

المظاهر السوسيوثقافية لوسائل الاتصال الجديدة: ابتكارات المستخدمين من الاغتراب إلى المؤانسة الاجتماعية

The Socio-Cultural Aspects of New Communication Media: Users' Innovations from Alienation to Social Companionship



د/ أمينة بصافة¹

bessafa.amina@univ-alger3.dz

جامعة الجزائر 03

كلية الإعلام والاتصال

تاريخ النشر: 2025/03/15

تاريخ القبول: 2025/02/07

تاريخ الإرسال: 2025/02/01

الملخص:

في الآونة الأخيرة توسع استخدام وسائل الاتصال الجديدة بشكل كبير بين المستخدمين، وأصبحت كبوابة عبور لهم يمرون عبرها تدريجيا من عالم معقد له أسس وقواعد يصعب فيه النجاح إلى عالم لا يحتاج النجاح فيه أكثر من دقائق وعدة نقرات على لوحة المفاتيح، وبالتالي الخروج من عالم تواجههم فيه العقبات والضغطات إلى عالم افتراضي أقصى عقباته انقطاع التيار الكهربائي، فأصبح الشباب بذلك يقضون وقتهم فرحا بنجاحهم الافتراضي الخالي من المجهود بفضل عالم الأحلام (الانترنت) الذي سهل لهم حياتهم اليومية.

وبما أن الشباب المستخدم قد فشل في حياته العملية فستجد ثقته بنفسه في أقصى درجات انحدارها، فيحاول تعويضها بوقت أكثر في ذلك العالم الموازي يجني نجاحا سهلا فيه ويهرب من مواجهة فشله في الحياة فيدمن ذلك العالم شيئا فشيئا، وضمن هذا الفضاء الافتراضي أصبح المستخدم يبتكر سلوكيات جديدة ولم يعد مغتربا داخل هذه الوسائل الاتصالية الجديدة التي بات يعتبرها عمرانه الثقافي الجديد وأصبح يسألتنس بأصدقائه الافتراضيين الذين يشاركونه الانتماء والاهتمام.

الكلمات المفتاحية: السوسيوثقافية؛ وسائل الاتصال؛ المستخدمين؛ الإغتراب؛ المؤانسة الاجتماعية

Abstract:

In recent times, new communication media have become a gateway for users to transition from a complex world with rigid success criteria to a virtual space where success takes only minutes and a few keystrokes. This escape allows them to avoid real-world pressures, immersing themselves in an effortless digital reality that simplifies daily life. Many young people, struggling with failure in their professional lives, experience a decline in self-confidence and seek validation in this parallel world.

Over time, users develop new behaviors, no longer feeling alienated but instead viewing digital platforms as their cultural habitat. They find comfort in virtual friendships, sharing common interests and a sense of belonging.

Keywords: Socio-cultural; Communication media; Users; Alienation; Social companionship

¹ المؤلف المرسل: د/ بصافة أمينة

مقدمة:

يعتبر هذا العقد من الزمن عقد التغيرات السريعة والمتلاحقة، فالقرن الحالي حمل بين طياته العديد من التحولات، في جميع المجالات الاقتصادية اجتماعية سياسية ثقافية إعلامية، وعلى جميع المستويات بدء من الأفكار إلى الممارسات، وحدث تطور على مستوى الوسائل خاصة وسائل الإعلام والاتصال، فمن الحديث عن الجمهور أصبحنا نتحدث عن المستخدمين، ومن الحديث عن الصحافة والإذاعة والتلفزيون، أصبحنا الآن نتحدث عن الانترنت التي قلبت الموازين وأحدثت ضجة داخل الحقل العلمي وخارجه، وتناقضت الآراء حولها، وبدأ الحديث عن وسائل جديدة متحررة من القيود الزمكانية لا تعترف بالجغرافيا ولا بالزمن، كما أنها أسقطت القوانين التقليدية التي كانت تحكم الإعلام الكلاسيكي، وأصبحت تعيش تكنولوجيا الإعلام تغيرات هي الرابعة من نوعها.

ومن هنا ظهر مفهوم جديد للمستخدمين يركز في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات، لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال، التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم والسلوكيات السائدة، فاسقطت العديد من البدهيات والغيث الكثير من المسلمات، فبعدما كان جمهور وسائل الإعلام يشعر بالاغتراب أثناء تعرضه للمضامين الاعلامية أصبح يشعر بالانتماء والمؤانسة الاجتماعية أثناء استخدامه لوسائل الاتصال الجديدة.

فوسائل الاتصال الجديدة يقوم من خلالها المستخدمون بتصريف شؤون العالم من اقتصاديات وسياسات وثقافات الشعوب والحضارات المختلفة في إطار من الاحترام لكل هوية ولكل ثقافة، كما تقدم قراءة جديدة للواقع العالمي والمحلي الذي هو بصدد التشكل، وهذه التكنولوجيا الجديدة قربت تواصل الأذهان، وبالتالي صورت الدنيا بصورة بلد متحد تسكنها أمم متعددة حاجة بعضهم لبعض متأكدة، هذا البناء يركز بالدرجة الأولى على قناعة راسخة بأننا سكان كوكب واحد، وبأن هذا الكوكب قد تحول فعلا في ظل التطور التقني والتكنولوجي، وفي ظل الاكتشافات العلمية الرائدة، وثورة المعلومات إلى قرية كونية سكانها جيران في عالم واحد، وهذا ما جعل المستخدمين يتجاوزن ذلك الشعور بالاغتراب الذي كانت تفرضه وسائل الإعلام الكلاسيكية.

ومن هنا نطرح الاشكالية التالية:

كيف يبتكر المستخدمون مظاهر سوسيوثقافية جديدة ويسرون حياتهم اليومية في ظل وسائل الاتصال الجديدة تمكنهم من تجاوز الشعور بالاغتراب إلى الاستئناس الاجتماعي؟

وضمن هذا السياق وباعتبار أن مدى علمية أية دراسة تقاس بمدى استخدامها لمفاهيم ومصطلحات يستقيمها الباحث من النظرية التي تبناها والإشكالية التي طرحها، إذ تمثل المفاهيم محور المنهج العلمي الذي تقوم عليه كافة المعارف رغم وجود بعض الاختلافات والتباينات بين بعض الباحثين حولها، إذ نحن، وفي دراستنا هذه نتطرق أولاً إلى إلقاء نظرة ولو موجزة على المفاهيم الأصلية الموجودة لدى الباحثين، ثم نتطرق بعد ذلك إلى محاولة تجسيدها وإعطائها تعريفاً إجرائياً، وانطلاقاً من هذا الاعتبار، فإن مفاهيم دراستنا تتمثل فيما يلي:

وسائل الاتصال الجديدة:

لقد تكثف استعمال مصطلح الوساطة في المجال الاتصالي الاعلامي لتفسير الظاهرة الاتصالية الجديدة ودور وسائل الاعلام فيها، ففي بعض الأحيان يراد بمصطلح الوساطة التدقيق في وصف العملية الاتصالية وأحياناً أخرى تعويض مفهوم الاتصال وأصبح يطرح كمفهوم لعلوم الاعلام والاتصال وكادت تصبح علوم الوساطة¹. فعلم الاعلام والاتصال فقدت مفهومها الحقيقي واستفرغت من معناها الأصلي لذا اقترح بعض الباحثين استبدالها بعلوم الوساطة، والتي يعرفها Alex Mucchielli أنها العملية التي يتوسط فيه الوسيط طرفين في حالة تنافر أو تضاد ليحقق نتيجة معينة، فبدل أن يكون الاتصال بين طرفين فقط يتدخل العنصر الثالث لاستحالة الاتصال². فمثلاً في حالة تخاصم الزوجين يتعذر التواصل بينهما فيتدخل واحد من أهله وواحد من أهلها ليحلا النزاع وهذا ما يعرف بالوسيط.

