

دراسات وأبحاث في الاعلام والاعلام الجديد

دراسات وأبحاث في الإعلام والإعلام الجديد

د. سامية جفال

سلسلة دراسات أكاديمية (08)

مخبر الأمن الإنساني الواقع، الرهانات والآفاق

جامعة باتنة 1 – الجزائر

كل الحقوق محفوظة

مخبر الأمن الإنساني، الواقع، الرهانات والآفاق
كلية الحقوق والعلوم السياسية – جامعة باتنة 1- الجزائر
E- mail: lsh@univ-batna.dz

الرقم التسلسلي للناشر 9931-740

دراسات وأبحاث في الإعلام والإعلام الجديد

المؤلف: سامية جفال

الناشر: مخبر الأمن الإنساني، الواقع، الرهانات والآفاق



الطبعة الأولى

الإيداع القانوني: السداسي الأول 2019

ر. د. م. ك 70-00-740-9931-978 ISBN



Copyright© LSH-AEP 2019

فهرس المحتويات

| الصفحة | المواضيع |
|--------|--|
| 7 | تقديم د.سامية جفال |
| 13 | اللغة الإعلامية العربية والعولمة- دراسة تأصيلية من خلال منظومة الثقافة والإعلام- د.عزيز كعواش- جامعة بسكرة. د. أمال كعواش- جامعة بالامير عبد القادر قسنطينة. |
| 37 | القائم بالاتصال في الصحافة الجزائرية المكتوبة-دراسة ميدانية بجريدة الشروق اليومي- د. جفال سامية- جامعة بسكرة. د. بابة العلمي- جامعة بسكرة. |
| 65 | الإعلام الجديد والهوية- دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير- د.باديس لونيس- جامعة باتنة 1. د.ناريمان حداد-جامعة بسكرة. |
| 89 | دلالات صورة الحراك الشعبي السلمي على مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة سمبولوجية لصور الحراك على صفحات الفيسبوك د. نعيمة براردي - جامعة المسيلة. د. عبد الرزاق غزال - جامعة المسيلة. |
| 111 | صراع الهوية الثقافية والمذهبية عبر الفضاء الإلكتروني في المجتمع الجزائري أ. سهام قنيبي- جامعة بسكرة. |
| 137 | واقع الخصوصية الثقافية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي-قراءة في ثنائية المحلي، العالمي- د. تقي الدين يحيى - جامعة المسيلة. د. بوبكر بوعزيز - جامعة المسيلة. |
| 153 | التشريعات الجديدة المنظمة للإعلام الإلكتروني بالجزائر د. عبد العالي يوسفى - جامعة المسيلة. أ. علي مهني سامي- جامعة بسكرة. |
| 173 | صحافة المواطن في الجزائر بين حرية الرأي والتعبير والقضايا المجتمعية- دراسة في محتوى صفحات من الفايسبوك د.غالية غضبان، جامعة خنشلة. د. صليحة بوشيبان، جامعة الجزائر 3 . |

| | |
|-----|---|
| 189 | شبكات التواصل الاجتماعي والبناء الهوياتي. د.رضوان بوقرة-جامعة المسيلة. د.سعاد ولد جاب الله-جامعة المسيلة. |
| 209 | انساق التفاعل الاجتماعي في وسائط الميديا الاجتماعية - مقارنة أنثروبولوجية في تكوين رأس المال الاجتماعي الافتراضي ضمن الفضاء العمومي - أ. خرفية جودي- جامعة بسكرة. |
| 235 | الرموز اللغوية في الخطاب السياسي الالكتروني- قراءة في تأثير التطورات التكنولوجية على لغة الخطاب السياسي- أ.فائزة بوزيد- جامعة بسكرة. |
| 255 | الترويج الإلكتروني لمنتجات المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك نموذجا- أ. بوترة يسرى- المدرسة الوطنية العليا للصحافة. د. هشام بوخاري - جامعة الجزائر2 . |
| 269 | النضال السيبراني وأشكال التعبئة الافتراضية - دراسة تحليلية لمنشورات مجموعة الحراك الشعبي ببسكرة على الفيسبوك - أ. عائشة نايت الصغير - جامعة بسكرة. |
| 289 | الأثار الأخلاقية والقيمية لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خلق الجرائم الالكترونية أ. وفاء البار- جامعة بسكرة . |
| 319 | الوسائل الإعلامية الجديدة ودورها في الاتصال السياسي-دراسة ميدانية على عينة من السياسيين الجزائريين- أ. أمينة عطاء الله، جامعة بسكرة |
| 343 | واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك نموذجا- أ. ياسمين شنية- جامعة بسكرة. |
| 357 | دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية في ظل البيئة الرقمية. أ.إسمهان حليس- جامعة بسكرة. |
| 373 | الخاتمة |

تقديم:

يشهد العالم منذ بدايات هذه الألفية الثالثة تحولات دولية وإقليمية ومحلية عنيفة وحاسمة، بسبب ما أصاب بنية المجتمع العالمي من انتقال من نموذج المجتمع الصناعي إلى نموذج جديد يطلق عليه مسمى «نموذج مجتمع المعلومات العالمي». فالمجتمع الصناعي دار دورته ثم وصل إلى منتهاه في صورة انتقالية عرفت بالثورة المعرفية الحديثة في مجال العلم والتكنولوجيا.

فخلال القرن التاسع عشر ظهر عدد كبير من وسائل الاتصال، استجابة لمواجهة وعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية. إذ أدى التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام، وكذلك التوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود. كما برزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، وبالتالي أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلبى التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي.

وفي النصف الثاني من القرن العشرين وخصوصا العقد الأخير منه شهد أبرز مظاهر التقنية الجديدة في مجال تطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه، وتمثلت في استخدام الأقمار الصناعية لنقل البيانات والأحداث والصوت عبر الدول والقارات بطريقة فورية. فأحدثت هذه الثورة في الاتصال من خلال الاندماج الذي حدث مع ظاهرة تفجر المعلومات ظهور ما يعرف «بمجتمع المعلومات».

وتؤكد اليونسكو أن الثورة التكنولوجية الحالية التي انبثقت من تداخل العلاقات بين وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمعلوماتية والاتصال عبر الحدود قد حولت نظم الاتصال و أثمرت ما يعرف بمصطلح «مجتمع المعلومات» الذي أضحى اليوم مصدرا للكثير من المناقشات.

ويراد اليوم بثورة المعلومات في السياقات المعرفية الانفجار المعرفي الضخم المتمثل في الكم الهائل من المعرفة في أشكال تخصصات ولغات عديدة، وهو يقوم على التسهيلات التي أتاحتها التكنولوجيا. وقد تمثل المظهر البارز لتفجير المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني الذي تكمن طاقته في القدرة على جمع المعلومات وتخزين ما أنتجه خلاصة الفكر البشري وتصنيفه واسترجاعه في حيز صغير للغاية وبسرعة فائقة وبثها بأكبر كميات ممكنة ولأكبر عدد من الأفراد في أقل وقت ممكن مهما كانت المسافة.

وبهذا فإن المتبع لمسار تطور وسائل الاتصال عبر مراحل الاتصال المعروفة، يدرك أن القرن العشرين يميز عن بقية عصور الاتصال الأخرى باستخدامه وسائل الاتصال الالكترونية، والتي قيل عن أهمية آثارها الكثير، خصوصا في مجال التنمية بالنسبة لبلدان العالم الثالث. كما أن تكنولوجيا الاتصالات في هذا القرن قد فتحت مجالات عديدة وجديدة تتركز بدرجات كبيرة في المجتمعات المتقدمة، وتنتقل تدريجيا إلى المناطق الأخرى من العالم، والتي بدأت تكيف نفسها مع أحداث التطورات في تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، وتكنولوجيا الاتصالات المسموعة والمرئية والمطبوعة لقد أحدثت المتغيرات الحديثة بفعل هذه التكنولوجيا المتطورة تغيرا وتحولا في كافة المجالات المادية وصل إلى حد الجذرية فيما تعتنقه الجماعات الاجتماعية وتستخدمه من ثقافات. وقد أدى ذلك إلى تغير مجرى الحياة مادي ولا مادي بما أفرزته هذه التقنيات والوسائل، وبما أثارته من قيم وعادات وممارسات وطرائق جديدة وغير مألوفة.

إن العالم حينما تحول من الثورة الصناعية إلى الثورة المعلوماتية، وتحول المجتمع الصناعي إلى المجتمع المعلوماتي، تحولت الحياة بكل تفاصيلها وجزئياتها البسيطة من الاعتماد على القوى البشرية إلى الاعتماد على القوى العقلية للبشرية.

ولذلك من اللافت للنظر في مجال علم الاجتماع على وجه الخصوص صدور كتاب في علم الاجتماع في الستينات لعالم الاجتماع الأمريكي دانييل بل، الأستاذ في جامعة «ييل» بعنوان «المجتمع ما بعد الصناعي». ولم يكن المؤلف في ذلك الوقت قادرا على توصيف المجتمع الجديد الذي ظهرت إرهاباته وملاحمه فسماه «ما بعد الصناعي». في حين أطلق عليه باحثون آخرون مسميات أخرى، ومن ثم استطعنا في السنوات الأخيرة أن نعرف المجتمع ما بعد الصناعي هو ما يطلق عليه اليوم «مجتمع المعلومات العالمي».

إن تطوير تقنيات الاتصال الحديثة قد أسهم في تسارع هذه التحولات بسبب ما جاءت به التقنية الحديثة من ثورة في تخزين المعلومات واستخراجها وإرسالها حتى أصبحت ثورة المعلومات حقيقة طاغية في مختلف جوانب حياة الإنسان المعاصر، كما أصبحت قوة مؤثرة لا يُستهان بها في كل المجالات؛ الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، وفي مختلف مجتمعات اليوم.

ولعل النقطة الأساسية في هذا الموضوع تتمثل في أن مجتمع المعلومات العالمي أخذ في التحول ببطء إلى ما يسمى بمجتمع المعرفة. حيث ستغدو عملية إنتاج المعرفة هي العملية الأساسية في القرن الحادي والعشرين، وبالتالي سيغدو معيار التقدم والتخلف معتمدا على مدى قدرة أي مجتمع على الإسهام في إنتاج المعرفة العالمية لاسيما وأن الاقتصاد بدوره يتحول هو الآخر إلى اقتصاد المعرفة ويمثل التحول الأول من سلسلة التحولات الأساسية في بنية المجتمع العالمي.

لقد تحولت الحضارة الصناعية اليوم بسرعة إلى حضارة معرفة وإعلام، وهو ما يعتبر تحولا جذريا في تكنولوجيا الاتصال التي كسرت الحدود بين الدول، حتى أصبح بالإمكان بث استقبال البرامج التلفزيونية إلى كل أنحاء العالم وبالتالي تحول إلى قرية كونية تتفاعل فيها الشعوب فيما بينها للمساهمة في بناء التاريخ الإنساني.

أسهمت هذه التقنية في إيجاد نظام عالمي قائم على الانفتاح والمشاركة، بعيدا عن الحدود السياسية وقيود النظم التقليدية. كما أعطت هذه الثورة الإعلامية الاتصالية للعولمة دفعا جديدا لا يمكن إنكاره. فالعولمة أصبحت في جزء كبير رهينة التقدم التكنولوجي في مجال الثورة الرقمية والمكونات الالكترونية المختلفة. وأصبح من الصعب تحديد مفهوم العولمة وآثارها المتوقعة وتحليل أبعادها، من دون تناول مفهوم عولمة الإعلام وأبعاده وآلياته والإشكاليات المرتبطة به في سياق عمليات العولمة.

إن بداية عولمة الإعلام ونموها مرتبطة ارتباطا وثيقا بتقدم تقنيات الاتصال منذ اختراع الطباعة حتى إطلاق الأقمار الصناعية وصولا إلى تعدد وتنوع قنوات البث الفضائي المباشر، فمع بروز ظاهرة العولمة الإعلامية ظهر ما يعرف بالإعلام المُعولم الذي يتيح لوسائل الإعلام قدرات تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفره التقنيات الحديثة من فرص التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات.

وإذا أخذنا في النظر إلى العوامل التي اجتمعت لخلق ثورة في الإعلام والاتصال منذ نهاية القرن الماضي وحلول هذه الألفية الثالثة، فإننا نجملها في ثلاثة عوامل رئيسية؛ تقنية وسياسية واقتصادية، يمكن سردها مضامينها كما يلي:

1 - **العامل التقني** المتمثل في التطور التكنولوجي في مجال الاتصال بمختلف وسائله، والتقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات خاصة فيما يتعلق بالأقمار الصناعية ودورها في انتشار البث الفضائي المباشر وأيضا التقدم الكبير في تقنية الحواسيب والمعلوماتية وشبكات الألياف الضوئية الضخمة والعلاقة.

إن هذه العناصر التكنولوجية قد اندمجت في التوليفات اتصالية عدة، إلى أن أفرزت شبكة الإنترنت التي تتشكل حاليا لكي تصبح وسيطا إعلاميا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى. لقد انكمش حقيقة العالم مكانا وزمانا، وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخائلي تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي.

2 - **العامل السياسي** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور، والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

3 - **العامل الاقتصادي** المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات مما أسفر عن نمو هائل في اقتصاديات الإعلام والاتصال والمعلومات ذاتها.

وقد أفضى هذا النمو إلى مزيد من التداخل بين عولمة الإعلام وعولمة الاقتصاد، فعولمة الإعلام ليست مجرد تعظيم قدرات الإعلام على الدعوة إلى عولمة الاقتصاد أو الثقافة أو ما يعرف أحيانا بنشر أيديولوجيا العولمة، أي أنه ليس مجرد أداة أيديولوجية، بل إن عولمة الإعلام أضحت جزءا أصيلا من عولمة الاقتصاد، وذلك بالنظر إلى الدور الكبير لقطاع الاتصالات والإعلام والمعلومات في اقتصاديات الدول الكبرى والأسواق العالمية. فالإعلام أصبح صناعة وقطاعا مؤثرا في الاقتصاد العالمي. ومن هنا يجري تناول عمليات وآليات عولمة الإعلام والاتصالات بوصفها إما قطاعا متناميا في الاقتصاد المعولم، أو من وسائل قوى السوق والشركات متعددة الجنسيات في دمج الأسواق والترويج للاستهلاك.

ويبقى هذا العامل الأخير من عوامل قيام ثورة في الإعلام والاتصال هو المحرك الأساس لعملية العولمة الإعلامية، وحوله تدور العوامل الأخرى عند أكثر الكتاب. لأن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، ووسيلة توزيع سلع صناعة الثقافة من جانب آخر.

وهذا الكتاب عبارة عن دراسات وبحوث من مجموعة من أساتذة الإعلام والاتصال وطلبة الدكتوراه من مختلف الجامعات الجزائرية وهو محاولة لوصف إفراتات الثورة الإعلامية العالمية السابقة الذكر على مستوى الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد.

إن التحولات التي نلحظها اليوم على مستوى المشهد الإعلامي عموماً، وما أفرزته من ظواهر إعلامية جديدة لجديرة بالاهتمام من قبل الدارسين والباحثين ومن أمثلتها: طغيان الصورة التي نتجت عن اتساع وانتشار حجم البث الفضائي المباشر، وكذلك الشبكة العالمية للمعلومات، وارتفاع استهلاك الرسائل السمعية المرئية على حساب الرسائل المقروءة، كذلك بروز الإعلام الجديد بتطبيقاته وممارساته كنتيجة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومنه فإن قراءة هذه المضامين ودراستها يحتاج إلى رؤية جديدة للكشف عن سمولاتها وأحزمتها الاجتماعية والثقافية، ونحسب أن أبحاث هذا الكتاب ومن خلال هذه الأوراق البحثية تطرح نفسها كمشروع بحثي يستطيع تغطية بعض المساحات المشار إليها.

د. سامية جفال

جامعة بسكرة

اللغة الإعلامية العربية والعولمة دراسة تأصيلية من خلال منظومة الثقافة والإعلام

د.عزيز كعواش - جامعة بسكرة

د.أمال كعواش - جامعة الامير عبد القادر - قسنطينة

مقدمة:

عدّ الأنثروبولوجيون اللغة أحد العناصر المكونة للثقافة، وذلك لاعتبارهم «اللغة نمطا هاما من الأنماط الثقافية التي تتكون من خلالها ثقافة مجتمع ما، بل تعد عند معظم الأنثروبولوجيين أهم هذه الأنماط لأنها تعتبر الوعاء الذي يحتوي جميع الأنماط الثقافية وسماتها»⁽¹⁾ من ناحية، كما أن كل ما يكتسبه الفرد ويتعلمه من هذه الأنماط يصل إلى عقله ووجدانه من خلال اللغة من ناحية ثانية.

إن دور اللغة في المجتمع لم يقتصر على اعتبارها أداة للاتصال بين أفرادها فقط، بل أصبحت تمثل جزءا أو عنصرا مهما من عناصر الثقافة.⁽²⁾ بل هي أهم وأعظم العوامل التي أدت إلى تقدم الثقافة وأن فهمها فهما جيدا يتوقف على فهم أنماط الثقافة السائدة في المجتمع الناطق بها. فدراسة العلاقة الواضحة بين اللغة والمحتوى الثقافي لا يعني شيئا أكثر من أن اللغة لها أساس ثقافي، وبالتالي لا يمكن تحديد مفردات اللغة ودلالاتها تحديدا دقيقا إلا بمعرفة البيئة الثقافية لهذه المفردات أو لهؤلاء الناطقين بها، وهذا ما يقصده الأنثروبولوجيون والاجتماعيون حينما ذهبوا إلى أن اللغة شيء أكبر مما نجده في المعاجم، وأن دراستها دراسة عميقة تحتاج إلى التعرف على الروابط اللغوية بين أنماط اللغة وأنماط الثقافة.⁽³⁾

ومن خلال اللغة يمارس أفراد المجتمع مجموعة من السلوكيات المادية والمعتقدات المعنوية التي تصل إلى عقلهم ووجدانهم.⁽⁴⁾ وبما أن الإنسان يكسب

هذه السلوكيات والعادات والمعتقدات - التي هي عبارة عن ثقافة - بواسطة اللغة فقد «اعتبر الأنثربولوجيون أن اللغة وعاء لهذه الثقافة».⁽⁵⁾ وعلى هذا الأساس المتمثل في الارتباط الوثيق بين اللغة والثقافة بني هؤلاء دراستهم لمختلف المجتمعات للتعرف على ثقافتها، حيث اعتبروا تلك العلاقة هي المفتاح الذي يساعدهم على الولوج إلى هذه المجتمعات ومعايشتها.⁽⁶⁾

كما ذهب الانثربولوجيون أيضا إلى أن اللغة أحد العناصر الأساسية الحاملة للثقافة، وذلك لأن «نشأة الثقافة ونموها لا يتم بدون اللغة التي تمكن الإنسان من تحقيق التعاون والاتصال مع غيره، والعمل على تأصيل خبراته وحفظها، وتواصل هذه الخبرة واستمرارها من جيل إلى آخر»⁽⁷⁾ فإذا كانت الثقافة هي الآداب والفنون والمعارف التي تنتقل إلى عقل الإنسان ووجدانه، فإن هذا الانتقال لا يتم إلا عن طريق اللغة⁽⁸⁾ فالمجتمعات الإنسانية لم تعرف الثقافة إلا عندما عرف الإنسان كيف يشير إلى الأشياء والعلاقات. وبما أن «ظهور الثقافة قد ارتبط بظهور الرموز أو العلامات التي تكون نظام اللغة. وبما أن الثقافة ارتبط وجودها بوجود اللغة فانه من أبرز مميزات الثقافة أنها خاصية ينفرد بها الكائن الإنساني وحده».⁽⁹⁾

لقد لعبت اللغة أهم أدوارها في بناء التراث الاجتماعي البشري وذلك عن طريق نقل الأفكار والمعارف والاتجاهات والرموز بسهولة ودقة، ولولا قيامها بهذا الدور ما قدر للثقافة أن تظهر إلى عالم الوجود. فالدين والتاريخ والقانون والآداب لا تعرف إلا باللغة وفي اللغة، وكذلك العناصر المادية لها علاقة باللغة بل هي عبارة عن عناصر فكرية مجسدة في الأعمال أي قبل أن تكون أشياء ملموسة كانت أفكارا، ومن ثم فهي تعرف باللغة⁽¹⁰⁾ بل هي جزء من نظام اللغة.

وتتكون اللغة من ألفاظ لها معانٍ مشتركة، أوضح ما يمثل فيها العنصر الرمزي الذي يميز السلوك الثقافي الإنساني، فاللون مثلا يشير إلى شيء محدد في كل ثقافة، ومثال ذلك اللون الأحمر الذي يدل على الخطر في ثقافة ما ويدل على التضحية والجهاد في ثقافة أخرى، وكذلك اللون الأبيض الذي يدل على الطهر والبراءة في ثقافة قوم ويدل في أخرى على الموت والمرض.⁽¹¹⁾ وإذا كان استخدام الرموز والمعاني المجردة يمثل جانبا من جوانب الثقافة لدى الإنسان، فإن اللغة هي الوسيلة الوحيدة التي تمكنه من التجريد والسمو الفكري والاتصال الرمزي بكيفية لم يُوهبها سواه.⁽¹²⁾ فاللغة هي نفوس أصحابها وقلوبهم، وعقولهم، وإذا لم تكن للإنسان لغته، فماذا سيكشف عن حقيقته حيا، ناطقا، عاقلا، عالما، شاعرا، فاللغة هي التي تجعل الإنسان موصولا بسائر الأفراد في مجتمعه وموصولا بأسلافه في تاريخ واحد.⁽¹³⁾

كما أن اللغة أو الكلمات تحمل مدلولات مختلفة تختلف باختلاف الثقافات، وهذه الألفاظ دوما تعبر عن المعاني المختلفة التي تمتلكها كل ثقافة اتجاها هذه الألفاظ وما ترمز إليه بالنسبة لها. فكلمة (بقرة) و(خنزير)، هي بالنسبة للفرد في المجتمع الإسلامي توحى له الكلمة الأولى بمشاعر طيبة وتوحى الثانية بكل ما هو قدر وخبيث ومحرم، وعكس ذلك عند الفرد في المجتمع الهندوسي، فإن الكلمة الأولى توحى له بمشاعر التقديس والمهابة في حين توحى له الثانية بمشاعر مختلفة لما أوحت به إلى المسلم.⁽¹⁴⁾ فالكلمات مشحونة بانفعالات مختلفة التأثير على الأفراد وهذه الكلمات تمثل طبيعة كل ثقافة وحاملة لها.

فالثقافات الإنسانية يتميز بعضها عن بعض، وتختلف في مدلولاتها ومضامينها من مجتمع لآخر، ولا تعبر عن تلك المضامين الثقافية إلا اللغة التي وعت معانيها، فمثلا مضامين الثقافة العربية الإسلامية لا تعبر عنها - اصدق تعبير - إلا اللغة العربية و تعبر عن مضامين الثقافة الفرنسية اصدق تعبير اللغة

الفرنسية.⁽¹⁵⁾ فكل لغة تعبر عن ثقافة المجتمع الناطق بهذه اللغة. فاللغة بهذا الشكل هي الوعاء الحامل للثقافة عبر الحضارات المختلفة ووعاء لحفظها أيضا وذلك لأنها «مخزون التراث الإنساني على مدى الزمان وهي في ذلك السجل الحقيقي لحركة الإنسان في التاريخ الذي تنطبع على صفحاته كل الأحداث وكل التغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية».⁽¹⁶⁾ وهذه الأحداث والتراكمات تنطبع على شكل كلمات تنتقل من حضارة إلى أخرى ومن جيل إلى آخر لا تفتنى، ولا تتوقف عن التعبير عن تلك الثقافات الإنسانية المختلفة، أصدق تعبير.

أما مشكلة طبيعة العلاقة بين اللغة والثقافة فقد أخذت النصيب الأوفر في بحوث العلماء. فهي «عند ساير علاقة فاعلة ومتفاعلة في آن واحد».⁽¹⁷⁾ ذلك لأن لغة أي المجتمع تعتبر مظهرا من مظاهر ثقافته ومحاولة فصل اللغة عن الثقافة يعد عملا منافيا لطبيعة كل منهما.⁽¹⁸⁾ ولهذا يمكن أن نصف الثقافة بنفس الطريقة التي يمكن أن نصف بها اللغة، «فاللغة تظهر في شكل علامات أو كلمات مكونة من أصوات تحمل دلالات معينة والثقافة تظهر في شكل صور مادية لها قيمة دلالية أو استجابية من قبل الجماعات»⁽¹⁹⁾ وهذه القيم الدلالية والاستجابية تتم بلا شك بواسطة اللغة.

