



تقرير الندوة الثالثة مختبر الإعلام وقضايا المجتمع

الإعلام والنخب الثقافية

د. غيداء عبد الله الجويسر
مشرفة مختبر الإعلام وقضايا المجتمع



عقدت هذه الندوة بتاريخ 2023/7/30م وشارك فيها كل من:

1. أ.د. عبد الله الرفاعي من السعودية، وهو أستاذ الإعلام بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود، وأستاذ كرسي اليونسكو للحوار بين أتباع الديانات والثقافات منذ عام 2012 وحتى الآن.
2. د. لولوة بودلامة من البحرين، وهي أستاذة الابتكار وريادة الأعمال، وأستاذة الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الخليجية منذ عام 2020 وحتى الآن، ومستشارة شؤون الإعلام بوزارة الإعلام بمملكة البحرين منذ عام 2017 وحتى الآن.
3. د. سعيد الزهراني من السعودية، وهو رئيس قسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود منذ عام 2022 وحتى الآن، وأستاذ الإعلام المساعد بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود، وسكرتير تحرير المجلة العربية.

أهم ما طرح ودار في هذه الندوة:

بدأ الدكتور عبد الله الرفاعي باستعراض التحولات الجذرية التي حصلت في مجال الاتصال والإعلام منذ عام 2008، حيث إن هناك منظومة مجتمعية وقانونية تعارف عليها المجتمع قبل ذلك العام، وكانت تحكم علاقات هذا المجتمع، وأيضاً أدوار وسائل الإعلام، ووسائل الاتصال. وبعد التغييرات الجذرية والثورات التكنولوجية، فإن كل ذلك كان يعتبر بمثابة الصدمة - التي في رأي الدكتور الرفاعي - لا زلنا نعيشها ولم نتحول ذلك التحول الكبير، والمطلوب اجتياز تلك الصدمة والمضي قدماً، والدليل - في رأي الدكتور الرفاعي - هو الإشكالات التي تواجهنا تجاه العمليات الاتصالية بشكل عام والممارسات الإعلامية بشكل خاص.

ينتقل بعدها الدكتور الرفاعي إلى صعوبة فرض ذات الآليات، والوسائل الاتصالية والإعلامية التي كانت تمارس قبل عام 2008، فالمجتمع - في رأيه - بدأ بالانقسام اتصالياً إلى فئتين:

1. فئة كبيرة لها عالمها، ويمكن تسميتها بـ "العالم الافتراضي".
2. مجموعة أسماها الدكتور الرفاعي بـ "المجموعة المقاومة"، وهي التي تحاول أن تبقي الآليات، والأدوات الاتصالية والإعلامية كما هي، ثم تكتشف أنه لم يعد لها تأثير!

وفي ذات السياق، انتقل الدكتور الرفاعي لموضوع النخب الثقافية، بأن الجمهور (بطبيعته) منقاد؛ بمعنى أنه يبحث عن قائد، والتي اعتبرها الدكتور الرفاعي نوعاً من الفطرة. ومن هنا - في رأيه - يأتي أهمية دور هذه النخب اليوم، فالنخب الثقافية ومن ضمنها النخب الإعلامية التقليدية لم يعد لها الدور الكبير، فنحن نرى من يسمون بالمؤثرين، والذين يعتبرون هم النخب الجديدة لمجتمعاتنا، بتواجدها في البيئة الاتصالية والإعلامية.



واستنادا على كل ذلك، يرى الدكتور الرفاعي بأن المقاربة الحقيقية والصحيحة تبدأ من إعادة تأهيل الوظيفة الإعلامية، حيث لا يمكن ممارسة الإعلام والاتصال بالمنظور السابق، بل لابد من التغيير. والحقيقة، أن لب حديث الدكتور الرفاعي تمحور حول الجيل الجديد الذي يطلق عليه "جيل Zed" والذي يكبر (عمرا) كل يوم في مجتمعاتنا الخليجية؛ فهم يمثلون في السعودية وحدها 63% ما يساوي ثلثي المجتمع. وليس هذا فحسب، بل إن هذا الجيل يكبر ولا يتقلص؛ أي أنه بعد 10 سنوات قد يمثل 80% من المجتمع السعودي. ويؤكد الدكتور الرفاعي بأن هذه الفئة لا ينبغي أن تبقى خارج منظومتنا الاتصالية والإعلامية كما هو الحال اليوم، وأن هناك أزمة الهوية الحقيقية يقع عاتق مسؤولية فشلها - في رأي الدكتور الرفاعي - في فشل الإعلام والاتصال بما فيها النخب الثقافية التقليدية في مجارة الواقع.

