإعلامية التي تضمن اندماجاً فعالاً بين ثلاثة أنواع من التكنولوجيا. تكنولوجيا تحويل المعلومات Information Transformation التي توفر أدوات لجمع وتخزين واسترجاع كميات ضخمة من المعلومات، وتكنولوجيا المشاركة الجماهيرية Mass Participation التي سادت في وسائل الإعلام التقليدية، حيث يتم نقل المعلومات من مصدر مركزي واحد إلى مئات أو ملايين الأشخاص، والتكنولوجيا التفاعلية Interactivity التي تسمح بتدفق الاتصال الأفقي بين الأفراد والجماعات.

ثانياً : وسائل الإعلام الجديد

١. مواقع الإنترنت: عبارة عن صفحات الكترونية موجودة على خادم الكتروني يقوم بيث معلومات وخدمات عامة للمتصفحين لشبكة الإنترنت على مستوى العالم. حيث تدشن الأحزاب السياسية والمنظمات مواقع خاصة بها تعبر فيها عن اتجاهاتها وآرائها، هذا إلى جانب مواقع السياسيين والشخصيات العامة أو جماعات الاحتجاج الاجتماعي والسياسي.

٢. البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية: عنوان إلكتروني للأفراد يقومون خلاله بالتسجيل في إحدى المواقع التي تقدم مثل هذه الخدمات، وهي خدمة يتم من خلالها استقبال وإرسال رسائل شخصية ورسمية والدعاوي والإعلانات والأخبار والمعلومات وغيرها من صور البريد. حيث تستخدم هذه الوسيلة في نقل الأفكار والآراء بين الأشخاص والتواصل السياسي بين المرشحين والناخبين، أو بين القادة السياسيين والجماهير. حيث يتم إنشاء مواقع خاصة برؤساء الدول والزعماء وبها خدمة البريد

الإلكتروني الخاص بهم أو برؤساء الأحزاب السياسية أو بغيرهم من قادة الرأي العام.

٣. المدونات: يعرف قاموس أكسفورد المدونة علي أنها "موقع إلكتروني يتم تحديثه باستمرار، ويشتمل على ملاحظات شخصية ومقتطفات من مصادر أخرى، وعادة ما تدار بواسطة شخص واحد، وتتضمن روابط لغيرها من المواقع، فهي بمثابة صحيفة أو مذكرة إلكترونية، والتي تتيح لصاحبها نشر مقالات وصور يعبر فيها عن رؤاه الخاصة إلى جانب تلقي تعليقات الناس عليها". وتعرفها الموسوعة الإلكترونية ويكيبيديا (Wikipedia) على إنها "موقع على الإنترنت يديره شخص ويقوم من خلاله بإدراج التعقيبات وتقارير عن الأحداث متسلسلة زمنياً إلى جانب إمكانية إدراج صور أو مقاطع فيديو، ويستطيع مستخدمو الإنترنت الإطلاع على هذه الصفحة والتعليق عليها"^(١٧).

وتعد المدونات إحدى أدوات وسائل الإعلام الجديد التي اكتسبت أهمية متزايدة في تشكيل مجتمع معلومات قائم على الديمقراطية، إذ أصبحت أشبه بصفحة رأي متجددة يتكلم الناس من خلالها بحرية ويتناولون موضوعات مهمة، ما يكسر الحاجز النفسي وحاجز الخوف لدى المواطنين من التعبير عن الرأي لاسيما مع إمكانية التخفي عبر الانترنت بالكتابة تحت اسم مستعار، كما أنها تدعم لامركزية العمل السياسي، ومفاهيم العالمية والتواصل والتفاعل الإنساني دون اكتراث بجواجز الزمن أو حدود المكان^(١٨). وهو ما يساعد الأفراد على مناقشة الأوضاع السيئة وتتبع حالات الفساد وعدم الانضباط وغيرها من السلوكيات محل الاختلاف في المجتمع، وإلقاء الضوء عليها في محاولة لجذب انتباه المجتمع وصناع القرار لها ومحاولة الوصول لحلول لها. خاصة إذا

علمنا حجم الإقبال والتزايد الكبير في أعداد المدونات ومريديها ومتابعيها في أغلب الدول. ومثلما كان الإنترنت وسيلة أتاحت للمنظمات والهيئات غير الإعلامية ممارسة النشاط الصحفي، فقد فعل الشيء نفسه بالنسبة للأفراد والهواة من خلال المدونات، وأصبح بمقدور أي شخص سواء كان صحفياً أم لا، أن ينشئ موقعاً صحفياً ويبث خلاله التقارير والأخبار والمعلومات والمقابلات الصحفية ويث لقطات بالصوت والصورة من مواقع الأحداث، والأمر نفسه بالنسبة لأي مجموعة من مستخدمي الشبكة الذين يتشاركون في نفس الاهتمامات والأهداف والتخصصات^(١٩).

٤. التجمعات الافتراضية: عبارة عن مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت تمثل نقطة التقاء لمجموعة من الأشخاص يجمعهم اهتمام مشترك إزاء قضية ما، يتواصلون معاً من خلالها باستخدام نظم القوائم البريدية أو التراسل الفوري والمحادثة والحوارات المطولة. فالواقع الافتراضي Virtual Reality هو الانغماس في بيئة أوجدتها أدوات الحاسب الإلكتروني الجرافيكية والفيديو الرقمي التي تتيح للمستخدم قدراً من التفاعلية مع المستخدمين الآخرين^(٢٠).

٥. المنتديات: عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الإنترنت تكون إما مختصة بتناول موضوع معين أو عدة موضوعات عامة (كالفن والسياسة أو الأدب والتاريخ وغيرها) لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل نفسه في المنتدى بعد أن يستوفي شروط التسجيل، وعرضها على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، ثم إتاحة الفرصة لكل المشتركين الآخرين لقراءة المساهمة فوراً والرد عليها في اللحظة ذاتها، سواء بالاتفاق أو الاختلاف أو

بالدفاع أو الهجوم.

٦. التصويت التليفوني Phone Voting: عبارة عن برامج لقياس الرأي العام عن طريق اتصال الأفراد ومشاركتهم في أحد البرامج التليفزيونية أو في إجراء استطلاعات الرأي عبر الهاتف.

٧. استطلاعات الرأي الإلكترونية E. Poll: عبارة عن برنامج يتم تحميله Uploaded على إحدى صفحات الموقع الإلكتروني الغرض منه إما لاستطلاع رأي زوار الموقع تجاه موقف معين أو قضية ما، متمثلاً في سؤال واحد وسريع أو استمارة استبيان كاملة.

٨. التصويت الإلكتروني E. Voting: استخدام الإنترنت والهاتف المحمول والثابت في عملية التصويت في الانتخابات إلى جانب إعداد الجداول الانتخابية وقواعد بيانات الناخبين وتتقيتها وفرزها وإعلان النتائج بصورة إلكترونية كاملة. وهذا النوع مازال محدود الاستخدام في بلدان مثل الولايات المتحدة وكندا وبريطانيا وبعض الدول الإسكندنافية.

٩. مواقع التوقعات الإلكترونية: تتيح هذه المواقع فرصة التسجيل والتوقيع لعدد كبير من الأفراد الذين يطالبون بتغيير سياسة معينة حيث تستند إلى كم التوقعات التي يتم جمعها والتي تعد نوعاً من المعارضة السلمية. وهي إحدى أهم آليات الضغط السياسي التي تستخدمها جماعات الضغط (اللوبي) الأمريكية على أعضاء الكونجرس الأمريكي.

١٠. خدمة الرسائل القصيرة Short Messages Services (SMS) والهاتف المحمول: حيث يتم استخدام تطبيقات الهاتف المحمول (خدمة الرسائل القصيرة) في أغراض إخبارية وإعلامية، والأهم في أغراض التعبئة السياسية والاطلاع على أخبار

الانتخابات، وخاصة مع اندماج خدمات الإنترنت والتحويلات المالية والخدمات التليفزيونية والإذاعية كإحدى تطبيقات الهاتف المحمول..

ثالثاً: الإعلام الجديد والمجتمع.. بين المشاركة والاعتراب

لعل من أهم التحولات التي أوجدتها وسائل الإعلام الجديد New Media عبر امتداد البسيطة هي إقامتها لمجتمع غني بالمعلومات، يستطيع فيه المواطنون الوصول بسهولة إلى تشكيلة واسعة من المواد عبر مصادر متنوعة، وتدعيم قدرتهم على مناقشة مختلف القضايا والتعبير عن رأيهم بيسر وبحرية من خلال وسائل اتصال تفاعلية، وهو ما ساهم بالتأكيد في زيادة مستويات وحدود المشاركة السياسية وتفعيل النقاش العام والمحاسبة^(٢١). على الرغم من كونها عبارة تأملات ذاتية تتسم بالركاكة الأسلوبية والفقر المضموني – كما يجادل السيد ياسين^(٢٢). أو لمحدودية تأثيرها على المجال العام والحياة العامة لصغر حجم الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت أو يمتلكون جهاز كمبيوتر في الوطن العربي^(٢٣). أو حتى تقييد طبيعة المجتمع لدور هذه الوسائل، حيث تساهم خصائص المجتمع في إعادة تشكيل التكنولوجيا بل قد تحولها لأداة قمع، من منطلق أن الإنترنت وحده لن يحقق أي تغيير حال سيطرة القهر السياسي والتخلف الاجتماعي والجمود الثقافي والفقر الاقتصادي. وهو ما يجعل الإنترنت مجرد أداة، يعتمد تأثيرها على طبيعة وخصائص المجتمع في كيفية نشرها وتوظيفها^(٢٤). وإن كان كل ذلك لا يقلل من أهميته في تحسس وقياس الانطباعات والاتجاهات العامة إزاء السياسات الحكومية والقضايا اليومية. لقد اكتسبت وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها الإنترنت أهمية متزايدة في العصر الحديث، وموقع مثل

جوجل أصبح بمثابة كنيسة للأفراد وللمؤسسات – The Church of Google كما يذهب نيكولاس كار^(٢٥).

بيد أن هذه الوسائل وكما كانت وسيلة لتفعيل المشاركة، إلا أن مخاوف أخرى ظهرت بشأن دفعها الأفراد للعرزوف عن الواقع الفعلي والانخراط في واقع افتراضي يرويه أكثر إثارة وأقل تكلفة وخطورة، مما قد يدفع بهم إلى حالة من الاغتراب السياسي الذي يعرفه Samuel Long على أنه ”شعور الفرد بعدم الرضا أو عدم الارتياح للقيادة السياسية والرغبة في الابتعاد عنها وعن التوجهات السياسية الحكومية وعن النظام السياسي كله”. وهو الشعور الذي ينعكس في التذمر إزاء القرارات الصادرة عن هذا النظام، وعدم الثقة في القائمين والعاملين في العملية السياسية^(٢٦). حيث جادل الدكتور عبدالهادي الجوهري بأن الاغتراب هو شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يشعران به ولا تهتم بأمره، وبأنه لا قيمة له في هذا المجتمع، بما يؤدي إلى تقليل الفرد من أهدافه وفقدانه الحماس والدافع للمشاركة الفعالة في المجال العام والحياة السياسية^(٢٧). مثل هذا الشعور يؤدي لزيادة الشعور بالتناقض القائم بين الذات ومؤسسات النظام السياسي من جانب، وبين الأفراد والقائمين بعملية صنع القرار، بل وبالعملية السياسية بمجملها^(٢٨).

رابعاً: وسائل الإعلام الجديد كأداة للتغيير الاجتماعي

منذ منتصف التسعينات وبعد الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الجديد (خاصة في العالم الغربي) بدأ استخدام وسائل الإعلام الجديد على نطاق واسع من الحركات الاجتماعية لأغراض مثل التوعية وتوسيع نطاق الشراكة المجتمعية من جانب المواطنين، وتنظيم وتبادل المنتجات الثقافية والتواصل

الاجتماعي والتعبئة السياسية. وكان أكثر الأمثلة وضوحاً على استغلال وسائل الإعلام الجديد كأداة للتغيير الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية في دولاً لائتينية مثل المكسيك والأرجنتين. ففي المكسيك كان لوسائل الإعلام الاجتماعية تاريخ ثري في التعبئة العامة والشراكة المجتمعية. فجماعة مثل جيش زاباتا للتحرير الوطني في ولاية تشياباس، الحركة الاجتماعية الرئيسية في المكسيك وسعت نطاق الاعتراف بها على نطاق واسع بفضل توظيفها واستخدامها وسائل الإعلام الجديد بشكل فعال^(٢٩). وهناك مثال آخر أكثر وضوحاً لتبيان مدى تأثير وسائل الإعلام الجديد على الحياة السياسية - بل وعلى السياسة الدولية - عندما تم تنظيم تظاهرة ضخمة للغاية أمام مقر انعقاد المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية WTO في العام ١٩٩٩ وما بعدها عن طريق استخدام التقنيات الجديدة كأداة للتغيير الاجتماعي - وبالأساس وسائل الإعلام لتنظيم العمل الأصلي، والتواصل مع المشاركين وتثقيفهم وتوعيتهم وحثهم على المشاركة وتوسيع نطاق تأثير العامة في الحياة السياسية. هناك أيضاً العديد من المكونات الجديدة من وسائل الإعلام التي يستخدمها الناشطين كأدوات للتغيير الاجتماعي وكأساليب في مكافحة الجريمة والفساد ولم يتم مناقشتها على نطاق واسع من قبل الأكاديميين.

بصورة عامة فقد تصدر الرغبة في التواصل والتعارف على أصدقاء جدد، ثم الرغبة في التعامل مع وسائل الإعلام، التعبير عن آرائهم، التواصل مع آخرين، تشارك الخبرات، وأخيراً جذب زبائن جدد لأعمالهم. كدوافع رئيسية وصور استخدام تطبيقات الإعلام الجديد. حيث جاءت الموضوعات الشخصية في المرتبة الأولى بنسبة ٤٥% يليها الموضوعات التكنولوجية ٤١% ثم السياسية ٢٢% ثم الخبرية ٢٠% وغيرها^(٣٠).

فكما أستغل الشباب والحركات الاجتماعية الجادة وسائل الإعلام الجديد (وعلى رأسها المدونات وخدمات البلاكيري والفييس بوك) في موضوعات ذات اهتمام عام (بل وعالمي) فقد تم استغلال وسائل الإعلام الجديد أيضاً من قبل حركات اجتماعية أقل جدية وراдикаلية مثل حملة "أحضان بالمجان Free Hugs" التي أستخدم القائمين عليها (شباب أمريكي) في سيلهم لنشر فكرة إنسانية بسيطة، تدعو للحب والتقارب بين الناس، عن طريق عناق الآخرين بدون مناسبة، مواقع الانترنت، المدونات، وأفلام الفيديو على الإنترنت لعرض فعالية الحركة بنفسها. حيث ساعدت العولمة - كأحدى أهم وأخطر الظواهر الاجتماعية الحديثة - وتطبيقاتها مثل استخدام وسائل الإعلام الجديد، التي مازالت في تزايد مستمر، خاصة في أعداد المدونات، في إكساب هذه الممارسات ووجهات النظر أن يكونا واسعي الانتشار وأكثر اكتساباً لاهتمام الرأي العام، وتوسيع نطاق تأثيرها ونفوذها في كشف وتعرية أخطاء المجتمع.

ومن أشهر الأمثلة العربية على تأثير وسائل الإعلام الجديد هو موقع الفييس بوك، الذي يعتبر حسب رأي أحد الخبراء الموقع الإلكتروني الأكثر شعبية بين المصريين، حيث يوجد داخله حوالي ٢,٥ مليون مشترك^(٣١). تجربة المدونين المصريين، الذين جذبوا الانتباه إليهم (محلياً ودولياً) بصورة شديدة خلال العامين الماضيين، بنقدتهم العنيف للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية المصرية، بصورة أضطر معها النظام السياسي المصري إلى إلقاء القبض على الكثير من المدونين المصريين للحد من تأثير كتاباتهم ومشاركتهم المجتمعية - التي تلقى اهتماماً كبيراً من جانب وسائل الإعلام الكلاسيكية (كالصحافة المطبوعة والقنوات

الفضائية) التي تتولى توزيعها ونشرها على أكبر نطاق ممكن، عن طريق اقتباس محتوياتها ونشرها في الصحف الورقية. وهو ما دعم من مكانة ونفوذ وتأثير هذه المدونات.

من جانب آخر، فقد أثبتت التجربة المصرية بالذات (واللبنانية إلى حد ما) في استغلال واستخدام وسائل الإعلام الجديد (خاصة المدونات ومواقع التعارف والتواصل الاجتماعي مثل Facebook) إنها من الممكن أن تصبح أداة تعبئة سياسية جبارة، حيث اجتذبت هذه الوسائل تابعين ومناصرين عجزت الأحزاب السياسية التقليدية (الحاكمة والمعارضة) في حشدها. فعلى سبيل المثال فقد حشدت صفحة الدكتور محمد البرادعي كمرشح للرئاسة في مصر حوالي ٢٤٧ ألف مساهم في أقل من ثلاثة أشهر بعد إنشائها^(٣٣) وكذلك الصفحة الخاصة بالشاب خالد سعيد (كلنا خالد) الذي تم قتله وتعذيبه على أيدي قوات الشرطة المصرية بمدينة الإسكندرية في شهر يونيو ٢٠١٠ في اجتذاب ما يزيد عن ربع من مليون مساهم. وهو الأمر الذي كان من نتائجه إصدار الاتحاد الأوروبي (تحديداً المنظمة الأوروبية لمراقبة حقوق الإنسان) تقريراً يطالب مصر بضرورة إعادة التحقيق في حادثة مقتل هذا الشاب، والتخلي عن استخدام العنف بصورة منهجية في التعامل مع المواطنين المصريين.