وكذلك تظهر العلاقة التكاملية بين اللغة والثقافة في أن الثقافة تساعد على تطوير اللغة وذلك من خلال إمدادها بالمفردات والمعاني، ويتمثل إمدادها في المفردات من خلال الاختراعات الجديدة التي تبتكر لها أسماء جديدة كما أن «ضمور الثقافة وتوقفها عن الاختراع المادي والإنتاج الفكري يؤدي حتما إلى وقوف تطور اللغة في الدلالات والمعاني».⁽²⁰⁾ ويضيق أفق اللغة وتعجز عن التعبير عن الأشياء المستحدثة التي لم يكن لثقافة تلك اللغة فضل في اختراعها،⁽²¹⁾ ومن ثم تعجز عن إيجاد مسميات لهذه الاختراعات ولعل أوضح مثال على ذلك اللغة والثقافة العربية عندما توقفت الثقافة العربية عن مواكبة

التقدم التكنولوجي العصري في الاختراع، أثرت على اللغة العربية التي أصبحت تعاني من بعض القصور في التعبير عن المتحدثات من الأشياء التي اخترعتها ثقافات الغرب، وأصبحت المجامع اللغوية العربية تعاني مشكلات في كيفية تعريب المصطلحات الخاصة بتلك المخترعات في الثقافات الأجنبية.⁽²²⁾

وأيضا وفي الوقت ذاته تغني اللغة الثقافة بما تضيفه إلى حصيلتها، من معارف وخبرات تعبر عنها في شكل كلمات ومصطلحات تنتقل بهذه المعارف والخبرات إلى العقول والقلوب والثقافة ومن هنا كان غنى اللغة واتساعها دليلا على عمق ثقافة الأمة، وكان فقرها وقلة حصيلتها اللغوية دليلا على ضمور الحضارة وضعف الثقافة.⁽²³⁾ أما عن علاقة اللغة بمنظومة الاتصال الجماهيري، فاللغة هي أحد العناصر الرئيسية التي تشكلها، إذ أنها تشغل المكان الأساسي في جميع مجالات الاتصال «الصحافة - الإذاعة - التلفزيون - السينما - المسرح». فاللغة هي صلب الرسالة الإعلامية بأبعادها النفسية والاجتماعية والثقافية.⁽²⁴⁾

اللغة الإعلامية والعربية في وسائل الإعلام

يقول نسيم الخوري صاحب كتاب «الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية» عن سلطان اللغة والعلاقة الوثيقة بل والحكمة بين اللسان والسلطان: «هو الفصاحة في حد ذاتها ووضوحها وتضمن قهر الآخر ودحضه. والفصاحة فعل تنوير أو إضاءة المبهم وإيضاحه حيث العلم والمعرفة، سلطان أي حجة ونور، ويصبح الكلام إذا شفويا أو مكتوبا فعل تنوير يقهر الظلام ويدحض الجهل الكامل وعدم المعرفة. ومن هنا كان الاهتمام بلغة الإعلام بوصفها سلطة مدنية تدخل إلى كل بيت بلا استئذان حتى باتت من خلال وسائط الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة الرفيق اللازم لإنسان العصر الحديث ولاسيما من يعيش في الألفية الثالثة. به يقوى وبه يضعف».⁽²⁵⁾

فالإعلام هو أكثر الأنشطة الاجتماعية استخداما للغة منطوقة كانت أم مكتوبة. لذا تقع على لغة الإعلام مسؤولية النهوض بالأداء اللغوي للمجتمع ككل وكما يمكن أن يفيد الإعلام اللغة ويعمل على توحيد استخدامها. يمكن لهذا الإعلام - إن قُصد التزييف والتمويه - أن يضر باللغة أشد الضرر فأكثر ما يضر اللغة كما يقول جورج أورويل George Orwell هو عدم الإخلاص لأن التضحية باستخدام العربية الفصحى في وسائل إعلامنا تعني نسف إحدى الدعامات القليلة الباقية في وحدتنا الثقافية. (26)

لقد بات تأثير وسائل الإعلام على الثقافة اللغوية ولغة الحديث كبيرا. حيث يتعرض الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال إلى العديد من الأنماط اللغوية التي تتفق أو تختلف أو تتشابه مع اللغة التي يستخدمها الناس، فستطيع وسائل الإعلام من خلال كلمات الحوار أو الحديث أو اللغة أن تؤكد على معاني لغوية موجودة بالفعل وتثريها، وهي بذلك تقوم بوظيفة لحفظ التراث اللغوي والثقافي للجمهور. ولكن عندما يتم استخدام كلمات ومصطلحات وتعبيرات لغوية جديدة في شتى وسائل الإعلام وتصبح النمط اللغوي الشائع في المنتجات اللغوية المختلفة تبدو هنا عملية التغير والتأثير على لغة الجمهور والمستخدمين وخاصة كثيفي الاستخدام. وعندما اتجه الصحفيون العرب مثلا إلى استخدام لغة بسيطة وابتعدوا عن اللغة العربية الفصحى والكلمات الصعبة غير المستخدمة ابتدعوا لغة جديدة لا هي عربية فصحي ولا هي عامية، وأطلقوا عليها لغة الصحافة، وكان من نتيجة ذلك اختلاف النمط اللغوي المستخدم في الصحف والمجلات عن الكتب الثقافية أو التعليمية والمتخصصة. (27)

لقد اتسعت اللغة العربية وتطورت منذ القرون الأولى لبناء الدولة العربية الإسلامية، لتلبي احتياجات المجتمع الجديد في تكوين الأنساق الثقافية

الجديدة في الفلسفة والرياضيات والطبيعات والديانات بما يتلاءم مع الأوضاع الثقافية التي ضمت - في ذلك الحين - الاتجاهات الفكرية المتعارضة والمتناقضة.

ولم تتضح اللغة الإعلامية العربية إلا مع عمليات التطور الاجتماعي والثقافي والفكري الحديث ومنذ أوائل القرن التاسع عشر. وفي طيات الحركات الثقافية الاجتماعية أثريت اللغة العربية بألفاظ جديدة تتناسب والعصر الحديث أفادت في نهضة الصحافة العربية التي راحت تعبر عن هذا التطور الاجتماعي والثقافي منذ النصف الأخير من القرن التاسع عشر بلغة طيبة وسهلة.

ومن كان لهم إسهام في انتقاد «لغة الصحف» في نهاية القرن التاسع عشر الشيخ إبراهيم اليازجي 1906 في لغة الجرائد، وهي مقالات نشرها في مجلة «القضاء» قدم فيها نحو 364 تعبيرا ولفظا مما كان يروج على أقلام الكتاب في الجرائد يومئذ مما هو غير صحيح من حيث قواعد اللغة وأساليبها واستمر هذا النزوع المعنى بالتصحيح ومتابعة الأخطاء إلى أواخر القرن الماضي.⁽²⁸⁾

فمن المؤكد أن للصحافة وأجهزة الإعلام كبير الأثر على اللغة العربية، فهي التي خلّصت النثر العربي من الزخارف اللفظية كالسجع والطباق وغيرها من المحسنات، وأحلت محلّها الأسلوب المرسل السهل السريع، الذي يحرص على المادة الفكرية أكثر مما يحرص على البهجة اللغوية، فقد كان للإعلام دور في خلق لغة تجمع بين البساطة والجمال وسرعة الأداء والتعبير.

وتشير طائفة من اللغويين إلى أن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة كان لها دور في تجديد اللغة العربية، ومن هؤلاء عضو مجمع اللغة العربية عبد الله كنون الذي ألف كتابا عنوانه «الصحافة وتجديد اللغة» أشار فيه إلى أن أكبر تطور عرفته لغتنا العربية في عصرنا الحاضر كان على يد الصحفيين ومحرري الصحف. وهذا التجديد في اللغة الذي نجده في عمل الصحافة كما

يشير إلى ذلك كنون هو تطوير لها باحتضان ما جد من المعاني والأفكار، من غير تبديل ولا تغيير في القواعد والأحكام.⁽²⁹⁾

وأول مظهر إيجابي حققته الصحافة أنها مضت في استعمال اللغة العربية الفصحى في الخبر والتقرير والوصف والتعليق وكتابة المقال ذات المضامين المختلفة، وتحقيق التواصل مع الجماهير القارئة المتزايدة باستمرار.

مضت الصحافة في هذا السبيل غير عابئة بالصراعات الفكرية الهامشية والمعارك الدائرة بين أنصار الفصحى وبين خصومها التي كانت تثار من حين لآخر حول جمود اللغة أو حول فقرها أو حول حيويتها وغناها أو حول تبسيط نحوها وصرفها أو حول إحلال العامية محلها. فضلاً عن كون هذه الصحافة عبرت بالممارسة للكتابة بالفصحى المبسطة من الخيار الموضوعي الوحيد بالنسبة لتجديد اللغة وتطويرها واعتمادها ركيزة للقومية العربية وحبلاً ممدداً بين الأمة ودينها وتراثها.

لقد برهنت اللغة الإعلامية العربية ولا تزال عن قدرتها على المرونة، فهي لغة حركية، وهذه الصفة تتميز في استيعابها لمنجزات الحضارة وروح العلم وواقعية المجتمع الحديث. وهذه المرونة هي التي تكسيها جمالها، والجمال شرط أساسي لأي لغة. على أن اللغة الإعلامية العربية تؤثر الإفصاح في التعبير عن ذلك كله، تارة بالتنقيب في مكانز اللغة عن الكلمات العربية التي تدل من قرب أو بعد على ما طرأ من المسميات، مادية كانت أو معنوية وتارة باستحداث ألفاظ وصيغ من المادة العربية الصميمة تسد الحاجة إلى التعبير الحضاري في حياتنا الراهنة.⁽³⁰⁾

إن اللغة العربية الإعلامية بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها، كما أنها تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده فالألفاظ العربية تدل على تفكير

العرب ونظرتهم إلى الأشياء، ذلك أن تسميتهم لها باسم بعينه وفي إطلاق لفظ دون غيره عليه واختيار صفة من صفاته ما يدل على اتجاههم في التفكير وتقييمهم للأشياء.⁽³¹⁾

ولغتنا العربية في وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة لغة طيّعة، مكنتها صفاتها الخاصة من صوغ أساليب تنوأم وطبيعة الإعلام، فتجيب بكل أريحية على ما يدور بخاطر رجل الإعلام، وتجعله يستخدم منها ما يسمح له بإيصال فكرته. ومرّد ذلك تلك الخصائص المميزة للغة العربية التي ساعدتها في التكيف مع قوالب لغة الأداء الإعلامي المختلفة، فإذا كانت اللغة العربية كما وصفها العقاد هي (اللغة الشعرية) و(الشاعرة)، لغة بُنيت على نسق الشعر في أصوله الفنيّة والموسيقية، فهي في جملتها فن منظوم منسق الأوزان والأصوات، لا تنفصل عن الشعر في كلام تألّفت منه، ولم يكن من كلام الشعراء. فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية، ونريد بذلك أنها لغة بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد بسيطة يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها، كما أنّها تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.

ومن أجل كل ذلك، ولما كانت أهمية الإعلام تجمع بين نقل المعلومة والاهتمام باللغة، لم يكن بالإمكان أن ينتقي الإعلاميون من اللغة العربية ألفاظها الصعبة وأساليبها الفنية المعقدة على الأخذ والإفهام، والتي تحتاج إلى إعمال فكر وتروّ في الاستخدام. لذلك تميّزت لغة الإعلام المستحدثة عن الفصحى القديمة بسلاستها ويسر استخدامها، ومن ثمّ ظهرت اللغة الثالثة التي تربط الفصحى بعالم الإعلام والاتصال، فلا هي تتخلى كليّة عن فصاحتها، ولا هي تتشبث كل التشبث بتعقيدها. فتتوسط هذه اللغة مستويي اللغة السابقين؛ الفنيّة لغة الأدب والعلمية لغة العلوم، ولكنها تقع في المستوى الاجتماعي منهما الذي يلجأ إليه عمال الإعلام لأنه الأنسب في تحري تقاريرهم وبت أخبارهم.

لقد بدأت اللغة الجديدة تفرض نفسها في الوسط الإعلامي العربي، حتى سمّيت باللغة الثالثة بعد الفصحى والعامية، وهي تتوسطهما فتأخذ من قواعد الفصحى ما يخدم وجهتها وتتأسى بالعامية في سهولتها وانتشارها، لتكون الحل الوسط أو الحل الأمثل «للإشكال اللغوي، وقد تكون الحل الأمثل للأزمة التي تواجهها اللغة العربية، بل يمكن أن تكون الوسيلة التي تخفف حدة الصراع بين فصحي العربية وعاميتها».⁽³²⁾

وهذه اللغة الثالثة أو العربية الوسطى أو العربية المعاصرة كما يسميها البعض مقابلا للفظ الأجنبي *l'arabe moderne*، يمكن أن تكون مفتاح الأمل الذي تحلّ به الأزمة التي تواجهها اللغة العربية، أو بالأحرى يواجهها العرب مع لغتهم في الحاضر، أو تكون الوسيلة الأنجع التي بها يمكن التخفيف من حدة الصراع القائم بين الفصحى والعامية، حيث تصبح هذه اللغة الجسر الذي يربط بينهما والقاسم المشترك الذي يمكن أن يلتقي عنده أفراد المجتمع العربي في مجال الإعلام وعمليات التثقيف.⁽³³⁾

إن اللغة العربية المعاصرة هي لغة الإعلام والثقافة «وهي لغة لا تنفصل عن الماضي، ولا تنتكر للتراث اللغوي، ولكنها لا تبقى جامدة عند مرحلة تاريخية من تطوّر اللغة، وإنما تسير المستجدات العصرية».⁽³⁴⁾ فهي لا تقف عند مستوى لغوي معيّن لا تبرحه، إنما تتغير بتغيّر العصر، ولكنها تبقى مفتاح الأمل الذي يربط الماضي بالحاضر ربطا سليما، لا يحلّ هذا، ولا يرفض ذلك، بل تحافظ على العربية في صيغها وتراكيبها، وتعايش مرحلة خصبة من التجديد والتطوير في الاستعمال وقد ساهمت وسائل الإعلام في هذا الخلق، من خلال إشادتها بالأسلوب البسيط ومرونة الاستخدام، فأوجدت هذه اللغة الثالثة «نظرا لاستجابتها للتطوّرات اللغوية المعاصرة، ولخفّتها وسهولة الاتصال بها بيسر وبأقل جهد، ومن هنا فهي في الحقيقة لغة الإعلام المعاصرة، وهي عامية

معربة أو مفصّحة، تتصف بالجدّة والطرافة، وهذه الجدّة تظهر في توليد دلالات جديدة». (35)

فاللغة العربية بالنسبة للإعلاميين هي بمثابة وسيط يجب اختياره بدقّة لنقل الفكرة التي يستهدفها القائم بالاتصال، وكل رسالة إعلاميّة يجب أن تستخدم أسلوباً معيّناً يناسب الجمهور من المستمعين أو المشاهدين أو القراء، من ناحية مستوياتهم الثقافيّة والاجتماعيّة، لتُحدث فيهم الأثر المطلوب ورجل الإعلام عليه أن يدرك أن واجبه الأوّل هو مساعدة جمهوره على فهم الكلمات التي تصوغ الرسالة الإعلاميّة صياغة لغويّة واضحة، ففي المجتمع نجد شرائح مختلفة المستوى، فيها الأمّي والمثقف، ولكي يصل الخبر إلى كل هذه الشرائح، اعتمد رجال الإعلام لغة بسيطة متداولة، حتى نفذت العاميّة إليها وتمظهرت في استعمال الكثيرين في الإذاعة والتلفزيون. (36)

ومع ذلك فإننا يمكن القول إن الإعلام والصحافة بوجه خاص قد حققتا للغة العربية كل ما كان يأمل فيه المجددون من رجال اللغة، وكل ما تنادى به الغيورون على هذه اللغة من وجوب تبسيطها، بحيث يفهمها أكبر عدد ممكن من القراء، ومن وجوب تزويدها بالحيوية الكافية حتى لا يضيع بها أحد من القراء، ومن وجوب تطويرها حتى تتسع للتعبير عن كل جديد أو مستحدث في العلم والأدب والفن. (37)

إن اللغة الإعلامية هي نتاج تطور فكري وحضاري شهده العالم العربي منذ نشأة الصحافة العربية في منتصف القرن التاسع عشر، والأدب المسرحي والقصصي والأغنية العربية في بدايات القرن العشرين وحتى الستينات من القرن الماضي ولقد تبع تلك الفترة اضمحلال ثقافي، إذ بدأ عهد الانكسار والأزمة في الثقافة العربية والتي هي نتيجة لعدم مواءمة الحصاد الثقافي في تلك

الحقبة ومواجهته للتغير المادي الذي طرأ على المجتمع، أي نتيجة لديناميكية التغيرات المادية المفرغة من المضمون الكيفي في الجوانب الثقافية القيمة.⁽³⁸⁾

اللغة الإعلامية العربية في زمن الانتكاسة والعولمة:

لا يقف دور وسائل الإعلام الجديد عند حد التأثير على ممارسة اللغة، وتشكيل الثقافة اللغوية وغيرها من الثقافات. بل يتعدى ذلك إلى بناء الشخصية، وأداتها في ذلك كله اللغة وما يصاحبها من حركات وسكنات. وهذه اللغة المستخدمة من خلال الإعلام هي التي تسود ممارستها لدى المستعین، فإذا كانت لغة عربية فصيحة اكتسبها المشاهدون وسادت ممارستها على ألسنتهم، والعكس إن كان الحال غير ذلك.⁽³⁹⁾

إن الاستعمال الخاطئ للغة سواء أكان ذلك داخل وسائل الإعلام أم خارجها يعطل فكر أهله، ويشل قدرات الناس الذهنية ويفسد ألسنتهم. وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيدته عندما ينعكس في الإعلام لا بد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضا.⁽⁴⁰⁾

واللغة العربية قد مرت بعصور مظلمة، فقدت فيها مكانتها الرفيعة بين اللغات، وفقدت فيها انتشارها الواسع في أقطار العالم، وواجهت حروبا شعواء تمثلت في مجالات كثيرة خطيرة مثل الدعوة إلى العامية، والدعوة إلى الكتابة بالحروف اللاتينية وذلك إثر الهزيمة الثقافية التي يعاني منها بعض أبنائها، والتبعية الذليلة للغات والثقافات الأخرى، والدعوات المتكررة التي تجنح إلى تبني العامية بدلا من الفصحى، ناهيك عن مزاحمة اللغات الأجنبية لها نتيجة الاستعمار وعقوق بعض أبنائها الذين يرون في الحديث والكتابة باللغات الأوروبية دليلا على التقدم والرفق هذا كله وأكثر جعل من استخدام اللغة العربية الفصحى ينحسر، ويظهر ذلك جليا في وسائل الإعلام المختلفة فعلى

الرغم من فضل الإعلام على العربية في تطويرها ونشرها وخلق لغة سهلة جديدة، فهو بذلك قد فتح الباب أمام مظاهر هدم الهوية اللغوية العربية، حتى أستهل خرق قواعدها الرصينة بدعوى التيسير.

وموضوع العربية في وسائل الإعلام ومنها الفضائيات العربية خاصة، نال اهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة من طرف أهل الاختصاص، وذلك لما تمثله كل من اللغة العربية ووسائل الإعلام العربية الجديدة من قوة فاعلة، ولمكانة كل واحدة منها، حيث لا يمكن الاستهانة بأحدهما على حساب الآخر ويذهب إبراهيم مراد في دراسته التي تناول فيها الاستعمال اللغوي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى أن كل استعمال لغوي يتأثر بالمقام الذي يرد فيه، وبدرجة معرفة المستعمل باللغة في ذلك المقام. والمقامات التي تؤثر في الاستعمال اللغوي في كل من الإذاعة والتلفاز هي البرامج ذاتها، والمستعملون الذين تؤثر درجة معرفتهم باللغة في الاستعمال اللغوي هم منتجوا البرامج ومن يرافقهم.⁽⁴¹⁾

فمن حين لآخر تثار مشكلة اللغة العربية في التلفاز وفضائياته، وكيف تلقى على الناس متعثرة بأخطاء النحو والنطق، وكيف تعمل على نشر الخطأ في أوسع نطاق بقوة التلفاز وهيمنته على الحواس والأذواق.⁽⁴²⁾

فعلى الرغم مما لعبته وسائل الإعلام والاتصال من دور في تقريب الفصحى من لهجاتها بالاستنجد باللغة الثالثة التي تستجيب لمتطلبات الحياة العصرية، إلا أن العربية في ظل وسائل الإعلام لا تخلو من التشويه والتحريف، فالسهولة التي تميّزت بها لغة الإعلام جعلت من مستخدميها ينأوا في كثير من الأحيان عن العرف اللغوي، وقد أدى ذلك إلى التساهل في قواعد اللغة أحيانا؛ نحوها وصرفها، أو إلى استخدام العامية في ثنايا الحديث بها، أو خلط العربية بالأجنبية وإدراج ألفاظ منها أو حتى تعابير، لتظهر بذلك مشكلات اللغة العربية مع الإعلام التي تجاوزت الفصحى الجديدة.

ومن المؤكد أن الصحافة ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية هي المؤثرة بصورة لا تنزع في رسم الكلمات والتعبير على ألسنة الجماهير التي تقرأ والتي تسمع وتشاهد بصورة مقترنة بالكلمة، فإن استعملت الصحف والإذاعة والتلفزيون الفصيح والصحيح من اللغة كانت خير معين على حفظ العربية وجريانها على الألسنة. وإن هي استعملت اللغة مشوبة بالعجمة والأخطاء والركاكة كان دورها أقوى من كل عامل آخر في تعويد الألسنة على العجمة والأخطاء.⁽⁴³⁾ ومصدق ذلك أننا نشاهد ونسمع في أوساطنا في مختلف المستويات من الأخطاء ما أصبح ثابتا وراسخا. وأمام هذا الوضع الذي لا حيلة في دفعه أو تغييره راج المثل القائل «خطأ مشهور خير من صواب مهجور» فهذا الوضع اللغوي يعمل على تفتيت حصاة اللغة وخلخلة بنائها من الداخل وإفساد أذواق المتعلمين.⁽⁴⁴⁾

كما يواجه المتلقي العربي اليوم لوسائل الاعلام الصحفية والإذاعية والقنوات التلفازية أو في الإعلام الجديد تحاديا آخر في مجال تحليل الرموز، يتمثل في استقبال رموز لفضية باللغة الفصيحة أحيانا، وبالعامية أحيانا أخرى. فعلاوة على ما يرتكب من أخطاء نحوية وتعبيرية في حق العربية، نجدها كذلك لا تخل من مظاهر تسلل العامية، ففي ثنايا الحديث بالفصحى تتدخل العامية وتخلط بها خلطا يصعب تفكيكه، حتى تبدو الألفاظ العامية من هذا الاستعمال وكأنها الفصحى، ويستصعبها المتلقي ويعتادها بدل الأصل، فلا يجد بعد ذلك الإعلاميون حرجا من استعمالها بحجة وبغير حجة.

ومشكل العامية أكبر بكثير مما يتصور، فغزو العامية في التعاملات اليومية ومن خلال وسائل الاعلام عاود الظهور ليفجر مشكل العامية مقابل الفصحى، ومحاولة ارسائها منخلال الغزو الذي تبثه القنوات الفضائية

لتشتغل بذلك الدعوة المضللة والتي فحواها أنه يمكن للعاميات (اللهجات) مساندة التطور الحاصل عكس الفصحى التي وصفت بالتعقيد والتراثية.⁽⁴⁵⁾

إن تبني وسائل الاعلام العربية بما فيها الفضائيات للعامية عن قصد أو غير قصد أمر له خطورته المركبة، أولاً لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء بمعاولنا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفرنا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز، ونحقق بذلك رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوزي بها.⁽⁴⁶⁾

ولا يقتصر الأمر على وسائل الإعلام العادية التقليدية، بل لقد طال تكنولوجيا الاتصال العصرية من حاسوب وجوآل لاتصالهما بشبكة الأنترنت، فظهر أثر ذلك جلياً في لغة (الشات) «هذه اللغة ذات المصطلحات الخاصة التي تختلط فيها اللغة الأجنبية باللغة العربية».⁽⁴⁷⁾

لقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي صادرة عمليات التواصل الإنساني، خاصة بين الشباب باستعمال لغة أطلق عليها اسم «الفرانكو آراب» وهناك من وصفها بـ «اللغة الفيسبوكية»، والبعض لقبها بـ «العربيزي». وتتميز هذه اللغة بوجود مصطلحات خاصة تحولت معها اللغة العربية إلى مزيج من لفظ عربي يكتب بأحرف لاتينية ورموز وأرقام، لتشكل لغة جديدة بدأت تُطالعا يوماً أثناء التواصل عبر الشبكة العنكبوتية نظراً لأن اللغات الأجنبية تخلو من بعض الأصوات الموجودة في العربية، ولذلك وقع المستعملون للعربية في حيرة، كيف يعبرون عن الحاء، والقاف، والضاد والعين مثلاً؟ فبات حرف الحاء يكتب رقم '7'، والعين رقم '3'. وهكذا، فمثلاً أصبحت كلمة 'محمد' تكتب 'mo7amad' إن الاستمرار في تداول هذه اللغة بين الناشئة والشباب يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه

المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يشكل خطرا على اللغة العربية، ويزيد الهوة بين لغة القرآن والأجيال الناشئة.

وقد توصلت كثير من الدراسات الميدانية وبناء على معطيات عينات مختارة من الخطابات اللغوية المنشورة عبر مختلف صفحات الفايسبوك إلى تدني مستوى استخدام اللغة العربية عبر الفضاء الأزرق، أو عدم الاهتمام باستخدامها، وإن تحقق الأمر يكون بحروف وأرقام تنوب عن حروف اللغة العربية هي في طريق نحو تشكيل لغة مشفرة بمختصرات متعارف عليها بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بما يلقي الضوء على المعاناة التي تعيشها اللغة العربية في عمق بيئتها، إما بتغييب استخدامها نهائيا وتعويضها بلغات أجنبية كالفرنسية والإنجليزية، أو باستخدام العامية في كثير من الأحيان من قبل مستخدمي هذه الشبكات.⁽⁴⁸⁾

كما يعدّ استخدام وسائل الإعلام العربي بأنواعها وأطرافها المختلفة للألفاظ الأجنبية امتدادا لمشكلة قديمة حديثة. فاللغة العربية شهدت فترات مختلفة من النقل والاستعارة للألفاظ الأجنبية منذ أقدم عصورها، والحقيقة أن مسألة الاستعارة للألفاظ والمصطلحات الأجنبية لا يعدّ مشكلة فعلية، ورغم أن العربية قامت باستعارة الآلاف من الألفاظ من مختلف الحضارات خاصة بعد الإسلام. إلا أن العصر الحديث بما يحمله من تطوّرات علمية هائلة وثورة في عالمي النقل والاتصالات، جعل هذا التدفق أسرع وأكبر وبالتالي ضاعف من مخاطره.

ولعلّ أكثر المجالات مساعدة على ترسيخ الألفاظ الأجنبية هما مجالاً التعليم والإعلام، حيث تتخذ وسائل الإعلام ولاسيما الإذاعة والتلفزيون كوسيلة للتثقيف. والغريب أن الغالبية العظمى من الألفاظ الأجنبية المستخدمة في تلك البرامج لها بديل عربي، ورغم أن ثمة الكثير من الناس قد لا يهتمون

بتفشي الألفاظ والمصطلحات الأجنبية على حساب رديفها العربي، فإن هذه المسألة تبقى أحد أشرف القضايا التي يجب أن يدافع عنها متحدثي العربية.⁽⁴⁹⁾

وربما ونحن في سياق الحديث عن آثار العولمة في لغة الإعلام العربي فقد كان من أهم ما يلفت نظر الدارس للغة الإعلام العربية في زمن الانتكاسة إلى اليوم مصطلحاته المستمدة من الإعلام الغربي والتي يقوم بإشاعتها في الحياة العربية بكل ما تنطوي عليه من تضمينات تعكس تفكير الآخر في قضايانا أكثر مما تفصح عن المنظور العربي الذي يفترض فيها أن تجسده. وكما يمكن أن يلاحظ أي مدقق في المصطلحات المتداولة في وسائل الإعلام العربية فإن هذه المصطلحات إنما تختزل في الواقع مفاهيم يسقطها (الآخر) على المنطقة، ويحاول أن يسربها إلى وعي أبنائها ليفكروا بها على النحو الذي يريده لهم ويخلصوا إلى تبني وجهة نظره فيما يجري فيها، وهذا ما يحدث فعلا في بعض الأوساط العربية الرسمية.⁽⁵⁰⁾

ولكن المفارقة المروعة ما تفعله وسائل الإعلام الصهيونية التي «تهدف إلى تقويض الحق العربي تتسرب وتنفذ إلى إعلامنا العربي ولغتنا الإعلامية وهنا تكمن الخطورة الكبرى». ومعنى هذا أن الإعلام العالمي ومن ضمنه اللوبي الصهيوني يستخدم الإعلام سلاحا في احتواء المنطقة العربية وتوجيه سياسات أنظمتها على مختلف الصعد.⁽⁵¹⁾

تذكر بثينة شعبان وزير الإعلام السوري أن إعلامنا العربي في جوهره - هو إعلام متلق وغير صانع للخبر، مصادره غير عربية وهي وكالات الأنباء العالمية التي تصوغ الخبر بلغتها ومصطلحاتها وتبثها باستخدام التقنيات الحديثة عبر شبكة المعلومات. ويعمل إعلاميون على أخذ الأخبار دون مراجعة وتدقيق. مستخدمين اللغة والمصطلح المدسوسين والمصممين لتسطيح الحقائق وقلبها. والكارثة هي أننا نعتاد هذه اللغة ونستخدمها وكأنها اللغة الواقعية.⁽⁵²⁾

إنه من المؤسف ألا تتولى السياسات الإعلامية العربية هذا الموضوع الأهمية التي هو بها حري. وليست هناك خطة قومية متماسكة لخدمة اللغة العربية من قبل الأجهزة الإعلامية. لقد دلت دراسة قامت بها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على أن وحدتنا اللغوية لا تقوم إلا على 7% تقريبا من مجموع الكلمات العربية التي نستعملها بينما، بينما نحن متخلفون عن باقي المجموع بنسبة تتجاوز 93% من المادة اللغوية، إذ تشكل اللهجات الدارجة بمستوياتها المهذبة والمبتذلة الجانب الأعظم من لغة الحوار في برامج الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح.