أما اليوم أصبح الوسيط بين الزوجين وسائل الاتصال الحديثة كالفيسبوك فعندما تتشاجر الزوجة مع زوجها تبعث له رسالة بالصوت والصورة والنص ممزوجة بالفكاهة فيتصالحان، ففي النهاية الوسيط هو من ينتصر، لهذا بحثت المؤسسات الاعلامية عن صيغ تفاعلية جديدة مثلاً قناة France 2 ووظيفة الوسيط تنشيط العلاقة بين المشاهد والصحفيين، إذ يعرف نفسه بصوت المشاهد لدى الصحفي وصوت الصحفي لدى المشاهد، وقد يتجاوز الوسيط هذا الدور ليجمع بين الصحفي والمشاهد ويدعوهم للحوار ليوحد بينهما³. بمعنى التحول من المواثيق الاخلاقية إلى آليات المسائلة.

¹ Valery Cayarol, *Quelques hypotheses sur la médiation*, Communication et Organisation, 11, 1997

² Alex Mucchielli, *pratique et mécanismes de la communication*, in *introductionaux science de l'information et communication*, Ed de l'organisation, Paris, 1995, p 83.

³ الصادق الحمامي، مفهوم الوساطة، الاذاعات العربية، العدد 1، تونس، 1999، ص، ص 56-57.

ويعرف الوسيط على أنه المؤسسة التي تحافظ على ديناميكية العلاقة بين طرفين الصحفي والجمهور والتي تعكس في نفس الوقت تمثيلات المرسل لوظائفه ولعلاقاته بالمتلقي، فأصبح لخطاب الجمهور مشروعية حقيقية تؤخذ بعين الاعتبار¹. فلا ينبغي النظر إلى الوساطة انطلاقاً من مضمون ما تتداوله أو تتوسطه فقط بل بالنظر لما تقيمه من علاقات وتتيحه من معان إضافية لعملية الاتصال، فالوساطة تقوم على التكافؤ بين المتصلين والفعل الخطابي المتبادل².

وعندما نتحدث عن الغاء الوساطة فلا نعني الوساطة في حد ذاتها، فالوسائط الجديدة على العكس عززت الوساطة، وإنما هنا نقصد الوساطة التقليدية، فقد تخلص ميدان العمل من الوسطاء التقليديين، الذين كانوا يديرون شؤونهم، مما كان يتسبب في طول قناة المبادلات وضياع الوقت، إذ سمحت قدرة التحول الرقمي للمعلومات بإمكانية تخزينها واسترجاعها من خلال أجهزة الكمبيوتر دون الحاجة إلى أي تدخل بشري، فيكفي الموظف أن يدخل إلى موقع المعلومة من خلال شبكة الأنترنت لشركته، دون طلب المساعدة من موظفي قسم الأرشفة مثلاً كما يمكن لأي شخص تصفح مواقع البيع لأية شركة للتعرف على منتجاتها وأسعارها، دون الاعتماد على مندوبي البيع.

وتعرف وسائط الاتصال الجديدة (الأنترنت، المدونات الالكترونية، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي) في ميدان الدراسات الإعلامية بالإعلام الجديد أو النيوميديا أو الميديا الجديدة، إلا أن التسمية الأصح على الغالب هي وسائط الاتصال الجديدة كونها فضاء تواصلي بديل، ومكمل في نفس الوقت، ومواز وفريد تتشكل فيه أنماط جديدة من التفاعل والتعبير والمضامين تحولت في سياق سياسي وثقافي، فهي ليست وسائل تقوم بالنقل والتوصيل والابلاغ والتبليغ والتأثير، فهي تؤسس لفضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنماطاً متعددة من التفاعل مابين ذاتية وجمعية وأنماط من الكتابة الجديدة التدوين، وأنماطاً من الاتصال ذات نماذج تقليدية ويشارك فيها الجميع بغض النظر عن انتماءاتهم، فوسائط الاتصال الجديدة تتكون من أجهزة وممارسات وتنظيمات اجتماعية، فهي تتضمن إمكانات وتطبيقات يفعلها المستخدم في سياقه الاجتماعي والثقافي أو يتجاهلها³.

¹ الصادق الحمادي، الميديا الجديدة: الإستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1، الإمارات، 2012، ص.57.

² نصر الدين لعياضي، وسائط جديدة واشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 22، الشارقة، 2013، ص. 38.

³ الصادق الحمادي، مرجع سابق، ص.20.

والتحديد الذي يأخذ الوسائط الجديدة كتقنية يستسيغها من سياقها العام، الاقتصادي والثقافي والنفسي والديني والصيرورة التاريخية، أي أنه يفرغها من مضمونها تماما، ويتعامل معها كجهاز، وهو تعريف غير دقيق لماذا؟، لأنه إذا صح القول بأن الوسائط الجديدة هي بالمحصلة تقنية لن يصح بالتأكيد القول بأنها منظومة ثقافية، فهذه الوسائط الجديدة حاملة لمنظومة الثقافة وهي حالة اجتماعية ذهنية وثقافية وحضارية، تنقل معها أينما انتقلت ولذا أتصور أن تجديد مصطلح الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد هو تحديد عام، في قاموس اللغة الإنجليزية.

ولكن في النهاية مصطلح وسائط الاتصال الجديدة هو مصطلح دقيق يحددها قياسا إلى الحضارة، وهو دقيق بحكم أنه لا يفرغها من مضمونها التاريخي والثقافي والذهني والاقتصادي والأهم من ذلك مضمونها الاتصالي، وبالتالي لا بد أن نسلم أنها منظومة قيم اتصالية، محملة بمجموعة من الرموز والقيم والتصورات والتمثيلات التي تترجم لواقع حال سائد في زمن ما، ومكان ما... وعلى هذا الأساس فإن وسائط الاتصال الجديدة الجديدة لا تخرج عن الاتصال لأنها حاملة لمجموعة من الرموز والمعتقدات والتطورات ومستوى التمدن لمجتمع ما في زمن ما.

فالיום عندما نفتح الكمبيوتر فإننا لا ندخل في علاقة مع وسيلة باردة لنقوم بأعمال روتينية بل أصبحنا نتعامل مع وسيط حيوي ألا وهو الانترنت بمختلف تطبيقاتها، إذ أصبحت جزء من العالم الحي لأنها استبطنت داخلها أشياء من حيوية العالم، فبإمكاننا اليوم مشاهدة صورة حية وسماع اصوات مختلفة اذ تصلنا أصوات آدمية بشرية من الكمبيوتر وتتواصل معنا بالصوت والصورة والنص¹. ونتفاعل معه وهذا ما يميز الوسيط الاتصالي عن الوسيلة الاعلامية.

المستخدم:

لم يستعمل ميشال دو سارتو Michel de Certeau، عبارة مستخدم في أعماله للدلالة على الشخص الذي يستخدم وسيلة الإعلام، واستبدلها بالاستخدامات على صيغة الجمع، الذي يشير إلى طريقة العمل أو عمليات الاستعمال حيث المستهلك نشط وإيجابي في إنتاج المعنى².

¹ Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, (2e édition), chapitre 16, 2007, p356.