وفي دول الخليج العربي كانت إحدى وسائل الإعلام الجديد السبب في وقوع أزمة سياسية (محدودة) بين دولتي المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والمجتمع الدولي، عندما فرضت قيوداً على استخدام تقنيات الهاتف المحمول البلاكييري BlackBerry نتيجة قيام أحد المواطنين الإماراتيين باستخدام إحدى التقنيات الشبكية التي توفرها هذه الوسيلة في إنشاء صفحة تعارف اجتماعي تدعو

إلى محاربة ارتفاع الأسعار ومكافحة الفساد في الدولة. وهو ما رأته فيه الأجهزة المعنية تهديداً لأمن الدولة واستقرارها وتشويهاً لسمعتها الخارجية. وهو ما أثار استهجان المجتمع الدولي (العربي بالذات) ضد دولة الإمارات العربية المتحدة - التي ينظر إليها عالمياً كأحد أكثر الدول تقدماً وحدثاً.

لقد لعبت وسائل الإعلام الجديد دوراً حيوياً في إنارة الرأي العام العالمي بخصوص قضايا تهم البشرية جمعاء. لقد فضحت مدونات إلكترونية الممارسات التي انتهجتها إدارة الرئيس جورج بوش الابن في تضليل الرأي العام الأميركي بخصوص الحقائق عن حرب العراق وتبريرها والخراب التي أحدثته في واحدة من أعرق الحضارات البشرية. حيث لاقت مدونة «سلام باكس Salam Pax التي أنشأها شخص مجهول، عرّف نفسه بأنه مهندس معماري في نهاية العقد الثاني من عمره ويقوم في بغداد، وبدأ في الكتابة على مدونته (www.dearraed.blogspot.com) منذ ٤ سبتمبر ٢٠٠٢، انتشاراً واسعاً ولاسيما عقب بدء الحرب حيث بلغ عدد زائري المدونة في مارس ٢٠٠٣ نحو ٩١ ألف شخص. فقد كتب باكس تقارير منتظمة حول آثار القصف على بغداد، مسجلاً ملاحظاته الشخصية وتعليقاته بأسلوب إنساني يجمع بين العاطفة والتعقيب السياسي وهو ما جذب الآلاف لقراءة يومياته عن الحرب في ظل تواطؤ وسائل الإعلام الكلاسيكية وتبنيها لوجهات النظر الأمريكية الرسمية^(٣٤).

وخلال الحرب الإسرائيلية - اللبنانية (صيف ٢٠٠٦) استطاعت مدونات مثل العربي الغاضب (www.angryarab.blogspot.com) وتدوين بيروت (www.bloggingbeirut.com) أن تشر صور الضحايا وفضائح القصف، لتقلها عنهم وكالات وشبكات الأنباء العالمية^(٣٤). كما

أنها قدمت معالجة مختلفة عما تقدمه وسائل الإعلام اللبنانية التقليدية، حتى باتت الوسيلة الأفضل للكثيرين من خارج لبنان لمتابعة وفهم الصراع الدائر بين إسرائيل وحزب الله، إلى جانب كونها وسيلة للمناقشة وتشارك الخبرات بين اللبنانيين حول الحرب^(٢٥).

وساهمت مدونات تابعة لحركات حماية البيئة في التوعية بالمخاطر الناجمة عن التغير المناخي، وسمحت لنا مدونات صينية برصد حجم التعتيم والقمع والسيطرة الحكومية في الصين وروسيا على حرية تداول المعلومات ونشرها. من جانب آخر، فقد لعبت وسائل الإعلام الجديد دورًا ارتكازيًا في توسيع نطاق الشراكة المجتمعية في بلدان مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، عن طريق تدشينها لحملة سياسية على شبكة الإنترنت، منذ عهد الرئيس كلينتون وصولاً لحملة الرئيس أوباما. إن وسائل الإعلام الجديد في ظل العولمة التي يحيا فيها البشر الآن أصبحت بمثابة السبيل الرئيسي للحراك الاجتماعي والسياسي. يتوقف مدى نفوذها ونجاحها في إحداث هذا الحراك والتغير الاجتماعي على مدى ديمقراطية وحدثة النظم السياسية والاجتماعية. فما زالت السياسة هي المحدد الرئيسي لكافة التفاعلات البشرية. وعلى الرغم من تنوع المجالات التي تناقشها وسائل الإعلام الجديد من الجنس إلى السياسة وتباين الاتجاهات بشأن تأثيرها، إلا أن ما لا يمكن إغفاله أنها جعلت العملية السياسية أكثر انفتاحاً، وأعطت الأفراد والحركات الاجتماعية فرصة عظيمة لتوسيع نطاق مشاركتهم المجتمعية، وعلى فرص ومجال أكبر للتعبير عن آرائهم إزاء القضايا المهمة، الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

حيث تمتاز وسائل الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص التي لا تتوافر لباقي وسائل الإعلام

الكلاسيكية، بما يجعلها أكثر قدرة وتطوراً على مواكبة الأحداث ومخاطبة أفراد المجتمع. فهي ليست كلها ذات مضمون سياسي، إلا أنها توفر فرصة للتعبير السياسي غير التقليدي. فهذه الوسائل تمتاز ب (١) أسرع وتقدم بأساليب غير تقليدية وبصورة عادة ما تكون فورية. (٢) إنها تتطلب القليل من الالتزامات بشأن الوقت والتكاليف أو الانتماء لمنظمات معينة. (٣) سهولة المشاركة بها، فالفرد يستطيع التعبير عن نفسه في الوقت والمكان الذي يختاره، على خلاف الانتخابات أو تنظيم المظاهرات، مادام يمتلك جهاز لديه القدرة على الاتصال بشبكة الانترنت.

كذلك تتميز هذه الوسائل بامتلاك العديد من المميزات والخواص لا تمتلكها وسائل الإعلام الكلاسيكية، تساعد في تدعيم وتوسيع نطاق الشراكة المجتمعية للأفراد وللحركات الاجتماعية. حيث إنها في رأي البعض تعتبر أداة فعالة في تجديد العلاقة بين المواطنين والسياسيين وتعزيز الاتصال السياسي بينهما، وتدعم قيم المحاسبة والشفافية. هذه الميزات هي:

- تقليل المسافة بين إنتاج وتلقي الرسالة، بما يولد نمطاً اتصالياً غير وسائطي.
- تعزيز الحوار التفاعلي بتمكين المتلقي من إبداء استجابة مباشرة على مضمونها.
- إتاحة الفرصة لمنتج الرسالة في عرض تعليقات المتلقين وتعديل مضمون رسالته وفقاً لها.
- طرح أشكال جديدة من مفاهيم القاعدة الشعبية والصحافة التشاركية، إذ أنها تتيح لأي شخص أن يقدم الخبر أو يعلق عليه.

الأمن وسائل الإعلام .. الوسائل والتأثير

مفهوم الإعلام والإعلام الأمني

مع حدوث التغيير الجذري والعميق في

- والمصطلحات، ومن هذه التعاريف:
- هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.
 - هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم في الوقت نفسه.
 - الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم، وهو في نفس الوقت التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم^(٢٨).
 - أما الشيخ سليمان الصباح فعرّفه بأنه "عمليتين تكملان بعضهما البعض، فهو يدل على عملية استقاء أو استخراج المعلومات والحصول عليها من جهة أخرى يعني الكيفية التي بواسطتها تبتث المعلومات، وهاتان العمليتان لا يمكن أن تنما إلا بواسطة أجهزة الإعلام وهي مجموعة الأجهزة التي تستقبل وتبتث هذه المعلومات"^(٢٩).
 - أيضاً عرّف الإعلام بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة، توضع على طريق تخطيط متقن بغرض التعريف بما يجري داخل أو خارج الوطن الواحد، بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه والإقناع وغير ذلك، حتى يصبح الأفراد مشاركين فعليين في عملية الاتصال، تحقيقاً

مفهوم المسؤولية الأمنية، بحيث لم تعد تقتصر على الجهات الأمنية بل أصبح الأمن مسؤولية تضامنية تشارك فيها مختلف الجهات الرسمية والخاصة في المجتمع. بات من الضروري إيجاد وسائل اتصال لتعزيز وترسيخ تلك المسؤولية الأمنية، ومن هنا نشأ الارتباط العضوي بين القوة والاتصال في وقتنا الحالي. حيث تمثل الأجهزة الأمنية القوة، ووسائل الإعلام (الكلاسيكية والجديدة) هي وسيلة الاتصال والتواصل، فكانت الحاجة إلى الإعلام لتعزيز دور الأمن، تلك الحاجة التكاملية الشرطية بينهما. والتي بات عندها تحديد المفاهيم بين الإعلام والإعلام الأمني أمراً ضرورياً. ومع الاعتراف بأهمية الدراسات السابقة في هذا المجال والتي لا يتسع المجال لحصرها هنا، فإن الحاجة تبدو ماسة لدراسة العلاقة بين الأمن والإعلام، والوصول إلى مفهوم محدد للعمل الإعلامي الأمني يبرز الجهود الأمنية خاصة في ظل التحديات الراهنة، سواء في الدول العربية أو الخليجية، أو العالمية.

أولاً: مفهوم الإعلام لغة واصطلاح

يعود أصل كلمة إعلام "Information" إلى الكلمة اللاتينية "Informato" ومعناها الإخبار والتوضيح والشرح. فهي كلمة لاتينية، أما في اللغة العربية^(٣٠) فإن الإعلام (لغوياً) من المصدر أعلمه إعلاماً مثل أبلغه إبلاغاً أو أخبره أخباراً وفي لسان العرب: أعلمت بمعنى أذنت، والتبليغ والإبلاغ بمعنى الإيصال، وبلغت القوم إبلاغاً أي وصلتهم ما هو مطلوب إيصاله / والبلاغ ما يوصل الفرد وبلغه. فالإعلام لغوياً هو الإبلاغ برسالة معينة بين المرسل والمستقبل أي المتكلم والمخاطب^(٣١). أو هو فن نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر.

ويرجع تداخل مفهوم الإعلام في الكثير من مجالات النشاط الإنساني إلى تعدد التعاريف

وإشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر وتعلم مهارات وفتيات جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل، يضاف إلى هذا الاستماع والترفيه هروباً من مشاكل ومتاعب العصر وتحصيلاً لمعلومات متباينة تساعد على تعرف شؤون الحياة^(٢٨).

بالرغم من اختلاف وتعدد التعاريف، إلا أننا نرى أنها في أغلبها اتفاق على كون الإعلام هو "الإخبار بالحقائق ومحاولة الاقتناع، وذلك بالاستعانة بالحقائق والأرقام". ويعتبر الإعلام قديم قدم المجتمعات البشرية. فمنذ أن وجد الإنسان على هذا الكوكب استخدم بعض الحركات والرموز والإشارات والإيماءات والأصوات المقتبسة من الحيوانات كشكل من أشكال الإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة^(٤٠).

ولا شك أن الاتصال قد بدأ بناءً على حاجة غريزية استشعرها الإنسان الأول وانتهت إلى أن تكون حاجة اجتماعية مكتسبة واعية وهادفة. فالصراع من أجل البقاء وهو الذي دفع بالغريزة أولاً، والوعي المكتسب إلى الاتصال بأعضاء جنسه ثانياً، من أجل التجمع والتكاتف والتعاون في السراء والضراء داخل وحدة بشرية بدأ كجماعة صغيرة غير منظمة لتصبح أكثر تنظيمياً وتعرف بما يسمى المجتمع يمتاز بالتنظيم الدقيق وبتقسيم متوافر للعمل فيه^(٤١).

وللإعلام عناصر أربعة هي

١. عنصر المرسل (Sender) or (Encoder).
٢. عنصر المستقبل (Receiver) or (Decoder).
٣. عنصر الأداة أو الوسيلة (Channel) or (Technique).
٤. التغذية العكسية (feedback).

والمرسل هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء

كانت الحكومة أو الهيئة أو الشركة أو فرد أو جماعة. أما المستقبل فهو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرد أو جماعة. والأداة أو الوسيلة هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت هذه الأداة وكالة أبناء، إذاعة، تليفزيون، صحيفة، انترنت وغيرها من الوسائل الإعلامية المعروضة، والتغذية العكسية هي التي تعبر عن ردة فعل المستقبل وتفاعله مع الرسالة الإعلامية وتكشف للمرسل مدى تأثير هذه الرسالة في المستقبل.

وكل عملية إعلامية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بفكرة الاتصال فما دام هناك إعلام فهناك بالضرورة عملية اتصال وتتكون عملية الاتصال من عناصر هي: المرسل، الرسالة، قناة الإرسال، المستقبل وتدرج عملية الاتصال بما يسمى (يرجع الصدى) أو التغذية العكسية (Feed Back) أو رجع الصدى، وذلك حسب المعادلة التي وضعها عالم السياسة الأمريكي هارولد لازويل سنة ١٩٤٧ (Harold Laswell) والمتمثلة في: (من يقول ماذا، ولمن، وبأي وسيلة، وما النتائج المترتبة عن ذلك؟) وحسب هذا المنظور فإن المرسل، تمشياً مع الهدف الذي يريد الوصول إليه يكون رسالة من شأنها التأثير في الآخرين. وتسير الرسالة داخل قناة ثم يتلقاها المستقبل بحيث تؤثر فيه أما بالسلب أو الإيجاب. (المرسل، القناة، الرسالة، المستقبل).

ويمكن تحديد أهم قنوات الاتصال في مجال الإعلام في قنوات أساسية أربعة هي:

١. وسائل الإعلام المطبوعة أو ما يسمى بالإعلام المقروء: كان لاختراع المطبعة على يد الألماني جوتنبرج عام ١٤٤٠م السابق في إحداث ثورة في الاتصال، لما كان لها من دور كبير في إيصال المعرفة والثقافة والفكر، فاخترع المطبعة بمثابة ثورة حقيقية

والفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة، فأصبحت النشرات الصحفية أكثر انتشاراً بعد اختراعها.

٢. وسائل الإعلام المسموعة والمرئية : وتشمل.

أ. الإعلام المسموع: (الإذاعة) تتسم بدرجة عالية من التأثير خاصة بالمجتمعات القليلة الحظ في التعليم والهجاء فهي لا تحتاج إلى المقدرة على القراءة.

ب. الإعلام المرئي (التلفزيون والسينما والمسرح) : وهي أكثر الوسائل الإعلامية أثراً، لاعتمادها على الصوت والصورة أي حاستي السمع والبصر في آن واحد. وتعتبر سلاحاً ذو حدين، بوصفها أسرع وسائل الاتصال لكافة أفراد المجتمع.

٣. الإعلام الإلكتروني الجديد (New Media):

وهو استخدام التقنيات الحديثة (الانترنت) في نقل ونشر المعلومات والرسائل الإلكترونية عبر وسائط مختلفة، وفي أسرع وقت. وسيكون هذا النوع من وسائل الإعلام إحدى خطوط التشديد للباحث خلال هذه الدراسة - نظراً لتزايد وخطورة الدور الذي بات يمثله في المجتمع على مجمل المنظومة الأمنية في الدولة.

٤. وسائل الاتصال المباشر أو الشخصي:

هذه الوسيلة تجبر الشخص إلى الاستماع إلى من يحدثهم فهي ليست كالصحف والتلفاز التي لا نعيها اهتماماً إلا للمواضيع التي نريدها، وأمثلة هذه الوسيلة أنشطة الإعلام في مجال الندوات أو المؤتمرات أو المحاضرات والدورات والأحاديث في المناسبات الخاصة^(٤٠).

وظائف وسائل الإعلام

تطرقنا إلى بعض مهام الإعلام من خلال تعاريف عدة، في أن الإعلام يقوم بنشر وتقديم المعلومات، وإيصال الأخبار وتعريف الجمهور

بالوقائع والأحداث، أما أهم وظائفه كما أورده باحثان بريطانيان فهي كالتالي:

١. وظيفة المراقب (The Watcher Function):

والمقصود هنا المشاركة بالمعلومات مع الجمهور حول الحوادث والمشكلات المهمة.

٢. وظيفة المعلم (The Teacher Function):

وهي تقوم بتزويد الجمهور بكل ما هو تثقيفي وتعليمي ومفيد، والمستحدث في العلوم والمعارف والاختراعات والاكتشافات.

٣. وظيفة الحوار (The Forum Function):

وهي وظيفة تقوم على تدعيم وتعزيز الأفكار والفعاليات.

أما (لازويل) حدد الإعلام في ثلاثة وظائف هي :

١. مراقبة البيئة (Surveillance of the

Environment) : أي جمع الأخبار

والمعلومات عن البيئة العامة داخل المجتمع، وتوزيع تلك المعلومات، أي الجانب الإخباري من نشاط الاتصال الجماهيري.

٢. التنسيق وتوضيح المعلومات : وكيف يجب

على الجمهور أن يستجيب (Coordinating the Interpretation of Information)

٣. نقل الموروث الاجتماعي (Transmission of the social Heritage)

نقل الموروث من المعلومات والقيم، وكذلك المساهمة في التنشئة الاجتماعية، والحث على التمسك بالقيم الأصيلة وتعزيز نقله إلى الأجيال القادمة.

وهناك من خبراء الإعلام - ومنهم (رايت)

- الذي أضاف وظيفة رابعة وهي المتعة والترفيه (Entertainment)، فمع المدنية والتطور

العلمي والتكنولوجي توفرت فرص أكبر للفراغ الذي سارعت وسائل الإعلام في ملئها^(٤٢).