ويضيف الدكتور الرفاعي بأن هذا الجيل لديه جذور قليلة الارتباط بالمجتمع، وهو في ذات الوقت (بعد سنوات قليلة) سيصبح هو الجيل الذي يحكم الحراك المجتمعي، ويصنع قيم المجتمع. وي طرح الدكتور الرفاعي السؤال الرئيسي: كيف يمكن أن نساعد هذا الجيل بأن يكون لديه هوية وطنية متفقة مع قيم وثوابت هذا المجتمع؟ ويقترح عددا من الحلول، منها:

1. إعادة تعريف النخبة الثقافية، والإعلامية، والاتصالية وفق قواعد الواقع الجديد.
2. تجسير الهوية ما بين العالم الافتراضي المصنوع، والواقع المجتمعي أو الاجتماعي.

ويضيف الدكتور الرفاعي أيضا، بأن "جيل Zed" هو جيل وطني محب لوطنه، ولمجتمعه، ولكنه لم يجد القنوات الاتصالية والإعلامية المناسبة. ويستكمل الدكتور الرفاعي بأن النخب التي تتسيد المشهد الاتصالي والإعلامي اليوم هم أناس صنعتهم الجماهير - وهي في نظره - نقطة ارتكاز لابد أن ننطلق منها، وإن هذا العالم لا نصنعه نحن، بل يصنعه الجمهور في الأساس، وعلينا عدم التسليم بكل ما يصنعه الجمهور. وي طرح الدكتور الرفاعي سؤالاً آخر: كيف تستعيد النخب الثقافية دورها المطلوب؟ ويؤكد أن هذا هو التحدي الأساسي، وإن القضية ليست إلغاء للآخر.

ويختم الدكتور الرفاعي حديثه بأن مثقف اليوم أو النخب الثقافية اليوم لا يمكن أن تتكلم بنفس اللغة، وب نفس المفاهيم، وأن هناك إمكانية لاستعادة ذائقة هذا الجمهور "جيل Zed" إذا قدمناه بالطريقة الملائمة.

انتقل الحديث إلى الدكتورة لولوة بودلامة حيث طرحت في بداية حديثها سؤالاً: هل النخب تغيرت؟ وقصت علينا حادثة رآتها أمام عينها خلال إحدى المناسبات الأكاديمية في إحدى الجامعات، والتي قُدمت فيها إحدى المشهورات كضيفة شرف (بأجر مدفوع) على جميع الحاضرين، وقد لاقى حضورها قبولا وتفاعلا من أغلبية الجمهور. وهذا ما جعل الدكتورة بودلامة تطرح ذلك السؤال.





وقد انطلقت من هذا السؤال فكرة ورقة بحثية نشرتها الدكتورة بودلامة بعنوان: "النخب الفكرية بين الماضي والحاضر"، وهي دراسة على عينة من الشباب الخليجي تهدف لقياس معرفتهم بالنخب الثقافية والفكرية في الخليج العربي "الأنتليجنسيا"؛ وهم الفئة الذكية التي تقدم إسهامات للمجتمع، والتي كانت حصرًا على فئات معينة، مثل: الفنانين، والمعلمين، والأكاديميين، والفنانين والمهندسين، والمحامين. وكان السؤال المطروح هو: هل هناك تحول في النماذج النخبوية الفكرية في المجتمع الخليجي؟ وهل تحولت النخب من النموذج الكلاسيكي للشخصية النخبوية إلى نموذج حديث وعصري؟ حيث تمثلت العينة في 16 شاب وشابة (8 ذكور و8 إناث) تتراوح أعمارهم ما بين 16 - 21 عام، وتحديدًا المواليد ما بين عام 2003 - 2007، حيث هم الأقرب إلى "جيل ألفا" ممن ولدوا بوجود الإنترنت، وكانوا من جنسيات متفاوتة خليجياً: 6 من البحرين، و5 من السعودية، و5 من الكويت، وعُرضت عليهم مجموعة صور للنخب الثقافية من المجتمع الخليجي.

وخلصت دراسة الدكتورة بودلامة إلى أن المبحوثين تعرفوا على المؤثرين في السوشل ميديا أكثر من المؤثرين أو النخب الفعلية، مما يعني قلة المعرفة بالنخب الفكرية في الخليج العربي من قبل الشباب الخليجي، والذي قد يرجع سببه لغياب تلك النخب عن مواقع التواصل الاجتماعي أو عدم تفاعلهم بالطريقة التي يراها الشباب تخدم أو تلبى رغبات هذا الجيل أو تشبعها.

وانتقل النقاش إلى الدكتور سعيد الزهراني، حيث تمثلت محاوره في:

1. نظرة تاريخية حول العلاقة بين الإعلام والمجتمع في السعودية.
2. قراءة في شكل العلاقة بين الإعلام والمجتمع ضمن منظومة الاتصالية الرقمية.
3. موقع النخب في الاتصالية الرقمية: إعادة التموضع وحدود الدور.