إننا كمنظومة ثقافية وإعلامية لا نريد الاهتمام بما يقوم به العديد من الدول الصناعية شرقا وغربا لحماية لغتهم الوطنية من أجل حماية ثقافتهم والذود عن مصالحهم الحيوية. يجب أن تكون خدمة اللغة العربية هدفا رئيسيا من أهداف النظام الإعلامي العربي الجديد، وعنصرا أساسيا لضمان الأمن الثقافي والعربي وضمان الأمن الثقافي يعني إيجاد مناعة إعلامية تقي من مخاطر الاختراق الثقافي وتسمح بالوعي والشعور الملموس بالوجود العربي وتساعد على تخليص العرب من مخلفات الاستعمار الثقافي الأجنبي.⁽⁵³⁾

وفي ظل ظاهرة العولمة سيكون هناك أبعاد لغوية سواء كانت العولمة وفاقا أم صراعا فإن كانت «وفاقا» فاللغة ذات شأن جليل في حوار الثقافات، حيث من المتوقع أن يتخذ أنصار العولمة من علوم اللغة مرتكزا أساسيا لعولمة الثقافة، فهؤلاء العولميون لا يقرون بالخصوصيات الثقافية للأمم والشعوب ويقفون بشدة ضد النسبية الثقافية والنسبية اللغوية بالتالي، وهم بلا شك سيجدون ضالتهم في التنظير اللغوي الحديث، حيث تتدرج جميع اللغات الإنسانية في إطار النظرية العامة للغة. لقد استوعبت هذه النظرية القواسم المشتركة بين اللغات، وكذلك مواضع اختلافها وتباينها. علاوة على ذلك، فقد

تبتت هذه النظرية النموذج الذهني للغة الذي يفترض كونها غريزة إنسانية يشترك فيها البشر كافة.

أما إن كانت العولمة «صراعا» فيقول محمود أمين العالم أخذت العولمة السائدة تفضي بالضرورة إلى سيادة لغة من لغات هذه الدول المهيمنة في العلاقات التجارية والاقتصادية وما يستتبع ذلك من سيادة ثقافتها وقيمها الخاصة ويؤكد المشهد اللغوي العالمي صحة ما خلص إليه محمود أمين العالم، لاسيما في مجال الإعلام والمعلومات، وجاءت الانترنت لتفتح بوابات الفيضان أمام تدفق معلوماتي هادر تطغى عليه اللغة الإنجليزية، وهو الأمر الذي أثار الفزع لدى جميع الأمم غير الناطقة بالإنجليزية، وقد انتابها قلق شديد على مصير لغاتها القومية وهي توشك أن تسحق أمام الإعصار المعلوماتي الإنجليزي الجارف تحت ضغوط اقتصادية وسياسية وثقافية هائلة. إنها الصيغة اللغوية لمصطلح «الإمبريالية الثقافية».⁽⁵⁴⁾

وتتعرض العربية في ظل العولمة وثورة المعلومات لحركة تهميش نشطة بفعل الضغوط الهائلة الناجمة عن طغيان اللغة الإنجليزية على الصعيد السياسي والاقتصادي والتكنولوجي والمعلوماتي. وتواجه العربية في ذلك معظم لغات العالم، إلا أنها تواجه تحديات إضافية نتيجة للحملة الضارية التي تشنها العولمة ضد الإسلام، وبالتالي ضد العربية نظرا إلى شدة الارتباط بينها.⁽⁵⁵⁾

إن اللغة العربية بلا شك هي أبرز ملامح ثقافتنا العربية وهي أكثر اللغات الإنسانية ارتباطا بالهوية، وهي اللغة الإنسانية الوحيدة التي صمدت سبعة عشر قرنا سجلا أميننا لحضارة أمتنا في ازدهارها وانتكاسها وشاهدا على إبداع أبنائها وهم يقودون ركب الحضارة ودليلا على تبعيتهم وقد تخلفوا عن هذا الركب.

والحرص على العربية ليس من أجل الناطقين بها فقط بل هو واجب الإنساني وروحي تجاه جميع المسلمين من غير العرب خاصة في ظل الحملة

المسعورة لتفتيت التكتل الإسلامي في ظل العولمة يقر الجميع بأننا نعيش أزمة لغوية طاحنة تفتت حتى كادت تصبح عاهة ثقافية مستديمة وكما يقول أمين الخولي «إن آفات حياتنا في جمهورتها تعود إلى علل لغوية، تصدع الوحدة وتحرم الدقة وتبدد الجهد و تعوق تسامي الروح والجسم والعقل والقلب».⁽⁵⁶⁾

وعلى الرغم من وضوح أعراض أزمنا اللغوية وجسامة آثارها وكثرة المؤتمرات والندوات واللجان والتوصيات التي عقدت بشأنها تظل تلك الأزمة مستعصية على الحل ويعكس جهد الإصلاح اللغوي في القرن الماضي وخطابنا اللغوي الراهن قصور معرفتنا بلغتنا، ويرجع ذلك إلى أسباب عدة يعود في مقدمتها إلى خطأ التشخيص لدائنا اللغوي. فتارة يوجه الاتهام إلى مدارسنا وتارة إلى مجامعنا اللغوية وتارة إلى إعلامنا، بل وصل الأمر ببعض إلى إدانة اللغة العربية تحت زعم أنها تحمل بداخلها كَوَامن التخلف الفكري والعجز عن تلبية مطالب العصر، ويا له من اتهام جائر لهذه اللغة الإنسانية العظيمة. لقد حان الوقت للتصدي لهذه المفاهيم الخاطئة التي لا أساس لها من الصحة ولا سبيل إلى ذلك إلى من خلال التحليل الدقيق من خلال للعلاقة بين منظومة اللغة ومنظومة المجتمع من منظور ثقافي.⁽⁵⁷⁾

وفي ضوء ما قيل فإن راهن العربية في أمس الحاجة إلى نظرة أشمل تتجاوز حدود الخطاب اللغوي الراهن، سواء من قبل اللغويين وأهل المعاجم وأئمة الجامع. أو من قبل نقاد الأدب والتربويين والإعلاميين لقد باتت إشكالية اللغة من الخطورة والأهمية، بحيث يصعب إرجاؤها أو تناولها من دون إستراتيجية واضحة للإصلاح اللغوي الشامل.

الخاتمة:

وفي ختام البحث وبعد هذه الدراسة لموضوع «اللغة الإعلامية العربية والعملة - دراسة تأصيلية في منظومة الثقافة والإعلام»، لا بد من تسجيل النتائج التالية:

- تعد اللغة الوعاء الناقل للفكر والمعرفة والحضارة عبر كل المراحل التاريخية التي مرت بها البشرية، وفي المجالات والميادين المختلفة التي عرفتها وتعرفها، التقنية منها والاجتماعية أو الإنسانية. وفي مجال الإعلام فهي عبارة عن وسيلة أو أداة لنقل الرسائل، وتبادل الأفكار بين مرسل ومستقبل.
- لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، فالإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والمدنية والاجتماعية وغير ذلك، ولكن بلغته هو أي بلغة الإعلام فهي اللغة الثالثة أو اللغة الإعلامية وتتميز لغة الإعلام بصفة عامة بالوضوح والمعاصرة.
- مجابهة العامية في وسائل الإعلام كسب كبير للإعلام العربي، لأن صراع الفصحى والعامية قد تحسمه على صعيد الإذاعة لغة الاتصال بالجمهور التي تخاطب المتعلم والعامي، وتفني باحتياجات التطور المعاصرة بحيث تصبح القضية هي نجاح الاتصال بالجمهور.
- إن العلاقة بين تطور اللغة والتحصيل المعرفي حتمية حضارية، وأن قوة أية لغة ليس في معجمها وتركيبها فقط، ولكن في قدرة أهلها على التعايش مع الثقافات الأخرى، وسيطرتهم على المعرفة والواقع، ومن هنا فالبقاء عند مدح اللغة العربية أو رثائها وتعداد خصائصها سوف لن يكون خطأً دفاعياً مجدياً أمام التطور اللغوي الحاصل في العالم، والذي تصاحبه هيمنة إعلامية لغوية، وإنما في تطوير هذه اللغة واستشراف مستقبلها وتجاوز الصراعات التقليدية التي طالما يتحدث عنها المستغربون.

- واقع اللغة العربية اليوم هو انعكاس للوضع الذي وصلت إليه الأمة، وهو صورة للحالة التي توجد عليها، ولذلك كان الاهتمام بمعالجة مشكلات اللغة في وسائل الإعلام التقليدية أو الإعلام الجديد وبحث قضاياها للخروج بها من الدائرة التي تتراجع فيها أهميتها لدى فئات واسعة من أبنائها، جزءاً لا يتجزأ من الاهتمام بقضايا البناء الحضاري للعالم الإسلامي.
- من واجب الدول العربية أن تفحص القيود المادية والإدارية المفروضة على الإعلام العربي قصد استغلاله، وتنبه أكثر للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير اللغوي خاصة منها الإذاعة والتلفزيون نظراً لضيق مجال استخدام الكتاب والصحيفة وانحسار انتشارهما، وتفشي الأمية وقلّة الفرص المتاحة للتأثير بوسائل التثقيف الأخرى كالمسرح، فينبغي أن تُعنى الدول العربية بالإعلام الجديد و بأقنيتها وشبكاته باعتبارها جزء لا ينفصل عن السياسة الإعلامية في كل قطر عربي.

الهوامش:

- 1- كريم زكي حسام الدين أسس اللغة والثقافة (دراسة أنثروولوجية لألفاظ وعلاقات القرابة في الثقافة العربية). مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001. ص 72.
- 2- إبراهيم السامرائي، فقه اللغة المقارن. ط:4. بيروت: دار المعلم للملايين، 1927. ص159.
- 3- كريم زكي حسام الدين، مرجع سابق. ص 60 - 67.
- 4- نفس المرجع الأنف الذكر. ص57.
- 5- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 6- نفس المرجع الأنف الذكر. ص 60 - 67.
- 7- نفس المرجع الأنف الذكر. ص58.
- 8- انظر: <http://membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm>.
- 9- أحمد بن نعمان، هذي هي الثقافة. الجزائر: دار الأمة للنشر والتوزيع، 1996. ص28.
- 10- انظر عاطف وصفي، الثقافة والشخصية. ص74. نقلاً عن: أحمد بن نعمان، مرجع سابق. ص120.
- 11- انظر أحمد بن نعمان، مرجع سابق. ص121.
- 12- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 13- نفس المرجع الأنف الذكر. ص123.
- 14- أحمد بن نعمان، مرجع سابق. ص 121-122.
- 15- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 16- انظر: <http://membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm>.
- 17- حلمي خليل، دراسات في اللسانيات التطبيقية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2000. ص38.
- 18- انظر كريم زكي حسام الدين، مرجع سابق. ص58.
- 19- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 20- أحمد بن نعمان، مرجع سابق. ص 120.
- 21- نفس المرجع الأنف الذكر.

- 22- انظر مداخلة الشاذلي القيتوري، «اللغة العربية والوعي القومي». بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالاشتراك مع المجمع العراقي ومعهد البحوث والدراسات العربية، ط: 2. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 1986. ص 163.
- 23- انظر: [http: membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm](http://membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm).
- 24- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2000. ص 245.
- 25- عبد النبي اصطياف، «في لغة الإعلام» المعرفة. العدد 509، السنة 44، شباط 2006. ص 50.
- 26- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (الكويت)، العدد: 276، 2001. ص 378.
- 27- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظرية والوظائف والتأثيرات ط: 1. القاهرة: دار النشر للجامعات، 2007. ص 155.
- 28- مقدمة كتاب أمين الخولي، مشكلات حياتنا اللغوية. ط: بلا. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987. ص 196.
- 29- سامي الشريف، أمين منصور ندى، اللغة الإعلامية - المفاهيم - الأسس - التطبيقات. القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2004. ص 33.
- 30- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام. مرجع سابق. ص 238.
- 31- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 32- صالح بلعيد، إشراف على مجموعة من الباحثين من جامعة مولود معمري، لغة الصحافة. الجزائر: دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع. ص 50.
- 33- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 34- نفس المرجع الأنف الذكر. ص 60.
- 35- نفس المرجع الأنف الذكر. ص 29.
- 36- نفس المرجع الأنف الذكر. ص 44.
- 37- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام. مرجع سابق. ص 244.
- 38- نسمة أحمد البطريق، التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية، دراسة نقدية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999. ص 59.
- 39- عبد الله الخولي، دور الإذاعة والتلفزيون في اكتساب اللغة العربية. مجلة الفن الإذاعي اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر: مطابع الأهرام التجارية، يناير، 2004، العدد 173، ص 19.
- 40- نور الدين بلليل، الارتقاء باللغة العربية في وسائل الإعلام. قسنطينة: مخبر بحث اجتماع الاتصال، جامعة منتوري. ص 68.
- 41- إبراهيم مراد، مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية. مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس، 2000، عدد 2، ص 43.
- 42- أحمد مختار عمر، أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين. ط3. القاهرة: عالم الكتب، 2001. ص 23.
- 43- وهناك طائفة من الأخطاء الشائعة في صحافتنا مردها إلى الجهل بالنحو العربي وبقواعد الصرف وقواعد التركيب في معان معينة، كالاستفهام والتأكيد والتقديم والتأخير والفصل والوصل والعطف والتأنيث والتذكير والجمع. فمن ذلك على سبيل المثال ما يخطئ فيه الكتاب عند إضافة العدد إلى المعدود فيقولون «إحدى الحمامات» بدل «أحد الحمامات» و«أحد القلاع» بدل «إحدى القلاع» و«إحدى الشوارع» بدل «أحد الشوارع». ومن ذلك ما يخطئ فيه الكتاب في صياغة اسم المفعول أو اسم الفاعل فيقولون «الواقع المعاش» بدل «المعيش» و«المدنيونية» بدل «المدينية» أو «الدينين» و«المصان» بدل «المصون» و«المتوفى» بدل «المتوفي». ويقولون «أعزب» بدل «عزب عازب» و«مهول» بدل «هائل» و«شاب مستهتر» بالكسر بدل «مستهتر» بالفتح و«شيئ ملفت للنظر» بدل «لافت للنظر» و«تجارة مربحة» بدل «رابحة». (محمد الكتاني، قضايا استعمال اللغة العربية في المغرب. الرباط: مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية. ص 207 - 208).
- 44- محمد الكتاني، مرجع سابق. ص 207 - 208.
- 45- فاروق شوشة، مجمع اللغة العربية الأردني، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والانيات في جمهورية مصر العربية دراسة تحليلية ونقدية. ص 112.
- 46- محمد نجيب التلاوي، مساعدة حضور الفصحى في وسائل الإعلام. مجلة الإذاعات العربية، عدد 2000، 02، ص 51.
- 47- حسن علي محمد، لغة الإعلام العربي لمعاصر. ط1. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016 م.
- 48- سامية عواج، رضوان رباح، تمثيلات اللغة العربية في ظل الخطاب التداولي الرقمي مقارنة سيميائية لعينة من الخطابات اللغوية عبر صفحات شبكة الفايبروك. مجلة التواصل، تاريخ النشر 2017-06-01، ص 81-94.
- 49- محمود عبد القادر حموش، جريدة الوطن. 2005.

- 50- عبد النبي اصطيف، مرجع سابق. ص49.
- 51- نفس المرجع الأنف الذكر. ص49.
- 52- انظر بئينة شعبان، «المصطلح الإعلامي ودوره السياسي في القضايا العربية الراهنة» دراسة فكرية. دمشق: العدد3. 2004/5/18. ص 93.
- 53- مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد. (عالم المعرفة) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، تشرين الأول 1985. ص 269 - 270.
- 54- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات. مرجع سابق. ص 227 - 238.
- 55- نفس المرجع الأنف الذكر.
- 56- مقدمة كتاب أمين الخولي، مشكلات حياتنا اللغوية. مرجع سابق.
- 57- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات. مرجع سابق. ص 231.

القائم بالاتصال في الصحافة الجزائرية المكتوبة. -دراسة ميدانية بجريدة الشروق اليومي-

- د. جفال سامية - جامعة بسكرة .
د. نجاة العلمي - جامعة بسكرة .

مقدمة:

يعد القائم بالاتصال المسؤول المباشر عن إنتاج وصياغة الرسائل الإعلامية وتمريضها إلي المتلقين. إلا أن هذه الأدوار تحكمها سياقات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وتكنولوجية ومهنية تنعكس جميعها حتما على المؤسسة الإعلامية مما يشكل اتجاهها ضاغطا على القائم بالاتصال في انتقاء الموضوعات ونشرها والتي تحدد مسؤوليته تجاه جمهوره في نقل الواقع الذي يعتبر إطارا مشتركا بينهما. وهذه الدراسة إنما تركزت حول رصد واقع القائم بالاتصال في المؤسسة الصحفية الجزائرية الخاصة، «الشروق اليومي»، للتعرف على العوامل والمعايير الذاتية المتعددة والمحيطة بالقائم بالاتصال والتي تؤثر على مستوى الرضا الوظيفي للصحفي بالصحافة الجزائرية الخاصة.

أولا: الإطار المنهجي:

1 - مشكلة الدراسة:

- وتلخص في إيجاد أجوبة علمية وموضوعية ودقيقة للتساؤلات التالية:
- ما هي الخصائص الأساسية والسمات الرئيسية للقائم بالاتصال بالصحافة الوطنية الخاصة «جريدة الشروق اليومي» في ظل التغيرات السياسية والاجتماعية للمجتمع الجزائري؟
 - ماهي العوامل الضاغطة والمؤثرة على القائم بالاتصال بصحيفة الدراسة؟
 - ماهي العوامل المهنية والتنظيمية للارتقاء بمهنة الصحافة من وجهة نظر القائم بالاتصال بصحيفة الدراسة؟

2 - أهمية الدراسة:

وتكمن أهمية الدراسة فيندرة الدراسات المتعلقة بالقائم بالاتصال في المجال الصحفي وخاصة على مستوى الجامعة الجزائرية، كما تكمن أهمية هذا البحث في الكشف عن خصائص القائم بالاتصال في الصحافة الوطنية وواقع الدور المهني الذي يقوم به، والتعرف على العوامل المهنية والتنظيمية من وجهة نظر المبحوثين وتوجهاتهم فيما يتعلق بكيفية الارتقاء بمهنة الصحافة ومدى الرضا عن الأداء المهني للصحافة، بالإضافة إلى الحاجة الماسة للتعرف على الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة الجزائرية المكتوبة الخاصة.

3 - أهداف الدراسة: وتتلخص أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على السمات الأساسية للقائمين بالاتصال حين التعامل مع الرأي العام بصحيفة الدراسة؟
- محاولة رصد العوامل المهنية والتنظيمية للارتقاء بمهنة الصحافة الخاصة، والكشف عن الضغوط المؤثرة على الأداء الصحفي بصحيفة الدراسة؟

4 - منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من صنف البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة ولا سيما الواقع المهني والوظيفي للقائم بالاتصال، وطبيعة الضغوط المؤثرة على النشاط الصحفي بالجريدة محل الدراسة. حيث استعانت الباحثة في هذه الدراسة بمنهج المسح الوصفي وبأداته التحليلية و«الذي يستعمل لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة ثم تصنيفها وتحليلها»⁽¹⁾ بالاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات اللازمة. وقد تم توزيعها على مجتمع الدراسة المكون من كل الصحفيين

بقاعة التحرير (مثل في: رئيس التحرير، نائب رئيس التحرير، المحررون) تم اختيارهم بشكل عمدي كحصر شامل أثناء فترة الدراسة بصحيفة الدراسة.

5 - إجراءات الدراسة:

قامت الباحثة بإعداد استمارة الاستبيان للقائمين بالاتصال — بقاعة التحرير — بجريدة «الشروق اليومي» خلال فترة الدراسة واستشارة عدد من أصحاب الاختصاص حول محاورها.⁽²⁾

6 - حدود الدراسة:

أ - المجال البشري: القائمون بالاتصال (بقاعة التحرير) بجريدة «الشروق اليومي»، بواقع ثلاثين (30) استمارة خلال فترة الدراسة.

ب - المجال المكاني: صحيفة «الشروق اليومي» الجزائرية.

ج - المجال الزمني: امتدت مدة الدراسة الميدانية من 2018/04/15 إلى 2018/07/15، وهي المدة التي تم فيها توزيع الاستمارات وتحليل النتائج.

7 - المفاهيم الأساسية للدراسة:

القائم بالاتصال: ويعني في هذه الدراسة: الممارسون لمهنة الصحافة بشكل رسمي ممن لهم مسؤولية مباشرة في معالجة الرسالة الصحفية من حيث الشكل والمضمون في الصحافة الجزائرية الخاصة، جريدة «الشروق اليومي» نموذجاً.

ثانيا: الدراسة الميدانية

أولا: الخصائص الديموغرافية والثقافية والاقتصادية للصحفيين:

1 - الخصائص الديموغرافية: الجنس والسن:

الجدول (1): توزيع المبحوثين حسب الجنس

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|---------|
| 56,7 | 17 | ذكر |
| 43,3 | 13 | أنثى |
| 100 | 30 | المجموع |

تبلغ نسبة الذكور بصحيفة الدراسة 56.7%، بينما بلغت نسبة الإناث 43.3%، هذا التقارب النسبي بين الجنسين يعتبر مؤشرا إيجابيا لولوج المرأة إلى المجال الصحفي الذي كان فيما سبق مهنة غير مطلوبة بالنسبة للمرأة نظرا لما تتطلبه من متاعب ونظرة الأسرة التقليدية للعمل الصحافي. وهي النتائج التي توصلت إليها إحدى الدراسات العربية حول نظرة المجتمعات العربية لعمل المرأة بالمجال الإعلامي، حيث يذهب صاحبها إلى القول بأن «أهم الصعوبات الاجتماعية والشخصية التي تواجه الإعلاميات وتؤثر على أدائهن، وقد كانت أبرزها على الترتيب: تدني تقدير المجتمع للإعلامية، تعدد الالتزامات للإعلامية (الدور المزدوج) للأسرة وللمهنة خاصة إذا رافقه عدم تفهم من قبل الأسرة، العادات والتقاليد غير المشجعة لعمل المرأة حتى وإن اقتضت الضرورة».⁽³⁾

الجدول (2): توزيع المبحوثين حسب السن

| النسبة المئوية | التكرار | السن |
|----------------|---------|------|
| 3,3 | 1 | 28 |
| 3,3 | 1 | 29 |
| 3,3 | 1 | 30 |
| 16,7 | 5 | 31 |

| | | |
|------|----|---------|
| 6,7 | 2 | 32 |
| 3,3 | 1 | 34 |
| 10 | 3 | 35 |
| 10 | 3 | 36 |
| 3,3 | 1 | 37 |
| 3,3 | 1 | 39 |
| 16,7 | 5 | 40 |
| 3,3 | 1 | 41 |
| 6,7 | 2 | 42 |
| 10 | 3 | 50 |
| 100 | 30 | المجموع |

تبين النتائج أن 56.6% من صحفيي الشروق اليومي يتراوح سنهم من 30 إلى أقل من 40 سنة، تليها الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 40 إلى أقل من 50 سنة بنسبة 23.3%، ثم الفئة التي سنها من 50 إلى أقل من 60 سنة بنسبة 10%، وأخيرا الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 20 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 6.6%.

اتضح من النتائج تفوق نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين (30 إلى أقل من 40 سنة) وهي الفئة الشابة التي تسعى المؤسسة لاستقطابها دون الاستغناء عن الفئة التي تلتها في النسبة (من 40 إلى أقل من 50 سنة) ممن يملكون الخبرة والتمرس في مهنة الصحافة التي تتطلب تقنيات تكتسب بالممارسة اليومية وهو ما تبرره نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين (50 وأقل من 60 سنة) ورغم ضعف نسبة الفئة العمرية الأخيرة (من 20 إلى 30 سنة) فهي دلالة على حرص المؤسسة لتجديد طاقمها التحريري بالكوادر الشابة في تخصصات حديثة.

2 - الخصائص التعليمية والثقافية:

الجدول (3): توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي

| النسبة المئوية | التكرار | المؤهل العلمي |
|----------------|---------|---------------|
| 86,7 | 26 | ليسانس |
| 10 | 3 | ماجستير |
| 3,3 | 1 | ماستر |
| 00 | 0 | دكتوراه |
| 100 | 30 | المجموع |

بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة «الليسانس» 86.7%، وهي النسبة الأعلى وهو المؤهل الجامعي المطلوب لممارسة مهنة الصحافة، مع وجود نسبة 10% من فئة حاملي «الماجستير» ونسبة 3.3 من حاملي شهادة «الماستر» ربما ممن فضلوا العمل في المجال الصحفي برغبة أو هواية.

توضح النسبة الأعلى أن أغلب الصحفيين حاصلين على الشهادة الجامعية وفيه دلالة واضحة على عراققة التخصص وأن القائم بالاتصال بمؤسسة الشروق والمؤسسات الصحفية الأخرى فئة مؤهلة لتتف وراء صناعة الرأي العام الجزائري وذلك باعتبار أن النخبة الجزائرية اليوم صارت لها الريادة في توجيه المؤسسة الإعلامية الجزائرية.

الجدول (4): توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------------------------|
| 80 | 24 | إعلام |
| 3,3 | 1 | علوم سياسية |
| 3,3 | 1 | علم اجتماع |
| 3,3 | 1 | تاريخ |
| 3,3 | 1 | علوم سياسية وعلاقات دولية |
| 3,3 | 1 | حقوق |
| 3,3 | 1 | صيدلة وحقوق |
| 100 | 30 | المجموع |

بلغت نسبة الصحفيين من خريجي الإعلام والاتصال 80%، بينما بلغت في تخصصات أخرى النسبة 20%، وتوضح هذه النتائج أن معظم الصحفيين هم من المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال وهو مؤشر إيجابي يدل على استقطاب الصحيفة للكفاءات الأكثر قدرة في المجال الإعلامي مما ينعكس إيجاباً على الأداء الصحفي نظراً لما تم اكتسابه في المجال الإعلامي خلال سنوات التحصيل الجامعي، بالإضافة إلى نسبة الحاصلين على الليسانس في تخصصات أخرى قد يتطلبها المجال الصحفي أثناء التعامل مع الأحداث السياسية أو الاجتماعية أو التاريخية وغيرها. كما تحمل هذه النسب إشارة إلى أن باب العمل الصحفي مفتوح أمام كافة التخصصات العلمية ذات الارتباط بالعمل الصحفي.