ثانياً: العلاقة بين الإعلام والأمن والاحتياجات المتبادلة

لأهمية وسائل الإعلام في عملية تغيير الاتجاهات والمواقف والميول، تسعى كثير من الحكومات لاستخدام هذه الوسائل من أجل تغيير الاتجاهات على الصعيدين الداخلي والخارجي، وكذلك من أجل توجيه الرأي العام - في بعض الأحيان - لتأييد أفكارها وخططها وتوجهاتها^(٤٣). كما يلعب دوراً مهماً في شرح وتفسير القوانين والأنظمة المعمول بها.

والعلاقة بين الإعلام والأمن علاقة تكاملية، فهي الركيزة الأساسية لدعم وتنمية الحس الأمني والوفاي وأيضاً هي من أفضل الطرق لاطلاع الجمهور على آخر المستجدات في الدولة. إذا فالعملية تكاملية ترابطية لا يمكن الفصل وتحديد أدوار كل طرف منها ويرد الكثيرون «أن موقع الأمن الأساسي هو فكر الإنسان ولا يمكننا تأمين هذا الفكر إلا عن طريق التوعية العريضة المتعمقة والمتمثلة في الإعلام بكل وسائله في وقتنا الحاضر»^(٤٤).

وتمثل المصادقية أهم عوامل نجاح الإعلام الأمني، فنقل الحقائق إلى الرأي العام عبر الرسالة الإعلامية الواضحة والموجهة تحفظ للمؤسسة الأمنية هيبتها ووقارها، كما تكسب الجهاز الإعلامي مصداقيته^(٤٥).

وعلى الرغم من ضرورة كل من الإعلام والشرطة والاحتياج المتبادل لهما، إلا أنهما لازالا في خلاف في دول كثيرة، فمن أهم اهتمامات الصحافة في شتى أنحاء العالم هو معرفة ما يجري داخل المجتمع، والحوادث التي تقع والإجراءات المتخذة لكشفها، وفي المقابل ترى أجهزة الشرطة والعدالة الجنائية أن الإعلام يتدخل في واجباتها ويعرقل مهامها، فتقوم بحجب المعلومات عنه، إلا ما لا يضر بالتحقيق، ومن هنا توترت العلاقة بين الشرطة والإعلام. ويعزى أسباب الخلاف والعلاقة السيئة بين الشرطة والأجهزة الإعلامية في

بعض الدراسات الميدانية في الوطن العربي إلى:

- عدم تدريب رجال الشرطة على التعامل مع وسائل الإعلام.
- نقص الوعي لدى رجال الشرطة وكذلك التوجيه السديد في مجال علاقتهم بالإعلام.
- يميل رجال الشرطة إلى فرض رقابة على الأبناء، وعدم تقديرهم لحرص الجمهور على معرفة الحقائق.
- رجال الشرطة لا يقبلون النقد ويتحسسون من تناول الإعلام لمظاهر التقصير والفشل في الأجهزة الفنية.
- يتجنب رجال الشرطة مراسلي وسائل الإعلام في حالة عدم سير الأحداث في صالح الشرطة.
- عادة ما يحول رجال لشرطة بين رجال الإعلام وبين التواجد في مسرح الجريمة وخاصة في الجرائم التي تتطلب من الإعلاميين متابعة ميدانية للحدث.
- تتجه بعض إدارات الشرطة إلى التميز بين وسائل الإعلام فتؤثر بعضها بالأبناء الهامة بينما تحجمها عن البعض الآخر مما يولد مشاعر الاستياء والسخط والغضب^(٤٦).
- هذه الدراسات تضع الثقل واللوم الكبير على عاتق الأجهزة الأمنية، متجاهلة دور الإعلام في خلق مثل هذه العلاقة ودوره في تشكيل الخلاف. ولكن بعد فترة أدركت كل من المؤسساتيتين حاجة كل منهما للآخر.
- فالجمهور هو الأساس في منع الجريمة وعامل مهم في كشفها وتقديم المعلومات عن الجرائم والمجرمين وبالتالي الإعلام أداة مهمة لكسب ثقة الجمهور. أما وسائل الإعلام فقد كانت بحاجة شديدة إلى الشرطة لأن أهم القضايا التي تمس المجتمع تتعامل مع الشرطة، فأكثر الأخبار والموضوعات الإعلامية إثارة هي تلك

التي تتعلق بالحوادث والجرائم، مع تطور الزمن وجدت المؤسسات الشرطة والصحافة مجالات تعاون بينهما على الرغم من الاختلاف في المقاصد والغايات وتضاد في الفلسفة والرؤى والتنازع حول الأسبقيات^(٤٢).

وسائل الإعلام الجديد ومكافحة الجريمة تجارب واقعية

إلى جانب وظائفها السياسية العديدة التي سبقت الإشارة إليها، فإن وسائل الإعلام الجديد يمكن أن تساهم في حفز الشراكة المجتمعية في مجال مكافحة الجريمة عن طريق رفع الوعي في البيئة المحيطة بها ومن حولها، وتوضيح احتياجات المجتمع المحلي، ودراسة الظواهر الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع المحلي مع تقديم مقترحات لمواجهتها، إلى جانب المساهمة في تحسين الظروف البيئية داخل المجتمع الموجودة فيه، والتنسيق مع الجهات غير الحكومية بما يضمن مساهمة فعالة وخدمة مجتمعية سليمة، والمساهمة في تقويم العملية الأمنية والدفاعية ورفع مستواها، وتقويم أداء القائمين على مجال مكافحة الجريمة، وتحديد مصادر العجز والمقيدات أمامه وبالإضافة إلى المشاركة في وضع المستويات المعيارية لمختلف جوانب العملية الأمنية، وتوفير الدعم المعنوي والمادي وقت الأزمات، وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات.

فعلى الرغم من التأثيرات السلبية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ذات الصلة بالأمن والاستقرار الاجتماعي، وفي ظل مناخ الحرية التي ينعم بها الأفراد في نشر التعليقات وشن الحملات وتوجيه الدعوات إلى آلاف الأفراد عبر الشبكة العنكبوتية، وهو ما يتعارض في بعض الأحيان مع متطلبات السلم الاجتماعي، إلا أن العديد من الدول شهدت تجارب متنوعة لاستخدام وسائل الإعلام الجديد في أغراض

الأمن ومكافحة الجريمة، وهو ما أتى في مجمله بشكل حملات ومبادرات لمكافحة ظاهرة معينة، أو للتعبير عن موقف ما أو لحث الجماهير على مساعدة الشرطة في الإدلاء بمعلومات تساعد في ضبط المجرمين وتعقبهم.

فقد شهدت المملكة العربية السعودية تجربة مميزة لاستخدام وسائل الإعلام الجديد في تفعيل الشراكة المجتمعية من أجل مكافحة العنف والجريمة، وذلك عقب أحداث الشغب التي شهدتها منطقة الخُبر خلال احتفالات اليوم الوطني التاسع والسبعين للمملكة يوم ٢٢ سبتمبر ٢٠٠٩. فعقب الأحداث مباشرة قامت شبكة الخُبر نت الإلكترونية (<http://www.alkhobr.net>) بالتعاون مع بعض الفرق التطوعية المتخصصة في منطقة الخبر بإطلاق " حملة الخُبر.. نريد حلاً ". حيث أنشأت موقعاً إلكترونياً للحملة على الرابط (<http://www.alkhobr.net/mnajlalkhobr>) وأنشأت لها صفحة على موقع فيس بوك Facebook، كما نشرت مقاطع فيديو لما تقوم به من أعمال على اليوتيوب Youtube^(٤٧). بالإضافة إلى صور لشعارات الحملة على موقع فليكر Flickr^(٤٨) لمخاطبة قطاع عريض من الشباب السعودي المستخدم لهذه الوسائل.

ولم تتوقف الحملة عند هذا الحد وإنما تم إطلاق المرحلة الثانية منها في يوم ٢١ أغسطس ٢٠١٠ تحت شعار " وطني.. مسؤوليتي " بهدف نشر الوعي الحضاري بأهمية اليوم الوطني للسعوديين، وكيفية الاحتفال به بأسلوب راقى ينأى عن التخريب والإضرار بمصالح الآخرين. حيث تم تدشين موقع إلكتروني للحملة على الرابط (<http://www.alkhobr.net/wa1ne>) ومجموعة للحملة على موقع فيس بوك والتي قد بلغ عدد المنضمين لها ٤٢٢٤ عضو (حتى يوم ١٢ سبتمبر ٢٠١٠)^(٤٩).

وقد بدأت حملة " وطني.. مسؤوليتي " فمالياتها قبل عشرين يوماً من العيد الوطني للملكة، بهدف نشر الوعي بأهمية الاحتفال بشكل حضاري، وتوضيح المسؤولية التي تقع على عاتق كل مواطن في هذا الشأن، وذلك عبر النشر والتوعية عبر البريد الإلكتروني والمنتديات والشبكات الاجتماعية و الالتقاء بالشباب في أماكن تجمعاتهم.

وقد ساعد استخدام الإنترنت ومواقع شبكات التعارف والتواصل الاجتماعي (مثل الفيس بوك) في تدعيم التواصل مع الشباب السعودي بشأن الحملة وأهدافها، وتشجيعه على المشاركة فيها، هذا إلى جانب إثارة العديد من القضايا وطرحها للنقاش، سواء ما يتعلق بشكل الحملة وشعاراتها أو مقترحات الزوار لتفعيلها، وهو ما زادها قوة و ثراء وتفاعلية. ولم يقتصر الأمر عند هذه الحملة بمرحلتها الأولى والثانية، وإنما شهدت شبكة الإنترنت إطلاق حملات أخرى مثل " حتى إحنا سعوديين " والتي شنها مجموعة من الشباب السعودي في أكتوبر ٢٠٠٩، للاعتذار عن أعمال التخريب التي لحقت بأصحاب المحال وسكان الخبر. حيث قاموا بالذهاب للمناطق المتضررة وهم يلبسون قمصاناً موحدة طبع عليها باللون الأخضر باللغة العربية والانجليزية «حتى نحن سعوديين» وقاموا بتوزيع الحلوى وتجميع أصحاب المحال المتضررة وتوجيه بطاقات اعتذار لهم تحمل عبارة " نحن آسفون: ما حدث قد ألمنا كثيراً.. ونؤكد أنه لا يمثل الشباب السعودي.. شكراً لوجودكم بيننا " (٥٠).

واستخدمت الحملة وسائل الإعلام الجديد بيث مقاطع فيديو للقاءاتهم في المناطق المتضررة على موقع يوتيوب وبلغ عدد مشاهدي المقاطع أكثر من ٢١ ألف مشاهد خلال بضعة أيام من وضعه على الموقع (٥١). كما أسست الحملة صفحة على الفيس بوك بنفس الاسم " حتى إحنا

سعوديين " أنضم إليها ١٥٧٩ عضو (حتى ١٢ سبتمبر ٢٠١٠) (٥٢).

ولم تتوقف حملة «حتى إحنا سعوديين» هي الأخرى عند حدود أحداث الخبر عام ٢٠٠٩، وإنما باتت صفحاتها على الفيس بوك مجالاً للعديد من المبادرات الشبابية الأخرى التي أثارها المقالات Notes التي يكتبها شباب الحملة وتثار النقاشات حولها، والتي تسعى لدعم العمل التطوعي والتوعوي بالمجتمع السعودي.

وقد تميزت هذه الحملات الرامية لمكافحة الشغب في السعودية بأنها جاءت تلقائية وسريعة وشعبية، لتخاطب قطاع عريض من الشباب عبر وسائل يستخدمها بكثافة، بما يعمل على احتواء من يقومون بأعمال التخريب من منظور تربوي وتوعوي، بما يتكامل مع منظور الحظر والوقاية الأمنية. إلى جانب هذه الحملات التي اطلعت بدور توعوي وإرشادي، انطلقت مجموعات أخرى على موقع الفيس بوك أثارته النقاش حول قضايا الشغب وتأثيراته على أمن الشارع السعودي، والاحتجاج على أي أعمال تخريبية تطول الممتلكات العامة أو الخاصة، ومنها مجموعة "يوم وطني بلا همج" التي تضم ٢٥٠ عضواً (٥٣) ومجموعة «لا مزيد من الشغب والتخريب في اليوم الوطني» وتضم ٧٧٠ عضواً (٥٤). وهي المجموعات التي قامت بنشر المعلومات وتداولها حول أعمال الشغب وجهود مكافحتها، كما ناقشت العديد من الموضوعات الخاصة بالأم.

وقد شهدت مملكة البحرين العديد من التجارب مشابهة، بظهور مجموعات على الشبكات الاجتماعية لمكافحة الانحراف والجريمة من خلال توعية الشباب واحتواء طاقاتهم، مثل برنامج «إحياء بحرين» والذي ينطلق من خلال صفحة على موقع الفيس بوك، تضم في عضويتها ٢٨٩ شخص (٥٥). ويعرف

البرنامج نفسه بأنه مبادرة اجتماعية تطوعية مهمتها إحداث تغيير إيجابي في الأسلوب المعيشي للشباب في مملكة البحرين، عن طريق إعداد وتنفيذ برامج ومشاريع متاحة للجميع تتعامل مع الشباب بشكل مباشر بهدف دحر العادات الضارة و تشجيع العادات الإيجابية. ويحدد البرنامج أهدافه في مكافحة التدخين، شرب الكحول، تعاطي المخدرات، الاعتداء الجنسي، العنف الجسدي، السرقة وغيرها من الجرائم. إلى جانب تشجيع الإنتاجية، تعميق الإحساس بالمسؤولية، الثقة بالنفس، الطموح، وضوح الأهداف، الدعوة لاحترام النفس والغير. وإلى جانب هذا البرنامج، الذي يعد خطوة تطوعية لمكافحة الجريمة من خلال مبادرة شابة متميزة، ظهرت مجموعات عديدة لمكافحة الشغب في المملكة، مثل «الخوافة الحقيقيون» على الفيس بوك، والتي تحدد هدفها في مكافحة تخريب وتكسير ممتلكات المملكة، وتشويه من منظر وسمعة مملكة البحرين^(٥٦).

وبخلاف هذه التجارب الخاصة بدول معينة، يمكن العثور على عشرات المجموعات والحملات على الشبكات الاجتماعية التي ترمي إلى مكافحة العنف والجريمة. فعند البحث على موقع الفيس بوك - على سبيل المثال - يمكن العثور على ٧٤ مجموعة باللغة العربية لمكافحة التحرش الجنسي، و١٦٣ لمكافحة الفساد، و١٠٤ لمكافحة الطائفية، و١٦٣ لمكافحة العنف.

وبخلاف الدور الذي تؤديه الشبكات الاجتماعية في هذا الإطار، فقد قام مجتمع التدوين العربي بالعديد من الحملات الناجحة لمكافحة الجرائم، ففي مصر على سبيل المثال، قام المدونون بدور كبير في مكافحة التحرش الجنسي بالفتيات في الشارع، وشنوا حملة كبيرة نشرها خلالها مقاطع فيديو توثق مثل هذه الجرائم في مناسبات مختلفة، وهو ما دفع

وسائل الإعلام التقليدي إلى مناقشته أيضاً رغم حساسيته الأخلاقية والأمنية التي أبعدته طويلاً عن الأضواء^(٥٦).

كما قام مدونون باستخدام مدوناتهم والشبكات الاجتماعية التي ينتمون إليها بشن حملات مشابهة، استخدمت خلالها أساليب بسيطة ومرحة للتفاعل مع الشباب في هذا الشأن، مثل حملة «هعيد وهفرش بس مش هتحرش» التي أطلقها المدون المصري «محمد حمدي» صاحب مدونة «دماغي» (<http://www.demaghy.blogspot.com>). والذي أطلق الحملة من مدونته ومجموعة أنشأها على الفيس بوك، حيث قامت مدونات عديدة مثل "قوس قزح" و"امرأة بعقل رجل" وغيرها، بكتابة تدوين تدعو فيها لمواجهة التحرش بالفتيات في الشارع ولاسيما في فترات الأعياد. هذا إلى جانب نشاط الحملة على صفحتها بالفيس بوك، والتي أعلنت قيامها بالتنسيق مع شيوخ المساجد الكبرى لتوعية الشباب بعدم التحرش، وكذلك مع قنوات فضائية عربية مثل "دريم" وأجنبية مثل "بي بي سي عربي" للترويج للحملة ومساندتها^(٥٧). كما أطلق المدونون حملة بعنوان «كلنا ليلي» لفضح التحرش الجنسي، قامت فكرتها على أن يقوم المدونون الإناث بتسجيل شهادتهن عن حوادث التحرشات الجنسية اللواتي تعرضن لها، بيد أن الفكرة تطورت وباتت الحملة التي انطلقت في سبتمبر ٢٠٠٦ كحملة لطرح ومناقشة المشكلات التي تواجهها المرأة العربية بشكل عام^(٥٨).

ومن أجل مكافحة الطائفية، قاد عدد من شباب المدونين مبادرة ضد التعصب الطائفي بعد أحداث كنيسة مار جرجس بالإسكندرية في أكتوبر ٢٠٠٥. حيث دشنا مدونة وأطلقوا بياناً دعوا فيه إلى المصالحة والمصارحة بين المسلمين والمسيحيين في مصر، ونشر روح المودة والتسامح واحترام

الآخر، ودعوا كل من يرغب إلى التوقيع معهم في المدونة^(٥٩).