² Hélène Bourdelloie, *Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages des TIC: le cas des cédéroms de musée*, 2009 : <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdelloi.pdf>

فعملية تحديد مفهوم المستخدم User (باعتباره كائناً اجتماعياً، عضواً في شبكة علاقات اتصالية تعتمد قوة الدفع المعلوماتي في مد جسور هذه العلاقة)، بلا شك عملية تتطلب أكثر من مجرد استعراض المعاني اللغوية والتقنية المشكلة له، لذا ينبغي الغوص في الأصول الفلسفية والأيدولوجية العميقة له، ذلك أن ميلاد أية ظاهرة جديدة لا بد وأن تكون نتاج القوى والعوامل الخاصة، والمرتبطة بطبيعة الظروف المختلفة التي تظهر فيها، فمن الشائع عند من اهتموا بتحليل الظاهرة ربطها نسقياً بمختلف الفلسفات ووجهات النظر، القائمة على تحليل الظاهرة في نطاق روح عصر ما بعد الحداثة، وهي المرحلة التي نباشرها تاريخياً كوننا ننتقل الآن إلى مرحلة جديدة من تاريخ الإنسانية هي مرحلة ما بعد الحداثة... تدعو -هذه الحركة- إلى إلغاء الذات الحديثة، إذ يرى مفكرو ما بعد الحداثة إن الذات من اختراع المجتمع الحديث وهي ربيبة عصر التنوير والعقلانية¹.

إن هذه الذات (ذات إنسان ما بعد الحداثة ومنه المستخدم)، كما يقول سامي أدهم محصورة في جوانية الإنسان، لقد أزيلت خرافة الأنا الداخلية فالموضوع المحايث أصبح يتعلق بالذات الصناعية المعلوماتية، وبالكَم المعلوماتي وبنوك المعلومات ووسائل الاتصالات وبالاتصالية عن طريق العقول الإلكترونية، والنتيجة أن الأنا التي اخترعها كانت * أنا أفكر أنا موجود* كجوهر ثابت يتعامل مع أشياء العالم الجافة، صارت قطبا متشخصا خاضعا للنص العظيم الذي اخترعته التكنولوجيا المتفوقة بالصورة والصوت وبالدكاء الصناعي والتوهم الديجيتالي (الرقمي).

وهذا يعني عملية إعادة الترتيب لطرائق التفكير، بناء على تغاير المواقع فيما بين الإنسان والبيئة المحيطة به، هذه الثنائية (الإنسان/ المحيط) في الواقع لم تعد صالحة كتراتبية ينشأ عنها الفكر والسلوك، إذ القاعدة أصبحت-الكلام هنا مخصوص على طبيعة هذه المرحلة- تبنى على ثلاثية إلزامية، الإنسان، الآلة، البيئة، هذا التوسط Médiation للآلة هو الذي قلب آليات العلاقة السابقة بحيث، تمت النقلة النوعية من الوجود إلى الموجود، وانتقل الفكر من أنا أفكر إلى أنا أفكر في، أي من خارجية الموضوع إلى داخلية².

هذه هي الذات المفترض وجودها للعيش في إطار مجتمع الإعلام -باعتباره المظهر الاجتماعي لمرحلة ما بعد الحداثة-، هذا المجتمع يولد احتياجات متزايدة تقابلها إمكانيات واسعة تتطلب المبادرة المستمرة

¹ السيد يسين، الثورة الكونية ومجتمع ما بعد الحداثة، شؤون الأوسط، العدد (63)، سبتمبر/ديسمبر 2000، ص، ص 43، 44.

² سامي أدهم، الفلسفة الصناعية. المعلوماتية. السرئطيقا. الذكاء الصناعي: <http://www.maraya.net/sami.html>

في استغلال طرق وسبل إشباعها واقتناص مختلف الفرص السانحة، بتحديد الاحتياجات والبحث عن سبل تلبيتها، وتكون الشخصية الملائمة لهذه المواقف هي، تلك التي لا ترتبط بالتقاليد إلا ثانويا بحكم الواقع المتجدد، وتصبح الأهداف في هذه الحالة غير مؤطرة بمرجعية اجتماعية ثابتة مما يجعل صاحبها يتصرف وفق الميزان الذي تتطلبه كل وضعية إبداعية جديدة¹.

والمقصود بالمستخدم في هذه الدراسة تلك الذات الافتراضية التي تستخدم وسائط الاتصال الجديدة وتتصل مع غيرها، فالمستخدم قد لا يهتم بكل ما يبث أو ينشر في مواقع الوسائط الجديدة، وقد لا يفهم من المواد التي يهتم بها ما قصده المستخدم/المرسل، لأنه ينقل ما نشر في الموقع الافتراضي إلى سياقه الثقافي وتجربته الاجتماعية والعاطفية ووفق مستواه التعليمي وانشغاله المهني.

بنية وسائط الاتصال الجديدة

الأنترنت شبكت العالم، وهذا العالم الافتراضي أوجد وسائط اتصال جديدة ألهمت الشباب وجعلته يقبل على استخدامها من كل صوب ونحْب، وتنقسم المستويات التي يمكن من خلالها أن يقوم المستخدمون بالاتصال والتواصل إلى الآتي:

1. One-to-one مثل البريد الإلكتروني والرسائل الفورية.

2. One-to-many مثل المواقع الشخصية والمدونات وأيضا المجموعات البريدية.

3. many-to-many مثل الويكي، والشبكات الاجتماعية والتقنيات التي يتم عبرها الاتصال الحي (وجها لوجه) مثل الفصول الافتراضية والدورات التدريبية المباشرة أن لاين.

البريد الإلكتروني

ظهرت خدمة البريد الإلكتروني بعد ولادة الأنترنت وشيوعها بسنوات قليلة، حيث وبفضل هذه الخدمة أصبح بإمكان أي شخص أو هيئة أن يرسل ويستقبل الرسائل بواسطة صندوق آلي في أي نقطة من العالم، إذ بإمكان هذه الوسائل أن تكون رسائل مكتوبة، أو صوتية أو مصورة، كما لم يعد لعامل الزمان أو المكان تأثيرا في إرسال الرسالة أو استقبالها بعد أن كانت تبعث بطرق تقليدية وغير مضمونة ومرشحة للضياع والتلف في العديد من الأحيان، وفي عام 1972 قام الباحث راي توملسون بتعديل برنامج البريد

¹ عزي عبد الرحمن، وسائل الاتصال والعالم الدرامي: من الفلكلور إلى العرض الواحد، المستقبل العربي، بيروت، العدد 213، 1996، 67.

الإلكتروني حيث أصبح فائق السرعة، وذلك بمعهد أم. إي. تي "MIT"، وبذلك يكون تومندسون قد أعطى فكرة جديدة لما سيكون عليه الأنترنت مستقبلا بخصوص عملية التواصل البشري.

وبالنظر للتطورات التي عرفها البريد الإلكتروني خاصة ضخامة الرسائل المرسله والمستقبلة اجتمع مزودو الأنترنت في إنشاء خدمات جديدة وتوفيرها لزيائهم، ومن أهم البرمجيات المستخدمة، هي برنامج ما يكروسوفت أوفس، ونيت سكيب ميسنجر NETSCAPE MASSENGER مثل أوت لوك¹. وتوفر برامج البريد الإلكتروني لمستخدميها العديد من الخدمات مثل عنوان البريد الإلكتروني، كلمة سر خاصة، فضلا عن الملفات والمجلدات الخاصة بالرسائل البريدية، وخدمات أخرى كالنصوص والصور وإمكانات قراءة البريد الوارد وتخزينه للاحتفاظ بنسخ من البريد الصادر وفهارس ملفات الرسائل.

وعليه فهو من أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستهدف تسهيل تبادل المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل نصوص أو صوت أو رسوم، ويتم ذلك باستخدام نظام البريد الذي يعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها من أماكن بعيدة². إذ أنه يتلقى ويخزن ويوجه ويتحكم في الرسائل الإلكترونية لتصل إلى الأشخاص أو الجماعات المراد التخاطب معها، سواء كانوا في منازلهم أو مكاتبيهم، كما أنه وسيلة من وسائل الاتصالات المباشرة التي تدور بين مستخدمي الحواسيب، وهو أكثر أدوات الأنترنت استعمالا، إذ يتيح إمكانية الاتصال بمستخدم واحد، أو آلاف المستخدمين، وذلك في أقل وقت ممكن، وبأقل تكلفة مالية، مقارنة باتصالات الطرق التقليدية الأخرى كالهواتف والبريد العادي³.