الجدول (5): توزيع الباحثين حسب سنوات الخبرة

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|-------------------|
| 10 | 3 | أقل من 5 سنوات |
| 36,7 | 11 | من 5 إلى 10 سنوات |
| 53,3 | 16 | أكثر من 10 سنوات |
| 100 | 30 | المجموع |

تراوحت سنوات الخبرة في العمل الصحفي ما بين 5 سنوات إلى 10 سنوات عند نسبة 36.7% من الباحثين، يليهم 10% ممن تقل خبرتهم عن 5 سنوات بينما سجلت نسبة 53.3% من تفوق خبرتهم 10 سنوات.

توضح النتائج أن النسبة الأكبر تعبر عن تفوق خبرتهم العشرة (10) سنوات والتي تعتبر ظاهرة صحية، لأن الاستقرار في المهنة – خاصة الصحافة – ينعكس إيجابياً على الأداء المهني من حيث الكفاءة والخبرة مع اكتساب الحنكة والتمرس الصحفي، كما تعطي هذه النسبة دلالة على الرضا الوظيفي لهؤلاء مبرراً في الاستمرار في العمل الصحفي. وتظهر نتائج الجدول أيضاً في

المرتبة الثانية الفئة التي تتراوح خبرتها من 5 إلى 10 سنوات، وهذا الترتيب بين النسبتين يعطي دلالة لتوازن منطقي لانخراط هؤلاء في مهنة الصحافة. كما يضمن هذا التركيب البناء الذي يتم فيه العطاء بين الفئتين حتى يتم التكامل المتبادل بينهم وإذا كانت النسبة الأقل وهي (10%) ممن خبرتهم تقل عن 5 سنوات فهي نسبة كبيرة إذا قورنت بمدى استحداث الجريدة لكفاءات جديدة قد تمثل أجيالا أخرى تكون أكثر عطاء وأكثر حيوية في مجال معين حديث ما يعد مؤشرا إيجابيا على سعي الجريدة لتجديد طاقمها التحريري بما يتناسب ومتطلبات التحديث والمنافسة، ورغم ذلك فعدم الاستقرار في المهنة ينعكس سلبا على العمل لأن «هذه الوضعية تضر بالصحفي من الناحية المهنية من منطلق أن هذا التذبذب لا يشجع على إيجاد تراكم معرفي مهني في أدائه، وللصحف على حد سواء من تحسين المردود المهني، مما ينعكس إيجابا على تكريس حق الجمهور في معلومة كاملة».⁽⁴⁾

3 - الخصائص الاقتصادية:

الجدول (6): مصادر الدخل الشهري.

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|----------------------|
| 86,7 | 26 | الراتب |
| 13,3 | 4 | عمل إضافي في الصحافة |
| 00 | 0 | أعمال حرة |
| 00 | 0 | أخرى |
| 100 | 30 | المجموع |

أجابت نسبة 80% من المبحوثين أنهم يعتمدون على الراتب كمصدر دخل رئيس فيما ترى نسبة 13.3% أن لديهم عملا إضافيا في المجال الصحفي ما يؤكد ارتباطهم بالمهنة وتوظيف خبرتهم في هذا المجال حتى ولو كانت تابعة لجهات أخرى.

الجدول (7): الرضا عن الدخل الشهري.

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------|
| 3,3 | 1 | نعم |
| 96,7 | 29 | لا |
| 100 | 30 | المجموع |

يوضح الجدول نسب الشعور بمدى الرضا عن العائد المادي للعمل بصحيفة الدراسة، إذ تكشف النتائج ما نسبته 96.7% من المبحوثين غير راضين عن هذا العائد، فيما أكد 3.3% من الصحفيين رضاهم عن المردود المادي لأسباب تدركها الفئتان.

وهي نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة محمد عبد الغني سعيود: يرى أكثر من نصف العينة أن الدخل الذي يتقاضونه مقابل العمل الصحفي غير مناسب، وهذه النتيجة توضح مدى عدم الرضا الوظيفي عن المهنة، إذ أن غالبيتهم يرون أن رواتبهم غير مناسبة مما يقلل نسبة الرضا الوظيفي عندهم، ما جعل الكثير منهم يرون إمكانية تغيير العمل الصحفي مقابل عمل آخر أحسن كون المردود المادي الذي يتقاضونه لا يلبى احتياجاتهم، ما يهدد بعدم تفرغهم للمهنة وممارسة مهنة أخرى جانبية لزيادة الدخل أو ممارستها بشكل هامشي⁽⁵⁾.

الجدول (8): إذا كان الجواب ب - لا - هل لأنه:

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|--------------------------------|
| 26,7 | 8 | لا يسد المتطلبات اليومية |
| 56,7 | 17 | لا يساوي الجهد المبذول |
| 13,3 | 4 | لا يعادل رواتب القطاعات الأخرى |
| 00 | 0 | أخرى |
| 96,7 | 29 | المجموع |

يرجع نسبة 56.7 % من الصحفيين أن أسباب عدم الرضا عن العائد المادي إلى أنه لا يساوي الجهد المبذول، و26.7% ممن يرون أن هذا العائد لا يسد متطلبات الحياة اليومية، وحسب 13.3% فإن سبب عدم الرضا يرجع إلى أنه لا يعادل رواتب قطاعات أخرى. وقد أوعزت كل هذه الفئات ذلك لأسباب جاءت مرتبة بنسب متفاوتة ما قد ينعكس سلبا على الأداء المهني للصحفي بصحيفة الدراسة، على اعتبار أن الصحافة مهنة المتاعب نظرا لما تتطلبه من تفرغ ومن جهد مادي ومعنوي. فإذا لم يكن العائد معادلا للجهد أضعف ذلك من الرغبة في الأداء قد يؤدي إلى التقصير أو عدم الدقة والإتقان أو الانصراف إلى مهن أخرى قد لا تتوافق والمؤهل في المجال الإعلامي إذ يفرغ هذا التسرب المجال الصحفي من الكفاءات ذات العطاء المتميز.

ولكن إذا ربطنا مؤشري عدم الرضا عن العائد المادي (ما عبرت عنه النسب) مع سنوات الخبرة والاستقرار بالمؤسسة في الجدول (05) أعلاه، فإن هذا يعطي قراءة تتطلب التساؤل أن ضعف العائد المادي وعدم الرضا عنه لم يصرف الصحفيين عن مهنة الصحافة ما يبرر الطرح الأكثر إلحاحا في وجود عوامل أخرى أكثر أهمية من الراتب في الارتباط بالمهنة أو المؤسسة، مثلا التوافق في العمل «الرضا الناتج عن الانتماء إلى المجموعة».⁽⁶⁾ أو «أن الصحفي يعيد تقويم قيمه على المستوى «البرغماتي» للمجموعة».⁽⁷⁾

تأثير عدم الرضا عن الدخل على العمل الصحفي.

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|-------------------------------------|
| 33,3 | 10 | يأخذ من وقت راحتك |
| 43,3 | 13 | ينقص من تفرغك كلية لمهنة الصحافة |
| 23,3 | 7 | يحد من موهبتك للإبداع في مجال تخصصك |
| 100 | 30 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه تأثير عدم الرضا عن الدخل على العمل الصحفي، وتصدر نسبة 43.3% من يرون أن هذا التأثير ينقص من تفرغ القائم بالاتصال كلية لمهنة الصحافة، تليها نسبة 33.3% من يرون أنه يأخذ من وقت الراحة، وتأتي في المرتبة الثالثة نسبة 23.3% في انعكاس عدم الرضا على الحد من المهبة للإبداع في مجال التخصص الصحفي.

تشير نتائج التحليل أن «الأخذ من وقت الراحة»، «نقص من وقت التفرغ كلية لمهنة الصحافة» و«الحد من الإبداع في مجال العمل الصحفي»، تعد على التوالي انعكاسات لعدم الرضا عن الدخل على العمل الصحفي، إذ أن وقت الفراغ والراحة يستغل للانصراف لأعمال أخرى هامشية تضمن دخلا إضافيا، وهذا بدوره يأخذ من جهد الصحفي للتفرغ كلية لمهنة الصحافة التي تتطلب احترافية متميزة ما ينعكس سلبا على روح الإبداع في ظل المنافسة الحادة بين الصحف الخاصة.

تفسر النتائج السالفة أن الإبداع جاء في الترتيب الثالث، في حين أن المعارف عليه في المجال الصحفي أن الإبداع يتطلب أساسي في العمل الإعلامي إلا أن غياب الراحة والتفرغ للعمل كلية قد تجعل من الإبداع أمرا مستبعدا ما ينعكس سلبا على العمل الإخباري.

ثانيا - العوامل المهنية والتنظيمية للارتقاء بمهنة الصحافة بصحيفة الدراسة.

الجدول (10): توزيع المبحوثين وفق المؤهل الالتحاق بالعمل بالصحيفة

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---|
| 16,7 | 5 | المؤهل الجامعي |
| 13,3 | 4 | الكفاءة المهنية |
| 6,7 | 2 | العلاقات الشخصية |
| 30 | 9 | المؤهل والكفاءة |
| 10 | 3 | المؤهل الجامعي والعلاقات الشخصية |
| 23,3 | 7 | المؤهل الجامعي والكفاءة والعلاقات الشخصية |
| 100 | 30 | المجموع |

أجاب ما نسبته 30% من القائمين بالاتصال أنهم التحقوا بالمهنة وفق المؤهل والكفاءة، تليها نسبة 16.7% وفق المؤهل الجامعي بينما بلغت نسبة 13.3% بالكفاءة المهنية و10% بواسطة المؤهل الجامعي والعلاقات الشخصية، إلا أن النسبة الأضعف ممثلة بـ 6.7% فقد أجاب عنها من التحقوا بالمهنة بواسطة العلاقات الشخصية.

اتضح من إجابات المبحوثين التنوع النسبي المتفاوت وفق أسلوب الالتحاق بالعمل بالصحيفة ما يعبر عن حقيقة التوظيف في الواقع محصورا بين الكفاءة والعلاقات الشخصية ما يضمن مصلحة الطرفين.

فالنسبة الأعلى (المؤهل والكفاءة) تترجم حرص الصحيفة على اكتساب كوادر تعطي مردودا يمثل المتطلب الأول لإعطاء أرضية تضمن المكانة التي تريدها الصحيفة لنفسها، في الدرجة الثانية المؤهل الجامعي الذي أصبح شرطا قانونيا للالتحاق بأي وظيفة في الجزائر مواكبة للتطورات الحديثة، ثم تأتي الكفاءة في المرتبة الثالثة ربما وفق اختبارات مهنية تجربها الصحيفة لاستقطاب من يثبتون كفاءتهم في مجال ما. رغم الطرق والأساليب القانونية التي تنتهج في التوظيف بالمجال الصحفي إلا أن العلاقات الشخصية تلعب دورها في هذا المجال وهو ما أكده المبحوثون (المؤهل الجامعي والعلاقات الشخصية، ثم العلاقات الشخصية) بالترتيب على التوالي قد لا يكون هذا – دائما – مؤشرا سلبيا إذا ما توفرت في هذه الحالات الكفاءة المطلوبة على ألا يكون على حساب فرص من يستحقونها أكثر.

الجدول (11): توزيع المبحوثين في اختيار مهنة الصحافة عن قناعة

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------|
| 90 | 27 | نعم |
| 10 | 3 | لا |
| 100 | 30 | المجموع |

بلغت نسبة الصحفيين ممن اختاروا مهنة الصحافة عن قناعة 90%، بينما مثلت نسبة 10% ممن التحقوا بالصحافة عن غير قناعة.

يتضح من إجابات الصحفيين أن النسبة الأعلى مثلها من امتهنوا الصحافة عن قناعة ما ينعكس إيجابا على المردود ويمثل مكسبا للصحيفة، بينما تمثل النسبة الموالية اتخاذ مهنة الصحافة كوظيفة تحتم ضرورات المعيشة أحيانا لاحترافها بحكم التخصص أو الكفاءة أو الوساطة.

الجدول (12): أسباب الارتباط بالمهنة

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|------------------------|
| 86,7 | 26 | الرغبة في مهنة الصحافة |
| 13,3 | 4 | لا تملك بديلا |
| 100 | 30 | المجموع |

يكشف الجدول أعلاه أسباب الارتباط بمهنة الصحافة، أن الرغبة في مهنة الصحافة تأتي على رأس أسباب الارتباط بالمهنة إذ بلغت النسبة 86.7% ممن أكدوا ذلك، وتأتي في المرتبة الثانية من لا يملكون بديلا عنها بنسبة 13.3%.

رغم النسبة القليلة (13.3) ممن التحقوا بالصحافة بـ«أنهم لا يملكون بديلا عنها» إلا أن هذا يعتبر مساسا بشرف المهنة التي تحمل المسؤولية

الاجتماعية في رسالتها، وأن النسبة الأكبر (86.7) من التحقوا «برغبة في المهنة الصحفية» يعد أمرا طبيعيا في مهنة يكون الميول شرطا أساسيا للعطاء في المجال الصحفي.

الجدول (13): مدى الاستفادة من الدورات التدريبية

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------|
| 50 | 15 | نعم |
| 50 | 15 | لا |
| 100 | 30 | المجموع |

تساوت النسبتان في الإجابات عن «الاستفادة من الدورات التدريبية»، حيث استفاد 50% من المبحوثين من هذه الدورات التدريبية، في حين أدلى النصف الآخر (50) أنهم لم يستفيدوا من هذا التدريب.

رغم تساوي النسبتين إلا أن حرمان نصف الصحفيين من التدريب لا يعتبر إجحافا إذا راعينا - ربما - أساليب المؤسسة في تنظيم هذه الدورات التي غالبا ما تخضع لتقنين منظم يأخذ بعين الاعتبار عوامل معينة كالأقدمية، الخبرة والتخصص والحاجة في مجال ما، وبالتالي ضمان الاستفادة من هذه التدريبات حسب ما تتطلبه الضرورة التي تراها المؤسسة خدمة لمصلحة العمل الصحفي. حيث ترى نتائج بعض الدراسات «ضرورة تحفيز العاملين في المجال الصحفي وربط فرص الترقى باجتياز دورات نوعية خاصة بالعمل لرفع كفاءاتهم وبالتالي رفع القدرة التنافسية بين المؤسسات الصحفية».⁽⁸⁾

جدول (14): في حالة الإجابة ب -

نعم - من هي الجهة المنظمة

| المدة | الموضوع | الجهات المنظمة |
|----------|-------------------------------|---------------------------|
| أسبوع | التحقق من الأخبار | الجامعة |
| 15 يوم | الدور لتشريعي | البرلمان |
| شهر | دور الإعلام في حماية البيئة | وزارة البيئة |
| أسبوع | الاستشراف السياسي | وكالة أنباء أجنبية |
| أسبوع | تغطية الانتخابات | / |
| أسبوع | تقنيات الحوار | سفارة فرنسا |
| أسبوع | الاحتباس الحراري | |
| شهرين | تقنيات انجاز التحقيقات | |
| أسبوع | النقد السينمائي | |
| 15 يوم | التحقيق الصحفي | مؤسسة الشروق |
| 4 أيام | الصحافة الاقتصادية | وكالة «رويترز» |
| يوم | تقنيات التحرير | جريدة الأهرام |
| أسبوع | الهجرة السرية | |
| 15 يوما | السمعي البصري | «BBC قناة ال» |
| 10 أيام | الصحافة المكتوبة | |
| أسبوع | علاقة الجزائر بالاتحاد | الاتحاد الأوروبي |
| 15 يوما | كيفية تغطية دورة كأس العالم | الاتحاد الدولي لكرة القدم |
| 15 يوما | كيفية تحرير الأخبار والتقارير | وكالة «فرنس برس» |
| 3 أيام | حقوق الطفل | وزارة التضامن |
| يوم واحد | السيدا، الهيموفيليا، التلقيح | وزارة الصحة |
| 3 أيام | الإعلام الطبي والصحي | مخبر أدوية |
| 5 أيام | الجند | جمعية المرأة في اتصال |

تبين من إجابات الصحفيين التقارب النسبي بين الجهات المنظمة للتدريبات بين جهات محلية (جزائرية) وأخرى عربية وأجنبية، وقد يدخل ذلك في إطار التعاون الدولي لربط العلاقات في المجال الصحفي من أجل تبادل الخبرات والاستفادة من خبرات الدول الرائدة والتفتح على الآخر خاصة إذا تعلق الأمر بقضايا تشغل الرأي العام العالمي كمواضيع البيئة، حقوق الطفل، الهجرة السرية، السيدا. أو تقنيات تكنولوجية متطورة أو فنيات حديثة في فن التحرير الصحفي في إطار علاقات التعاون كعلاقة الجزائر بالاتحاد الأوروبي، إلا أن بعض الدراسات الجزائرية ترى في بعض هذا التدريب شقا سلبيا «فالجهة التي تتولى التدريب وتشرف عليه غالبا ما تنتمي إلى دول أوروبية أو إلى الولايات المتحدة الأمريكية، مما قد ينعكس على طريقة المعالجة الإعلامية، والتي تتأثر بخصائص ومميزات الإعلام الغربي». (9) لذلك يجب مراعاة الأثر البعيد لهذه التدريبات وألا ترتبط بمناسبات معينة، و«أن ينتقي الصحفي الجهات المعروفة والتي تمتلك الخبرة والجدارة في عملية التدريب حتى لا يتفاجأ بأن تلك الجهات همها الأول والأخير هو منح الشهادات وكسب الأموال دون التركيز على المردود» (10)، كما يلاحظ من الجدول أن فترات التدريب امتدت من يوم واحد إلى شهرين حسب موضوع التدريب.

الجدول (15): الارتقاء بالمستوى المهني للصحفيين

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------|
| 20 | 6 | نعم |
| 80 | 24 | لا |
| 100 | 30 | المجموع |

أعربت النسبة الأكبر من الصحفيين عن عدم اهتمام المؤسسة بالارتقاء بالمستوى المهني، حيث بلغت 80%، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة التي ترى اهتمام المؤسسة بذلك بنسبة 20%.

إن الإقرار بدور المؤسسة في الارتقاء بالمستوى المهني للصحفيين ولو بنسبة ضعيفة (20%) يعد مؤشرا لوجود هذا الجهد ربما في الحدود التي تسمح بها قدرات المؤسسة سواء بالتحفيز المادي أو المعنوي باعتبارها مؤسسة خاصة قد تسعى لجلب هذه الكفاءات بالرفع من مستواهم المهني حسب قدراتها الاقتصادية.

الجدول (16): في حالة الإجابة ب - نعم - هل يتم ذلك ب -

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---|
| 10 | 3 | الاهتمام بثقافة الصحفي الخاصة |
| 6,7 | 2 | السعي باستمرار والتشجيع على مواكبة التطور في عالم الصحافة |
| 00 | 0 | المكافآت المجزية للصحفيين |
| 3,3 | 1 | خلق فرص ومصادر إخبارية للصحفيين الجدد |
| 00 | 0 | حماية الصحفي وحماية مصادره |
| 00 | 0 | تشجيع استكمال الدراسات العليا |
| 20 | 6 | المجموع |

يوضح الجدول أن القلة التي أقرت باهتمام المؤسسة بالارتقاء بالمستوى المهني للصحفيين، قد جاءت نسبة الاهتمام بثقافة الصحفي الخاصة في المرتبة الأولى بنسبة 10%، تليها في المرتبة الثانية سعي المؤسسة للتشجيع على مواكبة التطور في عالم الصحافة، وفي المرتبة الأخيرة خلق فرص ومصادر إخبارية للصحفيين الجدد بنسبة 3.3%. في حين نفت الفئة نفسها المكافآت المجزية للصحفيين، حماية الصحفي وحماية مصادره وتشجيع استكمال الدراسات العليا.

وفي دراسة أجراها «رضوان بوجمعة» عن الصحفي المراسل كان من نتائجها: «مشكل ضعف الحماية الاجتماعية للمراسلين، يطرح إشكالية غياب الضمانات القانونية للمراسل، لذلك من الصعب الحديث عن ممارسة الحرية للمراسلين في غياب أدنى الضمانات والحد الأدنى من الحماية».⁽¹¹⁾

ثالثا: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال بصحيفة الدراسة

الجدول (18): قضاء البيروقراطية والروتين على:

| النسبة المئوية | التكرار | الإجابة |
|----------------|---------|---------------------------|
| 83,3 | 25 | روح الإبداع والمبادرة |
| 10 | 3 | الحرية في معالجة الخبر |
| 00 | 0 | الاستفادة من علاقات العمل |
| 6,7 | 2 | الرغبة في العمل الصحفي |
| 100 | 30 | المجموع |

بين الجدول تأثير البيروقراطية والروتين على الأداء الصحفي، وكشفت النتائج أن نسبة 83.3% من القائمين بالاتصال يرون أن البيروقراطية تقتل روح الإبداع والمبادرة، فيما يرى 10% من الصحفيين أنها تحد من الحرية في معالجة الأخبار «لذا نجد الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية ويتتهجون نهجه».⁽¹²⁾

الجدول (19): الضغوط التي تؤثر على العمل الصحفي

| النسبة % | المجموع التكرار | ليس له تأثير | | محدود | | متوسط | | قوي | | قوي جدا | | |
|-------------|--------------------|--------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------------------|
| | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | |
| 100 | 30 | 00 | 0 | 3,3 | 1 | 6,7 | 2 | 20 | 6 | 70 | 21 | الضغط من السلطة وجماعات |
| 100 | 30 | 3,3 | 1 | 16,7 | 5 | 13,3 | 4 | 20 | 6 | 46,7 | 14 | نقص الموارد والإمكانات |
| 100 | 30 | 26,7 | 8 | 13,3 | 4 | 33,3 | 10 | 23,3 | 7 | 3,3 | 1 | الصراع على الترقية |
| 100 | 30 | 3,3 | 1 | 13,3 | 4 | 10 | 3 | 20 | 6 | 53,3 | 16 | الإعلانات |
| 100 | 30 | 23,3 | 7 | 43,3 | 13 | 20 | 6 | 10 | 3 | 3,3 | 1 | الزملاء في المهنة |
| 100 | 30 | 3,3 | 1 | 10 | 3 | 33,3 | 10 | 13,3 | 4 | 40 | 12 | أخلاقيات المهنة |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|------|---|------|---|------|----|------|----|------|---|-----------------------------|
| 100 | 30 | 6,7 | 2 | 16,7 | 5 | 30 | 9 | 36,7 | 11 | 10 | 3 | الضغط من الرؤساء |
| 100 | 30 | 6,7 | 2 | 10 | 3 | 50 | 15 | 13,3 | 4 | 20 | 6 | قيم المجتمع وتقاليد |
| 100 | 30 | 00 | 0 | 6,7 | 2 | 26,7 | 8 | 40 | 12 | 26,7 | 8 | السياسة التحريرية |
| 100 | 30 | 6,7 | 2 | 13,3 | 4 | 30 | 9 | 26,7 | 8 | 23,3 | 7 | المصادر |
| 100 | 30 | 13,3 | 4 | 20 | 6 | 30 | 9 | 13,3 | 4 | 23,3 | 7 | التكنولوجيا |
| 100 | 30 | 6,7 | 2 | 16,7 | 5 | 33,3 | 10 | 26,7 | 8 | 16,7 | 5 | عامل الزمن |
| 100 | 30 | 00 | 0 | 26,7 | 8 | 3,3 | 1 | 43,3 | 13 | 26,7 | 8 | الضغوط النفسية والعصبية |
| 100 | 30 | 3,3 | 1 | 10 | 3 | 20 | 6 | 40 | 12 | 26,7 | 8 | المنافسة مع الصحف الأخرى |

يوضح الجدول أعلاه درجة تأثير بعض الضغوط على عمل الصحفي، فكانت كالتالي:

- صنف الصحفيون الضغط من السلطة على أنه قوي جدا، وذلك بنسبة 70%.
 - اعتبر الصحفيون أن نقص الموارد والإمكانيات قوي جدا، وذلك بنسبة 46.7%.
 - رأى القائمون بالاتصال أن الصراع على الترقية متوسط بنسبة 33.3%.
 - اعتبر الصحفيون أن ضغط الإعلانات قوي جدا بنسبة 53.3%.
 - عبر الصحفيون بأن ضغط الزملاء في المهنة ذا مستوى محدود بنسبة 43.3%.
 - أقر المبحوثون بأن أخلاقيات المهنة تمثل ضغطا قويا جدا عليهم بنسبة 40%.
 - رأى المبحوثون الضغط من الرؤساء قوي. بنسبة 36.7%.
 - أجاب الصحفيون بأن ضغط قيم المجتمع وتقاليدهم متوسط بنسبة 50%.
 - اعتبر القائمون بالاتصال ضغط السياسة التحريرية قوي بنسبة 40%.
 - قال الصحفيون بأن ضغط المصادر متوسط بنسبة 30%.
 - أجاب المبحوثون أن ضغط التكنولوجيا متوسط بنسبة 30%.
 - اعتُبر ضغط عامل الزمن متوسط بنسبة 33.3%.
 - صنف القائمون بالاتصال بصحيفة الدراسة الضغوط النفسية والعصبية ضمن مستوى قوي بنسبة 43.3%.
 - رأى الصحفيون ضغط المنافسة مع صحف أخرى قوي بنسبة 40%.
- وعلى هذا تصنف إجابات الصحفيين فيما يتعلق بنوعية الضغوط المؤثرة على الأداء الصحفي على النحو التالي:

1 - الضغوط التي صنفت على أنها قوية جدا:

اتفقت إجابات الباحثين على أن الضغط من السلطة، نقص الموارد والإمكانيات، أخلاقيات المهنة والإعلانات من الضغوط ذات التأثير القوي جدا. تظهر قوة ضغط هذه العبارات عندما ترتبط بمدى حرية الصحفي أثناء الممارسة المهنية ولو أنها لا تظهر بطريقة مباشرة، فتحدد له المساحة سواء العملية أو النفسية في تعامله مع الفعل الصحفي أو حتى في تحديد علاقته بالأطراف التي تسهر على صيانة هذه الحدود لأن الضغط مقرون دائما بالإجبار «ومن جانب آخر يتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات والتوجيهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل أو المهنة وهي توجيهات قد تشكل في النهاية أحد الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال»⁽¹³⁾

كما صنف الصحفيون نقص الموارد والإمكانيات ضمن الضغوط القوية جدا التي تؤثر على العمل الصحفي «إن الصحفي في الجزائر يتعرض لضغوط اقتصادية منها الضغط الناتج عن التمويل العمومي والخاص، إضافة إلى ضغط الدولة عن طريق الديون واحتكار المطابع»⁽¹⁴⁾.

كما تدخل أخلاقيات المهنة ضمن الضغوط القوية جدا التي تتحكم بالأداء ليس فقط كالتزام شخصي وإنما حتى ضمن التشريعات المنظمة للعمل الصحفي إذ تنص المادة 92 من القانون العضوي 2012 أنه «يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي»⁽¹⁵⁾.