وعلى صعيد مكافحة الفساد، كون عدد من المدونين حملة "شايبنكم" (<http://shayfeen.com>) والتي تضم مدونات مثل "جيفارا" "منال وعلاء"، "تواصل"، "الكلمة"، "كراكيب"، "جار القمر" وغيرها. وهي حملة شعبية لمكافحة الفساد، تسجل على موقعها شهادات بشأن حوادث فساد فردية أو عامة. كما توجه بيانات للمسؤولين. وتمنح جوائز لأفضل صحفي أو موقع يحارب الفساد. وتعرف الحملة نفسها بأنها "حركة شعبية لمراقبة الانتخابات، همنا إننا نراقب ونشوف أي مخالفات أو فساد في البلد وعازيبتكم تساعدونا وتبقوا معنا وتسدوننا"^(٦٠).

كما تم إنشاء مبادرة في اليمن على موقع فيس بوك بعنوان "بنيسركم" والتي تم إطلاقها في فبراير ٢٠١٠. وتعرف نفسها بأنها مبادرة أنشأها مجموعة من النشطاء الشباب في اليمن مطلع عام ٢٠١٠ بهدف مناهضة الفساد، تكونت كمجموعة في موقع الفيس بوك وتعمل على التوعية بأخطار الفساد وتطمح إلى أن تتطور إلى عمل مؤسسي منظم^(٦١).

وقد أنضم لهذه المبادرة على الفيس بوك أكثر من خمسة آلاف عضو. وهي تعتمد في توعيتها بأضرار وخطورة الفساد على عدد من الوسائل كالرسوم الكاريكاتيرية والتصاميم المعبرة، وطرح عدد من الاستفتاءات المبسطة عن الفساد. كما تتيح الفرصة للأعضاء أن يشاركوا بأرائهم المختلفة حول الفساد وكيفية الحد منه، ونشر الصور التي يلتقطونها لمشاهد من مظاهر الفساد التي يشاهدونها على أرض الواقع في المرافق الحكومية والشوارع والأماكن العامة، كما تقوم المجموعة بعرض الأخبار المتعلقة بالفساد والمنشورة في المواقع

الصحفية والإخبارية اليمنية^(٦٢). وقد شكلت المبادرة فيما بعد هيئة إدارية وأصبح لها كيان فعلي منظم. كما أنشأت موقع إلكتروني على الرابط (<http://www.binibserkom.org>) والذي يضم لافتات ومعلومات عن الحملة ونشاطاتها وغيرها.

وفي المملكة المغربية، وعقب التفجيرات الإرهابية التي شهدتها مدينة الدار البيضاء في ١١ مارس ٢٠٠٧ أطلق ثلاثة مدونون - منهم الصحفي والمدون «خالد البرحلي» - حملة «مدونون ضد الإرهاب» التي اتخذت لها شعار «وطن يقول لا للإرهاب». دعا من خلالها كافة المدونين لفتح نقاش إلكتروني واسع حول أسباب الإرهاب وسبل مواجهته، وحثهم على الدفاع عن صورة الإسلام وعدم ربطه بالإرهاب. وجعلت الحملة يوم ١٦ مايو يوم للتدوين ضد الإرهاب وشارك فيه العديد من المدونين^(٦٣).

وعلى صعيد متصل، ناقش المدونون العرب الأوضاع الأمنية في الشارع والظواهر الأمنية السلبية التي يعاني منها، مثل البلطجة، وقد قامت دورية "وصلة" الصادرة عن الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، والمعنية بمتابعة كتابات المدونين العرب بتخصيص عددها الرابع الصادر في يوليو ٢٠١٠ لهذا الموضوع. حيث صدر العدد تحت عنوان «يللا نبلطج كلنا: كتابات المدونين عن البلطجة في العالم العربي»^(٦٤).

ولم يقتصر استخدام الإعلام الجديد في مكافحة التهديدات الإجرامية على المبادرات الشعبية في هذا الشأن، وإنما امتد الأمر إلى تطوير منهجية وأسلوب أجهزة البحث والتحري لتستعين بالأدوات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في جمع المعلومات والكشف عن ذوي النشاطات الإجرامية، عن طريق دعوة مرتادي هذه المواقع للإدلاء بأي معلومات يعرفونها عن

أشخاص يتم الإعلان عنهم، سواء التقوا بهم عبر هذه المواقع أو يعرفونهم في الواقع. ففي ٥ يوليو ٢٠١٠ نشر الإنتربول (منظمة الشرطة الجنائية الدولية) صور ٢٦ من المطلوبين في مواقع الدردشة ومواقع التلاقي الاجتماعي في حملة تستهدف القبض على ٤٥٠ مطلوباً للعدالة في ٢٩ دولة ممن ارتكبوا جرائم خطيرة مثل القتل والاستغلال الجنسي للأطفال والاختصاب والاتجار بالمخدرات وغسل الأموال، تواصلًا لجهوده في الاعتماد على الجمهور للقبض على المطلوبين والتي أثمرت عن توقيف أكثر من ١٠٠ شخص أو تحديد مكان وجودهم في العالم أجمع^(٦٥). وهي الحملة التي تحمل اسم "إنفرا ريد Infra-Red". وحددت المبادرة عناوين التبليغ التي يجب إرسال المعلومات عبرها وهي (www.csiworld.org) وعلى البريد الإلكتروني (fugitive@interpol.int)^(٦٦).

وفي الفلبين استطاعت الشرطة القبض على متهم بعدة جرائم قتل، بعدما تعرف عليه بعض الشهود من خلال صورته الشخصية على حسابه بموقع الفيس بوك، ما دفع الشرطة للالتفات لأهمية الموقع في توفير بيانات شخصية عن المتهم الذي بادر إلى إغلاق حسابه الشخصي، إلا أنه بالتعاون بين الشرطة والمواطنين من رواد الموقع، تم جمع معلومات عن المتهم وأصدقائه وعائلته، ما أسفر في النهاية عن القبض عليه^(٦٧).

وإلى جانب هذا الأسلوب القائم على التعاون الطوعي والمعلن بين مستخدمي هذه المواقع والجهات الأمنية، فقد اتبعت أجهزة الأمن في بعض الدول أساليب سرية وغير معلنة لجمع المعلومات وتعقب المجرمين، بعدما كشفت الأحداث أن المجرمين ومثيري الشغب والعنف يستخدمون هذه المواقع أيضاً.

فقد اتبعت بعض الدول مثل الولايات

المتحدة الأمريكية أسلوب الرقابة والتتبع لضبط المجرمين عبر هذه الوسائل. حيث استطاعت المباحث الفيدرالية الأمريكية تتبع وتحديد هوية أعضاء «منظمة لوكاس Locus» المتورطة في اختراق حسابات أموال بنكي "بنك أوف أمريكا" و"وينز بارجوو" بين عامي ٢٠٠٧ و٢٠٠٩، من خلال مراقبة أعضاء المنظمة لمدة عام كامل. حيث سجلت أحاديث هاتفية بينهم وأحاديث عبر الإنترنت ومواقع الفيس بوك وماي سبيس وهيس وغيرها من المواقع. وهو ما انتهى بالقبض على عناصرها^(٦٨).

كما قام عملاء سريين لمكتب التحقيقات الفيدرالية FBI ووكالات أمنية أخرى بإنشاء صفحات على مواقع ماي سبيس وفيس بوك، للوصول لبعض المطلوبين والمشتبه فيهم واعتقالهم، وأعلن مساعد نائب مدير الاستخبارات الوطنية NIC "مايكل ويرثمور" أنهم يتابعون كل خطوة في الفيس بوك واليوتيوب، بعدما أظهرت التقارير التي ترصدها وكالة الاستخبارات الأمريكية، أن غالبية المؤامرات العدوانية حصل تخطيطها عن طريق الإنترنت بشتى وسائله، إما عن طريق البريد الإلكتروني، أو المحادثات أو غيرها من وسائل الإنترنت الحديثة، حتى أن الوكالة أنشأت قطاعاً خاصاً للتجسس على الشبكات الاجتماعية^(٦٩).

ولعل هذا الأمر عادة ما يثير إشكاليات بشأن العلاقة بين الأمن والحريات العامة والشخصية وحرية التعبير، وهو ما أثار تساؤلات عديدة في العالم أجمع بشأن السماح للأجهزة الأمنية بالاطلاع على المراسلات الإلكترونية للأشخاص ومراقبة الاتصالات الهاتفية في ظل تنامي المخاطر الإرهابية والإجرامية التي تستخدم الوسائل ذاتها، ما أفرز علاقة تصارعية بين حق الفرد في الخصوصية والدواعي الأمنية.

ولا تعد هذه الإشكالية قاصرة على دول

بعينها، وإنما مثلت أزمة في العديد من الدول التي تعد إمبراطوريات للحرية حول العالم، مثل الولايات المتحدة الأمريكية التي أصدرت عدة قوانين على غرار قانون "باتريوت" الذي تم إقراره عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، وأعطى السلطات التنفيذية صلاحيات واسعة للتعصت على المكالمات ومراقبة البريد الإلكتروني، ما خلق تناقضاً غير مبرر حال معارضة واشنطن لاتخاذ دول أخرى الإجراءات ذاته لحماية أمنها، ولاسيما الدول التي تقع في مناطق حساسة من العالم وتحيط بها العديد من الصراعات أو تعاني من مهددات داخلية ناتجة عن إختلالات ديموغرافية أو خصوصيات فرضتها تركيبة المجتمع السكانية، مثل ما تقوم به دول مجلس التعاون الخليجي على سبيل المثال. التي فرضت عليها طبيعة وبنية الهرم السكاني وصور توازن القوى العالمي والإقليمي اتخاذ العديد من الإجراءات الاحترازية من الدفاع عن الأمن الوطني والاستقرار. وهو ما تراه بعض الدول الغربية انتهاكاً وتعدياً على الحريات العامة للمواطنين. وهي الانتقادات التي لا تعيرها الدول الخليجية بالأمن والاستقرار الوطني فوق كل شيء، واستقرار البلاد وأمن مواطنيها يخولها اتخاذ كافة الإجراءات التي ترى فيها أنها تدعم وتثبت دعائم الأمن الوطني لها. عملاً بمبدأ أن الأمن الوطني شأن داخلي، لا يحق لأي طرف خارجي التدخل فيه.

نحو استراتيجية لتفعيل دور الإعلام الجديد في دعم الشراكة المجتمعية لمكافحة الجريمة (دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة) قد يكون أمراً مستغرباً أن نتحدث عن علاقة تعاون ما بين وسائل الإعلام (الكلاسيكي والجديد) وخصوصاً البرامج التليفزيونية ووسائل المحتوى المنتج بواسطة المستخدم والأجهزة الأمنية الرسمية. إذ أن الانطباع

السائد بشأن هذه العلاقة تسوده مفاهيم الرقابة والملاحقة بين من يطلق عليهم "نشطاء الإنترنت" الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تشارك الصور والفيديو والملفات في حشد الجماهير لتنظيم المظاهرات المعارضة وشن الحملات التي قد لا تخلو من عنف وتخريب، وهو ما تراه المؤسسات الأمنية أحد أسباب تكدير الأمن العام. وبين الاتهام بالعمالة والتخابر وخيانة العمل الوطني بالتعامل مع الأجهزة الأمنية، وكأن الأمن الوطني ورجاله ومؤسساته أصبح كالعدو الخارجي. وكلا النظرتين خاطئتين. بيد أن الحقيقة تؤكد أن علاقة من التعاون قد تنشأ بين الجانبين عبر فكر جديد ورؤى غير تقليدية ترمي إلى تفعيل استخدام وسائل جديدة في دعم العلاقة بين مؤسسات الأمن والمواطنين (أفراد ومنظمات) من أجل حشد الجهود العامة خلف مكافحة الجريمة وحماية الشباب الجنوح لأعمال التخريب والحيولة دون استقطابهم من جانب العديد من الجماعات (غير الوطنية) التي تجد في بيئة الإعلام الجديد والحرية مجالاً نشطاً ونافذة واسعة لتجنيد المزيد من الكوادر، لتحقيق أهدافها التي قد تتعارض مع المصالح الوطنية العليا.

ونحن في هذا الإطار، نسعى إلى تقديم استراتيجية لتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد في تفعيل الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة، تطرح أبعاداً جديدة لاستراتيجيات الإعلام الأمني بما يعمل على تجديدها وإثرائها بما تتمتع به هذه الوسائل من مميزات فريدة. انطلاقاً من التجارب السابقة التي أثبتت جدوى استخدامها في هذا الشأن. وهو الاستخدام الذي ينقصه التفعيل والتنظيم عبر مبادرة تعتمد على طرق (غير تقليدية أو غير نظامية Asymmetric) تتلاءم مع جدة وحدانية ما تقوم عليه من وسائل.

وهي الاستراتيجية التي يمكن تحديد أبعادها الرئيسية من خلال طرح المبادئ العامة التي تقوم عليها، والأهداف التي تسعى لتحقيقها وإنجازها، ثم الأدوات التي ستستخدمها، انتهاءً بمقترحات لمجموعة من المشروعات الأولية التي يمكن أن تكون نواة لانطلاقها.

المبادئ العامة

عند الحديث عن مبادرة تجمع ثلاثية متباينة (المواطن والأمن ووسائل الإعلام الجديد) ينبغي التطرق لمجموعة من المبادئ التي تراعي الخصوصية التكنولوجية والثقافية التي تطرحها هذه الوسائل عند التعامل معها، واستثمار قدراتها لأنشطة وأهداف منظمة.

١. المبدأ الأول: شراكة بلا أوراق

إن مواجهة العنف والجريمة لا تقع فقط على كاهل الأجهزة الأمنية فحسب، وإنما هي مسؤولية مجتمعية تتطلب تكاتف الجميع من أجل ترسيخ الوعي العام بضرورة التصدي له، وأن يصبح احترام القانون والقائمين على تنفيذه قيمة مجتمعية، وهو ما يقع جانب كبير من مسؤولية تحقيقه على كاهل الجماعات السياسية وكل قوى المجتمع الأهلي، وكذلك أجهزة الإعلام المختلفة. وهي المؤسسات التي تجد منافذ للتعاون والشراكة عبر أشكال رسمية ومنظمة من التنسيق، إلا أنها قد تغفل في كثير من الأحيان عامة المواطنين، الذين يعتبروا الهدف الرئيسي لخطط حماية الأمن، وكذلك الشريك الأكبر في تطبيقها. وهي المشاركة التي لن تتحقق سوى عبر التواصل مع أفرادها عبر قنوات تتمتع بقدر كبير من الحميمية والشعبية والانتشار ومسايرة روح العصر، وهو ما يتحقق إلى حد كبير في وسائل الإعلام الجديد.

فالشراكة في هذه المبادرة لا تتخذ شكلاً تقليدياً، قوامه توقيع مذكرات التفاهم والتعاون، وإنما هي إجراءات بناء ثقة يتم اكتسابه بين

طرفي الشراكة (مؤسسات الأمن والمواطنين) عبر عدة إجراءات متكاملة، قوامها اعتماد قيم مثل الشفافية من أجل كسب ثقة هذا الجمهور للمشاركة والتفاعل، وتأكيد الرغبة في الاستماع لما يقوله من شكاوى وأفكار واقتراحات، وإظهار الاهتمام بها وبأنها محل تقدير وتنفيذ، بما يدفعها للتعاون (طوعياً) من أجل تحقيق أهداف كان هو شريكاً في صناعتها. فوسائل الإعلام الجديد تكتسب قوتها من تلقائيتها وعضويتها، وهو ما يتناقض مع أساليب التفكير (الأمني والرسمي) التقليدية القائمة على توزيع المهام وإصدار التعليمات... إلخ. وإنما الأمر يتم بفتح باب التفاعل والحوار (دون قيود وبجدية) مع فئة عريضة من المجتمع أغلبها من الشباب، تستخدم هذه الوسائل وتهتم بها وتعتبرها مصدر من مصادر معلوماتها.

٢. المبدأ الثاني: نحن هنا من أجل سماع

صوتك

ظلت العلاقة بين الإعلام والجمهور سنين طويلة منحصرة في علاقة أحادية الاتجاه (ما بين مرسل ومستقبل وبينهما رسالة) وبالكاد رد فعل محدود ومتأخر للغاية في شكل رسائل بريد أو اتصالات هاتفية عديمة الجدوى. ومع ظهور وسائل جديدة مثل شبكة الانترنت والتلفزيون الكابلي التفاعلي ومؤتمرات الفيديو، بات هذا النموذج يتحول إلى علاقة تفاعلية في اتجاهين Two-Way Communication، بل بأسلوب Many-to-Many Communication. فعند إطلاق مبادرة تتخذ من أدوات تتيح للمستخدم User أن يتحول لمنتج Producer، ينبغي التفكير بأسلوب غير تقليدي (Out-box thinking) يخرج بنا من عباءة النماذج التقليدية للاتصال الجماهيري، إلى أفاق الاتصال التفاعلي Interactive Communication، والذي لا يتكون من مجرد

برمجيات صماء فقط وإنما هو نمط حياة جديد (New Life Style) يحمل منظومة من القيم وليدة تدعم من الحوار والتفاعل والاستماع للآخرين.

فوسائل الإعلام الجديد ووسائل ديمقراطية بطبيعتها، اكتسبت رونقها وشعبيتها ونفوذها الهائل من شعور كل فرد بأنه قادر على أن يقول ما يشاء، وأن يبدي رأيه أيضاً فيما يكتبه الآخرون، ما يعني أن التعامل مع هذه الوسائل ينبغي أن يكون بفكر مختلف ينأى عن التوجيه والحظر، ويقبل بسماع النقد، ويسارع إلى تبني الجديد من الأفكار.