فالبريد الإلكتروني أعطى للجمهور فرصة تطوير مهاراته وكفاءاته وذلك بالمشاركة في الندوات والمؤتمرات العالمية وطرح أفكاره وكذا التفاعل مع الغير، وسماع الرأي الآخر فهو أداة كرسية حرية الرأي والتعبير، كونه قليل التكلفة المادية ويتميز بالسرعة الفائقة، حيث أنها تعادل إذا قارناها بالفاكس مثلا 10% من تكلفة الفاكس قياسا لكل ثانية تشغيل وبنفس السرعة المقارنة وهي 9600 بود، وعند سرعة 38400 بود تصبح تكلفة البريد الإلكتروني 2.5% من تكلفة الفاكس.

¹ محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 75.

² رشيد حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

³ عبد الباسط عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005، ص 187.

المدونات

مع انتشار وتطور استخدام الأنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية تكسر الحواجز والقيود المكانية والزمنية، فإن المدونات تعد أحد أبرز تطبيقات الأنترنت، ومن المصادر الهامة للحصول على المعلومات من ناحية، ووسيلة للتعبير والمشاركة في واقع المجتمعات من ناحية أخرى، ولهذا أصبحت المدونات الإلكترونية أحد مصادر المعلومات الأساسية التي يستمد منها الإنسان المعلومات ويتمكن من متابعة الأخبار وقياس الآراء، وقد ظهرت المدونات في عام 1997، ومصطلح (blog) هو دمج لكلمتي (Web Log)، والتي تعني سجل الشبكة، وكان جون بارجر هو أول من صاغ هذا المصطلح في 17 ديسمبر 1997، إلا أن المدونات لم تنتشر على الأنترنت إلا بعد عام 1999 حيث بدأت خدمات الاستضافة في السماح للمستخدمين بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبياً.

وفي تعريف آخر قدمه الكاتب عبد الرحمن سعد هي الترجمة العربية لكلمة (Blog) وجمعها المدونات، وهي عبارة عن مساحة شخصية على الأنترنت تتيح لصاحب الصفحة النشر بسلاسة شديدة إذ يكتب المدونون خواطرهم وأخبارهم وآراءهم ويعطي كل منهم الأحداث التي شهدوها أو شارك فيها، والأهم أنها تقدم مساحة للتعليق والحوار حول المداخلات وفي المعتاد يضيف المدون أكثر من مقال في الأسبوع ولا تحكمه مساحة ولا رقابة، أما تنظيم المدونة فيعتمد على عرض التدوينات والمقالات بعكس ترتيب نشرها ولا يحتاج الموضوع سوى ساعة لبدء مدونة، والتعرف على أساسيات التعامل معها (أحمد الغمراوي، هاجر علي محمود وآخرون، 2009).

وعليه فإن المدونة عبارة عن مساحة تتيحها الأنترنت للشخص ليعبر عن آرائه وينشر المعلومات بشكل مباشر، ومع انعدام التكلفة المادية، ومع توفير مواقع المدونات التقنيات المبسطة لمستخدميها أصبح لدى المدون القدرة على استغلال هذه الميزات في فتح مجالات للتواصل والمشاركة بفعالية، فالمدونة موقع على الشبكة تعرض جميع مداخلاته بإشارة إلى تاريخ كتابتها ويمكن ترتيبها طبقاً للعرض الزمني لها ترتيب تنازلي، وهذه المواقع تعرض أخباراً في جميع المجالات سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو قضايا دولية أو حتى خواطر شخصية.

والمدونة النموذجية هي التي تجمع بين النص والصورة وتحتوي على روابط لغيرها من المدونات أو عن روابط لصفحات ذات صلة بالموضوع المنشور، ومن أهم ما يميز المدونات - بالإضافة إلى كون المتلقي هو الذي ينتج المحتوى ويتحكم في طريقة عرضها ونشرها - هو خاصية تفاعل القراء من خلال تعليقاتهم. والمدونات هي إحدى الطرائق التي يصفها مصطلح WEB2.0 لاستخدام الأنترنت حيث بإمكان المتلقي أن

يقوم هو بإنشاء المدونات الشخصية بدلا من المواقع الشخصية الثابتة، مما أفرز خاصية التفاعلية بصورة أكثر عمقا، وهناك المدونات العلمية والأدبية والإخبارية، والمدونات التي تهتم بشؤون المرأة، والمدونات التي تهتم بشؤون الطفل، والمدونات التي تهتم بالشؤون الإدارية والمحاسبية، والمدونات بالتبادل التجاري والإعلاني، والمدونات الأسرية الخاصة، وغيرها، مما يجعلها أكثر تأثيرا في الجمهور.

شبكات التواصل الاجتماعي

وهي شبكات تدعم اتصال مجموعة من الناس فتمكنهم من اللقاء والحوار بواسطة كمبيوتر متصل بالإنترنت، وتهدف إلى تأسيس جماعات افتراضية Virtual Communités، تتنوع بقدر تنوع الزوايا التي يمكن النظر منها إلى معنى "الجماعة" ومعنى "الافتراضي"¹.

كما أنها شبكات تدعم الأنشطة الجماعية في توطيد العلاقات الإنسانية وبناء المعرفة على الويب، فالفضاء الإلكتروني يقدم خيارا ثريا للحياة الحقيقية real life، إذ تتيح للمتعلمين تسخير التقنيات الرقمية التي تمكنهم من إفادة بعضهم البعض عن طريق المشاركة في بناء المعرفة².

فالشبكات الاجتماعية خدمة متاحة للجميع وتدعم الاتصال الجمعي مما يوفر سهولة في الاتصال بأقل جهد وأبسط تكلفة، كما أنها لا تقتصر فقط على مجموعة من التكنولوجيات المختلفة وإنما تشمل الجانب الاجتماعي لهذه التكنولوجيات مجتمعة معا، فمن آثارها الاجتماعية أنها تساعد على اكتشاف سلوكيات وتصرفات ما كانت لتظهر إلا من خلال تفاعل الفرد مع تلك الجماعات الافتراضية، وتعتبر المستخدم هو المركز الذي تدور من حوله كل الأنشطة ويؤثر فيها تبعا لاهتماماته، إضافة إلى هذا فهي تساهم في تخاطب المشاعر، فقد أفرزت هذه المرحلة الجديدة عن لغة جديدة للتخاطب بين المستخدمين هذه اللغة تم اختزالها في حاجات الأفراد واهتماماتهم أي مخاطباتهم نفسيا واجتماعيا.

فمثلا موقع Facebook يتم فيه مخاطبة النواحي الاجتماعية للأفراد من خلال العديد من التطبيقات التي تم إنتاجها من قبل المستخدمين، فالمشاعر أصبحت لها مكانها على المواقع، كما أن توفير إمكانية إنشاء برمجيات من قبل المستخدمين وتسويقها داخل الموقع، أتاح الفرصة للأفراد أن يشكلوا نوعا

¹ غادة بنت عبد الله العمودي، ورقة عمل مشاركة في المؤتمر الدولي الأول للتعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد صناعة التعلم للمستقبل، الرياض، ص. 05.

² عبير سلامة، البرمجيات الاجتماعية مقال منشور على موقع اتحاد كتاب الانترنت العرب، متوافر على الرابط التالي: <http://www.arab-ewriters.com/?action=showite.m&&id=3330,12.03.2007,12.09.2011,11:57>.

من السوق الاقتصادي يستطيعوا من خلالها توفير مكان لعرض منتجاتهم، فالشبكات الاجتماعية تهدف إلى توفير مختلف الوسائل الممكنة لتنشيط عملية التفاعل بين الأفراد¹.