وتشكل الإعلانات تضغطا قويا جدا على المؤسسة الصحفية فبعد سنوات من ميلاد الصحافة الخاصة «المستقلة» في الجزائر كرافد للصحافة العمومية، ما يجعلها أسيرة للعديد من العراقيل التي أثرت سلبا على الأداء الصحفي

للإعلاميين، حيث بينت نتائج البحث جل الضغوط المهنية التي مصدرها التمويل الشهاري التي يتعرض لها الصحفي وأبعاد تأثيرها على أدائه المهني.⁽¹⁶⁾

2 - الضغوط التي صنفت على أنها قوية:

صنف القائمون بالاتصال الضغط من الرؤساء، السياسة التحريرية، الضغوط النفسية والعصبية، المنافسة مع صحف أخرى من الضغوط القوية على الممارسة الصحفية يتولد لدى الصحفي شعور بالالتزام واحترام الرؤساء، ورغم هذه القناعة التي قد تكون إيجابية إلا أنها تشكل ضغطا، إذ «يشعر الصحفي بأن عليه التزاما للجريدة لأنها هي التي تضمن له عملا، وتلعب تلك الالتزامات والمشاعر الشخصية نحو الرؤساء دورا هاما في دفع الصحفيين للخضوع لسياسة الجريدة.⁽¹⁷⁾

اتفق الصحفيون على اعتبار السياسة التحريرية من الضغوط القوية على عمل الصحفي، وهي القواعد التي تتجسد في السلوك العملي للصحفيين تُفهم ضمنا وإن كانت غير مكتوبة وهي بهذا تمتاز بقدر من المرونة تُوصّل إلى تطبيع العاملين للاقتناع بأسلوب العمل اليومي.

بالإضافة إلى الضغوط النفسية والعصبية التي ترافق الصحفي في عمله اليومي، وهو ما توصل إليه «عبد الله زلطة» في دراسته حول القائم بالاتصال ضمن نتائج الدراسة إلى «احتلت الضغوط النفسية والعصبية إضافة إلى ضغوط أخرى مركزا متقدما في الترتيب».⁽¹⁸⁾

وتمثل المنافسة مع صحف أخرى ضغطا قويا، فهي لم تعد مرتبطة بالسرعة والسبق لأن هذا يتوفر لدى جميع الوسائل بامتلاكها نفس الإمكانيات، وإنما أصبح يتجسد على مستوى الابتكار والتميز خاصة لدى القطاع الخاص.

3 - الضغوط التي صنفت على أنها ذات تأثير متوسط:

اعتبر أفراد مجتمع البحث «الصراع على الترقية، «قيم المجتمع وتقاليده»، «مصادر الأخبار»، «عامل الزمن» و«التكنولوجيا» من العوامل ذات التأثير المتوسط على الممارسة المهنية.

فالترقية قد تخضع في المؤسسة لتنظيم وقوانين معروفة، أما قيم المجتمع وتقاليده فهي لا تتطلب جهدا لأنه يتم اكتسابها بالتنشئة والخضوع لها يكون ضمنا في السلوكات المهنية للصحفيين، «فهنالك متغيرات عدد ساعات العمل في الصحيفة أو خارجها، والمساءلة والضبط في تحمل مسؤوليات العمل، فمثل هذه المتغيرات وإن كانت ذات آثار إيجابية في الإنتاجية ونوعيتها إلا أنها قد تخلق محيطا يساعد على بروز التوتر والضغوط».⁽¹⁹⁾

ورغم أهمية مصادر الأخبار إلا أن النظرة إليها قد اختلفت إذ «يعتقد أن وسائل الإعلام لم تعد تهتم بمصدر الحدث بقدر ما أصبحت تهتم بالحدث وما يترتب عنه».⁽²⁰⁾ وذلك بسبب «أن الضغوط المؤسسية لسرعة إعداد النسخ الصحفية، كل ذلك يشجع الصحفيين على استخدام مصادر مألوفة، وغير محل جدل».⁽²¹⁾ مما يعطي أهمية لعامل الزمن «يعتبر وقت طباعة الصحيفة وعامل الزمن كذلك من العناصر البالغة الأهمية، التي ينبغي حسابها بدقة في التغطية الصحفية».⁽²²⁾

ورغم ضرورة التكنولوجيا وإيجابياتها إلا أن استخدامها يفرز بعض المتاعب «تضيف وسائل الاتصال الحديثة على كاهل الصحفي مسؤوليات جديدة تتمثل في الفحص والتدقيق وحسن الاختيار على إشكاليات التلاعب والتحليل والتحرير والمصادر غير الموثوق بها، واستهلاك وقت كبير في البحث عن المعلومات دون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث»⁽²³⁾. لذلك يقترح أحد الباحثين العرب في دراسته: «أن تقوم أقسام الإعلام بعمل بحوث علمية

لتقييم مستوى مهنية ومصداقية وسائل الإعلام الجديد ومستوى تأثيرها على مختلف طبقات المجتمع (24).

4 _ الضغوط ذات التأثير المحدود: تبين من إجابات المبحوثين أن ضغط الزملاء في المهنة محدود لعدة اعتبارات منها طبيعة التنشئة الاجتماعية الصحفية التي تمتاز غالبا بالود والتعاون إذ تتوحد لديهم معايير واتجاهات العمل.

الخاتمة / نتائج الدراسة الميدانية:

1- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة الصحفيين الذكور بصحيفة الدراسة عن نسبة الصحفيات، إلا أن هذا لا يمنع من اعتبار نسبة الإناث مرتفعة مقارنة بنظرة المجتمع الجزائري للعمل الصحفي بالنسبة للمرأة.

2- اتضح أن أكثر من نصف مجتمع البحث بصحيفة الدراسة هم من الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 30 إلى 40 سنة ما يشير إلى أن أغلب الصحفيين من الشريحة الشابة التي تتمتع بالخبرة والمقدرة على العطاء.

3- كشفت الدراسة عن ارتفاع نسبة الذين تفوق خبرتهم 10 سنوات ما ينعكس إيجابيا على الأداء الصحفي نظرا لما يتطلبه من مهارة وسرعة في اتخاذ القرارات وإدراك المواقف بعمق.

4- تبين أن معظم الصحفيين بصحيفة الدراسة من الحاصلين على «ليسانس» في علوم الإعلام والاتصال ما يعتبر مؤشرا إيجابيا نظرا لتشبع هؤلاء بالتخصص العلمي في المجال الصحفي.

5- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب الصحفيين يعتمدون على رواتبهم كمصدر دخل رئيس وعبرت النسبة الأكبر منهم عن عدم الرضا عن هذا العائد المادي مما يصرف الصحفيين عن مهنة الصحافة أو عدم تفرغهم لها كلية لممارسة أعمال أخرى تضمن دخلا أوفر.

- 5 - أظهرت النتائج اختيار معظم الصحفيين بصحيفة الدراسة للعمل الصحفي عن قناعة بنسبة 90% ما يجعلهم يتغلبون على مصاعب المهنة بإخلاص أكثر.
- 6 - أقرالمبحوثون أن عوامل الارتباط بالمهنة تتجسد في الرغبة في مهنة الصحافة بنسبة 86.7%، وأنهم قد حصلوا عليها بالمؤهل والكفاءة بنسبة 30%. ما يضمن الاستقرار الوظيفي والإبداع في مجال تخصصهم.
- 7 - تساوت النسبتان في مدى الاستفادة من الدورات التدريبية بالنسبة للصحفيين بصحيفة الدراسة، إذ استفاد نصف المبحوثين من التدريب ما يدل على حرص المؤسسة على مواكبة الجديد في المجال الصحفي سواء كانت محلية أو تابعة لجهات أجنبية رغم نقص فرص التدريب بالنسبة للنصف الآخر من المبحوثين.
- 8 - أظهرت إجابات المبحوثين تدني مستوى الارتقاء بالمهنة بالمؤسسة بنسبة 80% والمتمثلة في الاهتمام بثقافة الصحفي الخاصة، مواكبة التطور في مجال الصحافة، المكافآت المجزية وخلق فرص ومصادر إخبارية للصحفيين الجدد والتي مست فئة قليلة من العاملين بقاعة التحرير بصحيفة الدراسة.
- 9 - تشير نتائج الدراسة إلى ترتيب الضغوط ضمن مستويات تتراوح بين القوية جدا، القوية، المتوسطة ثم المحدودة.
- إذ تشكل السلطة ضغطا قويا جدا على الصحفيين سواء من خلال القوانين أو مصادر المعلومات أو حتى المناخ العام لممارسة المهنة دون ضغوط. في حين تأتي الضغوط النفسية والعصبية كأقوى العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال بحكم السرعة، المساحة والسبق. أما قيم المجتمع وتقاليده فتصدرت الترتيب في العوامل المؤثرة بمستوى متوسط ذلك أن التنشئة الاجتماعية للصحفي تخلق له سياقاً مشتركاً مع مجتمعه يسهل عليه تجنب ما

يتنافى وهذه القيم، غير أن ضغط زملاء المهنة فقد كان تأثيره محدودا ما يترجم روح الود والتعاون بين أفراد الطاقم التحريري.

الهوامش:

- 1- علي غربي، أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: مخير بحث علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2، 2009، ص 79.
- 2- الأساتذة المحكمون هم:
 - د. بخوش نجيب، إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
 - د. أمجد عمر صفوري، إعلام واتصال، الأردن: جامعة الزرقاء.
 - د. علي عبد الهادي، إعلام واتصال، العراق: كليات الإعلام.
- 3 - محمد عبد الوهاب الفقيه الكافي، أوضاع الإعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الإعلامية اليمنية، اليمن: جامعة صنعاء، منتدى الإعلاميات اليمنيات، 2005، ص 18.
- 4- بوجمعة رضوان، الصحفي والمراسل الصحفي بالجزائر، دراسة سوسيو - مهنية، ط1، الجزائر: طاكسيج. كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2008، ص 60.
- 5 - محمد عبد الغني سعودي، تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011 - 2012، ص 206.
- 6 - جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية، 1993، ص 341.
- 7 - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دمشق: دار الفكر، لبنان: دار الفكر المعاصر، 2002، ص 281.
- 8 - عبد العزيز بن علي المقوشي، اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو التدريب على رأس العمل: دراسة مسحية، المملكة العربية السعودية: مجلة جامعة الملك سعود، م 21، الآداب (2)، 1429 ص ص 423 - 473، الرياض 2009 م - 1430 هـ، ص 469.
- 9 - فوزية عكاك، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، جانفي - ديسمبر 2007، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011 - 2012. ص 360.
- 10 - خديجة بنت صالح محمد بن مريشد، تأثير المادة الإعلانية على الأداء المهني للصحفيين السعوديين، دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين، بحث لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2009، ص 56.
- 11- مرجع سابق، ص 52.
- 12- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص 244.
- 13- أنور السوراس، القائم بالاتصال بين المهنية والمسؤولية، http://anwarawas.blogspot.com/2009/04/blog-post_20.html، تاريخ الزيارة: 14 أوت 2016، على الساعة: 21:00.
- 14 - أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، دراسة بمؤسسات صحفية بمدينة قسنطينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، 206 - 207.
- 15- الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، نص قانون الإعلام 2012، الباب السادس، الفصل الثاني، المادة (92).
- 16 - محمد شحات، العلاقة بين التمويل الأشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية، دراسة تحليلية استطلاعية على عينة من الصحف اليومية الوطنية، الخبر، الشروق، AL WATAN، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010 - 2011، ص 238.

- ¹⁷ جيهان رشتي، مرجع سابق، ص 336.
- ¹⁸ - القائم بالاتصال في الصحافة، دراسة نظرية وميدانية، ط1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2007، ص 784.
- ¹⁹ - عبد الكريم العجمي الزياتي، الضغوط المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال في الصحافة البحرينية، دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين في الصحافة اليومية، ص 31.
- ²⁰ - نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 101 - 106.
- ²¹ - ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور، ط1، ترجمة صباح حسن عبد القادر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص 83 - 84.
- ²² - مروى عصام صلاح، محمود عزت اللحام، الصحافة بين الواقع والطموح، ط1، عمان: دار الإصدار للنشر والتوزيع، 2015، ص 436.
- ²³ - نسرين عبده محمود حسونة، أثر التطور التكنولوجي على فن التحرير الصحفي، شبكة الالوكة: www.alukah.net، دون سنة، ص 28.
- ²⁴ - نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات، دراسة مسحية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال: المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الرابع عشر، 2015، ص 74.

الإعلام الجديد والهوية

- دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير -

د.باديس لونيس - جامعة باتنة 1

د. ناريمان حداد - جامعة بسكرة

مقدمة:

صار من المسلم به أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة عموماً والانترنت بشكل خاص قد تخللت مختلف الأنشطة الإنسانية في المجتمعات المعاصرة، وأصبحت جزء لا يتجزأ من يوميات الأفراد، تصاحبهم في كل زمان ومكان؛ تشاركهم ممارساتهم الروتينية وتسجل حضورها في مختلف الفضاءات التي يعاشونها، وتسهم إلى حد كبير في بناء علاقاتهم مع بعضهم البعض واستمرارها هذا الحضور أنتج عدة إشكالات منها ما ارتبط بالجانب الاقتصادي ومنها ما ارتبط بالجانب الثقافي ومنها ما كانت له علاقة بالجانب النفسي أو الإعلامي أو القانوني أو الأمني إلخ، وقد اجتهد الباحثون والمهتمون بمختلف تخصصاتهم وانتماءاتهم في دراستها واستقصاء عناصرها، مستندين في ذلك إلى أطر نظرية ومنهجيات مختلفة.

أما التأثيرات التي تُحدثها الأنترنت على مستوى الهوية، فهي من بين أهم المشكلات المتجددة التي تستدعي البحث والتمحيص فيها، خاصة مع ظهور وانتشار ما صار يعرف في الأوساط الأكاديمية بالإعلام الجديد الذي يقوم على منصات الويب 20، أي الجيل الثاني من الانترنت أين تكون للمستخدمين فرصة أكبر للتفاعل مع المحتوى الإلكتروني، ومساحة أوسع لإنتاجه بجودة لا تقل عن تلك التي تميز المؤسسات الثقافية والإعلامية التقليدية.

إن الإعلام الجديد قد فتح بذلك الباب واسعاً لإعادة النظر في كثير من المفاهيم التقليدية، استناداً إلى سمات البيئة الجديدة التي يوفرها للمستخدمين مع

إتاحته لآليات غير مسبوقة في التواصل وتكوين جماعات افتراضية ترقى إلى أن تصبح «مجتمعات افتراضية» موازية للمجتمعات التقليدية، لها القدرة على إنتاج المعنى وإنتاج خطابات ناقدة، والكشف عن الهامشي والمسكوت عنه؛ والقدرة على التعبير على الاهتمامات الخاصة لأفرادها الذين أصبحوا في ظل شبكات التواصل الاجتماعي أكثر تحررا من القيود بأبعادها المختلفة، وهو ما يمنح لهم إمكانية إنشاء وتنشئة هويات جديدة افتراضية لها ملامحها وخصائصها وتجلياتها.

هذه الهوية الافتراضية الجديدة وإن كانت تتأسس على هوية أصلية موجودة قبلا في الواقع الحقيقي (على اعتبار أن الأفراد الذي ينتمون إلى مجتمع افتراضي ما، لم يكن ليتسنى لهم فعل ذلك لولا اشتراكهم القبلي في نسق ثقافي واحد أو متشابه) إلا أنها تتفرد بمنح الفرد مجموعة من صفات مرنة غير مسبوقة في واقع افتراضي يرتكز بدوره على أسس قد تكون شديدة الاختلاف مع الواقع الحقيقي.

من هنا جاءت هذه الدراسة لتحاول الإجابة على التساؤلات الآتية: ما هي العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية من خلال الحتميات الثلاث؛ التكنولوجيا، الاجتماعية والقيمية؟ وهل يؤثر الإعلام الجديد في الهوية سلبا من خلال إنتاج هويات جديدة؟ أم أنه يساهم في الحفاظ على الهويات المحلية والإعلاء من صوتها؟

أسباب اختيار الموضوع:

إن الأهمية الكبيرة لمسألة الهوية وارتباطها بالتحديات المختلفة التي نعيشها في ظل العولمة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة هي ما دفع الباحث إلى اختيار هذا الموضوع للدراسة، بالإضافة إلى تجدد النقاش ثانيا حول آثار هذه التكنولوجيا عامة والانترنت بشكل خاص على الهويات المحلية وانحصار هذا النقاش في الجانب السلبي فقط، دون أن تأخذ الرؤية الايجابية حظها في الطرح والجدل.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مقاربات الحتميات الثلاث: التكنولوجية والاجتماعية والقيمية، حول علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الإعلام الجديد في هذه الحالة) بالهوية.

كما تهدف هذه الدراسة التعرف على التأثيرات الايجابية والسلبية للإعلام الجديد على الهوية ومناقشة التوجهات المختلفة في هذا الشأن.

منهج الدراسة:

بما أن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات النظرية (الأساسية)، فقد استعنت بالمنهج الوصفي التحليلي الذي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة بل يتعداها إلى إجراء المقارنات اللازمة وربطها بالعوامل المحيطة بها وتحليل عناصرها. حيث قمت بعملية وصف الإعلام الجديد، ثم تحليل العلاقة بينه وبين الهوية من خلال ثلاث مقاربات هي: الاتجاه التكنولوجي والاجتماعي والقيمي. وقمت باستعراض الآراء المختلفة حول التأثيرات السلبية والايجابية للإعلام الجديد على الهوية ومناقشتها.

تحديد المفاهيم:**1- الإعلام الجديد:**

من المهم أن نشير إلى أن مصطلح «الإعلام الجديد» لا يعتبر الترجمة الوحيدة للمصطلح الانجليزي (New media)، فهناك من يرى أن الترجمة الصحيحة هي وسائل الاتصال الجديدة، وهناك من يترجمه بالاتصال الجديد، وهناك من يفضل أن يفصل في الأمر باعتماد مصطلح الميديا الجديدة، ولكنني فضلت اعتماده في هذه الدراسة لأنه الأكثر تداولاً في المحيط المهني والأكاديمي على السواء.

ويجبل الإعلام الجديد حسب الباحث التونسي (الصادق الحمامي) إلى ظاهرة متعددة الأبعاد، كما أن استخداماته الاصطلاحية تتسم بالتنوع الشديد. ولعل المعنى الأكثر ارتباطا بالإعلام الجديد يتعلق ببعد الجدة والحداثة (Newness) كمقابل لبعد القدم، وعلى هذا النحو يجبل مصطلح الإعلام الجديد إلى معنى الحركة من إعلام قديم إلى إعلام جديد، ما يجعل مصطلح «الإعلام الجديد» يتصل بمعنى التجاوز والقطيعة بين إعلام الماضي وإعلام المستقبل وفي بعض الأحيان إلى معنى النهاية (فناء الإعلام القديم) والولادة (إعلام جديد) ⁽¹⁾.

ولكننا نجد في المقابل قاموس ليستر يعرف الإعلام الجديد بأنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو ⁽²⁾. ويذهب هذا التعريف مذهب الذين يرون في العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد علاقة تزاوج واستمرارية وليست علاقة قطيعة وتجاوز.

وتختلف تحديدات الإعلام الجديد من رؤية وتجربة إلى رؤية وتجربة أخرى، إلا أننا يمكن أن نشير إلى الأشكال الآتية: ⁽³⁾

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها.
- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيف إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية.

- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع بوسائل، إما شبكية، وبوسائل الحفظ المختلفة، مثل الاسطوانات الضوئية.

2. المجتمعات الافتراضية:

لقد صاغ مصطلح «المجتمع الافتراضي» الباحث الأمريكي هاورد راينغولد، في كتابه حول المجتمع الافتراضي (1993)، الذي أشار فيه أن الملامح الأولى للمجتمعات الافتراضية كانت قد ظهرت في الثمانينات مثل مجتمع نظام (TWICS) الذي تأسس في طوكيو، و(CIX) في لندن، و(CalvaCom) في باريس، و(Usenet) في الولايات المتحدة.⁽⁴⁾

ويُعتبر مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم الجديدة التي استدعت الاهتمام والكثير من النقاش، بل وجعلت البعض يدعو إلى ظهور علم جديد يختص بدراسة هذه المجتمعات الجديدة وتسميتها بعلم الاجتماع الآلي كما فعل الباحث علي محمد رحومة من خلال مؤلفه الذي يحمل نفس التسمية أما مثار الجدل فهو التغيير الذي أحدثتها هذه المجتمعات الجديد في مفهوم المجتمع التقليدي الذي يتأسس أساسا حول (الجماعة، التفاعل، الروابط، المكان والزمان).

فهذه المجتمعات الافتراضية التي تتأسس أساسا على فضاء افتراضي هو الانترنت وذلك من خلال عدة تطبيقات وخدمات أبرزها الآن شبكات التواصل الاجتماعي، قد غيرت من طرق التواصل وبناء العلاقات، وطبيعة المكان، والزمان الذي يخضع إلى ترتيبات الفرد ومزاجيته غالبا.

لذلك يعرفها راينغولد على أنها «تجمعات اجتماعية، تنشأ من الشبكة (Net)، حين يستمر أناس بعدد كاف، في مناقشاتهم علنيا، لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات العلاقات الشخصية في الفضاء السايبري».⁽⁵⁾ ويتضح من التعرف تركيزه على بعد الزمن الذي يتكفل بتشكيل

روابط عاطفية بين الأفراد، إذ لا يمكن للفرد أن ينتمي إلى مجتمع افتراضي إلا من خلال استمراره في علاقته بالأفراد الآخرين.

ولا يتعد سيرج بروكس عن هذا المفهوم حيث يعرف المجتمع الافتراضي على أنه «مجموعة أفراد يستخدمون متدييات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة»⁽⁶⁾. إلا أنه يفصل أكثر فيما يجمع بين هؤلاء الأفراد المكونين لمجتمع افتراضي ما، والذي يشترط عليهم الاشتراك في القيم والاهتمامات والأهداف. والحقيقة أنه بهذا الشكل قد ينفي إمكانية التنوع الثقافي داخل هذه المجتمعات وقد يميل إلى أن المجتمعات الافتراضية تشجع على جمع واستقطاب المتشابهين أكثر فأكثر.

3- الهوية:

يمكن للفرد أن ينتمي على مدار حياته إلى عدة هويات اجتماعية، انطلاقاً من تغير قناعاته وظروفه، فبإمكانه أن يغير دينه أو جنسيته أو حتى اللغة التي يتكلم بها، أو توجهه السياسي. لذلك فالفرد لا يكون «هو» دائماً في كل الحالات والمواقف. من هنا كان لزاماً على كل المشتغلين على تعريف الهوية أن يعترفوا بصعوبة إمساك كل الخيوط التي تُسج منها هذا المفهوم الذي يرى الكثير من الباحثين أنه «مفهوم قلق من ناحية التناول النظري»⁽⁷⁾.

ولعل أنسب انطلاقة للاقتراب من هذا المفهوم هو ذلك التعريف المشهور الذي قدمه الفارابي حيث يرى أن: «هوية الشيء وعينته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له، كل واحد وقولنا إنه هو إشارة إلى هويته وخصوصيته ووجوده المنفرد الذي لا يقع فيه اشتراك». وهو ما يؤكد محمد عابد الجابري الذي أفاد بأن مفهوم الهوية قد استقر في الاصطلاح الفلسفي العربي القديم ليدل على ما به الشيء هو بوصفه موجوداً متفرداً متميزاً عن غيره. «فالهوية بهذا الاعتبار أخص من الماهية: الهوية تقال على الجزئي

والماهية على الكلي. وبعبارة أخرى: ما به الشيء هو هو يسمى ماهية إذا كان كليا كماهية الإنسان، وهوية إذا كان جزئيا كحقيقة زيد». (8)

ومن بين التعريفات التي جاءت متناغمة مع ما سبق الإشارة إليه - من المرونة التي تصنع مفهوم الهوية - نجد تعريف «تاجفل» الذي يرى أن الهوية هي التي تعكس ذلك الجزء من مفهوم الشخص عن ذاته، والذي يتأسس في ضوء معرفته المسبقة باتمائه لعضوية جماعة (أو جماعات) معينة، وهو ما يقتضي تمسكه بالقيم والأعراف السائدة في إطارها⁽⁹⁾. ولا يتعد إيمانويل رينو كثيرا عن التعريف السابق إذ يرى أن الهوية: «ما نوجد عليه على نحو فردي وما نريد أن نكون عليه، على معنى ما يميز خصوصيتنا والكيفية التي نتمثل بها هذه الخصوصية معا، وبعبارة أخرى الكيفية التي يتعين بها كل فرد على حدة، والتي يتطابق في ذات الوقت مع معايير عامة ويتسبب بها إلى جماعات محددة». (10)

يقودنا هذا التعريف للإشارة إلى أن الهوية مستويات؛ فهناك هوية شخصية، وهوية وطنية، وهوية قومية، وهوية دينية، دون أن يقودنا هذا التقسيم إلى الاعتقاد بانفصال هذه المستويات عن بعضها حتما على مستوى الفرد. ولكن قد يكون ذلك على مستوى الجماعة التي قد تصنف على أساس الهوية الدينية، أو على أساس الهوية القومية، أو على أساس الهوية الوطنية، فالمواطنون مثلا في دولة كلبنان قد يختلفون في الدين ولكن لا ينزع منهم ذلك الحق في الهوية اللبنانية وحتما، بقدر ما كانت الجماعة تحمل نفس الهوية على المستويات الثلاث السابقة كلما كان ذلك مساعدا على استقرارها وعدم طرحها لما يسمى بـ «أزمة الهوية».

أولا/ تطبيقات الإعلام الجديد:

1- المدونات الالكترونية: وهي ترجمة للكلمة الانجليزية (blog) التي نتجت عن إدغام كلمتين هما: (web) و(log). وقد وضع هذا المصطلح الأمريكي «John burger» عام 1997م للإشارة إلى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر

آرائهم⁽¹¹⁾. ومن بين التعريفات الكثيرة المقدمة للمدونات نجد التعريف الآتي: «صفحة على الويب تحتوي على مقالات عامة قصيرة، منظمة وفقا لترتيب زمني، مؤرشفة ومحدثة بانتظام، تحتوي على مجموعة من الآراء والتعليقات الشخصية، تتبع في تأليفها وإنشائها برامج خاصة بها، وتقوم بوصلات لمواقع أخرى»⁽¹²⁾. وتتميز المدونة بـ⁽¹³⁾:

1- إمكانية استغلال المضامين المتعددة الوسائط ونشرها بشكل آني وسريع على شبكة الانترنت.

2- إمكانية التعليق والتفاعل المباشر من قبل متصفح شبكة الانترنت.

وشهد انتشار المدونات منذ نشأتها قفزات هائلة حتى أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، فبعد أن كانت في حدود 1.2 مليون مدونة في نوفمبر 2000م، صار عددها يفوق 50 مليون مدونة في العالم عام 2006⁽¹⁴⁾ وبلغت في سبتمبر 2007م 106 ملايين مدونة، ثم 112 مليون في العام الموالي، لتتباطأ سرعة انتشارها عام 2009م أين وصل عددها 112.8 مليون مدونة⁽¹⁵⁾.