٣. المبدأ الثالث: تكلم بتلقائية.. فأنت الآن تخاطب الشباب

تتيح وسائل الإعلام الجديد القدرة على مخاطبة طيف واسع من أفراد المجتمع بشكل تفاعلي غير تقليدي، ولاسيما فئة الشباب الذين يعتبروا الأكثر استخداماً لهذا النوع من الوسائل، وكذلك الأكثر استهدافاً من جانب الجماعات الإجرامية، وكذلك الأكثر قابلية للتفاعل والمشاركة. والذين هم في ذات الوقت أكبر الشرائح العمرية حجماً في الهرم السكاني الإمارات العربية المتحدة وأغلب جيرانها (*).

فمواقع الإعلام الجديد تحظى بشعبية واسعة حول العالم، وهو ما يظهر في التصنيف الذي يضعه موقع (Alexa.com) والمعني بترتيب مواقع الإنترنت وفق شعبيتها على المستويين العالمي والوطني، وهو ما يتم تحديثه يومياً. ففي يوم ١٠ سبتمبر ٢٠١٠، صنفت Alexa خمسة مواقع من مواقع الإعلام الجديد ضمن أكثر عشرة مواقع شعبية حول العالم. حيث جاء موقع Facebook في المرتبة الثانية، وجاء موقع Youtube في المرتبة الثالثة، والموسوعة الحرة Wikipedia في المرتبة السابعة، وموقع

المدونات الإلكترونية Blogger في المرتبة الثامنة، وموقع التواصل الاجتماعي Twitter في المرتبة التاسعة^(٧٠).

ولم يختلف الأمر على مستوى دولة الإمارات، إذ صنفت موقع Alexa خمسة مواقع من مواقع الإعلام الجديد ضمن أكثر عشرة مواقع شعبية في المملكة. جاء موقع Facebook في المرتبة الثانية وYoutube رابعاً وBlogger في المرتبة السابعة، وMaktoob في المرتبة الثامنة، ومنتديات الإمارات في المرتبة العاشرة^(٧١).

وتظهر العديد من الدراسات أن الشباب هم الأكثر استخداماً للإنترنت بشكل عام، ولهذه المواقع على وجه الخصوص، وهو ما يتأكد بالنظر للإحصاءات التفصيلية لهذه المواقع. فعلى مستوى الولايات المتحدة - على سبيل المثال - والتي تعد أكبر مستخدم لشبكات ومواقع الإعلام الجديد، أجرى موقع Pingdom لأبحاث التكنولوجيا والإنترنت مسحاً لـ ١٩ شبكة اجتماعية مختلفة، لمعرفة التوزيع العمري لمستخدميها، وقد تفاوتت نسبة الشباب بين الشبكات التي خضعت للمسح إلا أنهم في العموم مثلوا النسبة الأكبر من المستخدمين حيث كانت نسبة من تقل أعمارهم عن ٢٥ عاماً ٤٢٪ من إجمالي المستخدمين، وهي النسبة التي ترتفع إلى ٦٧٪ إذا أضفنا لها من تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و٤٤ عاماً^(٧٢). انظر الشكل رقم (١).

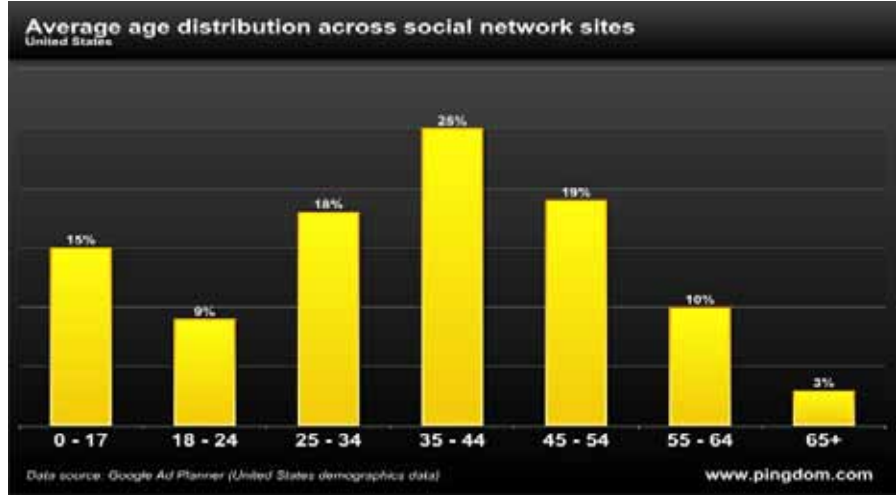
وفي دولة الإمارات، وبالنسبة لموقع الفيس بوك الذي يعد الأكبر استخداماً - كما سبق التوضيح - يتركز ٦٥٪ من إجمالي مستخدمي الموقع البالغ عددهم حوالي ٣٥٠ ألف مستخدم، في الفئة العمرية ما بين ١٨ و٢٤ عاماً^(٧٣) أنظر الشكل رقم (٢). كما تمثل الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٤ الأكثر استخداماً لموقع (www.MySpace.com).

حيث تبلغ نسبة الزيادة السنوية في أعداد

(* طبقاً لتقرير التنمية العربية فإن أكثر من نصف الشعب البحريني من الشباب (١٥ - ٤٥ سنة).

شكل رقم (١) التوزيع العمري لمستخدمي الشبكات الاجتماعية

في الولايات المتحدة حسب موقع Alexa.com



إقناع هذا الجمهور بهدف المادة وأهميتها من أجل حفزهم على الإسهام في نشرها وتداولها بالإضافة إليها. وهذا يختلف كثيراً عن الإعلام التقليدي الذي يقوم ببث مادة مكتملة وليست بحاجة لإضافة المتلقي، الذي يقتصر دوره على المشاهدة أو القراءة أو الاستماع، وتحويل المؤشر أو الامتناع عن قراءة

الجريدة حال اعتراضه على المحتوى، أو بالكاد يرسل خطاباً للمحرر لا يقرأه سوى الأخير الذي يعبأ أو لا يعبأ بما يتلقاه.

ومن أجل اجتذاب هذا الجمهور، لا بد أن تكون المادة المنشورة قادرة على إقناعه شكلاً وموضوعاً بأهمية دوره، وأن ما يكتبه هو محل اهتمام وتطبيق، وما يقرأه يعبر عن الواقع بصدق وشفافية، ولا يختلف عما يعيشه في المنزل أو الشارع، وأنه يقابل في تلك الساحة من يعرفهم من أصدقاء وأقارب يشاركونه الرأي ويعبرون

المستخدمين من هذه الفئة ٢٣٪^(٧٤). وتتمتع المدونات أيضاً بتواجد قوي بين أوساط الشباب فقد أجرى موقع (www.technorati.com) وهو موقع عالمي يهتم باتجاهات وإحصاءات التدوين حول العالم، مسحاً سنوياً لقياس نمو واتجاهات التدوين في العالم، في الفترة من ٤ إلى ٢٢ سبتمبر ٢٠٠٩ شمل ٢٨٢٨ مدوناً ينتمون لـ ٥٠ دولة حول العالم، وتم نشره يوم ١٩ أكتوبر ٢٠٠٩، وقد وجد المسح أن ٦٠٪ من المدونين ينتمون للفئة العمرية من ١٨ إلى ٤٤ عاماً^(٧٥). انظر الشكل رقم شكل رقم (٢).

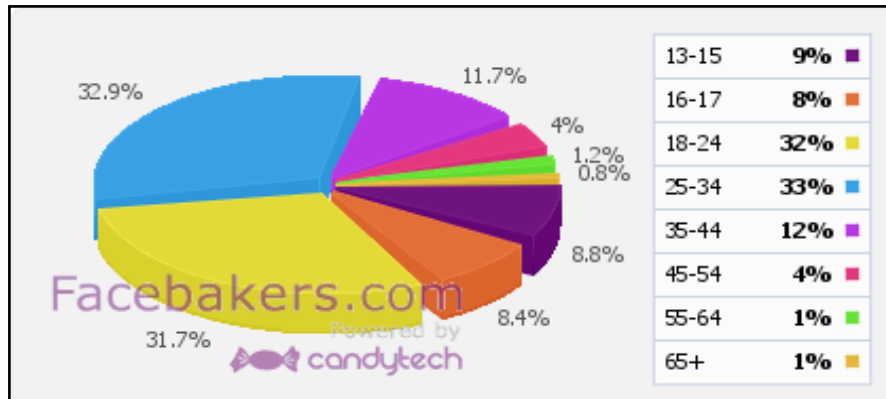
٤. المبدأ الرابع: نحن

بحاجة إلى جمهور

مشارك ومتفاعل

يعد الجمهور المشارك والمتفاعل هو العماد الرئيسي لوسائل الإعلام الجديد. وهذه المشاركة وذلك التفاعل ليس له أي وسيلة سوى الإقناع.

شكل رقم (٢) التوزيع العمري لمستخدمي الفيس بوك في الإمارات (سبتمبر ٢٠١٠)*



بصدق عن آرائهم. وفي هذا الإطار تظهر أهمية التعريف بالحملات والمشروعات التي تنطلق

Facebook Statistics Bahrain, (5 Sep, 2010). (*) Available at: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/UAE/>

باستخدام وسائل الإعلام الجديد عن طريق هذه الوسائل نفسها، بنشر الروابط الخاصة بها على المواقع ذات الاهتمام المشابه، أو التي يقبل عليها الشباب المستهدف التواصل معه، دعوة مجموعات أخرى للمشاركة (كوزارة التربية والتعليم ومنظمات المجتمع المدني) ودعوة مدونين للمشاركة وكتابة تدوين مساندة للحملة أو المشروع، وغيرها من الأشكال المبتكرة هذا بخلاف عقد الندوات واللقاءات مع المدونين وشباب الصحفيين وشباب الجامعات، بما يسهم في الوصول مباشرة للجمهور المستهدف.

٥. المبدأ الخامس: الإعلام الجديد

ديمقراطي ولكنه بحاجة إلى المتابعة

يمنح الطابع المفتوح للإضافة والتحرير داخل المادة الإعلامية المنشورة مساحة أمام كل شخص وأي شخص في كتابة ما يشاء دون رقابة، فهناك من يكتب في موضوعات خارج نطاق النقاش وموضوعه، وهناك من يضيفون تعليقات وألفاظ خارجة ويعبرون عن آرائهم بطرق غير لائقة، وهناك من يدخلون لتخريب المحتوى بالحذف مثلاً في المواقع التي تتيح ذلك مثل الويكي Wikis أو يضيفون صوراً ومقاطع فيديو مسيئة، أو يكذب ويقول أشياء وأحداث وأخبار غير حقيقية، وهو ما يحتاج في مجمله إلى متابعة منعاً لانحراف المادة عن هدفها أو تخريبها.

وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام الجديد وسائل للمتابعة كما أتاحت وسائل للمشاركة الديمقراطية في إنتاج المحتوى، فيستطيع القائم على الموقع أو الشبكة أن يحذف المضامين المسيئة أو يمنع أعضاء من الدخول أو يحذف عضوية آخرين، بهدف حماية بنية الموقع ومضامينه وكذلك لمنع الهجمات التكنولوجية على الموقع مثل محاولات القرصنة والتخريب الإلكترونية. إلا أن التكنولوجيا الجديدة راعت قيم التشارك

التي قامت عليها في عمليات المتابعة أيضاً، منعاً لتحويلها إلى عملية رقابية من جانب واحد، لتتحول إلى عملية تشاركية يساهم فيها الجميع.. فنحن جميعاً شركاء في إنتاج المادة وشركاء في متابعتها أيضاً.

فأي مستخدم يستطيع أن يبلغ عن المضامين المسيئة Abuse Content أو التعليقات غير اللائقة، عن طريق روابط مضافة تحت كل مادة منشورة، هذا بخلاف التزام الجميع طواعية بلوائح وشروط الاستخدام التي تمثل قانون داخلي للمشاركة في التكنولوجيا الجديدة. ولعل تلك التكنيكات بخلاف دورها في الحفاظ على الطابع الجمعي الديمقراطي للمواد المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد إلا أنها تتناسب أيضاً مع ضخامة المادة المنشورة عبر تلك الوسائل وسرعة نموها وتغيرها، والتي يصعب على مجموعة أفراد أو حتى مؤسسة متابعتها.

٦. المبدأ السادس: نحن بحاجة إلى الأفكار

أكثر من حاجتنا للأموال

من مميزات الإعلام الجديد أنه قليل التكلفة ومجاني في أغلب ما يتيح، فأي شخص أو منظمة ليس بحاجة إلى دفع أية مبالغ لإنشاء حساب على شبكة اجتماعية أو مدونة أو غيرها من الوسائل التي تستضيفها مواقع عالمية تتيح هذه الخدمات بلا مقابل. وحتى التكلفة المادية لأدوات التعامل مع التكنولوجيا الجديدة مثل الحاسوب ووصلات الإنترنت باتت تكلفتها في انخفاض حاد مع مرور الوقت، حتى أن موقع Intac أجرى مقارنة لتطور تكلفة التكنولوجيا عبر الزمن، أظهرت أن هذه التكلفة في انخفاض متواتر، رغم ارتفاع كفاءة وتقنية هذه الأدوات^(٧١).

من جانب آخر، فإن هذه المواقع توفر لمستخدميها فرصة التلاقي وتبادل المعلومات

والآراء والهموم، فتجد بها الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة والإعلانات وتبادل الآراء، ولا يتطلب الانضمام لها جهداً يذكر، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها أو قبول دعوة أحد مستخدميها ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها^(٧). فإعداد مبادرة لاستخدام الإعلام الجديد في حفز المواطنين على التعاون مع الشرطة لمواجهة الجريمة، لا يحتاج إلى أموال كثيفة بقدر ما يحتاج إلى عقول وخبرات، تحدد المطلوب وتقتصر أساليب جديدة ومبتكرة قادرة على استثمار ما تتيحه هذه الأدوات من قدرات متنوعة، وما تتمتع به من انتشار هائل، وإمكانات عالية المرونة، وهو ما يجعلها صالحة للاستخدام في أغراض عديدة تخرج بها عن هدف ابتكارها الأول والتمثل في تعزيز التواصل الاجتماعي والشخصي، وباستخدام وسائط نصية وصوتية وصور ثابتة ومتحركة، في مزيج جذاب.

الأهداف

تسعى الاستراتيجية المقترحة لتحقيق العديد من الأهداف التي تصب في مصلحة حماية الأمن ومكافحة كافة أشكال الجريمة، حيث تسعى المبادرة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. تجديد دماء الذراع الإعلامية للمؤسسات الأمنية، عبر وسائل جديدة تحمل ثقافة مختلفة وأساليب مبتكرة وقيماً تدعم دور الفرد ومسؤولياته، وهو ما يعد شرطاً أساسياً لنجاح أي شراكة نبتغي إقامتها لحماية الأمن العام.

٢. كسر حاجز الصمت بين المؤسسات الأمنية الوطنية والمواطنين، وذلك عن طريق تغيير الصورة النمطية للعلاقة بينهما، من علاقة يحكمها ويحركها الخوف والارتياح والتشكك، إلى علاقة يسودها التعاون والشعور برغبة هذه المؤسسات في الاستماع إلى من تسعى لخدمتهم وإلى من أمانهم واستقرار حياتهم

هو غايتها.

٣. فتح نافذة عريضة ومباشرة للتعرف على أفكار المواطنين ومخاوفهم وما تداولونه من أخبار ومعلومات، وتصحيح الزائف والمغلوط منها بمجرد ظهوره، وهو ما سيحقق مكسباً هائلاً بشأن القضاء على الشائعات في مهدها، وبالتالي القضاء على أحد أهم مسببات عدم الاستقرار وتهديد الأمن الرئيسية.

٤. تكوين رأي عام واع ومستدير، يدرك مخاطر الجريمة، ويعي دور كل فرد في مواجهتها، من خلال عملية تشاركية ثنائية الاتجاه تختلف عن العملية الإعلامية التقليدية أحادية الاتجاه والتي تسودها قيم التوجيه وليس قيم التفاعل. بمعنى اعتماد هذه المبادرة على التغذية العكسية Feedback. أي طرح المبادرات والمساهمات وعرضه على المواطنين، وتقييم مردودها ورؤيتهم لها، ثم القيام بتعديل وتطوير أسلوب التعامل مع الأزمات والمشاكل التي تواجهها هذه المؤسسات بناءً على الانتقادات والنتائج التي تلقتها من المواطنين.

٥. إكساب أبعاد جديدة للحملات الشرطية والأنشطة التوعوية التقليدية التي تنظمها المؤسسات المسؤولة، بزيادة فاعليتها وحيويتها عبر استخدام وسائل تتسم بالانتفاعلية والفورية والانتشار الواسع وجاذبية الشكل والأسلوب. فهذه الوسائل الجديدة أعطت الشرطة أفضلية ليس فقط التواجد في كل شارع أو ميدان، وإنما في غرفة نوم ومجلس كل مواطن يمتلك جهاز حاسب آلي. وهو ما سيعمق من نفوذ وقدرة المؤسسات الأمنية ويزيد من قدرتها على تنفيذ والترويج لخططها ومساعدتها للقضاء على كافة أشكال مخالفة القانون بصورة غير مسبوقه.

٦. توسيع دائرة الحوار المجتمعي حول أسباب الجرائم وأنواعها وسبل معالجتها، بما يولد ملايين الأفكار الجديدة، ويفرس روح المسؤولية، ويعمل على تحسين أداء السلطات الأمنية بدعم آدائها بألاف الأفكار والمعلومات، التي يولدها التفاعل والتواصل مع الجماهير. وهو ما قد تستفيد منه هذه الأجهزة والمؤسسات الأمنية منها عن طريق إخضاع هذه المقترحات والمبادرات الفردية والمجتمعية للدراسة والتطوير من خلال إدارات البحث والتطوير R & D التابعة لوزارة الداخلية.