هذه الوسائل قد تكون من خلال إرسال رسائل فورية أو دردشة أو تشارك الملفات أو مجموعات النقاش أو مدونات، ومواقع التشبيك الاجتماعي هي كثيرة ومنتشرة ولها أهداف مختلفة ولكن العامل المشترك بينهم هو إصباغها بصبغة الاجتماعية حيث أنها تتيح الالتقاء للأفراد المتشاركين في نفس الاهتمامات كما أنها تكون تجمعات حول موضوع ما، ومن أمثلة تلك المواقع وأشهرها موقع Facebook وموقع My space وhi5.

البنية الخدمانية السوسيوثقافية لوسائل الاتصال الجديدة

انعكاس الثقافات وتنميتها

الأنترنت ليست مجرد صدام ساحق بين النظام الجديد المسيطر باطراد وبين تراث الشعوب الأقل قوة، إذ أن في هذه التكنولوجيا ذاتها ما يفسح المجال للدول والشعوب لتحافظ على تراثها وثقافتها، وهي بإسقاطها الدائم لحدود المكان والزمان تعني مزيدا من تحرير حركة المواد الثقافية، وإنتاجها للإنتاج وتقديمها للخدمات الثقافية تحمل قيما ومضامين وأنماط عيش تمثل الأسس الذاتية الثقافية لبلد ما، وتعكس التنوع الخلاق لمواطنيه، وهذا ما يعكس ابتكار المستخدمين، فهي أداة لتحقيق ما نص عليه إعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي لسنة 1966، والتوصية بشأن حماية الثقافة التقليدية والشعبية في 1989، وهناك صكوك ملزمة من الوجهة القانونية، مثل اتفاق 1950 واتفاقية فلورنسا 1952 حول استيراد الأدوات التربوية والعلمية والثقافية الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية بشأن حقوق المؤلف، واتفاقية 1972 بشأن حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي.

تجاوز الحدود الزمكانية

من الأبعاد الأكثر تحديثا في وسائل الاتصال الجديدة، تمكين المتفاعلين المستخدمين ضمن فضائها، من تجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات الحضور وطقوس المكان، واستحداثها لسياقات افتراضية تطبع التبادل بطابعها، فلقد غدا ممكنا، ولأول مرة في تاريخ الاتصال البشري، الحديث إلى

¹ وسام فؤاد، دور البرامج الاجتماعية في إبراز الأنترنت كوسط وكوسيط، بدون دار نشر، بدون بلد، المصدر الإلكتروني:

<http://www.nithar.com/micro-blogging-services>, 04.08.2011,

الآخرين" الغرباء" ومحاورتهم بطريقة تتيح للفرد التكتم التام على هويته الفعلية، والحضور غير التجسدي، وتضفي على التبادل صيغة لاتزامنية، وهذا" التحرر النسبي" للمستخدمين في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي ستخلق نوعا جديدا من الممارسات، متمثلة تحديدا في تمكين الأفراد من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغباتهم في التعدد الهوياتي، إنها هوية تسعى إلى القفز على "محرمات الهوية الاجتماعية".

الهوية الافتراضية

الأنترنت تخلق الهوية الافتراضية وهي الهوية التي تتجلى في المنتديات الحوارية وغرف الدردشة الأنترنتية (آي.آر.سي: IRC) ونقصد بها Internet Relay Chat تتيح هذه الغرف المشاركة في نقاشات ودردشات تزامنية مع أشخاص مجهولي الهوية، وغالبا ما تكون الرغبة في التبادل التلقائي هي الدافع إلى الولوج في فضائه، و(ال آي.سي.كيو) أي (أبحث عنك: ICQ) ويعني I Seek You وهو نظام -تم شراؤه من طرف إي.أو.آل AOL سنة 1989- يأخذ بنفس المبدأ الذي يقوم عليه آي.آر.سي لكنه يختلف عنه بمنح الفرد إمكانية اختيار محاوريه مثال ذلك AOL Com People & Chat، MSN Messenger Service، والهوية الافتراضية يفترض فيها أن تكون انعكاسا لهوية حقيقية، فالفرد يسعى إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخيلة هي هويته الفعلية.

ويستطيع بهذا الشكل أن يشارك في المنتديات الحوارية بهوية أستاذ مثلا بينما هو طالب، أو من سكان القرى رغم أنه من سكان المدن، أو كبيرا في السن بينما هو في الواقع مراهق، أو امرأة بينما هو رجل،... الخ، فلقد منحت الأنترنت الأفراد إمكانية تجريب وتقمص أشكال مختلفة للذوات، بهدف معاينة ماذا يمكن أن يحصل عند ذلك عند تقمص هويات مختلفة، فهذا الأثر لا يمكن أن يتحقق إلا عندما تغدو الذات الافتراضية هوية مقبولة ومعتبرا بها ضمن العلاقة التفاعلية مع الآخر، مع افتراضنا بأن هذا الآخر قد يكون هو نفسه هوية افتراضية.

ملازمة الواقع

تحمل وسائل الاتصال الجديدة مضامين وأطروحات تلامس الواقع الحياتي لمجتمعات عالم اليوم، وتعزز نزعة نفسية متأصلة في الإنسان، هذه النزعة دفعت المستخدمين للانعتاق من حدود الواقع الزماني والمكاني الضيق، إلى ما هو أوسع وأرحب وأشمل، وهذه النزعة لم تولد في الإنسان على أرضية الفراغ الروحي والمادي، بل هي وليدة الحاجات المادية والنفسية في آن واحد، وبهذا المعنى، فوسائل الاتصال الجديدة هي

وسيلة تكنولوجية لاحتواء الكل من خلال الجزء، وأداة تهدف إلى تعميم الخاص ليصبح عاما، فالإنترنت تمثل نزوعا حقيقيا لإطلاق قدرات مستخدميها الهائلة عن طريق العلم والتقدم.

التوسع المكاني والإسراع الزمني

وسائل الاتصال الجديدة أدت إلى التوسع المكاني والإسراع الزمني، مما ساهم في تنمية التفاعل بين شعوب العالم، الذي ساهمت كل تطورات التكنولوجيا وتقنياتها الحديثة في تغذيته، وهو حقيقة قائمة ومتصاعدة في اتجاه ترابط أكبر تحتمه صيرورات هذا التفاعل المتنامي بين المستخدمين على مستوى العالم كله، وهذه الوسائل بذلك تعتبر تقنية لتحقيق التفاعل الحضاري الإيجابي بين الشعوب والحضارات، كونها تنطلق من واقع التمايز القومي والثقافي والحضاري، وهذا ما أشار إليه الباحث الصادق رابح في مقاله المعنون بالإنترنت كفضاء مستحدث لتَشَكُّل الذات.

عالمية المحلي ومحلية العالمي

مكنت وسائل الاتصال الجديدة البشرية من العيش في حقبة يتجدد فيها الشطر الأعظم من الحياة الاجتماعية بفعل صيرورات كونية تذوب فيها الثقافات والحدود القومية، التي تدل على عملية الالتحام في الحضارة العالمية، وإضفاء طابع عالمي أو كوني على أنماط العلاقات والتفاعلات في المجتمع الدولي بمختلف مظاهرها، والبشرية تستهدف تحقيق المزيد من الارتباط والتفاعل والاعتماد المتبادل بين جميع أنحاء العالم من خلال تحرير التجارة، وتبادل السلع والخدمات المختلفة المالية والثقافية، والنقل والمواصلات والاتصالات، ووسائل الإعلام، وحرية تشكيل الأسعار، وفتح الحدود والمنافسة الحرة، وتسهيل العلاقات الثقافية، والاجتماعية، وسيولة المعلومات، وتعميم الأسواق الحرة، والقيم والعادات وأنماط السلوك، وأساليب العيش والتصرف، وحرية الانتقال عبر الحدود العالمية بجانبها الثقافي والاجتماعي، والاعتراف بالآخر وبحضارته وما ينتج عنها من فكر ونمط وسلوك، وبهذا الإنترنت تعد وسيلة إنتاجية"، وهذا ما أكدّه الباحث موفق محمد النقيب في مقاله المعنون بالعمولة والأمركة.