2- الشبكات الاجتماعية الالكترونية: رغم أن أول شبكة اجتماعية كانت قد ظهرت تحت اسم (six degree) منذ عام 1997م. إلا أن هذا النوع من المواقع الالكترونية لم يلق رواجاً كبيراً إلا منذ حوالي خمس سنوات، مع انطلاق مواقع (freindster) و(my space) و(facebook)، وتقوم هذه المواقع على فكرة بسيطة يطلق عليها «الدرجات الست للانفصال» أي الافتراض أن أي شخص في العالم تفصلني عنه ست درجات (أو أشخاص) وأستطيع الوصول إليه عن طريق هؤلاء الأشخاص⁽¹⁶⁾

وتكشف الإحصاءات الأخيرة التي نشرت في جانفي 2014 عن الأرقام الآتية: (17)

- بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك 1.184 مليار مستخدم (بدأ الموقع في عام 2004 كشبكة لبعض الجامعات الأمريكية حينها ثم فتح الموقع مجال انضمام كافة المستخدمين).

- بلغ عدد مستخدمي موقع قوقل بلاس 300 مليون مستخدم (بدأ الموقع في عام 2011).

- بلغ عدد مستخدمي موقع لنكدان 259 مليون مستخدم (بدأ الموقع في عام 2003).

- بلغ عدد مستخدمي موقع تويتر 232 مليون مستخدم (بدأ الموقع في عام 2006)

3- مواقع بث الصور وتسجيلات الفيديو: ويعتبر اليوتيوب أكبر المواقع المختصة في بث تسجيلات الفيديو وأشهرها على الإطلاق، كان قد بدأ بصعوبة نتيجة تكاليف البرمجة والاستضافة، وأصبح اليوم موقعاً لا يمكنك السيطرة عليه ومتابعة كل ما ينشر فيه، أسسه موظفين سابقين في (paybal) بعد رغبتها بمشاركة مقطع فيديو صوروه في حفلة. أطلق الموقع عام 2005 وفي أقل من عامين اشترته غوغل بمبلغ 1.65 مليار دولار وهو مبلغ أكثر من رائع لجهد استمر عامين فقط.

مع قدرتك على تحميل عدد لا نهائي من مقاطع الفيديو القصيرة والتي يتم تحميلها بزمن سريع، أصبح يوتيوب أداة الفيديو الأسرع تأثيراً ونقلاً للأحداث للملايين عبر العالم⁽¹⁸⁾. وتشير بعض المصادر إلى أن هناك 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يوميا عبر اليوتيوب، كما يتم منه إنزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة. وفي سنة 2010م فاق عدد التسجيلات المشاهدة ملياراً وتسجيل، وتم بث 24 ساعة تسجيل كل دقيقة⁽¹⁹⁾.

أما فيما يخص مواقع نشر الصور فلعل أشهرها موقع «فلكر» (Flicker) الذي يعتبر نموذجاً لأحد أهم تطبيقات صحافة المواطن في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلاً حياً لوكالات الأنباء، مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن وفي أحداث «تسونامي» تم تطوير هذا الموقع في سنة 2000م بواسطة شركة «لودي كورب» (Ludicorp) في كندا، والتي اشترتها فيما بعد شركة «ياهو» مع موقع فلكر⁽²⁰⁾.

4- مواقع الويكي: وتعني كلمة ويكي «السريع» في لغة سكان هاواي، ومبدأ الويكي هو أن أيًا كان يمكنه أن يخلق صفحة على الموقع، وأن يعدل صفحة موجودة، وأن يغير تنظيم الموقع مثلاً عبر خلق وصلات مع مواقع أخرى فالمؤلفون الذين يتم تسجيلهم على الموقع، حتى تحت أسماء مستعارة، يمكنهم أن يصنعوا صفحاتهم الخاصة التي تخصي أعمالهم وعلامات التقدير التي حصلوا عليها من أقرانهم؛ ويمكن أن تصبح هذه الصفحة أيضاً وسيلةً للتواصل بالنسبة إليهم. كما يمكنهم أن يتابعوا التعديلات اللاحقة بالمقالات التي تهتمهم عبر إنشاء «قائمة المراقبة أو المتابعة»⁽²¹⁾.

وأشهر هذه المواقع موقع «ويكيديا» الموسوعة الحرة التي احتلت في العام 2007 المرتبة السابعة عشرة بين المواقع التي يتم الدخول عليها على الانترنت، بالإضافة إلى موقع ويكيليكس الذي يدار مركزياً، والذي أحدث ضجة عالمية بتسريبه لآلاف من الوثائق السرية التي فضحت الكثير من حكومات العالم.

4- نموذج «أوه ماي نيوز»: وهو موقع انطلق من كوريا الجنوبية، ونقل التدوين إلى مستوى أقرب ما يكون من الصحافة التقليدية إذ أصبح له مراسلون (60000 مراسل مع أواخر 2007) ومحررون يفرضون معايير لضبط الجودة تجعل من الإنتاج المعروض أكثر مصداقية ولكنها لا تزال مبادرة شعبية، فقد

جاء في تعليق لـ (جون ك.مين) مسؤول الاتصالات وعلاقات العمل الدولية في الموقع: «على عكس ما كان يظن، ليست الانترنت وسيلة أخرى لنقل الأخبار فقط، بل هي فضاء يمكن للجميع أن يستخدمه. وذلك يعني أن الصحافة ستكف عن كونها محاضرة يلقيها عدد قليل من الأشخاص «الخاصين»، وستتحول إلى عملية حوارية»⁽²²⁾ والحقيقة أن هناك العديدة من المواقع التي تحذو حذو هذا النموذج الذي يقوم على ما يرسله المواطنون البسطاء مستفيدا في نفس الوقت من الصحافة التقليدية في الجانب التنظيمي الذي يحقق مصداقية أكثر مثل موقع (Blognewe.fr) وهو النسخة الفرنسية لموقع (Ohmynews)، وموقع (New Assignment) الذي يقوم بتسييره الناشط والأستاذ بجامعة نيويورك (Jay Rosen)، وموقع (AgoraVox) الفرنسي الذي يعتمد على مقالات قراء متطوعين.

ثانيا/ الإعلام الجديد والهوية من خلال الحتميات الثلاث؛ التكنولوجيا، الاجتماعية والقيمية:

تنوع الأطر النظرية التي يمكن من خلالها الاقتراب من موضوع علاقة الإعلام الجديد (كتجلي من تجليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة) والهوية (كمحدد محوري للمنظومة الثقافية لأي مجتمع)، أما في هذه الدراسة فستتطرق إلى ثلاث حتميات: الحتمية التكنولوجية، الحتمية الاجتماعية والحتمية القيمية.

1- الحتمية التكنولوجية:

يرى مارشال ماكلوهان أن طبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، ويعتقد ماكلوهان فيما يسميه الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism) شأن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات. وأن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما

في الحواس الإنسانية أيضا. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسمعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي⁽²³⁾.

ولعل مقولة ماكلوهان الأشهر «القرية العالمية» تختزل وتختصر رؤيته فيما يخص دور تكنولوجيا الاتصال في التقريب بين الهويات المختلفة والجمع بينها حد التماهي تحت بيئة افتراضية واحدة تشبه القرية. ولكن ملاحظة موضوعية متأنية تفند هذا الطرح فالعالم لا ينمو نموا يفرز التلاحم والالتئام. والشواهد على هذا الإقرار واضحة من اتساع النزاعات والحروب والعنف والإرهاب ومعاداة هويات عديدة كمعاداة الحضارة الإسلامية والغرب وأمريكا وغيرها من أشكال المعاداة ورفض الآخر.

وقريبا من فكر ماكلوهان، انشغل المحلل النفسي فيليكس غاتاري طوال حياته بعلاقة التكنولوجيا في إنتاج الذاتية، وكان يعتقد أن الأدوات التكنولوجية للإعلام والاتصال، بدءا بالمعلوماتية و«الروبوتيك» مرورا بوسائل الإعلام، تتدخل في قلب ذاتية الإنسان لا على مستوى ذاكرته وذكائه فقط، بل على مستوى شعوره ومؤثراته ولا وعيه أيضا⁽²⁴⁾. وقد راهن الباحث بيار ليفي على بروز أشكال جديدة للكتابة تتطلبها «المرونة الرقمية» ووضع آماله في ميلاد «ذكاء جماعي» بفضل الطرق السيارة للمعلومات لعصر ما بعد وسائل الإعلام⁽²⁵⁾ ويتضح من هذا الاعتقاد إعطاء دور المتغير المستقل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة (الإعلام الجديد كأحد تجلياتها)، بينما تتخذ الهوية موقع المتغير التابع. فالإعلام الجديد حسب هذه الحتمية يمكن أن تحدث تغييرات جذرية على هوية الفرد وتنشئة هويات جديدة تبعا للآليات الجديدة التي يستخدمها ويتفاعل معها ومن خلالها.

2- الحتمية الاجتماعية:

في مقابل توجه الحتمية التكنولوجية، نجد توجهها آخر يقول بالحتمية الاجتماعية على أساس أن العناصر والقوى الاجتماعية بأنواعها هي التي تمتلك زمام تطور التكنولوجيا بشكل أو بآخر. وتؤثر في تطويرها وتوجيهها. ومن أهم هذه العناصر؛ الثقافة بعمومها.

ويعتقد جيمسون بعدم جوهرية وأساسية التكنولوجيا في تطور الثقافة، إذ يعرب عن عدم استعداده للاعتراف بدور التقنيات، وخاصة تلك المعلوماتية، في عمليات التغيير الاجتماعي والثقافي، ويرى أن تحليل تأثيرات العامل التكنولوجي على الثقافة يولد بشكل حتمي تحديدية تقنية. ويرى أن النظريات التي فسرت الثورة الصناعية كنتيجة لإدخال الآلة البخارية، والتي تقدم في هذه المرحلة، ذات التفسيرات حول روائز التقنيات المعلوماتية الجديدة على المجتمع (ماكلوهان)، لا تأخذ في الحسبان العوامل الإنسانية للطبقات الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي للإنتاج⁽²⁶⁾. ويمكن التدليل على هذا التوجه أن اختراع الآلة البخارية قد سبقته حقبة تاريخية مهمة مهدت لها وللثورة الصناعية وهي عصر الأنوار.

وتعتبر الماركسية من أهم المدارس التي أعطت لمتغير الثقافة الاهتمام الرئيسي في توجهاتها الفكرية انطلاقاً من محاوريتها في منظومة أي مجتمع. ويعتبر هرت ماركيز وكتابه (الإنسان ذو البعد الواحد) أحد العلامات البارزة لهذا التوجه؛ إذ أشار إلى أن مراحل التقنية، وما قبل التقنية تشترك جميعاً في مفاهيم أساسية معينة حول الإنسان والطبيعة، والتي تمثل وتعبر عن استمرارية الحركة والتقليد للنظام الغربي وان الخط الفاصل بين المشروع التكنولوجي وما قبل التكنولوجي يكمن في نمط أو طريقة الخضوع لضرورات الحياة وتوفير المعيشة؛ أي كيف ينظم وينتج أساليب جديدة للحرية، أو عدمها (...). فالتقنية في فكر ماركيز منتج اجتماعي ينتج ويتطور بفعل العملية الاجتماعية الجدلية⁽²⁷⁾ وقد

ذهب في مقال صدر له عام 1941 بعنوان (بعض الآثار الاجتماعية للتكنولوجيا الحديثة) إلى أن التكنولوجيا المعاصرة تشكل أداة لتنظيم وإدامة (أو تغيير) العلاقات الاجتماعية، ومظهرا من مظاهر انماط السلوك والفكر السائد، ووسيلة للسيطرة والهيمنة. وفي مجال الثقافة، تنتج التكنولوجيا ثقافة شاملة تعود الأفراد على الامتثال لأنماط التفكير والسلوك المهيمنين، وبالتالي توفر أدوات قوية للرقابة الاجتماعية والهيمنة.⁽²⁸⁾

أما فينبرغ فيرى أن التكنولوجيا ليست حتمية وليست محايدة، ويجادل بان الدقطة تتطلب تغييرا تقنيا راديكاليا، وبدون إعادة تركيب التقنية وبنائها اجتماعيا لا يمكن حصول تغير راديكالي للتقنية، والعكس أيضا صحيح.⁽²⁹⁾

ويتساءل الباحث الجزائري الصادق رابح⁽³⁰⁾: هل هناك حتمية يمارسها المجتمع في علاقته بالتكنولوجيا؟ هل تم استحداث الانترنت مثلا، اعتمادا على وجود مؤسسات سابقة ومنتظمة ضمن نمط شبكي؟ ويجب عن هذه الأسئلة بالنفي ذلك أن الظواهر حسبها متلازمة ولكنها مستقلة عن بعضها البعض في نهاية المطاف مع ذلك، فإن المؤسسات وجدت في التكنولوجيا الاتصالية والإعلامية الحديثة آليات عملية لتطوير وتدعيم أنماطها التنظيمية والأدائية الجديدة، مثلما حصل في القرن التاسع عشر عندما تم اختراع التلغراف.

وفي نقده لهذا التوجه يرى لاندو أن إنكار التأثيرات المجتمعية للتكنولوجيا الرقمية تنبع من فعل غير إرادي يتمثل في أن عدم الاعتراف بان ثقافات التاريخ الإنساني، تنبع من فعل غير إرادي يتمثل في أن عدم الاعتراف بأن اختراع غوتنبرغ أو التلفزيون يمكن أن يرتبط بجوانب أخرى للثقافة يؤدي إلى تحويل التقنية آليا إلى ضرب من الغول الفكري والمحرمات التي لا يمكن الحديث عنها علنا⁽³¹⁾. يمكن التعليق على هذا النقد بأنه يصف الماركسيين وتجاهلهم غير المفهوم لدور التقنية على انه نوع من غض البصر عن حقيقة معروفة لدى الجميع، بهدف نفيها.

3- الحتمية القيمة:

أما عبد الرحمن عزي صاحب نظرية الحتمية القيمة في الإعلام⁽³²⁾ فيرى أن بعض الباحثين بالغوا في القول بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة عموماً والإعلام الاجتماعي خصوصاً ينشئ فرداً ذو وعي عالمي وانتماء إلى المجموعة العالمية على حساب المجموعة المحلية. فالواقع والشواهد التاريخية لا تنسجم مع هذا التحليل ذلك أن هذا الانتماء يكون رمزياً وأن الفرد في نهاية الأمر يلجأ في البحث عن ذاته إلى المجموعة العائلية أو القبلية أو العرقية أو السياسية أو الدينية. وما أدل على ذلك النزعات القومية التي نمت في عهد ازدهار الفضائيات والإعلام الدولي. فالإعلام الاجتماعي يوسع من دائرة الوعي بالعالم ويجعل الفرد عولماً دون أن يزيل الانتماء إلى الواقع المحلي⁽³³⁾.

هذه الرؤية المتميزة تؤكدها التجربة التاريخية الاجتماعية التي بينت أنه لا يمكن بناء أي نمط اجتماعي واع ومجتهد بدون نظام رمزي من الاتصال. فالمجتمع يستمر في الوجود ليس فقط بالاتصال، ولكن في الاتصال الدال الحامل للشخصية القيمة ذات الأبعاد الإنسانية والحضارية.

ويرى نصير بوعلي أحد أنصار هذه النظرية أن القرية الكونية التي تحدث عنها ماكلوهان هي في نهاية الأمر مصممة على النمط المعماري القيمي الغربي، وفي المقابل هناك قرية المجتمع الإسلامي الذي ينبغي أن تكون وفق النمط المعماري القيمي العربي الإسلامي فالنمط القيمي الغربي مبني على كل ما هو مادي استهلاكي يزاحم كل ما هو قيمي معنوي في كتلة المجتمع الإسلامي، بل يعمل على اندثاره ومحوه من الوجود⁽³⁴⁾.

ويفترض عزي أن الاتصال المرتبط بالتقنيات الحديثة للاتصال، وخاصة الاتصال المرئي، يكون هادفاً ودالاً حضارياً إذا مكن الفرد من تحقيق ذاته غير المجدية والمتكاملة في أبعادها المعنوية والجسدية، والمجتمع من تحقيق الأهداف الرسالية والمعيشية المرتبطة بثقافته وأصوله ومصالحه.⁽³⁵⁾ ورغم أن عبد الرحمن

عزي يوافق ماكلوهان في أن تكنولوجيا الاتصال قد غيرت بشكل جذري سبل تعاملنا مع بعضنا البعض والطرق التي نكتسب بها تعليمنا ومعاشنا والأطر التي نحيا في إطارها عامة. غير أنه يرى أن غياب المتغير الذي سماه بالرؤية القيمة التي يمكن أن توجه هذه التكنولوجيا جعل هذه الأخيرة تكتسب حياة خاصة بها بعيدة عن أي إشراف ثقافي ينبثق تلقائيا من البنية القيمة الحضارية، الشيء الذي أنتج ما أسماه عزي بالذهنية التقنية.

إن التنمية الحقيقية حسب عبد الرحمن عزي⁽³⁶⁾ تستدعي دمج التقنية في المنظور الثقافي القيمي للمجتمع، وذلك يتطلب إدخال الثقافة في التقنية وليس تحويل الثقافة إلى تقنيات وتعطي هذه العملية الأولوية الفائقة للتحويل الثقافي وتضمن الإشراف والتوجيه القيمي للتكنولوجيا. الأمر الذي يتطلب ما أسماه بالكفاءة القيمة التي تعني القدرة على أن يستوعب الفرد ثقافته ونظامه القيمي وتكيف هذه الكفاءة مع الوضعيات أو المحيط الجديد.

ثالثا/ الإعلام الجديد كمنتج لهويات جديدة:

إن قيام مجتمعات افتراضية على الانترنت من خلال تطبيقات الإعلام الجديد المختلفة بهذه الأعداد المذهلة والمتزايدة ودون قيود، يدعونا إلى التساؤل حول الانعكاسات المحتملة على المشتركين فيها، أو بتعبير أصح «على أفراد هذه المجتمعات». خاصة إذا عرفنا أن كل النشاطات المعروفة في المجتمعات التقليدية، يمكن القيام بها في هذه المجتمعات الافتراضية، بشكل أسرع، وفعالية أكبر. بل إن المسافات المادية أو الجغرافية المعيقة لم يعد لها وجود في هذه المجتمعات، فقد تم استبدالها بما يمكن تسميته بالمسافات الاجتماعية.

كما أن مقولة الفضاء الاجتماعي ذاتها قد تغيرت فلم تعد للفضاء حدود واضحة لكي تحصن وتُصان بمعايير ثقافية تجمع عليها الذوات الفردية، إنها محل نزاع وتفاوض بين فاعلين اجتماعيين، لكل منهم رؤيته ومطالبه التي يتحرك من أجلها⁽³⁷⁾. كما أن التواصل التزامني أو غير التزامني عن بعد يمنح

الانترنتين إمكانية اختيار لحظة التواصل وتمديدتها والحفاظ عليها دون أن يتحول ذلك إلى تواصل طقوسي كاللقاء وجها لوجه، يأخذ مساره ضمن فضاء فيزيائي إن الفرد ضمن هذا الحيز التواصلية الافتراضي يتحكم في تقديم ذاته بطريقة مغايرة من لو أن التفاعل كان مباشرا وضمن فضاء فيزيائي.

وقد أنتج ارتباط الفرد بالحاسوب حسب الدكتور علي رحومة ذاتا جديدة أسماها بـ «الإنسوب» أي «الإنسان الحاسوب» الذي يشير إلى مركب مبرمج آليا في حالة من التواري والتماهي والتمظهر، في بنيتها الخاصة من الأرقام الثنائية⁽³⁸⁾. هذا التماهي يساهم بشكل أو بآخر في انحصار التمثل التقليدي لحضور الإنسان لحساب الحضور الجديد وهو ما يؤرخ لمرحلة جديدة قد تكون ثورية تماما. فتاريخ الإنسان لم يدخل قط في تركيبته الاجتماعية، عنصر من خارج المجتمع البشري والمركب الطبيعي للإنسان الفرد أما الآن في زمن مجتمع الانترنت، فالمركب الإنساني لم يعد فردا علما، بل فرد مركب. الإنسان/ الآلة⁽³⁹⁾. وهو ما يثير تساؤلات جادة وعلى مستوى كبير من الأهمية حول الهوية الجديدة التي تنطرح أمامنا في مشهد غرائبي غير مسبوق.

إنها الهوية الافتراضية؛ هوية متحركة «دينامكية» يكونها الفرد البشري في مجتمع الانترنت وهي في هذا المجتمع تتسم بلامح رئيسية أو بالأحرى مقومات مظهرية لوجودها في فضاء السايبر:

أولا، لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تمظهرها، كشخصية حوارية عبر قنوات الانترنت بأنواعها. وقد تكون فرد/ جماعة.

وثانيا، هي شخصية قابلة للتغير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.

وثالثا، هي أيضا قابلة للتغير والتبدل حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات «أنترنتية» أخرى تتقمص هويات غيرها. أو من قبل اختراقات

براجمية، أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائصها⁽⁴⁰⁾.

هذا الواقع الجديد جعل البعض يتوقع أن ينتهي زمن التنوع الثقافي، ومن ثم إعادة تشكيل هويات جديدة في ظل ثقافة غربية مهيمنة، هويات رقمية تفرز مزيجاً جديداً من السمات والتفاعلات والتمظهرات الفردية والجماعية في فضاء سايبيري لا حد له ولا قيد عليه. فما تتيحه هذه الشبكات من الدخول بشخصيات افتراضية، تدفع الفرد إلى تقمص ذات أو ذوات مثالية، أو «عالمية» كما سماها الباحث سعد البازعي، وهي هوية هجين تجمع بين الثقافة المحلية من لغة ودين وموروث ثقافي وشعبي، وثقافة أجنبية بكل مكوناتها⁽⁴¹⁾. وهذا ما يهدد في الأخير هوية الفرد الأصلية من خلال انتمائه للمجتمع الأصلي، ما يطرح في مرحلة ثانية تساؤلاً عن مدى شرعية انتمائه لهذا المجتمع (التقليدي).

إن الانتماء إلى هوية «شبهية» سيؤدي حتماً إلى انحسار المخيال ومن ثم الإبداعية وابتكار الصور الذهنية لحساب المعرفة السطحية الهشة والصور المعلبة والمصطلحات الفارغة من المدلولات ذات القيمة⁽⁴²⁾. كما يؤدي إلى تكسير الطابوهات الاجتماعية والثقافية وإضعاف الحساسية اتجاهها على حسب تعبير المفكر عبد الرحمان عزي وهو الأمر الذي جعل «جيل الانترنت» يظهر كجيل ثنائي الهوية؛ فهو من ناحية هشّ وغير راشد، ويحتاج دائماً إلى الأخذ بيده في مجاهل التكنولوجيا الحديثة لتأسيس علاقة «سوية» بها، ومن ناحية أخرى فهو جيل فضولي، ومعتمد على ذاته، وليس امثالياً وذكي، ويملك القدرة على التكيف، ويميل إلى تثمين ذاته، إضافة إلى كون صاحب رؤية شاملة في توجيه نفسه⁽⁴³⁾.

يمكن تلخيص ما سبق في أن الإعلام الجديد يتيح للأفراد مساحات واسعة لتشكيل هويات افتراضية حسب السياق الافتراضي الذي يتواجدون

فيه، وقد يتلاعبون بسماتهم الأصلية وبتمثلاتهم لهوياتهم لإنتاج وتقمص ذات متعددة، تشبع رغباتهم وحاجاتهم النفسية والثقافية، ولكنها قد تؤدي إلى قلق الانتماء إلى جماعة ثابتة المعالم وواضحة المرجعيات. وهناك يكمن التأثير السلبي في تشتيت الذات ودفعها إلى اللائقين واللائتاء.

رابعاً/ الإعلام الجديد كداعم للهويات المحلية:

هل يدعوننا هذا التوجه إلى التشاؤم فيما يخص مستقبل التنوع الثقافي وحماية الهويات المحلية من الاندثار؟ رغم وجود الكثير ممن يؤمنون بهذا المصير، إلا أن هناك فرقة أخرى من الباحثين تجيب بالنفي على هذا السؤال، لأن الانترنت والإعلام الجديد قد منح فرصة كبيرة للأصوات الضعيفة بالبروز والنضال في سبيل التعبير عن الذات وإيصال صوتها واهتماماتها كما لم يكن متاحاً لها من قبل قط. وإن كانت الإشكاليات التي ارتبطت بالهوية مثل (الهوية متعددة الأبعاد، الأقلية والأغلبية، الهوية بين الانغلاق والانفتاح، الهوية والعولمة...) ستستمر من خلال الفضاءات الجديدة التي تتيحها الانترنت والإعلام الجديد، وقد تكون بوتيرة أسرع وبجدة أكبر، ولكنها تبقى إشكاليات قديمة قدم الإنسان، وهي جزء لا يتجزأ من وجوده واستمراره في هذه الحياة.

أما الإعلام الجديد فقد عمل على توسيع فضاء المرجعيات الثقافية، وربط أفراد وجماعات ما كان لهم أن يلتقوا ويتحاوروا ويتفاعلوا لولا وجوده. إنها أداة فاعلة في تجزئة وتقسيم الأفراد إلى جماعات افتراضية، تلتقي حول اهتمامات مشتركة، بالرغم من أنها لا تملك القدرة على بناء وعي جماعي⁽⁴⁴⁾. وقد أشار دوغلاس شيلر في كتابه (New community Networks) إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت في تشكيل جماعات تناضل لإعلاء صوت هوياتها المحلية، وذلك من خلال الآليات التالية:⁽⁴⁵⁾

- الربط بين أعضاء جماعة معينة، وتشجيع النقاش، وحل المشاكل المشتركة.

- تنظيم المعلومات ووسائل الاتصال ذات الأهمية الخاصة لحاجات الجماعات، ولمواجهة مشاكلها بناء على جدول زمني.
- مشاركة قاعدة عريضة من المواطنين، بمن فيهم نشطاء المجتمع، والقادة، والجهات الراعية لأنشطتهم، ومقدمو الخدمات، وذلك بشكل مستمر.
- العمل على إدماج جميع أعضاء الجماعة.
- توفير الخدمات الأساسية.
- دعم الثقافة المحلية.

واستمرارا لهذا الرأي، يمكن الاستشهاد بنتائج دراسة اثنوغرافية أنجزتها مؤخرًا⁽⁴⁶⁾ على عينة من مستخدمي الفايسبوك الأمازيغ، توصلت من خلالها إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أقر المبحوثون أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية، واحتكاكهم بالهويات الأخرى جعلهم يحسّون أكثر بتميز هويتهم، وساهم ذلك في تولد شعور أكبر بمسؤولية الحفاظ عليها وعدم الذوبان في الآخر. وهم في ذلك لا يتوانون عن التعبير عن ذواتهم. ولا يعترهم الشعور بالنقص أو الخجل عندما يفعلون ذلك، بل إن الشعور بالفخر والاعتزاز بالانتماء إلى الهوية الأمازيغية هو الطاغى في محادثاتهم وتواصلهم مع الآخرين لذلك فهم لا يخفون انتماءهم ولا يجدون مشكلا أو مانعا من التصريح بها من خلال محادثاتهم التي يجرونها مع الآخرين.
- وتتعدد طرق التعبير عن هويتهم ما بين اختيار الأسماء الأمازيغية، إلى الصور الرمزية (الراية الأمازيغية، شخصيات أمازيغية تاريخية...)، إلى استخدام اللغة الأمازيغية.
- إن ما أتاحه الفايسبوك من إمكانية لإنشاء مجموعات خاصة، هو في حقيقة الأمر خدمة غير مسبوقه للجماعات المتشابهة للالتقاء ببعضها البعض ومناقشة القضايا التي تهمها دون سواها. ولا شك أن الأمازيغ قد وجدوا

في ذلك متنفسا لهم، وفرصة غير مسبوقه للاتقاء افتراضيا، لذلك فقد سارعوا إلى إنشاء العديد من المجموعات طرخوا من خلال مواضيع مهمة تتعلق أساسا: بالتاريخ الأمازيغي وبطولات الشخصيات الأمازيغية المشهورة، كما أن موضوع اللغة الأمازيغية يعتبر من أهم ما يطرح للنقاش، بالإضافة إلى العلاقة مع العرب، وكذا التعريف بتقاليد مختلف المناطق الأمازيغية، الخاصة باللباس والأكلات والمناسبات، مستخدمين في ذلك الكلمة والصورة الفوتوغرافية والفيديوهات.