٧. زيادة كفاءة الأجهزة الأمنية في البحث والتحري عن طريق وسائل غير تقليدية تمثل مستودعات هائلة للمعلومات عن الشخصيات والأماكن والفعاليات.

٨. الترويج والتأكيد على الطابع الإنساني للعمل الشرطي والذي يستهدف في الأساس حماية المجتمع، من قبل أفراد هم مواطنين وأعضاء فيه مكلفون بواجبات ومسؤوليات حفاظاً على أرواح ومصالح من حولهم ويرتبطون بهم بعلاقات إنسانية واجتماعية متشابكة، ما يعني في النهاية وحدة الهدف والمصلحة. وسيادة النظرة الإيجابية ويعمق من إجراءات بناء الثقة بين المواطنين ورجال الشرطة.

٩. درء قيم السلبية واللامبالاة ودعم قيم المشاركة والتفاعل، عبر تأكيد الدور التضامني لجميع أفراد المجتمع في مواجهة المخاطر الأمنية التي تتهدده.

١٠. دعم أواصر الثقة بين المواطن والجهات الأمنية، وتنقية الصورة الذهنية العامة من الأفكار المسبقة والأنماط التقليدية لصورة الشرطي وعلاقته بالمواطنين. بمعنى أن المواطن لن يتحول من كونه مشبهاً فيه أو صاحب شكوى فقط، ولكنه سيصبح من الآن

وصاعداً مصدر عون ومساعدة للشرطة. وهو ما يسمى بالشرطة المجتمعية.

١١. دعم الجانب الاجتماعي في حل المشكلات الأمنية عبر توطيد أساليب الاحتواء المجتمعي للظواهر السلبية بما يعمل على علاجها من داخل الأسرة ومؤسسات التنشئة ووسائل الإعلام التي يتفاعل معها الشباب وتجذبته للتعامل معها. وهو ما سيساهم في تخفيف الأعباء عن كاهل الأجهزة الأمنية ويجعلها تلتفت إلى معالجة مشاكل أمنية أكثر تعقيداً وتركيباً من باقي المشاكل، مثل مواجهة أساليب التجسس الخارجي، التخابر مع جهات أمنية للأضرار بمصالح الوطن، وغيرها من المشاكل التي تخرج من نطاق الشرطة إلى نطاق الأمن القومي.

الأدوات والوسائل

تعتمد الاستراتيجية المطروحة بشكل أساسي على الأدوات الجديدة التي تتيحها شبكة الإنترنت، والمتمثلة فيما يسمى مواقع المحتوى المنتج بواسطة المستخدم (User-Generated Content UGC)، والتي تزيد من دور الفرد كمنتج للمضمون ومحل تداول له وتفاعل متعدد الاتجاهات بشأنه. وتشهد هذه الوسائل معدلات نمو هائلة سواء من حيث حجم المضمون أو أعداد المستخدمين، سواء على مستوى العالم أو على مستوى الدول - كما سلف الذكر. أما عن الوسائل الأدوات التي يمكن أن تساهم في تحقيق هذه الاستراتيجية فيمكن إجمالها في ما يلي:

الشبكات الاجتماعية Social Networks

يعد موقع Facebook هو أكثر الشبكات الاجتماعية انتشاراً على الإطلاق. حيث يبلغ عدد مستخدميه ٥٠٠ مليون مستخدم نشط حول العالم. يقضون حوالي ٧٠٠ ألف مليون دقيقة في تصفحه شهرياً، ويتفاعلون مع ٩٠٠ مليون

موضوع سواء صفحات Pages أو أحداث Events أو مجموعات Groups يستضيفها الموقع. ويتشاركون ٣٠ ألف مليون محتوى (روابط، أخبار، تدوين، صور ... ألخ) شهرياً^(٧٨). ويمثل مستخدمو الموقع ٧,٢٩٪ من سكان العالم وحوالي ٢٧,٧٪ من إجمالي مستخدمي الإنترنت حول العالم^(٧٩). أما مستوى استخدام الموقع على مستوى الدول، تعد الولايات المتحدة هي أكبر مستخدم للموقع بإجمالي ١٣٣ مليون و٩٢٥ ألف و٢٨٠ مستخدم، يليها بريطانيا ٢٨ مليون و٢ آلاف و٥٠٠ مستخدم، ثم أندونيسيا ٢٧ مليون و٨٠٠ ألف و١٦٠ مستخدم، ثم تركيا ٢٣ مليون و٨٣٣ ألف و١٤٠ مستخدم، ثم فرنسا ١٩ مليون و٢٨٤ ألف و٤٢٠ مستخدم^(٨٠). انظر شكل رقم (٢).

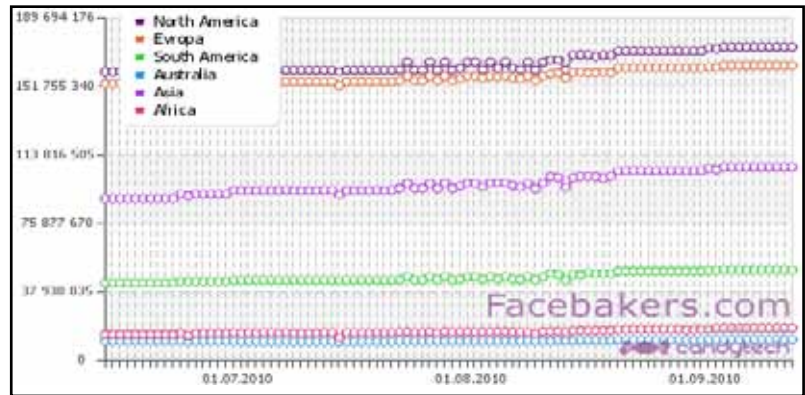
على موقع Facebook وحده وإنما يمتد لغيره من مواقع التواصل الاجتماعي الآخذة في الانتشار، والتي يعد أبرزها:

Twitter.com: موقع أمريكي أسسه جاك دورسي وبيز ستون وإيفان وليامز عام ٢٠٠٦^(٨٢). ويبلغ عدد مستخدميه ١٤٥ مليون شخص، يدرجون ٧٠ مليون إدراج جديد (تويت) يومياً، ويزدادون بمعدل ٢٠٠ ألف حساب جديد يومياً^(٨٣).

MySpace.com: موقع تأسس عام ٢٠٠٤، ويبلغ عدد مستخدميه ١٢٢ مليون مستخدم نشط شهرياً، بمعدل ١٠٠ ألف تسجيل جديد كل يوم، ينتمون إلى ٢٩ منطقة حول العالم ويتحدثون ١٥ لغة مختلفة، يقضون ٨,٢ ألف مليون دقيقة في تصفح الموقع حيث يشاهدون بنحو ٤٦ مليون نشاط وتحديث على الشبكة كل يوم^(٨٤).

LinkedIn.com: وهو موقع أمريكي أسسه "ريد هوفمان" عام ٢٠٠٢، ويبلغ عدد أعضائه ٧٥ مليون عضواً في أغسطس ٢٠١٠، ينتمون إلى ٢٠٠ دولة حول العالم، ويزدادون بمعدل عضو جديد كل ثانية تقريباً^(٨٥).

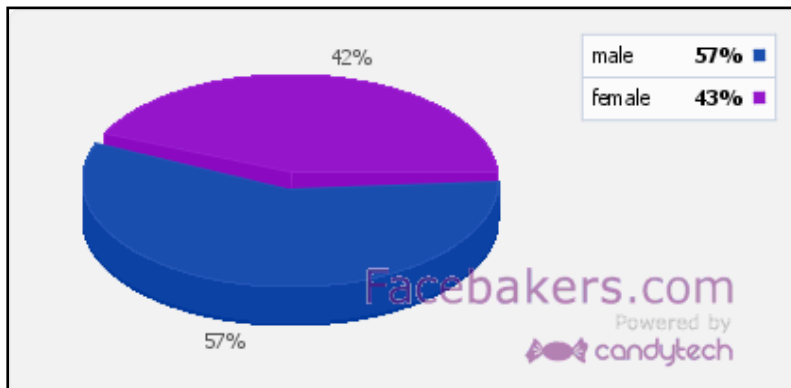
شكل رقم (٣) توزيع مستخدمي الفيس بوك على قارات العالم. سبتمبر ٢٠١٠



مواقع تشارك الفيديو

وعلى مستوى مملكة البحرين، ووفق

شكل رقم (٤) التوزيع النوعي لمستخدمي فيس بوك بالإمارات العربية المتحدة *



إحصاءات سبتمبر ٢٠١٠، بلغ عدد مستخدمي صفحة موقع فيس بوك ٢٣٧ ألف و٥٠٠ مستخدم، منهم ١٣٣ ألف و١٠٠ ذكور، و٩٩ ألف و٢٢٠ إناث^(٨١) (انظر الشكل رقم (٤)). شكل رقم (٤)

ولا يقتصر هذا الانتشار الواسع

Facebook Statistics Bahrain, (5 Sep. *) 2010) Available at: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/UAE/>

Photo & Video Sharing

تشهد هذه المواقع هي الأخرى انتشاراً واسعاً حول العالم، كما أنها تتيح ذات الإمكانيات المتعلقة بإنتاج المادة الإعلامية ونشرها وتداولها عبر المستخدم. وتعد أشهر مواقع تشارك الفيديو على الإطلاق هو موقع يوتيوب Youtube.com. الذي تأسس عام ٢٠٠٥، حيث يستضيف ٢ مليون ساعة من مقاطع الفيديو تمثل ٤٢٪ من إجمالي الفيديو الذي يشاهده متصفح الإنترنت. ويبلغ زواره شهرياً حوالي ١٤٤ مليون شخص، يقضي كل منهم في المتوسط ١٥ دقيقة يومياً على الموقع، ليلعب متوسط مشاهداته ١٠٠ مقطع شهرياً^(٨٦). ويبلغ إجمالي ما يشاهده زوار الموقع يومياً ألفي مليون مقطع فيديو، ويبلغ متوسط التحميل عليه Upload حوالي ٢٤ ساعة من الفيديوهات كل دقيقة، وهو يعني أن التحميل من الموقع خلال ستين يوم يفوق إجمالي عدد ساعات بث أكبر ثلاث شبكات تلفزيونية أمريكية (NBC، ABC، CBS) مجتمعة خلال ست سنوات^(٨٧).

هناك أيضاً موقع فليكر (flickr.com) الذي يعد أشهر مواقع تشارك الصور Images. ويستضيف أكثر من أربعة آلاف مليون صورة^(٨٨)، ويتم استخدامه لأغراض التواصل الاجتماعي، وكذلك لأغراض الدعاية السياسية والتسويق والثقافة وغيرها، سواء من خلال الحسابات الشخصية أو المجموعات التي يستضيفها الموقع.

١. المدونات Blogs

لقد شهدت المدونات كأحد أهم وسائل الإعلام الجديد انتشاراً مهنولاً منذ ظهورها حتى الآن، إذ بلغ إجمالي عددها حتى شهر أكتوبر ٢٠٠٤ حوالي ٤ ملايين مدونة، بمعدل نمو يومي بلغ ١٢ ألف مدونة جديدة، و٤٠٠ ألف

تدوينة جديدة كل يوم^(٨٩). وفي شهر مارس ٢٠٠٥، بلغ عدد المدونات لحوالي ٧,٨ مليون مدونة، فقد نمت بمعدل ٣٥ ألف مدونة جديدة، و٥٠٠ ألف تدوينة جديدة كل يوم^(٨٩). وقد ارتفع هذا الرقم إلى ٦٠ مليون مدونة في شهر نوفمبر ٢٠٠٦، تتزايد بمعدل يفوق ١٧٥٠٠٠ مدونة جديدة كل يوم، ما يعني ظهور ١٨ مدونة جديدة كل ثانية. وفي عام ٢٠٠٨ بلغ عدد المدونات حول العالم لحوالي ٧٠ مليون مدونة، بمعدل نمو بلغ ١٢٠ ألف مدونة يومياً بعدما كان ١٢ ألف مدونة يومياً في أكتوبر ٢٠٠٤، أي بزيادة بلغت عشرة أضعاف تقريباً، بما يعادل ٨٤ مدونة يتم إطلاقها في الدقيقة الواحدة، بمعدل ١,٤ مدونة كل ثانية. كما زاد عدد التدوينات عالمياً من ٤٠٠ ألف تدوينة يومياً في أكتوبر ٢٠٠٤ إلى ١,٤ مليون تدوينة في أبريل ٢٠٠٧، بزيادة تقدر بـ ٢٥٠٪^(٩٠). وفي شهر أكتوبر ٢٠٠٩ بلغ عدد المدونات حول العالم ١٢٢ مليون مدونة وفق موقعي (www.techonorati.com) وموقع (www.thefuturebuzz.com).

وفي يوم ٦ سبتمبر ٢٠١٠ سجل موقع (www.blogpulse.com) والذي يرصد نمو فضاء التدوين دقيقة بدقيقة، وجود ١٤٦ مليون و٤٤ ألف و٦٠٦ مدونة حول العالم، فيما بلغت عدد المدونات الجديدة التي تم إنشائها خلال الأربع وعشرين ساعة السابقة على هذا التاريخ ٥٧ ألف و٤٦٢ مدونة جديدة، إلى جانب ٩٥٥ ألف و٨٢٧ تدوينة جديدة قام بكتابتها المدونين على مدوناتهم خلال نفس المدة^(٩٠).

٢. الويكي Wikis

تتيح الويكي (الموسوعة الإلكترونية الحرة) لكافة المستخدمين خيار الإضافة والتحرير في المحتوى الجديد، بما يعني تشارك الآلاف أو ربما الملايين في إنتاج مضمون تشاركي واحد، مع توافر إمكانيات هائلة للتحكم في المضمون

وتجتذب الموسوعة ٧٨ مليون زائر شهرياً، ويبلغ عدد المستخدمين المسجلين بها ١٣ مليون و٢٢ ألف و٥٩ مستخدم، هذا بخلاف المستخدمين الذين يقومون بالإطلاع على المضامين المنشورة دون تسجيل، سواء باستخدام روابط التصنيفات الموضوعية المتاحة على الصفحة الرئيسية، أو استخدام صندوق البحث^(٩١). انظر شكل رقم (٦).

١. المنتديات Forums

وهي ساحات نقاش إلكترونية تتيح لأعضائها تبادل الآراء والمعلومات بشأن أي موضوع بغض النظر عن نوعه، وبدون تكلفة تذكر سوى التسجيل في المنتدى عبر خطوات بسيطة ومجانبة. وتشهد هذه الوسيلة هي الأخرى انتشاراً كبيراً في العالم وفي الدول العربية خاصة. إذ يسجل

دليل نسناس للمواقع العربية (ac.nesnas.com) والذي يعد من أكبر الأدلة، عدداً هائلاً من المنتديات العربية بلغ عددها ١٦٨٨ منتدى.

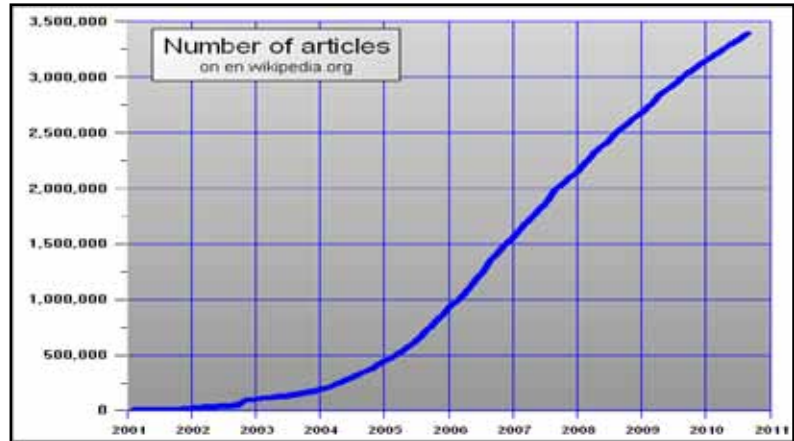
منقسمة إلى ١٨١ منتدى مخصص لسكان مدن أو دولة بعينها، ٤٥ منتدى سياسي، ٦٥ منتديات النقاش الجادة، ٩٤ منتديات التسلية والترفيه، ٥٢ منتديات إسلامية، ٣٢ منتديات نسائية، ٩٦ منتديات الأسرة والمجتمع، ٥٠ منتديات تعليمية، ٣٦ منتديات اقتصادية، ١٢٩ منتديات

أدبية، ٣٤ منتديات طبية، ٧٢ منتديات رياضية، ١٣٧ منتديات الكمبيوتر والبرامج، ٣٢ منتديات شخصية، ١٨ منتديات الأدلة، ٢٩ منتديات الاتصالات، ٨١ منتديات تطوير المواقع، ٢٤ منتديات الألعاب، ١٦ منتديات الصوتيات والمرئيات، ٤٦٤ منتديات عامة ومتنوعة^(٩٢).

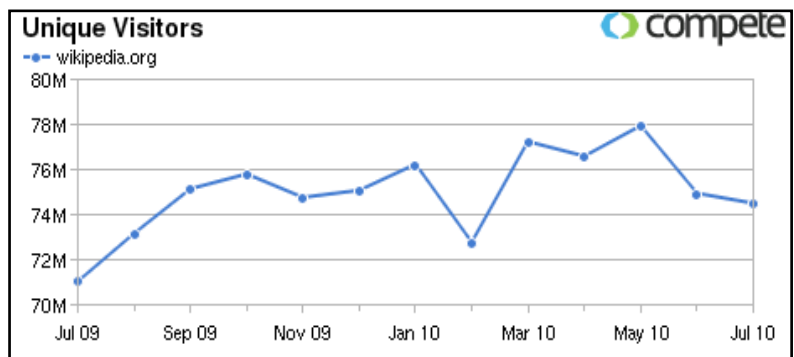
من جانب القائمين عليه لمراجعة المضمون والحفاظ على سرعة الموقع وكفاءته. وهناك مواقع توفر إمكانية أن يقيم الشخص ويكي خاصة به مثل (www.wiki.com).