كما أن ثقافة الأنترنت تحمل قيما متماثلة تقوم على النمطية والمعيارية، بحيث يصبح مستخدميها يفكرون نفس التفكير، ويسلكون سلوكا شبه موحد، وذلك أن الأنترنت باعتبارها وسيط اتصالي حديث أصبحت تنافس مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة، المدرسة، المسجد، كما أشار إلى ذلك MARSHALL MACLUHAN بأن المدرسة بسبب انغلاقها في موقع دفاعي غير مدركة وغير مكترثة للتطورات الحاصلة مما يزيد في اتساع الفجوة بينها وبين وسائل الإعلام، وأن التلاميذ خاصة المراهقين أصبحوا واعين

بأنهم يتعلمون الأساس من خلال احتكاكهم بوسائل الإعلام، وأنهم يرتادون المدرسة من أجل البقاء على علاقة طيبة مع أوليائهم.

بمعنى أن الأنترنت ستكون وسيلة الاندماج الفردي والاتصال المتبادل سواء مع الآخرين أو مع الأنظمة الاجتماعية، كما يقترح GEORGES FRIEDMAN اسم "المدرسة الموازية" على الانترنت، أي أن التلاميذ يحصلون على تكوين ثقافي واجتماعي من التكنولوجيات الحديثة للاتصال، فبفضلها الأفراد يشعرون بأنهم على ارتباط دائم بالأحداث التي تجري في العالم.

إشباع حاجيات المستخدم

إلى جانب هذه المظاهر الوسائط الجديدة تضع حاجات المستخدم ومتطلباته نصب أعينها ومن خلال هذه النظرية تبني وتشكل أوجه وطرق تطورها بما يلائم تلك الحاجات والمتطلبات، فهي تحمل في مضمونها مواقع مختصة فقط بالأحداث مثل google calendar، ونفس الوضع ينطبق فيما يخص المواقع ذات المحتوى فنجد مواقع تقوم على أساس محتوى مخصص مثل موقع Rate Your Music وهي خاصة بالمحتوى الموسيقي وموقع LibraryThing وهي خاصة بمحتوى الكتب، وموقع Flixster الخاص بالأفلام.

ومع تطور تكنولوجيات الأنترنت أصبحت علاقة المستخدم بها ذات اتجاهين، أي توافرت فيها عناصر التفاعلية، واستمر طور التطور في التقدم إلى أن أصبح المستخدم ليس فقط مجرد متلقي يعبر عن رأيه في ما يتعرض له من مضمون بل أصبح في ظل دخول الأنترنت مرحلة web2.0 و web3.0 – والتي يمكن التعبير عنها بأنها ثورة على الإنترنت التقليدية – منتج لذلك المحتوى ويتحكم في من يريد أن يتعرض لذلك المحتوى، بحيث أصبح للفاعل الاجتماعي القدرة على إضفاء معنى لحياته، ويتحدث ساكر ديجلي هنا عن منطق اجتماعي للتغيير الاجتماعي يحل محل المنطق التقني لوصف هذا التوجه الجديد.

فالفرد عند استخدامه للتكنولوجيا يكون حاملا لتاريخ شخصي، كما أنه يتحایل على هذه التكنولوجيا ولا يتقيد بالضرورة بشرط كيفية الاستخدام، بل وإنه يبدع في التعامل معها، وينتج عن ذلك سلوك ثقافي واجتماعي جديد، وعليه يتم الاهتمام بالابتكارات التقنية كبناءات اجتماعية، أي التركيز على المستخدم، فالأنترنت تتميز بضمها للبرمجيات الاجتماعية التي تدعم اتصال مجموعة من الناس فتمكنهم من اللقاء والحوار، وتهدف إلى تأسيس جماعات إفتراضية Virtual Communités، تتنوع بقدر تنوع الزوايا التي يمكن النظر منها إلى معني "الجماعة" ومعني "الافتراضي" حسب الباحثة عبير سلامة.

كما أنها برامج تدعم الأنشطة الجماعية التي توطد العلاقات الإنسانية وبناء المعرفة على الويب، فالفضاء الإلكتروني يقدم خياراً ثرياً للحياة الحقيقية real life، إذ تتيح للمتعلمين تسخير التقنيات الرقمية التي تمكنهم من إفادة بعضهم البعض عن طريق المشاركة في بناء المعرفة.

تغيير أساليب العمل

أدخل المستخدم إلى عالم الشغل أساليب وملامح جديدة بفضل وسائط الاتصال الجديدة، مثل عوامة العمل إذ توفر الأنترنت للمؤسسات، ورجال الأعمال فرصة الاتصال بشركاتهم وموظفيهم ومختلف المتعاملين، أينما كان موقعهم الجغرافي، سواء لإطلاعهم على المعطيات المناسبة، أو الاستعانة بخبراتهم، والاستفادة من إنجازاتهم دون التنقل أو توفير لهم أماكن للعمل، وهذا ما يعرف بـ "العمل عن بعد" والذي فقدت أمامه الحدود الجغرافية قيمتها، بما أن الأعمال تنجز في مقر تواجد صاحبها، لترسل إلكترونياً إلى الجهة المقصودة، ويدعى القائمون بهذه الأعمال بـ "الموظفين الافتراضيين" ويقصد بهم "أولئك الموظفين الذين ينجزون مهامهم الوظيفية دون التواجد المادي الفعلي في مكان العمل أو التواجد الجزئي لبضع ساعات في الأسبوع، أو في الشهر، أو في السنة في بعض الحالات في مقر الشركة أو في مكان العمل".

ويتصف هؤلاء بالذكاء، ويتمتعون بالمهارة في مجال التكنولوجيا، مما يجعل هذا الأسلوب الجديد في العمل لا يصلح لجميع الموظفين ولا لجميع أنواع الوظائف، بل يتطلب لإنجازه جهود أفراد مؤهلين، لأن العمل بفضل الأنترنت خرج عن الإطار التقليدي، وأصبح عملاً ينعت بالذكي، وهو محل استعمال واسع في مجال التجارة الإلكترونية، وبالإضافة إلى هذا وفرت الأنترنت، الشكل الجماعي للعمل، فالأنترنت تفسح المجال لإمكانية اقتسام البيانات، وتعاون الموظفين معاً من مناطق جغرافية متباعدة بواسطة تكوين فرق عمل مشتركة، يتصل ويتشاور أعضاؤها فيما بينهم، وبين أصحاب القرار بالشركات التابعين لها.

تغيير أساليب التعامل

تزود المجتمع البشري بفضل وسائط الاتصال الجديدة خاصة شبكة الشبكات (الانترنت) بوسائل جديدة، سهلت نشاط الأفراد وأعطت لواقعهم المعيشي وجهاً آخر، ومن أهم هذه التغييرات السوسيوثقافية:

1. التكنولوجيات المنزلية (Domestic Technologies)

تتضمن مجموع المنتجات التكنولوجية التي تستعمل في سياق خلايا اجتماعية كوسائل اتصال جماعية وفردية مثل أجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني والفيديو وDVD، والحواسيب الشخصية،

خاصة المرتبطة بشبكة الأنترنت¹. وهذه التكنولوجيات المنزلية هي من بين أهم الانعكاسات السوسيوثقافية لهذه التقنية الجديدة وأثارها على العلاقات الاجتماعية الأسرية وعلى سلوكيات الأفراد وخاصة على سلوكيات الشباب، من خلال جعلها أليفة موالية لإشباع الاحتياجات الإعلامية والترفيهية والثقافية والتعليمية والاجتماعية لمستخدميها.