- لقد شهد رأس السنة الأمازيغية أو ما يعرف بـ «ينار» احتفاء غير مسبوق عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة والفايسبوك خاصة، وقد شارك الأمازيغ من مختلف المناطق والدول في مناقشة مختلف الخلفيات التاريخية والثقافية والدينية للتقويم الأمازيغي، ولم يتوانوا عن عرض تقاليدهم وكيفية إحيائهم لهذه المناسبة من أكالات وطقوس وألعاب خاصة. وتزينت صفحاتهم وبروفائلاتهم بصور تترجم احتفالاتهم تلك.

مما سبق يمكننا القول أن الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة قد أعطت فرصة للهوية الأمازيغية لإعلاء صوتها أكثر، وإن كان الأمر ليس بالبساطة والمثالية التي قد نتخيلها فيما يخص هذا الدور المتمثل في منح الفرص للهويات المحلية لإعلاء أصواتها ولكن في المقابل فإن الافتراض الذي يرى أن الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية تصنع هوية رقمية ذات بعد عالمي ما يهدد الهويات المحلية بالانقراض ليس صحيحا دائما.

الخاتمة

لا يمكننا أن ننكر بان لكل من الحتميات الثلاث؛ التكنولوجية، الاجتماعية والتقنية، (رغم قول الكثيرين بنهاية الحتميات)، وجهة نظرها المهمة والمعقولة في تفسير العلاقة بين الهوية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة (الإعلام الجديد في هذه الحالة). فالحتمية التكنولوجية لازالت تستهوي الكثير

من الباحثين لتطبيق افتراضاتها على المستجدات التي تشهدها تكنولوجيات الاتصال الحديثة، كما أن للحتمية الاجتماعية أنصارها الذين لا يتوانون في الدفاع عن أولوية المتغير الثقافي والاجتماعي.

ولكننا إذا تأملنا الحتمية القيمة فإننا نلاحظ توجهها التوفيقى بين التوجهين الآخرين ومحاولتها التقريب بينهما؛ فبعد الرحمن عزى لم ينفي دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التغييرات الكبيرة التي أحدثتها على الأنماط الاجتماعية والثقافية ومن ثمة على الهويات، ولكنه في المقابل حذر من تحول الثقافة إلى تقنية ورأى بضرورة الإشراف والتوجيه القيمي للثقافة، هذا مع الإشارة إلى أن التكنولوجيا عموماً هي مظهر من مظاهر الثقافة وتجلي من تجلياتها.

واستناداً إلى ما سبق يمكننا أن نستنتج في الأخير أن الإعلام الجديد الذي تتمثل أهم تجلياته في المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع نشر الصور والفيديوهات ومواقع الويكي، قد أحدثت نقلة نوعية في أساليب حياة الأفراد وطرق تفكيرهم وتواصلهم، وهو ما أثر في تمثلاتهم لذواتهم وهوياتهم. وإن كان البعض يتخوف من إنتاج هوية الكترونية افتراضية «شبحية» مفرغة من الانتماء والاستناد إلى قيم واضحة، إلا أنه لا يمكننا نكران أو تجاهل التأثيرات الإيجابية لتطبيقات الإعلام الجديد اتجاه الهويات المحلية إذ يساهم هذا الأخير في إعطاء فرصة للمنتمين إلى هوية واحدة للالتقاء ببعضهم البعض ومناقشة مواضيعهم المشتركة بكثير من الحرية ما يؤدي إلى تشكيل ضمير ووعي جمعي لا يفتأ يكبر يوماً بعد يوم بكثافة لا يضاهيها ما يمكن أن يحدث في الواقع الحقيقي.

الهوامش:

- (1) - الصادق الحمادي، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال (التلفزيون العمومي نموذجاً)، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، (2012 / 5/5): www.arabmediastudies.net -
- (2) - رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 07-09 أفريل 2009، ص512.
- (3) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، (الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008م) ص33.
- (4) - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، (سلسلة عالم المعرفة، ع347، 2008)، ص66.
- (5) - المرجع السابق نفسه، ص65.
- (6) - نوار مريم نزيهان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، 2012م، ص88.
- (7) - سمير دحماني، أثر استخدام شبكة الإنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، مذكرة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2008/2009م)، ص58.
- (8) - علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005)، ص304.
- (9) - علاء عبد المجيد الشامي، محددات تشكيل الهوية الدينية في المجتمع المصري، مؤتمر «الفضائيات العربية والهوية الوطنية»، جامعة الشارقة، (11-2007، 12م).
- (10) - إيمانويل رينو، «الصورات الأوروبية للهوية»، ضمن كتاب: الهوية، (سلسلة مفاهيم عالمية، المركز الثقافي العربي، 2005م)، ص143.
- (11) - إبراهيم بعزیز، «دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية»، مجلة المستقبل العربي، العدد 390، (أوت 2011م)، ص175.
- (12) - عصام منصور، «المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات»، مجلة دراسات المعلومات، ع05، (ماي 2009م)، ص96.
- (13) - جمال الزرن، صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، (5/5/2012) - www.arabmediastudies.net -
- (14) - أمينة ببيج، «المدونات الإلكترونية العربية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة»، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 85، ماي 2011م، ص53.
- (15) - إبراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص177.
- (16) - رشا عبد الله، «مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الخصوصية والحرية»، ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، تأليف مجموعة من الباحثين، كتاب العربي، ع81، (يوليو 2010م)، ص123.
- (17) - عماد بن يحيى، إحصائيات عن الشبكات الاجتماعية والإنترنت في 2014، (2014/8/28)، متاح على الرابط: <http://www.tech-wd.com/wd/2014/01/14/14> / إحصائيات-الشبكات-الاجتماعية-والانترنت/
- (18) - محمد حيش، عشرة رواد أعمال غيروا الإنترنت، (2014/8/28) متاح على الموقع: <http://www.tech-wd.com/wd/2011/11/07/ten-entrepreneurs-changed-the-internet/>.
- (19) - إبراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص177.
- (20) - عباس مصطفى صادق، «الشبكات الاجتماعية. هل هي بديل للتواصل التقليدي؟»، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، ع85، (ماي 2011م)، ص52.
- (21) - مانويل أونيل، «ويكيبيديا أو نهاية زمن الخبرة؟»، النسخة العربية من مجلة (Lemonde diplomatique)، (أفريل 2009).
- (22) - فليبيب سيب، تأثير الجزيرة (كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية)، ط1، ترجمة عز الدين عبد المولى، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، 2011م)، ص72.
- (23) - عماد حسن مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003) ص275.
- (24) - أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعباضي والصادق رايح، (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2005) ص196.
- (25) - أرمان وميشال ماتلار، مرجع سابق، ص194.
- (26) - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، (دمشق: دار الفكر، 2002م)، ص544.
- (27) - علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، مرجع سابق، ص84.
- (28) - محمد بن هلال، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، مجلة المستقبل العربي ع (396)، (فيفري 2012) ص13.
- (29) - فريال مهنا، مرجع سابق، ص87.
- (30) - الصادق رايح، فضاءات رقمية (قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات)، (بيروت: دار النهضة العربية، 2013م) ص43.

- (31)- فريال مهنا، مرجع سابق ص545.
- (32)- تنطلق هذه النظرية من افتراض أساس يعتبر فيه الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد، للمزيد ينظر:
- عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003)، ص112.
- (33)- عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، (تونس: الدار المتوسطة للنشر، 2011)، ص184.
- (34)- نصير بوعلی، الإعلام والقيم، (عين مليلة: دار الهدى، 2005)، ص57.
- (35)- عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، صص143-144.
- (36)- عبد الرحمن عزي، قيم وسلوكيات من وحي أسوار أكاديمية، (الجزائر: دار الورسم، 2014م)، صص45-47.
- (37)- عادل بن حاج رحومة، «تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية، مجلة إضافات، العدد التاسع (شتاء 2010م) ص142.
- (38)- عبد الله البريدي، «الإنسوب إمبريالية التقنية وخضوع الإنسان»، جريدة المجاهد الأسبوعي، ع2617 (من 28 سبتمبر إلى 05 أكتوبر 2010)، ص19.
- (39)- علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مرجع سابق، ص306.
- (40)- علي محمد رحومة، المرجع السابق نفسه، ص307.
- (41)- عبد الله البريدي، مرجع سابق ص19.
- (42)- المرجع نفسه، ص19.
- (43)- الصادق رايح، «الهوية الرقمية للشباب: بين التمثلات الاجتماعية، والتمثل الذاتي»، مجلة إضافات، العدد 19، (صيف 2012)، ص97.
- (44)- الصادق رايح، فضاءات رقمية، مرجع سابق، ص29.
- (45)- محمد بنهال، مرجع سابق، ص17.
- (46)- باديس لونيس، الهوية الأمازيغية في ظل الإعلام الجديد، الملتقى الجهوي الأول حول الأمازيغية، جامعة باتنة، 10 فيفري 2014م.

دلالات صورة الحراك الشعبي السلمي على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة سميولوجية لصور الحراك على صفحات الفيسبوك

د. براردي نعيمة - جامعة المسيلة

د. غزال عبد الرزاق - جامعة المسيلة

مقدمة:

كشف الحراك الشعبي السلمي الذي تعيشه الجزائر منذ 22 فيفري 2019 على القدرة الرهيبية التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك في صناعة رأي عام، وتغيير الأوضاع والأحداث، حيث تحولت إلى الفاعل الأساسي في توجيه الحراك وتنظيمه، وتفوقت بذلك على الطبقة السياسية، والسلطة وحتى على وسائل الإعلام، حيث أزاحت هذه الوسائط كل الأحزاب السياسية، والشخصيات، ووسائل الإعلام، من الطريق، وأصبحت الرقم واحد في نقل المعلومة، التأثير في الأشخاص، التحضير للحراك وتنظيمه، كما تحول هذا الفضاء الافتراضي إلى محرك للشارع وصارت عمليات التعبئة والاستعدادات للمظاهرات تُحضّر عبر صفحات وحسابات العديد منها غير معروفة المصدر، وقد تكون بتوجيهات عفوية، وقد تكون تابعة لجهة ما أو أيديولوجية ما، فهي تصل إلى ابعاد نقطة ممكنة وفي ظرف زمني قصير كما أنها أصبحت مصدر للمعلومة ونشرها وترويجها، خاصة مع تمكن الشباب من تكنولوجيا الاتصال عن طريق نقل صور حية، يقدم نقل مباشر-لايف- وبالتالي أصبحت هذه الوسائط أكثر مصداقية بالنسبة للأشخاص أكثر من القنوات و الوسائل الأخرى. تجمعهم قضية واحدة وهي الوطن.

1- إشكالية الدراسة:

لقد أصبحت الصورة وما نراه اليوم على مواقع التواصل، ليس هو المجتمع الحقيقي أو الفعلي، وهي حقيقة لا يمكن للباحث أن يقف عليها إن هو انصهر في الحشود، لذلك وجب عليه أن يكتفي بدور المراقب والملاحظ ليدركها، أن هناك خطاباً وخطابات من الواقع تؤثر على الأفراد بمجرد انفصالهم عن العالم الافتراضي وهو مختلف تماماً عنه .

وفي ظل ظهور رموز جديدة ولغة جديدة للتواصل بين جيل الشباب الطامح للتغيير ومع التحولات الجديدة في المجتمع، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا الفيسبوك فيفتح فضاء جديد يسمح من خلاله بحرية طرح الأفكار وفتح فضاء افتراضي كبير لاحتواء النقاش، وذلك من خلال منصات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك على وجه التحديد، حيث أصبح عالم الصورة الرقمية يهيمن على حياتنا المعاصرة ويوجه مواقفنا تجاه شتى القضايا الراهنة .

ولعل اللافتات والعبارات التي يعبر بها مجموعة من الشباب عن الأحداث التي تشهدها الساحة الوطنية خلال أسبوع من خلال مسيرات شعبية والتي ينتظرها الكثيرون لما لها من بالغ الأثر في أذهان المتلقين وما تحمله من الدلالات والرموز والتي عكست الآراء حول الوضع والتغيرات التي تحدث كل أسبوع والمطالب والتطلعات التي ينتظرها الشارع مع اختلاف أطرافه وتوجهاته السياسية.

من هنا المنطلق تأتي دراستنا لتحليل نماذج من الصور تحليلها سميولوجيا وكيف استخدمت العناصر الأيقونة في نقل المعاني والرموز.

وقد انطلقت هذه الدراسة من محاولة طرح الإشكالية التالية:

- ماهي الدلالات التي حملتها الصور خلال الحراك الشعبي السلمي في المدن الجزائرية على صفحات الفيسبوك؟
ومن خلال هذه الإشكالية تدرج التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما المعاني والدلالات التي تحملها صور المسيرات خلال الحراك الشعبي؟
- كيف وظفت مختلف العناصر الأيقونية والدلالية من خلال صور المسيرات؟
- ما هي أبعاد الرسائل والرموز التي استخدمت من خلال الصور على صفحات الفيسبوك؟

2- أهمية الدراسة:

تكتسي دراستنا هذه أهمية بالغة نظرا لما حققته مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك من تأثير على الجمهور، من رصد لمواقفه وتوجيهه وفتح مجالات النقاش حول الأوضاع والتغيرات التي تحدث من أسبوع لآخر والتي طبعت مسيرات كل جمعة عبر المدن الجزائرية والتي وثقت لها الصور والتي يتداولها رواد مواقع التواصل الاجتماعي في قالب تعبيرى فني راق يتفاعلون معه بالمشاركة والتعليق والإعجاب.

3- منهج الدراسة وأدواته:

تهدف هذه الدراسة لفهم وإدراك معاني ودلالات الصورة من خلال توظيف شبكة من علم السيميولوجيا أو العلم العام للدلائل» والمنبثقة من أعمال الأمريكيشارل ساندرس بيرس «charles saners peirce» وعالم اللسانياتفرديناند دي سوسير «ferdinande de saussure» هذا العلم الذي يهتم بدراسة نظام الدلالات واكتشاف المعاني غير الظاهرة علنا، وهو ما أدى بـ رولان بارث «roland barthes» أن يسقط هذا الاهتمام على الصور بداية الستينات، وهو بهذا يعتبر أول من وظّف التحليل السيميولوجي على الصور

وقد أشار إلى أنه توجد المعاني في نظامين أحدهما يمثل المستوى التعييني للدليل، والآخر يمثل المستوى التضميني الذي يعبر عن المعاني المنقولة بواسطة هذا الدليل هذا هو المحور العام الذي انتهجته هذه الدراسة لكن بتطبيق الطريقة التي صاغتها مارتين جولي في تحليل الصور، حيث تعتبر هذه الطريقة واضحة المعالم، بينة العناصر.

حيث اعتمدنا في دراستنا هذه على منهج التحليل السيميولوجي لأنه الأنسب في تحليل الصور من خلال اختيار صور مسيرات الجزائريين في الحراك الشعبي كل جمعة والتي كانت الأكثر انتشارا وزيارة وإعجابا بها من الجمهور والتي نشرت على صفحات الفيسبوك .

4- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا هذه إلى التعرف على معاني ودلالات الصور، خصوصا ما تعلق باستخدامات الصورة وما تسعى إليه من نقل المعاني والرموز والدلالات التي تعبر عن المواقف والآراء المختلفة للشعب الجزائري والتي نشرت على صفحات الفيسبوك ومحاولة معرفة أهم الجوانب التي ركزت عليها الصورة .

5- تحديد مفاهيم الدراسة:

تعريف الصورة الفوتوغرافية: الصورة شكل الشيء وهيئة ومثال الشيء المرسوم على صفحة من الورق أو النسيج وصورة الأمر كذا صفتها، جمعها صور. (1)

مفهوم الصورة: جاء في لسان العرب لابن منظور، مادة (ص . و . ر) «الصورة في الشكل، والجمع صور، وقد صوره فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته، فتصور لي، والتصاوير: التماثيل .

قال «ابن الأثير»: الصورة ترد في لسان العرب (لغتهم) على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته.⁽²⁾

التعريف الاصطلاحي: هي الصورة التي يتم الحصول عليها بتأثير الضوء على مادة حساسة للضوء، حيث تتكون الصورة عن طريق نظام بصري تستخدم فيه عدسات وأجزاء بصرية أخرى، إذا وسعنا المدلول فان اللفظ يشير إلى أي صورة أو شكل بفعل الطاقة.⁽³⁾

وهنا يمكن تعريف الصورة على أنها: «علامة تماثلية غير لغوية يتطابق فيها الدال والمدلول إلى حد كبير والتماثل هو حجر الأساس في مفهوم الصورة نقول صورتني تماثلني وصورة جدتي تماثلها، ولا نقول تشابهني أو تشابهها لأن التشابه مفهوم ثقافي يختلف حسب الحضارات البشرية، وبمعنى أن الصورة نسخة صادقة أو شبه صادقة عن واقع موضوعي، أي كما يفهمها الغالبية منا عادة».⁽⁴⁾

التعريف الإجرائي: هي الصورة الملتقطة بواسطة آلة تصوير أو هاتف ذكي تقوم من خلالها بتجميد الواقع قد يكون في أغلب الأحيان عن الأحداث والأشخاص وتكون دليل على الواقعة أو الحدث والتي استخدمت لتوثيقه وبالنسبة لموضوعنا هي صور عن مظاهرات ومسيرات الحراك الشعبي السلمي في الجزائر والتي بدأت منذ 22 فيفري 2019 ونشرت على صفحات الفيسبوك.

2. استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها:

منذ بروزها عرفت مواقع الشبكات الاجتماعية إقبالا منقطع النظير من قبل المهتمين بها على اختلاف الأجناس والأعمار والانتماءات، وذلك بالنظر لما أتاحتها هذه الأخيرة لمستخدميها هذا الأمر وبطبيعة الحال أخذ يمر معه عددا

من القضايا، لأن أي ظاهرة لا بد لها أن تحدث تأثيرا فالحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي يجرنا إلى الحديث عن القضايا التي تؤثر في المستخدم وسيتم التركيز في هذا الشأن على ثلاث قضايا رئيسية طرحها استخدام الشبكات الاجتماعية وهي الخصوصية والهوية والعزلة الاجتماعية .

1- استخدامات الشبكات الاجتماعية:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات وذلك من خلال مجموعة من الخدمات التي ندرجها في النقاط التالية:

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء: من خلال إتاحة الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع أفراد الأسرة والأصدقاء.
- الممارسات السياسية: أتاحت هذه المواقع للمستخدم فرصة الممارسة السياسية عن طريق إبداء رأيه وتوجهاته السياسية من خلال العديد من القضايا التي تطرح على هذه المواقع.
- تكوين العديد من الأصدقاء: أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية البيئة الافتراضية التي يستطيع المستخدم من خلالها أن يكون أصدقاء حسب المعايير التي يختارها هو.
- التسلية وممارسة الهوايات: فقد أصبحت هذه المواقع المتنفس الذي يقوم المستخدم من خلاله بقضاء وقت فراغه وممارسة اهتماماته.
- التسويق والإعلان: حيث أصبحت مختلف الشركات الاقتصادية تعتمد على مواقع الشبكات الاجتماعية من الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

• الخدمات الطبية: حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية، الطب عن بعد، الطب البديل.⁽⁵⁾

وتتعدد استخداماتها حسب طبيعة المستخدم والإشاعات التي يسعى لتحقيقها سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو نفسية أو سياسية... إلخ، هذه الشبكات يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مثل «ماي سبايس» أداة للتطور الاجتماعي وضرورة للشباب للإسهام بجدية في القضايا الاجتماعية والسياسية لخدمة المجتمع. غير أنه وإلى جانب الخدمات الإيجابية التي تقدمها هذه المواقع، يقود الاستخدام المفرط إلى عدد من القضايا.⁽⁶⁾

2- القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية:

- الهوية: تلعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم. وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي اعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها يكون المستخدم مطالباً بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع، فعلى سبيل المثال الإجراءات التي يشترطها موقع الفسبوك للقيام بإنشاء المستخدم لصفحته الخاصة حيث يفرض عليه تقديم تفاصيل

ومباشرة، بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضواً في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي تكون أساساً لهذه الشبكة.⁽⁷⁾

غير أن ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكة فإن البعض يتجه اتجاهها آخر بانتحال شخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة. فمن السهل على الشخص إنشاء العديد من الهويات الإلكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من أنها غير مرئية إلا أنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي.

- الخصوصية: إن الخصوصية هي حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات عن أنفسهم فثمة أمور تدخل في عداد الأمور الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الانتخاب وماذا تقول في خطاب مرسل من خلال البريد، وعلى أي حال فإن السهولة التي تتوحد بها قواعد البيانات وخطوط الاتصالات قد وضعت الخصوصية تحت ضغوط هائلة وصعبة.

ونقصد بالخصوصية المعلومات الشخصية التي تتضمن اسم الشخص، عنوانه الشخصي، رقم هاتفه، مكان عمله، البريد الإلكتروني الخاص به وغيرها من المعلومات التي يعرف من خلالها الشخص بنفسه في الشبكات الاجتماعية التي يعتبر عضواً فيها، وتعتبر الخصوصية من بين القضايا التي أثارها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، فالأمان والخصوصية لم تكن الأولوية الأولى للملكي هذه المواقع نتيجة لذلك تعددت المخاطر التي قد لا يدرك المستخدمون مدى تأثيرها فقد لا يدرك الأشخاص حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول لمعلوماتهم بكل سهولة ويسر.

وتختلف مستويات الخصوصية من موقع إلى آخر، ففي إحدى الدراسات التي أجريت على موقعي «فيسبوك» و «ماي سبايس» أعرب مستخدمو الشبكتين عن مستويات متقاربة من القلق بشأن خصوصيتهم، ونتج عنها دلائل على أن تفاعل المستخدمين مع بعضهم على الشبكة لا يحتاج لجنس مستوى الثقة التي يحتاجونها عندما يكون التفاعل وجها لوجه بل أقل بكثير، وإن الناس على استعداد لمشاركة صورهم ومعلوماتهم في الشبكة أكثر من الواقع. (8)

إعدادات الخصوصية في موقع الفيسبوك: تتضمن صفحة إعدادات الخصوصية في الفيسبوك ما يلي:

- صورك وحالتك ومنشوراتكم.
- سيرتك واقتباساتك المفضلة.
- عائلتك وعلاقاتك الاجتماعية.
- صور ومقاطع الفيديو التي قام أحد بإضافتك فيها.
- الأماكن التي قمت بتسجيل الدخول فيها، وبإمكانك أن تعطي هذه الصلاحية إلى مجموعات مصنفة هي: الجميع.أصدقاء أصدقائك.أصدقاءك.أنت فقط.

ويتوقع أن تكون المعلومات الشخصية هي العملة الأكثر تداولاً في الانترنت في 2020، هذه هي النتيجة التي وصلت إليها دراسة أمريكية خلال العام 2010 والمقصود من هذا القول هو أنه إذا كان المقابل المادي هو العملة التي تستخدم للحصول على الخدمات وشراء الأشياء في عالم الانترنت اليوم، فإنه في عام 2020 سيكون هناك تغير مهم حيث تتحول المعلومات الشخصية

إلى طريقة أساسية يتم على أساسها مقايضة الخدمات على الانترنت بين الأفراد والشركات أو الشركات والشركات. (9)

- العزلة الاجتماعية: يحذر كثير من التربويون والأخصائيون النفسيون من خطورة إدمان الأفراد للانترنت أو أي مستحدث تكنولوجي آخر، لما له من انعكاسات سلبية على حياتهم وسلوكياتهم، حيث يؤدي إلى تدمير قيم المجتمع و انتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجرمة والعنف والفوضى بالإضافة إلى تعرض الأبناء وخاصة المراهقين في المرحلة الثانوية أو الجامعية لكافة أشكال الاضطرابات النفسية كالاكتئاب والقلق والشعور بالوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية والضغط النفسية المتزايدة وفقدان الثقة بالنفس. (10)

ونظرا للوقت الكبير الذي يقضيه الأفراد وهم يتصلون مع آخرين عبر شبكة الانترنت أكدت الكثير من الدراسات أنه كلما زادت ساعات استخدام الانترنت، كلما قل الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأشخاص الحقيقيين في حياتهم وهذا من شأنه أن يؤثر على العلاقات الاجتماعية ويتسبب في العديد من المشاكل التي يأتي في مقدمتها العزلة الاجتماعية، ففي المنزل الواحد الذي يقطنه نواة واحدة أبوان وأطفال نجد أن كل فرد في الأسرة أصبحت له وسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الاتصالية الخاصة. (11)

ويزداد اهتمام الجيل الجديد من الشباب بكل تطبيقات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتبر فضاءهم المفضل للتعبير عن ذواتهم وتحقيق إشباعاتهم.

لكن حتى وإن كان الدخول إلى الانترنت وغرف الدردشة تعبيراً عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن فراغ نفسي وعاطفي ووجداني لدى بعض الأفراد، بالإضافة إلى أنه في كثير من الأحيان تعبير عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات

محكومة بالسرية والكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تقود في نهايتها إلى مزالق خطيرة قد تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم.⁽¹²⁾

- التحليل السيميولوجي للصورة:

- الصورة رقم 1: نشرت بتاريخ: 09 مارس 2019 ، على الساعة: 11:04



انتشرت هذه الصورة على صفحات الفيسبوك وتداولها النشطاء، بشكل واسع، حيث تظهر زوجان يقفان في شرفة مواجهة للمبنى المقابل بينما يتجمع الآلاف من الناس، في الشارع ديدوش مراد وساحة أودان، في وقت ترتدي المرأة العلم الجزائري.

وتم نشر الصورة من طرف صفحة 2 algerianstravel حيث نالت إعجاب أكثر من 43 ألف شخص، على الانستغرام ومشاركة الآلاف على الفيسبوك و تويتر.

نوع الصورة: صورة فوتوغرافية.

التاريخ: 9 مارس 2019 .

المرجع: صفحة 2 algerianstravel

- وصف الصورة:**التشكيل:**

نلاحظ أن هذه الصورة وردت بدون إطار، وأن المصور اعتمد رؤية من الأعلى، كما يظهر أنه كان قريبا من المنظر عندما التقط صورته، أما بالنسبة للألوان فقد هيمن على الصورة اللون الأبيض والأسود، وتضم الصورة مجموعة من الشباب رجالا ونساء يحملون العلم الوطني ويخرجون في أحد الشوارع الرئيسية بالجزائر العاصمة.