ويعد أشهر الويكي على الإطلاق موسوعة ويكيبيديا (www.wikipedia.org) وهي موسوعة تم تأسيسها عام ٢٠٠١، ويستطيع أي مستخدم للإنترنت أن يعدل ويضيف إليها، متبعاً قائمة من التعليمات الإرشادية المتعلقة بأسلوب التحرير في الموسوعة وأدابه. ويساهم في الموسوعة ٩١ ألف مستخدم نشط يعملون على أكثر من ٦ مليون مقال، منها ٣ ملايين و٤٠٧ ألف و٤٩٩ مقال باللغة الإنجليزية، و١٣٣ ألف و٧٥٢ باللغة العربية، والباقي بلغات أخرى يبلغ عددها ٢٦٨ لغة^(٩١). انظر الشكل رقم (٥).

شكل رقم (٥) تطور أعداد المقالات المكتوبة باللغة الإنجليزية بموسوعة ويكيبيديا بين يناير ٢٠٠١ ويوليو ٢٠١٠



شكل رقم (٦) تطور أعداد زائري موسوعة ويكيبيديا بين يوليو ٢٠٠٩ ويوليو ٢٠١٠



يتضح من هذا الطيف الواسع لأنواع المنتديات العربية، مساحة النقاش الواسعة التي تتيحها هذه الوسيلة، والانتشار الواسع الذي تحظى به. فمنتدى الساحة العربية، على سبيل المثال، يبلغ معدل الموضوعات الجديدة به يومياً ٤٨ موضوعاً، ومعدل الردود ٤٠٥ رداً، ومعدل القراءات ١٧٣٨٤٣^(٩٢).

ولا يختلف الأمر بالنسبة لدولة الإمارات، حيث أحصي حوالي ٥٣٠ منتدى إماراتي متنوع. ما يعني وجود منتدى واحد لكل ٦٥٠ مستخدم للإنترنت في الدولة. وهي نسبة مرتفعة إلى حد كبير، وتوضح مدى قدرة هذه الوسائل على حشد الجماهير والمواطنين وشد انتباههم. مشروعات مقترحة

بخلاف المزايا التي قد توفرها وسائل الإعلام الجديد للجهات الأمنية كمصادر للتعبق والتحري والضبط. كما سبق التوضيح. وبغض النظر عن الإشكالات الحقوقية التي تثيرها هذه النقطة، إلا أن مقترحات عديدة يمكن أن تكون نواة لمشروعات أولية يمكن أن تكون نواة لانطلاق مبادرة لاستخدام الإعلام الجديد في تدعيم الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة وكذلك رعاية ضحاياها.

فإلى جانب أهمية استخدام وسائل الإعلام الجديد كأدوات مكملة للأساليب التقليدية التي تقوم بعمليات التوعية وفعاليات الشراكة المجتمعية في حفظ الأمن ومطاردة المجرمين والعمل على مكافحتها بالطرق المادية التقليدية، فإن هذه الوسائل يمكن أن تلعب دور "الشرطة المجتمعية". وذلك عن طريق توجيه الدعوات ونشر المعلومات ومقاطع الفيديو والصور عبر هذه القنوات الجديدة للحد واحتواء الجريمة بكافة صورها، إلى جانب الوسائل التقليدية المباشرة مثل الندوات والمحاضرات، والجماهيرية مثل الصحافة المقروءة والتلفزيون. ويمكن طرح مجموعة

من المقترحات كمشروعات تنطلق بالأساس من فضاء الإعلام الجديد، يتولى تنفيذها المؤسسات الأمنية الوطنية (متمثلة في وزارة الداخلية وباقي المؤسسات المختصة والمعنية) وتستهدف رواده من قطاعات المجتمع المختلفة ولاسيما الشباب، خاصة في مجال مكافحة الجريمة، والتي يمكننا ذكر بعض منها، كالتالي:

١. الموسوعة الأمنية الشعبية «بولي ويكي Poli Wiki»

تقوم فكرة هذه الويكي المقترحة على إنشاء موسوعة كبيرة يقوم بتحريرها وتحديثها المواطنين أنفسهم، حول معلوماتهم عن النظم الأمنية في الدول المختلفة، سواء التي قرؤوها في كتب أو مواقع إلكترونية، أو اطلعوا عليها بحكم دراستهم أو عايشوها بحكم إقامتهم في الخارج، أو تعرفوا عليها من آخرين أو أصدقائهم الأجانب، هذا إلى جانب إثارة النقاش حول هذه الموضوعات وإمكانية تطبيقها داخل البلاد.

ولا يقتصر الهدف من هذه الفكرة على توفير المعلومات، وإنما يمتد إلى فتح حوار جماهيري مفتوح حول تجارب أمنية مختلفة تعرض لها المستخدمين أنفسهم، وطرحها للنقاش المجتمعي المفتوح، بما قد يولد آلاف الأفكار الجديدة لتطوير المنظومة الأمنية، والتي يمكن لأجهزة الأمن فيما بعد تبنيها وإعلانها مشروعاً قومياً للتطوير، جاءت فكرته من الناس أنفسهم، وتستعين بهم أيضاً من أجل تنفيذه، بما يحقق أعلى درجات الديمقراطية في الطرح والتنفيذ، ويثير حالة من الحماس العام لتبني المشروع. ومن الممكن أن تساهم المؤسسات الأمنية في هذه الموسوعة سواء بتبني فكرة إنشائها، أو الإشراف على تحريرها، وتقديم أجوبة عن التساؤلات التي يطرحها المتصفح والمشاركين والمنضمين لعضوية هذه الموسوعة. ولم يقترح الباحثان أن يكون موضوع هذه

الفكرة تجارب المواطنين داخل الشارع المحلي، منعاً لدخول اعتبارات سياسية وشخصية في عمليات التحرير والإضافة، وبما يفتح دوائر أوسع للنقاش الأمني تخرج بالمواطنين المشاركين من الدائرة المحلية الضيقة. ومن جانب آخر، سيساهم إثارة النقاش حول هذه التجارب وإمكانية تطبيقها في تنفيذ الأفكار التي يطرحها المواطنين من جانب مواطنين آخرين، ما يعني تفعيل آلية فرز ذاتي للأفكار المطروحة قبل تحولها إلى أفكار مشتركة ومتفق عليها صالحة لأن تكون نواة لمشروعات يمكن تنفيذها.

طريقة العمل: يمكن تقسيم هذه الويكي إلى أقسام يناقش كل قسم فرع أمني معين مثل (الأمن المحلي، الإرهاب، أمن المطارات، الحراسة الشخصية، المرور، الجمارك... وغيرها). بحيث يستطيع كل مشترك أن يضيف ما يرغب به من معلومات في القسم الذي يريده، أخذاً في الاعتبار وجود عدد هائل من الروابط المرتبطة بالكلمات أو الموضوعات والتي يمكن من خلالها المتصفح أن ينتقل من صفحة لأخرى بسهولة، لتتداخل وتتشابك مع بعضها البعض من خلال روابط فائقة عديدة، تجعل الفرد قادر على الحصول على أي معلومة من خلال النقر على الكلمة المفعلة. والعمل على إيجاد طريقة فورية للاستجابة على أي بلاغ أو شكوى يواجهها المواطنون أو تعرضوا لها - كرقم هاتف مجاني أو خدمة SMS.

كما يمكن إضافة بند مناقشات Discussions لفتح حوار حول القضايا محل التناول داخل الويكي، وطرح مقترحات الزائرين المختلفة، هذا إلى جانب بعض التقنيات الأخرى مثل خدمات التغذية الفورية RSS، والقوائم البريدية Mail List، والمراسلة عبر البريد الإلكتروني، بما يدعم التواصل بين المشاركين والموقع.

أسلوب الإدارة والمتابعة: يمكن ابتكار أسلوب للإدارة يجمع بين المؤسستين الرسمية والمدنية في إدارة الموقع، بحيث يمكن تشكيل مجلس لإدارته يجمع أعضاء من الجمعيات المدنية والنشطاء المحليين إلى جانب دور رسمي، ويفضل أن يكون محدوداً في أمور التمويل، وتبني المشروعات النهائية.

أما بالنسبة لأسلوب متابعة المضمون المنشور فيمكن وضع قواعد للنشر والكتابة، مثل وضع مصادر المعلومات الموجودة أو روابط المواقع المنقولة عنها، والالتزام بالكتابة باللغة العربية أو أية لغة أخرى، والالتزام بعدم تخريب ما يكتبه الآخرين، وعدم إضافة مضامين غير لائقة وغيرها من القواعد التي توضع في لائحة الاستخدام لتكون بمثابة لائحة داخلية منظمة يلتزم بها المتصفحون طواعية، كما يمكن لأي متصفح أن يبلغ عن أي تعليق أو إضافة منافية لهذه القواعد أو لغيرها من القواعد العامة عبر وضع رابط Abuse Content، ما يعني حذف المضمون المبلغ عنه فعلاً حال وصول عدد البلاغات إلى حد معين، مع إمكانية منع دخول المستخدم نفسه حال وصول البلاغات إلى عدد أكبر يتم تحديده وفق قواعد النشر بالويكي. هذا إلى جانب ما تتيحه تقنيات تصميم المواقع من تحكم هائل في المضمون، بحيث يمكن منع عمليات الاختراق والقرصنة، وحماية البنية التقنية والمضمونية للموقع، وغيرها من المهام التي تقع على عاتق إدارة الموقع.

٢. مواد مصورة: ”كنت ضحية.. فهل تساعدني؟“

تستهدف هذه الفكرة تغيير الصورة النمطية لضحايا بعض الجرائم مثل تعاطي المخدرات، والاعتصاب، والتحرش... وغيرها من الجرائم التي لا زال المجتمع العربي يتعامل مع ضحاياها بمنظور إدانة أكثر من التعاطف والمساعدة.

وكذلك تغيير تعامل المجتمع مع المجرمين الذين يقضون مدتهم ويواجهون صعوبات في الاندماج بالمجتمع بعد ذلك، بسبب تاريخهم الإجرامي.

طريقة العمل: يتركز المشروع المقترح في مجموعة من المواد المصورة التي تناقش هذه القضايا في قالب درامي وإنساني، أو تعرض قصص حقيقية يحكي فيها أبطالها تجاربهم والمعاناة التي يعانونها بسبب نظرة المجتمع الدونية لهم، مع نشر هذه المقاطع المصورة على مواقع تشارك الفيديو Video Sharing والشبكات الاجتماعية والمنتديات الشبابية، وهي المواقع التي تتيح لمشاهدي هذه المواد التعقيب عليها وابداء آرائهم فيها واقتراحاتهم بشأنها، كما يمكن إقناع مجموعة من المدونين بكتابة تدوين بخصوص الموضوع (كمثال على التعاون بين المؤسسات الرسمية والمواطنين لخدمة الصالح العام) وهو ما قد يتكامل في مجمله مع حملات توعية تقوم بها المؤسسات الثقافية والمؤسسات الاجتماعية عبر الندوات واللقاءات الجماهيرية ووسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والتلفزيون).

أسلوب الإدارة والمتابعة: يمكن أن يتم إنتاج هذه المواد بالتعاون بين الجهات الأمنية ودور الإيواء وجمعيات رعاية السجناء والمفرج عنهم، بالاستعانة بمتخصصين في الإعداد الدرامي. أخذين في الاعتبار أهمية متابعة النقاشات التي تثيرها المواد المعروضة وتسجيل الاتجاهات العامة لها، لأخذها في الحسبان عند إعداد خطط التوعية العامة. وقياس رد الفعل الشعبي واتجاهات الرأي العام عن مثل هذه المبادرات ومدى تعاطفه أو رفضه لها. وذلك لتحديد مدى النجاح أو الفشل في الاستراتيجيات المتبعة.

٣. مدونون ضد الشغب

الهدف من هذا المقترح العمل على رعاية

وتدعيم شن حملة شبابية من نشطاء الإنترنت لمواجهة أعمال الجريمة والشغب والتخريب، التوعية بقيم وقواعد التظاهر والاحتجاج السلمي، واحترام حقوق وحريات الآخرين. وإظهار تجارب الدول المختلفة وخصوصاً الديمقراطية الغربية في هذا المجال.

طريقة العمل: إقناع مجموعة من شباب المدونين بتبني فكرة الحملة، وإظهار عدم تناقضها مع الحقوق القانونية للاحتجاج والتظاهر أو محاولة من المؤسسات الأمنية لتقويض الحريات العامة وتدجين المعارضة الوطنية (عملاً بالمبدأ الخالد للحرية الاجتماعية القائل "أنت حر ما لم تضرب") وإنما هي حملة توعية للوصول إلى مدونة سلوك للتظاهر في الشارع. وقد يتكامل مع ذلك إطلاق مجموعات تتكامل مع ذلك على الشبكات الاجتماعية والمنتديات الشبابية. والحرص على التأكيد على الطابع الوطني ولخدمة البلاد والمواطنين لهذه المبادرة. ومن الممكن اقتراح قيام أحد الأمراء أو السيد وزير الخارجية بالمبادرة وإنشاء مثل هذه المدونات، وإقامة حوار مفتوح وحي (مؤتمر مصور Video Conference) مع شباب الانترنت، حول شكاويهم ومقترحاتهم حول الحالة الأمنية وكيف يمكن تحقيق الأمن الشخصي والاجتماعي للمواطنين ومكافحة الجريمة دون إضرارهم.

أسلوب الإدارة والمتابعة: يقتصر إدارة هذه الحملة على المدونين أنفسهم الذين سيقومون بكتابة التدوينات، وتنظيم الفعاليات المختلفة، إلا أن دوراً يمكن أن تضطلع به مؤسسات المجتمع المدني في دعوة وإقناع المدونين بالحملة وأهدافها، ومساعدتهم في تنظيم فعالياتهم. كذلك من الممكن دعوة بعض صغار الضباط (شباب الضباط) بالمشاركة والانغماس والتفاعل في مثل هذه الفعاليات - وهو ما

خاتمة الدراسة

لقد سعت هذه الدراسة إلى فتح نوافذ جديدة أمام تواصل مطلوب وضروري بين أجهزة الأمن والمواطنين، من أجل حماية استقرار المجتمع كهدف مشترك لا بد من تحقيقه في إطار من المسؤولية الجماعية، وهو التواصل الذي طرحه الباحثان استراتيجياً من أجل تحقيقه عبر قنوات وأساليب غير تقليدية تتمتع بجاذبية وانتشار واسع، وهي وسائل الإعلام الجديد.

فمواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع تشارك الصور والفيديو والمدونات وغيرها من الوسائل التي تقوم على التفاعل وتحويل المستخدم إلى منتج للمادة قادر على الإضافة والتعقيب والمناقشة والتداول، تمتلك قدرات عديدة يمكن استثمارها في طرح مبادرات تعمل على تجديد دماء الاستراتيجيات الأمنية عبر وسائل جديدة تحمل ثقافة مختلفة وأساليب مبتكرة وقيماً تدعم دور الفرد ومسؤولياته، وتكسر حاجز الصمت بين المؤسسات الأمنية الوطنية والمواطنين، ما يفتح نافذة عريضة ومباشرة للتعرف على أفكار المواطنين ومخاوفهم وما تداولونه من أخبار ومعلومات، وتصحيح الزائف والمغلوط منها بمجرد ظهوره، من أجل تكوين رأي عام واع ومستنير، يدرك مخاطر الجريمة، ويعي دور كل فرد في مواجهتها، من خلال عملية تشاركية ثنائية الاتجاه تختلف عن العملية الإعلامية التقليدية أحادية الاتجاه والتي تسودها قيم التوجيه وليس قيم التفاعل، الأمر الذي يوسع دائرة الحوار المجتمعي حول أسباب الجرائم وأنواعها وسبل معالجتها، ويدراً قيم السلبية واللامبالاة عبر تأكيد الدور التضامني لجميع أفراد المجتمع في مواجهة المخاطر الأمنية التي تتهدده.

وقد انتهى الباحث إلى وضع مجموعة من المقترحات لمبادرات إعلامية أمنية تعتمد على

سيساهم في خلق جيل من القيادات الأمنية على قدر على من القدرات التكنولوجية وعلى اتصال حي ومباشر مع فئات مجتمعية فعالة، ولديها حث نحو خدمة مجتمعاتهم. وهو الأمر الذي سيساهم في رفع قدرات ومستوى هؤلاء الضباط على فهم الواقع الاجتماعي المحيط ببيئات العمل الخاصة بهم، وبالتالي زيادة قدرتهم على مواجهة الجرائم والأزمات التي يواجهونها أثناء تأدية عملهم الرسمي.

٤. حملة "أبي رجل شرطة"

تقوم فكرة هذه الحملة على إظهار الجانب الإنساني والاجتماعي لرجال الشرطة، وحرصهم على توفير الأمن في الشارع من منطلق انتماءهم الوطني، وأهمية مساعدتهم في أداء واجبهم ومسؤولياتهم، وأهمية دور كل مواطن في مساندتهم لأداء هذا الدور.