2. الديناميكية العائلية (Family Dynamism)

وتعني قدرة العائلات على التحكم في هذه التكنولوجيات الحديثة وإدماجها كأدوات عادية وضرورية في ممارساتهم الحياتية اليومية، أي جعلها جز لا يتجزأ من طقوسهم التي تعودوا عليها، وقدرتهم على التأويل وإضفاء الرموز والمعاني عليها وفقا للخصوصية الثقافية والإثنية والدينية، فهذه القدرة على التفاعل مع هذه التكنولوجيات الحديثة تتوقف على جملة من العوامل الوسطية والنفسية والاجتماعية والثقافية المهيمنة على إعداد الرسائل ووسائل تبليغها واستقبالها. فالجمهور في فكه لتشفير الرسائل لا يمكنه أن ينسلخ عن انتمائه السوسيوثقافي، وكذلك المستخدم في استخدامها لوسائل الاتصال الجديدة ينطلق من بيئته السوسيوثقافية.

3. المجتمع الإلكتروني (e-Society)

جعلت الأنترنت من المجتمعات مجتمعات منظمة من طرف الإلكتروني اجتماعيا وسياسيا وثقافيا ليضفي الكثير من الشفافية على الحياة العامة، ويسمح بمشاركة أكبر عدد ممكن من الناس في تسيير الشؤون العمومية والاستفادة من المعلومات المتوفرة، إذ أصبح الجمهور في جميع أنحاء العالم يتواصل عن طريق الأنترنت واستخدام أدوات التقنية الحديثة، أي أن التواصل لا يتم عبر المواجهة الحسية، بل عبر الصوت والصورة والكتابة، بمعنى أن الجمهور أصبح يتواصل متجاوزا حواجز الطقس والجغرافيا والسياسة إذ منحه الأنترنت الكثير من الاستقلالية، والمزيد من الحرية في التصرف واتخاذ القرارات، فانهارت الفواصل الجغرافية، حيث أن منتجا صغيرا في قرية نائية في الأوراس أو الونشريس أو جرجرة، على سبيل المثال، يستطيع أن يعرض منتجاته أمام مشترى في أي مكان في العالم.

فالشبكة الكوكبية قامت بثورة على أنماط الاتصال التقليدية بين الجمهور، إذ أنها أنشأت مجتمعات افتراضية (Virtual Communités) تلك المجتمعات التي يدخلها الجمهور بمحض إرادته وطبقا

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي-دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر-(1995.2006)، مرجع سبق ذكره، ص 50.

لاهتماماته الشخصية، كما تقوم الشبكة الأخطبوطية بضمان خاصيتين أساسيتين هما الأهم في نجاح أي مجتمع ألا وهما الاتصال والتواصل، وتشكل مجتمعات لأنها تعبر عن مجموعة من الناس يلتقون في مكان يجمعهم عنصر مشترك سواء أكان عرق أو ثقافة أو مكان، وافترضية لأنهم لا يلتقون في الواقع.

أي أنها مجموعة افتراضية لديها خصائص مادية، أو المتخيلة التي تمكنها من الالتقاء، وهي تعمل على بناء مجتمعات من التشارك المعرفي بين الأفراد، حيث نجد أن الأفراد يجتمعون داخل تلك البيئة يتشاركون في الاهتمامات والمعرفة داخل بيئة اجتماعية تجمعهم بصرف النظر عن معرفتهم لبعضهم البعض أو عدم تعارفهم من قبل.

4. المنزل الرقمي

هو عبارة عن شبكة تفاعلية من الأجهزة المرئية والحسية والصوتية، ذات قدرات عالية في توفير المعلومات بكل أشكالها ولكل استخدام، محورها تدفق المعلومات اللامتناهي عبر الانترنت والأقمار الصناعية لاستخدامها وتوظيفها في أنشطة العمل المنزلي والتسلية وغيرها، مع تبسيط التشغيل والاستعمال وزيادة كفاءة الوصول إليها، فلم يعد من الخيال، مثلاً في المجتمعات الآسيوية الناهضة، أن يتحدث المرء عن الثلاجة التي تخبر عن الاحتياجات المنزلية وتتصل بالمتجر لتموينها. وهذا ما يولد سلوكيات جديدة لدى الفرد قد تكون ايجابية، كتوفير الوقت وقضائه في أمور أخرى تخدم الصالح العام والخاص على حد سواء، وقد تكون سلبية كالكسل والاتكال، وفقدان قدرة الاعتماد على النفس.

ابتكارات مستخدمي وسائل الاتصال الجديدة في الحياة اليومية

الشبكة العنكبوتية عالم منفتح الأفاق إلى أبعد الحدود، فهو المولد والمنتج للمعرفة والموزع لها، والمعلم والمثقف للجمهور الافتراضي والمربي، وفي نفس الوقت التاجر والمروج والمبلور للرأي، والمؤسس لبعض القيم، فقد غمرت الأنترنت المحيط العالمي بطوفانها المعلوماتي بدخولها البيوت ومراكز العلم والبحث والتطوير، وعليه أصبحت كمنظومة سوسيوثقافية تمثل الوجه الحضاري للجمهور المعاصر، وبحث هذه المنظومة هي في الحقيقة بحث الجمهور في جوهره وفي مظهره السوسيوثقافي واكتشاف ابتكاراته، إذ أفرز المستخدمون منظومة تقاليده الاجتماعية داخل العمران الافتراضي، وبذلك أصبح هذا الفضاء مسرحاً لإثبات الوجود الاجتماعي والثقافي¹. وفي ذات الوقت الأنترنت تكتسب أهمية خاصة بين وسائل

¹ علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص. 198.

الإعلام المختلفة لأنها جهاز يخاطب العين والأذن معا، بالصورة والصوت، وعليه تزايد استخدام هذا الوسيط في حياة الأفراد الذين كيفوه لخدمتهم واكتسبوا بفضل ابتكاراتهم والتسهيلات التي تمدهم بها الانترنت عدة مميزات أبرزها:

الجمهور الإلكتروني (e-Audience)

وهو مجموعة الأشخاص الذين يتدخل الإلكتروني بأي شكل من الأشكال في تقديم أو تسهيل تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام التقليدية التي تستعمل شبكة الأنترنت للتوزيع الإلكتروني، أو يتدخل الإلكتروني أيضا في مساعدتهم على القيام بسلوك تجاري أو انتخابي أو ثقافي أو اجتماعي. Korea IT.

جمهور الواب (Web Audience)

وهو مجموع الأشخاص الذين يشتركون في استعمال مختلف المواقع الإلكترونية للحصول على المعلومات التي يحتاجونها في حياتهم اليومية، وقد يستعمل في نفس المعنى الذي يتضمنه الجمهور على الخط، أو الجمهور خارج الخط للدلالة على مستخدمي مواقع الواب بصفة مباشرة على الخط أو بصفة غير مباشرة، عبر البريد الإلكتروني أو عبر الرسائل القصيرة الفورية، كما هو الشأن بالنسبة لنظام الشبكة الذي يحتفظ بالرسائل القصيرة التي ترسل لشخص في وقت لا يكون فيه مرتبطا بالشبكة، تسلم إليه بمجرد ولوجه، وأيضا نظام التنبيه الذي تستعمله مختلف المواقع الإلكترونية لإعلام مشتركها بوصول الرسائل الإلكترونية عبر الهواتف الخلوية المحمولة.