بدأ الدكتور الزهراني بالمقارنة ما بين الجانب التنظيري والتطبيقي، بالتحديد ما بين نظرية المجتمع الجماهيري ذات المنبع الغربي، والتي تفيد بأن وسائل الإعلام جاءت لتنظم المجتمع، وهنا أشار الدكتور الزهراني أن هذا عكس ما يحدث في البيئات العربية، وتحديدًا بالبيئة السعودية، وهو إن وسائل الإعلام جاءت لتساهم في تشكيل المجتمع وتنميته.

وأفاد الدكتور الزهراني بأن تاريخ الإعلام السعودي بدأ بصحافة الأفراد، وانتهى إلى الصحافة التشاركية، وإن كل من أنتج صحيفة هو في حقيقة الأمر كان نخبوي، فأصبح إعلامنا بالتالي إعلام النخبة، وعليه تولدت الصناعة الإعلامية التي أخذت شكل الاحتراف والمهنة.

ثم تطرق الدكتور الزهراني للبيئة الرقمية، ودخول الإنترنت، ونشأة وسائل التواصل الاجتماعي، تحديدًا منذ عام 1999، وكيف أن توجه النخبة بدأ في التغيير، وكانت ولادة طبقة نخبوية واسعة من المتعلمين الشباب. وقد أشار الدكتور الزهراني هنا لظاهرة مهمة وهي الظهور بالأسماء المستعارة ثم تدريجياً بدأت بعض الأسماء بالظهور بالاسم الصريح فيما بين عام 2005 - 2009.





وكذلك - في رأي الدكتور الزهراني - إن ظهور المرأة المثقفة في السعودية بصورة جماهيرية لم يولد إلا بعد عام 1999، فقد كان حضورها فرديا بأعداد محدودة. حيث حضرت المرأة السعودية على منصات الاتصال الرقمي بوصفها العقل المفكر، والناقد، والثائر، والمثقف، والحاضر في الشؤون الاجتماعية، والمبدع أيضا في الرواية، والشعر، والأدب.

وهنا أشار الدكتور الزهراني للعديد من القضايا التي كانت مدار النقاش في هذه البيئة الرقمية، مثل: قيادة المرأة، والسينما، والموسيقى، والعمل، والمرأة في الأماكن العامة، وغيرها من القضايا النخبوية التي لم يكن متاحا للصحف الأخرى أن تطرحها، والتي كانت تدار، وتطرح، وتناقش بمساحات واسعة في المنتديات. فأصبحت هذه المنصات الرقمية منبرا بديلا للحوار والنقاش.

وأضاف الدكتور الزهراني أيضا بأننا في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، وبيئات الاتصال الرقمي، وأصبحنا أمام نوعين من النخب: نخب ممتدة ولدت في بيئات الاتصال الرقمي، وغادرت إلى بيئات الاتصال التقليدي، وأخرى غادرت إلى بيئات الاتصال الرقمي.

وأهى الدكتور الزهراني بأن مفهوم مصطلح النخبة سيستمر، وسيحدّث مضامينه، وآلياته، وإن الذي سيحل محل مصطلح "النخبة" هو مصطلح "المشاهير".

أبرز التوصيات الصادرة عن الندوة:

1. إعادة تعريف النخبة الثقافية، والإعلامية، والاتصالية وفق قواعد الواقع الجديد.
2. استحواذ مؤثرو السوشل ميديا / صانعو المحتوى على عرش النخب.
3. على النخب الفكرية أن تحجز لنفسها مكان بين الشباب من خلال تواجدهم التفاعلي على مواقع التواصل الاجتماعي.
4. يجب أن تكون هناك استراتيجيات تحاور الرجل، وأن تقلل الفجوة بين النخب والشباب عن طريق تبسيط المفاهيم، واستخدام لغة مشتركة، وتحجيم دور المؤثرين.
5. وضع ضوابط قانونية رادعة لعدم ممارسة مؤثري السوشل ميديا الدور التوعوي في الجوانب المتخصصة أو أن يتم تدريبهم أو أن يتم استخدامهم بشكل إيجابي.
6. زيادة الدراسات العلمية الحديثة في مجال الصورة الذهنية للنخب الفكرية.
7. يتأكد ويتحتم اليوم على النخب أن تعمل على توليد الفلسفات الجديدة للوسائط الرقمية الحديثة، ولا أن تقيم هذه الممارسات الجديدة بالمعطيات التقليدية أو القديمة.





مختبر الحوار الخليجي
Gulf Dialogue Lab



مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع

© جميع الحقوق محفوظة لمركز الخليج للأبحاث وشركة المعرفة