طريقة العمل: يمكن أن تنطلق هذه الحملة من خلال استخدام مزيج من الأدوات والوسائل الإلكترونية الجديدة، بحيث يمكن إنشاء صفحات لها على مواقع الشبكات الاجتماعية ودعوة المواطنين لتسجيل آرائهم وتجاربهم الإنسانية مع رجال الشرطة، إلى جانب تسجيل تجارب شرطية واقعية في نجدة المصابين وضحايا الحوادث وتوضيح المعاناة التي يكابدونها وعرضها كمقاطع فيديو في المنتديات ومواقع تشارك الفيديو، وغيرها من الأساليب التي قد تتكامل مع الأساليب التقليدية في تنظيم الحملات الميدانية واللقاءات العامة.

أسلوب الإدارة والمتابعة: يمكن أن تطلع الجهات الأمنية بهذه الحملة من حيث إعداد المواد اللازمة ونشرها، في إطار من التنسيق والتعاون مع بعض مؤسسات المجتمع المدني المعنية بالشباب والمجتمع، كما يمكن تحفيز نشاط الإنترنت على تبني أهداف الحملة والترويج لها.

for Community Consultation: A Discussion on Principles and Procedures for Making Consultation Work". (Sydney; New South Wales Department of Urban Affairs and Planning, February 2001).

Richard Munt: "Building Community Participation". Stronger Families Learning Exchange Bulletin, No. 2 (Spring/Summer 2002), pp. 3-5.

Roger Hart: "Children's Participation: The Theory and Practice of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care". (London: Earthscan; Earthscan Publications, 1997).

١٠. فهد بن سليمان القرطون: "أثر المدرسة في تفعيل دور طلاب المرحلة الثانوية لمواجهة الإرهاب". الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٨.

١١. حسين رمزي كاظم: «المشاركة المجتمعية الفعالة». جريدة الأهرام، ١٠ مايو ٢٠١٠.

David Easton: "The Political System". (New York: Alfred Knopf, 1971). Gabriel Almond: "Developmental Approach".

١٢. Wikipedia (the free encyclopedia): "New Media". Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/New_media#cite_ref-0

١٣. Noah Wardrip-Fruin Nick Montfort (eds.): "The New Media Reader", pp. 16-23. (Cambridge; MA, MIT Press, 2001).

١٤. Lev Manovich: "New Media : From Borges to HTML", in Noah Wardrip-Fruin and Nick Montfort (eds.): "The New Media Reader", op, cit.

١٥. عادل عبدالصادق: "الديمقراطية الرقمية نمط جديد للممارسة السياسية". مجلة الديمقراطية (مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية) المجلد، ٣، العدد ٣٤ (أبريل ٢٠٠٩).

١٦. Blog Definition: "Oxford Dictionary". Available at: (http://oxforddictionaries.com/view/entry/m_en_gb0085190#m_en_gb0085190). Blog Definition: "Wikipedia: the free encyclopedia". Available at: (<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>).

١٧. شريف درويش اللبان: "الصحافة

وسائل الإعلام الجديد من أجل تدعيم الشراكة المجتمعية لمكافحة الجريمة، وهي المقترحات التي لا يعدو كل منها أن يكون مجرد فكرة تحتاج إلى تخطيط وترتيب وتمويل وجهود لإطلاقها وتحويلها إلى مشروع قائم، يدعم ويفعل من مشاركة المواطنين وانغماسهم في فعاليات لمكافحة الجريمة والعنف. وبالطبع، فإن هذه الأفكار لا تعدو أن تكون سوى نماذج وأمثلة لما يمكن أن تقوم به هذه الوسائل، وهو ما يمكن أن يساهم في ابتكار المزيد منها. آخذين في الحسبان اعتبارات التداخل والتكامل الواجب مراعاتها بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في مخاطبة الجماهير من أجل تفعيل حجم مشاركتهم المجتمعية وتحسينها في مجال مواجهة الجريمة.

المراجع

١. J. Norman Reid: "Community Participation: How People Power Brings Sustainable Benefits to Communities". (Washington: USDA Rural Development; Office of Community Development, June 2000).

٢. David Wilcox: "Community Participation and Empowerment: Putting Theory into Practice". (York; UK: Joseph Rowntree Foundation: August 1994). Available at: (<http://www.jrf.org.uk/sites/files/jrf/h4.pdf>).

٣. Jack Green and Stephen Mastrofski (eds.): "Community Policing: Rhetoric or Reality?". (New York: Praeger, 1988). Jerome Skolnick and David Bayley: "Community Policing: Issues and Practices Around the World". (Washington D. C.: National Institute of Justice, 1988).

٤. David Zakus and Catherine Lysack: "Revisiting Community Participation". Health Policy and Planning, Vol. 13, No. 1 (1998), pp. 1-12.

٥. Desmond Connor: "Constructive Citizen Participation: A Resource Book". (Victoria; British Columbia: Connor Development Services, 1981).

٦. Wendy Sarkissian and Donald Perlgut (eds.): "The Community Participation Handbook". (Sydney: Impacts Press, 1994).

٧. Carson, Lyn and Katharine Gelver: "Ideas

- Breakdown of the Blogosphere, Available at: (<http://www.intac.net/breakdown-of-the-blogosphere/>). ٣٠
- For more information see : (<http://www.facebook.com/networks/67109239/Egypt/>). ٣١
٣٢. أنظر صفحة البرادعي رئيساً "Elbaradei" for Presidency of Egypt: 2011 على الفيس بوك: <http://www.facebook.com/group.php?gid=123551066565>
٣٣. تشارلس بيللر: "سلام باكس: شاهد عيان على شبكة الإنترنت يضفي وجهاً إنسانياً علي ما يجري في بغداد"، الشرق الأوسط نقلاً عن لوس أنجلوس تايمز (٢ أبريل ٢٠٠٣). ([http://www.aawsat.com/details.asp?section=39&article=163289&issue\(no\)=8891](http://www.aawsat.com/details.asp?section=39&article=163289&issue(no)=8891))
٣٤. Will Ward, "Uneasy bedfellows: Bloggers and mainstream media report the Lebanon conflict", Arab Media & Society, Issue 1, (Spring 2007). Available at: (http://www.arabmediasociety.com/topics/index.php?t_article=52).
٣٥. Sune Haugbolle, «From A-lists to webtifadas: Developments in the Lebanese blogosphere 2005-2006». Arab Media & Society, Issue 1, Spring 2007, Available at: (http://www.arabmediasociety.com/topics/index.php?t_article=92).
٣٦. محمد خليفة المعلا: "الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة". (شرطة الشارقة. مركز البحوث والدراسات، الشارقة ١٩٩٩).
٣٧. عبد المجيد بن أحمد: "من أجل عمل تكاملي بين وسائل الإعلام وعلماء النفس من أجل رسالة إعلامية وقائية فعالة". أوراق عمل الندوة السادسة والثلاثون الشباب والدور الإعلامي الوقائي، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، ١٩٩٨.
٣٨. محمد جمال الفار: "المعجم الإعلامي". دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، عمان الأردن ٢٠٠٦.
- الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع". الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ٢٠٠٥. ولنفس المؤلف: "تكنولوجيا الاتصال والمجتمع: القضايا والإشكاليات" دار العالم العربي، القاهرة ٢٠٠٩.
١٩. فيصل أبو عيشة: "الإعلام الإلكتروني". دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ٢٠١٠.
٢٠. Martin Lister (et. al.): "New Media: A Critical Introduction", op, cit. p. 36.
٢١. Dominic Wring and Ivan Horrocks: "Virtual Hype? The Transformation of Political Parties?" In: Barrie Axford and Richard Huggins (eds.): "New Media and Politics". (CA; Beverly Hills: Sage Publications, 2001).
٢٢. السيد يسين: "مدونون مغتربون". الأهرام، ١٩ يوليو ٢٠٠٨.
٢٣. السيد يسين: «مدونون سياسيون يبحثون عن اليقين». الأهرام، ٢٦ يونيو ٢٠٠٨.
٢٤. أحمد محمد صالح: "الإنترنت في مواجهة النظم الاستبدادية". البديل (القاهرة)، ١١ يونيو ٢٠٠٨.
٢٥. Nicholas Carr: "The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains". (New York: W. W. Norton, 2010), pp. 149-176.
٢٦. Samuel Long: "Concise Encyclopedia of Psychology". (New York: Free Press, 1987), pp 45-47.
٢٧. عبدالهادي الجوهرى وآخرون: "دراسات في علم الاجتماع السياسي". (أسيوط: مكتبة الطليعة أسيوط، ١٩٧٩).
٢٨. عبد الخبير عطا: "مقدمة في العلوم السياسية". أسيوط: قسم العلوم السياسية والإدارة العامة، كلية التجارة ٢٠٠٦. سعد إبراهيم جمعة: "الشباب والمشاركة السياسية". دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة ١٩٨٤.
٢٩. Chris Atton: "Reshaping Social Movement Media for A New Millennium". Social Movement Studies, Vol. 2 No. 1 (April 2003), pp. 3-15.

الالكتروني: <http://www.facebook.com/group>.

٥٠. للإطلاع على بطاقة الاعتذار، <http://www.facebook.com/#!/group.php?gid=161186354281&ref=search>.

٥١. جريدة الرياض: «شباب سعوديون يقومون بحملة اعتذار عن الأعمال التخريبية في الخبر». ٢١ أكتوبر ٢٠٠٩.

٥٢. صفحة حملة "حتى إحنا سعوديين" <http://www.facebook.com/#!/group.php?gid=161186354281&ref=search>.

٥٣. صفحة مجموعة "يوم وطني بلا همج" <http://www.facebook.com/group.php?gid=137630029334&ref=search#!/group.php?gid=137630029334&v=wall&ref=search>.

٥٤. صفحة مجموعة "لا مزيد من الشغب والتخريب في اليوم الوطني" <http://www.facebook.com/group.php?gid=136773435815&ref=search>.

٥٥. صفحة برنامج "إحياء - بحرين" <http://www.facebook.com/group.php?gid=89811654392&ref=search#!/group.php?gid=89811654392&v=info&ref=search>.

٥٦. عمرو مجدي: «عن الإنترنت وحقوق الإنسان وقضايا الدعم المتبادل: نماذج وخبرات». ورقة مقدمة لورشة عمل "الإنترنت وحقوق الإنسان: آليات الدعم المتبادل". (القاهرة: الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، ٢٠ - ٢١ فبراير ٢٠٠٨). نص الدراسة متاح على الرابط <http://www.openarab.net/ar/node/558>.

٥٧. صفحة الحملة على الفيس بوك، راجع الرابط الالكتروني التالي: <http://www.facebook.com/group.php?gid=158203229767&ref=search>.

٥٨. موقع الحملة، راجع الرابط الالكتروني التالي: <http://kolenalaila.com>.

٥٩. أحمد ناجي: «العلاقة بين الصحافة التقليدية والإعلام الالكتروني: تكامل أم تنافس؟»

٣٩. سليمان داود الصباح: "السبل الكفيلة بتوثيق العلاقة بين الإعلام والأمن، علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي". أبحاث الحلقة العلمية التاسعة ١٣، ١٥ إبريل ١٩٨٧م، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض ١٩٨٨.

٤٠. منال طلعت محمود: "مدخل إلى علم الاتصال". المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر ٢٠٠٢.

٤١. اسكندر الديك وآخرون: "دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة". المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، العين ١٩٩٣.

٤٢. أكرم عبدالرزاق جاسم المشهداني، واقع العلاقة بين الشرطة والإعلام، الفكر الشرطي (الشارقة) المجلد ١٥، العدد ٣ (أكتوبر ٢٠٠٦).

٤٣. زهير توفيق حسن صفو: "دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات وتغييرها". الفكر الشرطي، المجلد ٨، العدد ٣، ١٩٩٩.

٤٤. عبدالله شقرون: "واقع العلاقة بين الإعلام والأمن في الوطن العربي". المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض ٢٠٠٢.

٤٥. صلاح خضور، الإقناع الجماهيري وأهميته في تعزيز دور الإعلام الأمني، الفكر الشرطي، المجلد ١٠، العدد ٢، ٢٠٠١.

٤٦. محمد خليفة المعلا: "الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة". شرطة الشارقة، مركز البحوث والدراسات، ١٩٩٩.

٤٧. <http://www.youtube.com/watch?v=Nn2gdmqnsnE>.

٤٨. www.flickr.com/photos/asooma_khalid/ (3969030586).

٤٩. حملة "وطني.. مسؤوليتي" الرابط

Top Sites: The top 500 sites on the web (10 Sep. 2010). Available at: www.alexa.com/topsites

Top Sites In UAE (10 Sep. 2010). Available at: <http://www.alexa.com/topsites/countries/UAE>

Pingdom, "Study: Ages of social network users". (16 Feb. 2010). Available at: <http://royal.pingdom.com/2010/02/16/study-ages-of-social-network-users>

Facebook Statistics (Bahrain). Available at: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/BH/>, 5 Sep. 2010

MySpace Fact Sheet, Available at: www.myspace.com/pressroom?url=/fact+sheet/, 12 Sep. 2010

"State of the Blogosphere 2009". (19 Oct, 2009), Available at: <http://technorati.com/blogging/feature/state-of-the-blogosphere-2009>

Intac: "The cost of Technology". Available at: <http://www.intac.net/the-cost-of-technology>

الجزيرة نت،: «نيوميديا.. شبكات اجتماعية على الإنترنت». (٢٨ يونيو ٢٠٠٩). متاح على الرابط الإلكتروني التالي: <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/BACB8BB5-EB5A-45D1-8809-E4F33CC8F388.htm>

Facebook Statistics (5 Sep, 2010). Available at: (www.facebook.com/press/info.php?statistics)

سليمان الشهري: «إمبراطورية وكهانوت الفيس بوك». مجلة عالم التقنية (٣١ يوليو ٢٠١٠).

Top 5 countries on Facebook (12 Sep, 2010). Available at: (<http://www.facebakers.com>)

Facebook Statistics Bahrain (5 Sep. 2010). Available at: (<http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/BH>)

الجزيرة نت: «مؤسسو موقع تويتر». (٣٠ يونيو ٢٠٠٩).

«The Latest Stunning Stats on Twitter», ٨٣

«ورقة مقدمة لورشة عمل» الإنترنت وحقوق الإنسان: آليات الدعم المتبادل». (القاهرة: الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، ٢٠-٢١ فبراير ٢٠٠٨). نص الدراسة متاح على الرابط الإلكتروني التالي: <http://www.openarab.net/ar/node/551>

٦٠. موقع الحملة <http://shayfeen.blogspot.com>

٦١. صفحة حملة «بنبصركم» <http://www.facebook.com/group.php?gid=285731026229>

٦٢. نبأ نيوز: «بنبصركم: حملة على الفيس بوك لمكافحة الفساد تحقق رواجاً». ١٥ يوليو ٢٠١٠.

٦٣. <http://beladi2.jeeran.com/archive/2007/4/>

٦٤. أعداد مجلة «وصلة» راجع الرابط الإلكتروني التالي: <http://wasla.anhri.net>

٦٥. آربيان بيزنس: «الانتربول يطلق حملة على الإنترنت لاعتقال أخطر المجرمين». ٥ يوليو ٢٠١٠. <http://www.arabianbusiness.com/arabic/592169>

٦٦. <http://www.interpol.int/Public/Wanted/InfraRed/Default.asp>

٦٧. شبكة النبا المعلوماتية: «الفيس بوك يتجاوز إطار الشبكات الاجتماعية: من العالم الافتراضي إلى موقع تواصل دولي». (٢٨ أغسطس ٢٠١٠) <http://www.annabaa.org/nbanews/2010/08/312.htm>

٦٨. جريدة الشروق: "نص التحقيقات في اتهام ٥٣ مصرية وأمريكياً باختراق حسابات البنوك الأمريكية". (١ مارس ٢٠١٠). <http://www.shorouknews.com/ContentData.aspx?id=187520>

٦٩. إيلاف: "معركة إلكترونية تشتعل بين الجماعات المتشددة والـ FBI". (١٨ مارس ٢٠١٠).

<http://www.elaph.com>

[Web/technology/2010/3/543556.html](http://www.elaph.com/Web/technology/2010/3/543556.html)

- Youtube, Photos, & Apps». (20 Aug, 2010). Available at: (<http://www.digitalmusicnews.com/stories/082010stunningstats>)
- MySpace fact sheet, Available at: (<http://www.myspace.com/pressroom?url=/fact+sheet/>, Retrieved in: 6 Sep. 2010)
- See for Example: (<http://press.linkedin.com/faq>).
- “Social Media Marketing with Youtube: Why?”. (23 Aug. 2010). Available at: (<http://www.youtube.com/user/BLASTmediaPR?feature=pyv&ad=5845968518&kw=social%20media#p/u/0/IFTHOkCj0-I>).
- “YouTube Fact Sheet”. Available at: (http://www.youtube.com/t/fact_sheet).
- Vince Golang: “Very Interesting Social Media Statistics: Facebook, Twitter, Flickr, Linkedin etc...”. (2 Feb. 2010). Available at: (<http://www.vincegolangco.com/motivational/very-interesting-social-media-statistics-facebook-twitter-flickr-linkedin-etc/>).
٨٩. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري: « المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد». سلسلة تقارير معلوماتية، عدد ١٧ (مايو ٢٠٠٨).
٩٠. Blogpulse Stats, Available at: (<http://www.blogpulse.com>).
٩١. معلومات حول موسوعة ويكيبيديا متاح على الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki>
٩٢. دليل نسناس: أول دليل عربي للمواقع العربية، دليل المنتديات وساحات النقاش. (١٠ سبتمبر ٢٠١٠). متاح على الرابط الإلكتروني التالي: (<http://ac.nenas.com/>) (forum).
٩٣. إحصاءات منتدى الساحة العربية. www.alsaha.com