مواطن الشبكة (Netizen)

وهي صفة أكسبتها التكنولوجيات الجديدة للمواطن المرتبط بالشبكة العنكبوتية، والذي يقوم بمختلف نشاطاته اليومية وهو قابع بمكانه، مثل العمل المنزلي والتسوق والانتخاب وغيرها من السلوكيات اليومية، ويعبر المصطلح على العلاقة القائمة بين الفرد والوطن الذي ينتهي إليه فلم تعد المدينة أو الدولة تحتكر هذا الانتماء، بل أصبحت تنافسهما الشبكة، وأصبح الفرد ينسب إليها أكثر مما ينسب للمدينة التي يقيم فيها أو الدولة التي يحمل جنسيتها (Reaching Your, 2006).

قدرة الجمهور على التواجد الكلي في الزمان والمكان (u-Audience)

وهي الصفة الأكثر حداثة وإثارة للفضول، تعبر عن حالة بدأت خيالية ولكنها تتجسد كواقع موضوعي يوميا، فالقدرة على التواجد في كل مكان في نفس الزمن (Ubiquity) أصبحت ممكنة بفضل عالم

الحواسيب التي تحيط بالإنسان وتساعد على فعل ما يريد في الوقت الذي يريد والمكان الذي يريد وبالكيفية التي يريد، لا حدود لإرادته إلا الحدود التي تفرضها الإمكانيات التطبيقية للتكنولوجيات، وبالتالي يمكن لجمهور أي وسيلة إعلامية أن يتواجد في كل مكان في نفس الزمن، إذ أصبح يطلق عليه الجمهور عن بعد وهو الجمهور الذي يتواجد في كل مكان في شكل سلوك استهلاكي، أو انتخابي يترجم في نصوص مكتوبة أو صوتية أو صور على شبكة الواب، ولكن لا وجود مادي له في تلك الأمكنة.

التحرر

جمهور الأنترنت متحرر من كل القيود الزمكانية والجسدية، والقيود السوسيوثقافية التي يفرضها عليها المجتمع، فالأنترنت جعلت العالم عند أطراف أصابع لجمهور، فهي العنكبوت الذي ينسج خيوطه حول المجرة البشرية، وهذا يتمكن الجمهور من تشكيل تنظيمات اجتماعية يتواصلون من خلالها مع ضمان السرية وإخفاء الهوية، وبذلك يشكلون ثقافة متميزة عن ثقافتهم الأصلية متخطية تقاليد مجتمعهم ومتحررين من كل التزاماته، وبهذا الخصوص يرى WELLMAN BARRY بأن الأفراد بدل أن يجتمعوا في المنتزهات والمقاهي ونواصي وأركان الشوارع مع الجيران والأصدقاء، يرددشون الآن مع بعضهم البعض بالبريد الإلكتروني، ويجتمعون في تجمعات في بيوتهم الخاصة الافتراضية، فالأنترنت حررت الجمهور وأبقت العلاقات الاجتماعية نشيطة رغم بعد المسافات، كما أنهم يتميزون بحرية المناقشة والتعبير، فلدى الأنترنت نزعة وميول لديمقراطية قوية، وأصبح الجمهور يعرف ما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية، كما يتميزون بالمواطنة الإلكترونية وتعني أن الجمهور يكتشف ويستخدم دون احترام بالضرورة المثل كمصممي الأزياء وركاب الأمواج.

خاتمة:

ومن خلال هذا التحليل نستنتج أن وسائط الاتصال الجديدة أوجدت مظاهر اتصالية وسلوكيات جديدة غير تلك التي أوجدتها وسائل الإعلام الكلاسيكية تستدعي الدراسة، وعليه نقترح مقاربة جديدة لدراسة هذه الظاهرة والسلوكيات ألا وهي أنثروبولوجيا الاتصال التي تهتم بالاتصال باعتباره بنية ديناميكية تدعم التفاعل والإبداع والنظام في التفاعل الاجتماعي، وتدرس التواصل والتفاعل البشري على مستويات مختلفة كالتواصل غير اللفظي والتعلم الحسي، والأشكال العامة للتفاعل بين المستخدمين داخل الوسائط الاتصالية الجديدة، والمنهج الاثنوغرافي التي يراه العديد من الباحثين في حقل أنثروبولوجيا الاتصال كالباحث بول راس والباحثة أوج المقاربة والمنهج الانسب لدراسة هذه الجزر الافتراضية الجديدة والتي تعتبر ميدان خصبا مليئا بالظواهر التي تحتاج للدراسة والتحليل.

فأنثروبولوجيا التواصل في غاية الوضوح بفضل اعتمادها على المنهج الاثنوغرافي، كما تركز على الفضاءات الحية، والمواقف الواقعية، والتجارب الإنسانية التي تستمد منها تعاليم محددة حول أنماط الثقافة في الحياة اليومية، وتمد أنثروبولوجيا التواصل الباحثين في مجال التواصل بالوسائل التي تسخر أشياء أخرى غير وسائل الاتصال، وتزودهم بالطرق المؤدية إلى بناء تواصل لي لكل شيء يتطلعون إلى دراسته. وهنا أنثروبولوجيا التواصل جد مهمة في ميدان علوم الإعلام والاتصال خاصة في ظل التكنولوجيا الحديثة، وما تولد عنها من قبائل وهويات افتراضية وفاعلين جدد، والتي أحدثت تغييرا مهما في المجتمعات، فبعد أن كنا نتحدث عن الاغتراب أصبحنا نتكلم عن المؤانسة الاجتماعية.

فمع هذا المنظور فإن أفكارا جديدة ستظهر، ومشاريع جديدة ستنتشر، وبقينيات ستسقط. ولهذا السبب الأخير لا غير فإن المغامرة الفكرية لأنثروبولوجيا التواصل تستحق أن تجرب في الميدان الاتصال والفضاءات التي أوجدتها وسائط الاتصال الجديدة.

الهوامش:

Valery Cayarol, *Quelques hypotheses sur la médiation*, Communication et Organisation, 11, 1997

Alex Mucchielli, *pratique et mécanismes de la communication*, in *introduction aux sciences de l'information et de la communication*, Ed de l'organisation, Paris, 1995, p 83.

الصادق الحمامي، مفهوم الوساطة، الاذاعات العربية، العدد 1، تونس، 1999.

الصادق الحمامي، الميديا الجديدة: الإستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1، الإمارات، 2012.

نصر الدين لعباضي، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 22، الشارقة، 2013.

Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, (2e édition), chapitre 16, 2007, p356.

Hélène Bourdeloie, *Retour sur quelques notions-clé de la sociologie des usages des TIC: le cas des cédroms de musée*, 2009 : <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdeloi.pdf>

السيد يسين، الثورة الكونية ومجتمع ما بعد الحداثة، شؤون الأوسط، العدد (63)، سبتمبر/ديسمبر 2000.

سامي ادهم، الفلسفة الصناعية. المعلوماتية. السبرنتيقا. الذكاء الصناعي: <http://www.maraya.net/sami.html>

عزي عبد الرحمن، وسائل الاتصال والعالم الدرامي: من الفلكلور إلى العرض الواحد، المستقبل العربي، بيروت، العدد 213، 1996، 67.

محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007.

رشيد حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

عبد الباسط عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005.

غادة بنت عبد الله العمودي، ورقة عمل مشاركة في المؤتمر الدولي الأول للتعليم الالكتروني والتعليم عن بعد صناعة التعلم للمستقبل، الرياض.

عبير سلامة، البرمجيات الاجتماعية مقال منشور على موقع اتحاد كتاب الانترنت العرب، متوافر على الرابط التالي:

<http://www.arab-ewriters.com/?action=showite.m&&id=3330>, 12.03.2007, 12.09.2011, 11 : 57.

وسام فؤاد، دور البرامج الاجتماعية في إبراز الانترنت كوسط وكوسيط، بدون دار نشر، بدون بلد، المصدر الالكتروني:

<http://www.nithar.com/micro-blogging-services>, 04.08.2011,

علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.