الرسالة الألسنية :

إن الصورة التي بين أيدينا غير مرفقة بأي بخطاب لغوي يساعدنا على فهم اللوحة ويعيننا في التعرف على مجموعة من المعلومات حولها.

الموضوع :

يدور موضوع الصورة حول المظاهرات التي حدثت في المدن الجزائرية منذ 22 فيفري 2019 في إطار ما سمي بالحراك الشعبي السلمي المطالب بعدم ترشح بوتفليقة لعهددة الخامسة وبتغيير النظام مع التركيز في هذه الصورة على الحشود التي تعم الشارع والزوجين اللذان يشاهدان ذلك من الشرفة مع توشح المرأة بالعلم الجزائري. فجاءت الصورة من الأعلى إلى الأسفل.

دلالة الصورة :

تدور الصورة حول مظاهرة من مظاهرات الجمعة التي أقيمت في الجزائر من أجل المطالبة بإسقاط رموز النظام ومطالب أخرى، التي تبدو وكأنها تهتف كما أنه يظهر انطلاقا من نظرة الزوجين من الشرفة وابتسامة الإعجاب بالمتظاهرين ومشاركتهم والتفاعل معهم خاصة مع العلم الوطني الذي توشحت به المرأة.

والصورة أيضا تؤكد على الدور الفعال الذي قامت به المرأة حيث وقفت جنبا إلى جنب مع الرجل من أجل تحقيق المطالب، وتوحي أيضا بنظرة الاعتزاز و الأمل بغد أفضل ويتجلى ذلك من خلال نظرة الزوجين إلى الحشود من المتظاهرين مع رفع الرأس الذي يبدو إلى الأعلى وكأنهما ينظران إلى السماء دلالة على التطلع للأفضل.

وكخلاصة يمكن القول بأن الصورة تثير فينا حس الوطنية كما تجعلنا نفخر بالجزائريين وسلوكاتهم السلمية.

- الصورة رقم 2 :



الصورة تداولتها العديد من صفحات الفيسبوك وحققت نسبة كبيرة من المشاركة والتفاعل.

- الوصف:

الصورة تضم مجموعة من المتظاهرين بين شباب وكهول يحملون العلم الوطني ولافتة ويخرجون ويسيرون في أحد الشوارع الرئيسية بالجزائر العاصمة

الرسالة التشكيبية:

- الإطار: يحفّ الصورة إطار رباعي الخطوط مفتوح من الأعلى.

- التأيير: موضوع الصورة هو الشعب الجزائري المتظاهر، فقد ركّز المرسل في إبرازهما من خلال اختيار مجموعة من الشباب والكهول، حيث يبرز العلم الجزائري واللافتة التي كتب عليها عبارة «1962 استقلال التراب و2019 استقلال الشعب» إذ نلاحظ أن اللافتة كانت أكثر تقرباً للعين.
 - زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: أخذت هذه الصورة بزاوية نظر عمودية مقابلة (عادية)، حيث تبدو العناصر في مقابل عين المشاهد مباشرة، من الأمام وبشكل مقابل لمتظاهرين حيث يظهر التقاط الصورة عن قرب .
 - الرسالة الإيقونية: كما يدلّ التجمّع الهائل للشعب في الشوارع على رغبة الجزائريين في التغيير على اختلاف أعمارهم وحتى وإن كانت الغالبية منهم شباب وحملهم وتوشحهم بالراية الوطنية دلالة على تمسكهم بالوطن، أما ما كتب على اللافتة فهو يحمل معنى أن التغيير الحقيقي لم يحدث منذ الاستقلال أي أن 1962 كان استقلال الأرض فقط والآن جاء دور استقلال الشعب وهي دلالة على وصاية فرنسا على الشعب من خلال أتباعها وعملائها والتخلص من رموزها هو الاستقلال الحقيقي للشعب .
 - الرسالة الالسنية: تمثّلت الرسالة الالسنية في هذه الصورة في اللافتة و ما حملته العبارة التالية: «1962 استقلال التراب و 2019 استقلال الشعب» من دلالات عن تدمير الشعب من نظام الحكم منذ الاستقلال حيث استقلت الأرض لكن الشعب لم يحصل على استقلاله إلى غاية اليوم ومع الحراك الشعبي فقط .
- المستوى التضميني :**

إنّ هذه الصورة تعبر عن هدف من أهداف مسيرات الشعب الجزائري بمختلف أطيافه والتي بدأت برفضه ترشح الرئيس بوتفليقة لعهدة خامسة ثم مطالب أخرى متعلقة بذهاب رموز النظام والفساد، وبالنظر مطوّلاً لهذه

الصورة والتمعن فيها يتضمن دلالات ومعاني كاملة تحيل إلى الذهن العديد من الأفكار وأول ما يثير الاهتمام فيها هو الشباب ونظرة الأمل والتغيير والتي تجسدت في عبارة التي تحملها اللافتة وكذا الراية الوطنية والتي يحملها ويتوشح بها أغلب المتظاهرين خلال مسيرات الحراك الشعبي السلمي .

الصورة رقم 3: تم النشر بتاريخ: 15 مارس 2019 الساعة: 19:35



تم تصنيف صورة الحراك الشعبي الذي شهدته العاصمة الجزائرية الجمعة 15 مارس كأفضل صورة

من طرف صحيفة «الغارديان» البريطانية 20 صورة كأحسن صور التقطت، وجاءت الصورة التي التقطتها المصورة الفوتوغرافية لوكالة رويترز «سمرة بن زهرة» للحراك الشعبي بين أفضل الصور ونشرت الغارديان الصورة التي نالت إعجاب الكثيرين ضمن تقريراً أعدته الصحيفة .

التشكيل :

الصورة فوتوغرافية، يبدو أنها ملتقطة من الزاوية اليسرى لمنظر المسيرة من الأعلى، ومنفتحة على أفق يبلغ أقصى مدى الرؤية، ولذلك تملأ المسيرة جنباتها دون أن تستطيع الصورة احتواء نصف الحشود المحشورة في هذا الزحف الهائل، من الشارع الرئيسي والشوارع الفرعية إلى أن تلتقي فيما بعد في الشارع الرئيسي والعمارة المرتفعة التي يتواجد بها المتظاهرون يحملون الأعلام

واللافتات مجتمعين في بناية تتجه الأنظار نحوهم حتى وإن كانت الصورة لا تظهر الوجوه بشكل واضح إلا أنها توحى بتعدد وتنوع من حيث الأعمار والتوجهات يجمعهم هدف واحد.

موضوع الصورة:

يتمحور محور الصورة حول مسيرة الشعب الجزائري ضمن الحراك الشعبي الذي تشهده كل جمعة بالجزائر العاصمة، والصورة تأكيد لهذه المسيرة السلمية لأطياف الشعب ومن خلال تركيز الصورة على الحشد لا تظهر وجوههم أو ما يرتدونه أو ما يحملونه من اللافتات لأن المغزى هو الحشد وتواجده خلال المسيرة، تتألف الصورة من مجموعة من العناصر الأيقونية واللغوية، فبين ارتفاع العمارات بمحاذاة الشارع الرئيسي والشوارع الفرعية والتي تعبر عن تدفق الحشود حيث تمتلأ الصورة بأشخاص يسرون نحو اتجاه واحد، يحملون في يسراهم وعلى أكتافهم أعلام الجزائر، أشخاص من مختلف الأعمار، تدل على ذلك مظاهرهم المتباينة، وأشكال لباسهم، ويبدو الحماس في حركاتهم وتجمعهم، يحدوهم العزم والتضحية والإيمان بقضية الوطن .

الخطاب اللغوي:

استنادا إلى المكونات اللغوية في الصورة من خلال اللافتات التي يتضح أن مرسل الصورة لم يركز على ما كتب عليها بقدر تركيزه على الحشود لذلك لا تظهر العبارات والشعارات بشكل واضح فهو يصف الحدث ويوثق الواقع عبر الصورة.

دلالة الصورة:

على المستوى الدلالي تفجر الصورة الكثير من الإيحاءات عبر وحداتها الأيقونية واللغوية بدلالات وطنية تؤكد على أن الشعب الجزائري بكل أطيافه وفئاته صوت واحد بخصوص هذه المطالب الوطنية ذات الأولوية، مستعد لكل

التضحيات، بكل الوسائل، جاهز لكل الاحتمالات لضمان وحدة الوطن واستمرار مسيراته إلى غاية تحقيق مطالبه.

الصورة رقم 4:

نشرت يوم 10 ماي 2019 على صفحات الفيسبوك وتناقلتها أيضا المواقع الالكترونية ووسائل الإعلام وتفاعل معها الكثيرون بالمشاركة والتفاعل والتعليقات. لما تحمله من معاني ونذكر أن التيفو الذي خصص للأسبوع 12 من الحراك بولاية برج بوعريريج والذي يشرف على إعداده مجموعة من الشباب بجي أولاد الجباس، يعبرون من خلاله عن الوضع السياسي الراهن و يقدمون مجموعة من المطالب والمقترحات في شكل رسم رمزي وإيحائي بشعار كتب باللغة العربية والانجليزية «الأسس، البناء، الحضارة».



التشكيل :

الصورة فوتوغرافية، يبدو أنها ملتقطة لمنظر التيفو من الأسفل، التيفو الذي أطلقه شباب بولاية برج بوعريريج وهم مجتمعين في بناية أطلقوا عليها اسم «قصر الشعب» تتجه الأنظار نحوهم حتى وإن كانت الصورة لا تظهر

الوجوه بشكل واضح إلا أنها تظهر شباب يعبرون من خلال التيفو عن مطالب ورسم للوضع الراهن صورة فنية تعبيرية رمزية.

موضوع الصورة:

يتمحور موضوع الصورة حول التيفو¹ وهو أسلوب ابتدعه الشباب ضمن فنون الحراك الشعبي الذي تشهده كل جمعة المدن الجزائرية والذي ينتظرونه بكل شغف ويتناقلون صورته خاصة عبر صفحات الفيسبوك، ومن خلال تركيز الصورة على التيفو لا تظهر وجوههم أو ما يرتدونه أو ما يحملونه من اللافتات لان المغزى هو مضمون التيفو يتألف التيفو من مجموعة من العناصر الأيقونية واللغوية، في شكل رسم في إبداع إيجائي ورمزي يعبر به الشباب على موقفهم من الوضع الراهن ومطالبهم من خلال هذا الرسم.

الخطاب اللغوي:

استنادا إلى المكونات اللغوية في الصورة من خلال الكلمات والعبارات التي يتضح أن الصورة ركزت على تدعيم الرسم بلغة مكتوبة تفسر وتكمل ما ورد من صور كالأحجار التي تحمل الحجر الأساسي الذي يحمله الشخصية وهو الوحدة الوطنية وأسماء كالمفكر مالك بن نبي قطاعات الصحة والقضاء والتعليم والتي تعد أسس بناء دولة قوية وكذلك الرسومات للحيوانات وتحمل عبارات المصالح الشخصية، تدويل القضية والفراغ الدستوري دلالة على رفض التدخل الأجنبي وكذا تعبيرا عن الوضع الراهن، كما جاء الشعار باللغة

والتيفو في اللغة.. كلمة تعود أصولها إلى اللغة الإيطالية وتعني تشجيع فريق رياضي واللافتات التي يرفعها المشجع في الميدان... وعربيا يجري تداولها تحت مسمى **الدخلة** عند الجمهور في الجزائر وكغيرها من الدول تشتهر فيها كرة القدم ويقوم مشجعوها بصنع التيفو في المدرجات في العديد من الأندية وكغيرهم من الرياضة إلى السياسة حيث تشكل مدرجات الملاعب مجال التعبير للشباب عن كل شيء بما في ذلك السياسة... ومع الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر منذ 22 فيفري 2019 ومع خروج الشعب للشوارع للتعبير عن رفضهم للنظام القائم وتكرار خروجهم كل جمعة حاملين شعارات ولافتات تعبر عن مطالبهم السياسية والاجتماعية... انتقل الشباب إلى التعبير عن مطالبهم باستخدام التيفو في اغلب المدن الجزائرية والذي تميز كل جمعة بصورة تعبيرية عن الوضع وعن المطالب وهذا ما دفعنا لمحاولة تسليط الضوء على بعض الصور التي حملها التيفو في بعض المدن الجزائرية.

العربية والانجليزية وهو «الأسس - البناء - الحضارة» وهي مطالب المرحلة المقبلة.

دلالة الصورة:

على المستوى الدلالي تفجر الصورة الكثير من الإيحاءات عبر وحداتها الأيقونية برسم واد على حافتيه الجزائر الجديدة التي ستبنى بأسس ثابتة وحملت رسوما للكلب الذي يرمز لأبواق الفتنة داخليا وخارجيا، أما شخصية الرجل فهي ترمز لشخصية شعبية وتمثل الشعب وهو الفاعل الرئيسي في بناء الدولة، أما جذع الشجرة فهو يرمز إلى همزة الوصل بين حافتي الواد حيث أن الشخصية تسير بخطى حذرة حتى لا تسقط في المستنقع المليء بالتماسيح وهنا المستنقع يرمز إلى المخاطر المحدقة بالجزائر من خلال التماسيح وهي أيدياًجنبية تسعى إلى الفتنة وزعزعة الاستقرار، أما الأحجار فهي أسس بناء الدولة حيث يحمل كل حجر إسم ويمثل قطاع مهم كالتعليم، الصحة، الاقتصاد.

بدلالات وطنية تؤكد على أن الشعب الجزائري بكل أطيافه وفتاته صوت واحد بخصوص هذه المطالب الوطنية ذات الأولوية، مستعد لكل التضحيات، بكل الوسائل، جاهز لكل الاحتمالات لضمان وحدة الوطن واستمرار مسيراته إلى غاية تحقيق مطالبه لكن نشير إلى أن الرسم يعبر عن موقف الشباب من الوضع ومقترحاتهم في قالب في تعبير رمزي خاص بهم.

أهم النتائج:

تميزت الصور التي يتداولها النشطاء عبر صفحات الفيسبوك بالمعاني والدلالات العميقة عن التمسك بالمطالب الشعبية السلمية ضمن الأهداف الوطنية من خلال اللافتات والشعارات التي رفعها المتظاهرون في الجزائر في كل جمعة من الحراك الشعبي بـ «لغة جديدة» وإبداع مستوحى من المستجدات التي تطرأ على الساحة السياسية خلال أسبوع حيث نجد شعارات ومطالب

تتجدد كل جمعة وأخرى تستجد كرد فعل على ما يحدث خلال الأسبوع وما يتخذ من قرارات سياسية.

انطلاقا من تحليلنا لمجموعة من صور الحراك والمداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي -صفحات الفيسبوك تحديدا - والأكثر تفاعلا خلال الحراك الشعبي السلمي والتعرف على معانيها ودلالاتها.

ويمكن تلخيص أهم نتائج هذه الدراسة كالآتي:

- لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في نقل ونشر صور مسيرات الحراك الشعبي وأحدثت تفاعلا مهما بين روادها وكانت مصدرا مهما لنقل المعلومة والصورة في ظل غياب تغطية وسائل الإعلام للمظاهرات خاصة مع البدايات الأولى لانطلاق الحراك الشعبي.
- كانت الصورة وسيلة هامة لنقل الأحداث والتعبير عن الوضع السياسي الراهن.
- اكتساح هذه الصور لمنصات التواصل الاجتماعي تأكيد على مدى تأثير الصورة وقوتها في نقل الأحداث.
- نجحت الصور في نقل مطالب المتظاهرين من خلال الشعارات والعبارات المختلفة كما نجحت الصور في الجمع بين مختلف أطياف المجتمع الجزائري بأعمار مختلفة وانتماءات مختلفة تحت مطلب موحد هو حماية الوطن .
- أظهرت الصور الملتقطة استخدام مجموعة من العناصر الأيقونية كالعلم الوطني والذي كان حاضرا بقوة كرسالة قوية ومعبرة عن الوفاء للوطن فقط.
- صور المتظاهرين فرضت نفسها بتنظيمهم وشعاراتهم وسلميتهم.

- لأننا نعيش عصر الصورة بإمتياز فقد وثقت الصور لوقفات ومسيرات الحراك الشعبي السلمي الحضاري
- كانت دلالات الصور هي التعبير عن الأفكار بعبارات وشعارات لا تخلو من المطالب والمقترحات السياسية في قوالب متعددة وبلغه وأسلوب من يحملها (لغة عربية، دارجة ..) رسومات أو بأسلوب تهكمي... المهم أن الرسالة تصل ومجال التعبير مفتوح...

الخاتمة:

خلال تحليلنا لصور عن مسيرات الحراك الشعبي السلمي يمكننا أن نقول بأنه إبداع القول والمعنى ما تجلى في اللافتات والشعارات التي ميزت المسيرات والتي تفاعل معها الجمهور الذي تناقل الصور عبر صفحات الفايسبوك وشاركها والتي أظهرت جرعة جديدة من الإبداع الجماهيري الفني، حيث تم التركيز من خلال الشعارات والعبارات على الاحتجاج السلمي والابتعاد عن العنف، كما أبرزت الصور مشاركة الجزائريين بكل أطيافهم وتوجهاتهم، كبارا وصغارا، رجالا ونساء وهو ما يعبر عن التنوع والتعدد الذي شهدته المسيرات الشعبية، يعود الفضل في الترويج لهذه الصورة المشرفة عن الشعب الجزائري، إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تحولت إلى بوصلة تقود المجتمع، حيث أنها كسرت احتكار وسائل الإعلام العالمية لصلاحيات نقل الأحداث، كما لعبت هذه المواقع وبالأخص الفايسبوك، دورا كبيرا في نقل الواقع، كما هو دون تشويه أو تحريف، بل وخدمت صورة الجزائر، بفضل انخراط الفنانين والرياضيين والإعلاميين والمؤثرين في الأحداث، وتركيزهم على نشر الصور الايجابية انتشرت العديد من الصور لمواقف مؤثرة عبر المنصات التفاعلية، وأظهرت مسيرات تشارك فيها النساء بقوة في ظل احترام تام، كما أظهرت تلاهما غير مسبوق بين مختلف الشرائح الاجتماعية، بما في ذلك الأطفال

والشيوخ وحتى ذوي الاحتياجات الخاصة الذين توشحوا كغيرهم ألوان العلم الوطني.

الهوامش:

- 1 - مجموعة من الأساتذة (2006) : القاموس ، ط4 ، بيروت ، دار الكتب العلمية ، ص 351.
- 2 - ابن منظور : لسان العرب - دار لسان العرب- بيروت- مادة ص.و.ر. - د.ت - 492/2 .
- 3 - أحمد محمد الشامي، سيد حسب الله (1988): الصورة الفوتوغرافية، الرياض، دار المريخ، ص 86.
- 4 - شاكر لعبي: «الصورة بوصفها تليفا إعلانيا» مجلة تواصل، العدد6، بغداد، هيئة الإعلام والاتصالات، 2006، ص 42 .
- 5 - لحمر عباس: محاضرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وملاحق الاقتصاد الجديد، جامعة مستغانم، الجزائر، (غير منشورة) ، 2008، ص14 .
- 6 - عباس مصطفى صادق (2008): الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات ، الأردن ، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص213 .
- 7 - غسان منير حمزة (2002): الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، ط2، بيروت ، دار النهضة العربية ، 2002 ، ص 103 .
- 8 - ملك بنت عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات، جامعة الملك عبد العزيز، تم استرجاعها بتاريخ 30 مارس 2015 <https://fr.slideshare.net/hatem1981/ss-10618309>.
- 9 - عمار بكار: وبدأت معارك المعلومات الشخصية، الصحيفة الاقتصادية الإلكترونية، عدد 6611، ص25.
- 10 - محمد عبد الهادي وآخرون: إيمان الأنترنت وعلاقته بكل من الاكتاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، القاهرة، مجلة كلية التربية بيني سويف، 2005، العدد 04 .
- 11 - شريف درويش اللبان(2000): تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص195 .
- 12 - إبراهيم إسماعيل عبده: العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت: دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، السعودية ، مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام، 2009، ص45.

صراع الهوية الثقافية والمذهبية عبر الفضاء الإلكتروني في المجتمع الجزائري

أ. سهام قنيفي - جامعة بسكرة -

مقدمة:

يمثل الفضاء السيبراني مساحة افتراضية رقمية، وعالم تتقلص فيه الحدود الزمنية والمكانية كما تضيق فيه وتكاد تنعدم مختلف القوانين والقواعد التي توضع عادة لترسم حدود الحرية وإبداء الرأي باسم تنظيم هذه العلاقات الإنسانية، بعيدا عن أي ضغوط. إن الحالة الزبئية التي تخلقها بعض التجاوزات نتيجة لغياب أي أسس وقواعد تنظيمية في الفضاءات الإليكترونية وفي غياب الذهنيات المفكرة والقائدة التي تسيّر الحوار الافتراضي في مسارات ثقافية وفكرية تضفي حالة صحية وديمقراطية في مناقشة الشؤون العامة والمجتمعية الثقافية والأيدولوجية والسياسية... الخ، التي تشكل عادة طابوهات اجتماعية يصعب الحديث عنها أو مناقشتها في العالم الواقعي، حيث يخلق ذلك تهديدا وخطرا للحياة الطبيعية المجتمعية واستمرار المجتمع وتماسك مكوناته.

فبالرغم من أن المجتمع الجزائري -على غرار مختلف المجتمعات العربية والعالمية- عرف تنوعا كبيرا في الأعراق والمكونات الثقافية التي انصهرت فيما بينها مكونة بذلك هوية المجتمع الجزائري وعكست قوته وتماسكه، إلا أن العديد من التوترات والصراعات الثقافية والطائفية طفت في السنوات الأخيرة على الجبهة الداخلية الجزائرية والتي غذتها مجموعة من الصراعات الضيقة بين جماعات صغيرة في البوتقة الثقافية نفسها والتي تنوعت بين صراعات اللغة والمذهب... الخ، مشكّلة بذلك تهديدا لاستقرار الهوية الاجتماعية الجزائرية والسيادة الوطنية.

وتحتضن التكنولوجيا الحديثة اليوم وعبر فضائها الإلكتروني هذا الصراع الفكري المذهبي الثقافي الجزائري من خلال النقاشات التي يسيروها

المستخدمون عبر صفحاتهم الخاصة أو المجموعات التي ينتمون إليها، مشكلة بذلك رأي عام إلكترونياً مشتتاً كل حول توجهه الفكري والمذهبي فالملاحظ اليوم لمختلف المواقع الإلكترونية يجدها ساحات للحرب ومعارك كلامية ورمزية يسعى كل فصيل ثقافي وايدولوجي مذهبي كسب الرهان اتجاه الآخر، وبذلك تخلق حالة من التوتر والصراع الذي تنجر عنه حالة من الاضطراب والانقسام، وفي الكثير من أحيان تنتقل إلى العالم الواقعي الذي ترجم في أحداث دامية عرفتها العديد من المناطق في الجزائر، أي أن الفضاء الافتراضي السبيرياني خلق حالة من التهديد والاستقرار الأمني.

وسنحاول في هذا البحث التطرق إلى حيثيات الإشكال المتمثل في تجليات صراع الهوية الثقافية والمذهبية في المجتمع الجزائري عبر الفضاء السبيرياني؟ ومن أجل الاحاطة به نتبنى العناصر التالية كمحاور أساسية: الصراعات العرقية والطائفية (الواقع والأسباب)، الفضاء الإلكتروني ومزاياه وخصائصه، الصراع الهوياتي في المجتمع الجزائري، مظاهر الصراع الهوياتي الجزائري عبر الفضاء السبيرياني.

وتتمثل أهمية ورقتنا البحثية في كونها تعد مقاربة تحليلية في أكثر القضايا أهمية في المجتمع من حيث تأثيرها على استقرار المجتمع وتماسكه، والتي قد تترجم استقراره وقوته أو تكون سبب في انهياره وتزعزع مكوناته وتصارعها، خاصة في ظل التجاذبات الداخلية التي تقودها التكنولوجيات الحديثة والمهددة للهوية والثقافة المجتمعية.

1. الفضاء الإلكتروني - المفهوم والمجال والخصائص:

تختلف التسميات التي تطلق على الفضاء الإلكتروني ما بين الإلكتروني والسيبراني والافتراضي وتتحد هذه التسميات في التعبير عن المجال الذي وفرته تكنولوجيات الاتصال الحديثة وحسب فريق من المختصين في وزارة الدفاع

الأمريكية هو «المجال العالمي الذي فيه بيئة من المعلومات تتألف من تأبط البنى التحتية للمعلومات التي تتضمن الانترنت وشبكات الاتصالات السلوكية واللاسلكية وأنظمة الحواسيب وما ضم معالجات وأجهزة تحكم» كما عرفته الوكالة الفرنسية لأنظمة الإعلام (ANSSI)، وهي وكالة حكومية مكلفة بالدفاع السيبراني الفرنسي على أنه: «فضاء التواصل المشكل من خلال الربط البيئي العالمي لمعدات المعالجة الآلية للمعطيات الرقمية»⁽¹⁾ كما أنه الفضاء الذي أوجده تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي مقدمتها الإنترنت، ويرتبط هذا الفضاء ارتباطا وثيقا بالعالم المادي عبر البنى التحتية المختلفة للاتصالات والأنظمة المعلوماتية وعبر العديد من الخدمات التي لم يكن بالإمكان الحصول عليها من دونه وليس أقل من ذلك الوصول إلى البيانات والمعلومات.⁽²⁾ وبالنسبة لـ «جويل دو روزناي» (Joel de Rosnay)، فالفضاء الرقمي أو «الفضاء السيبري» cyberspace هو فضاء يجمع بين مكونين هما: الفضاء والزمان الإلكترونيين وهو فضاء تم خلقه بواسطة شبكات التواصل التي أقيمت بين الحواسيب.⁽³⁾ تجمع التعاريف على أنه عالم يعتمد أساسا على تكنولوجيات المعلومات والاتصال التي تختلط بالخبرات الإنسانية في التواصل. ونحدد مفهوم الفضاء السيبراني في هذا البحث بتلك الجماعات الافتراضية اللامتناهية الجماهيرية والتي كونت مجتمعا موازيا قادا على جذب الأفراد نتيجة قوة تأثيره والقواعد التي تحكمه والتي تتسم بالفوضى والفرديّة.

والفضاء الإلكتروني شأنه شأن ظاهرة الفضاءات التقليدية التي تتألف من أربعة مكونات رئيسية هي المكان والمسافة والحجم والمسار ويعبر محتواها عن طبيعة وجود هذا المحتوى، ويتميز هذا الفضاء الإلكتروني بغياب الحدود الجغرافية وغياب الحكم القاهر لعنصر الزمن، كما أن القيمة الحقيقية للفضاء

الإلكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة داخله والمساهمة والتحكم بها في اطار وشكل الكتروني.

وتسمح لنا العلوم الاجتماعية اليوم أن نتميز على المستوى التنظيمي بين نوعين من الجماعات الافتراضية. تتخذ أولاهما شكل جماعات واقعية- فعلية réelles جرت فرضتها virtualisées، بينما تتمظهر الثانية عبر جماعات افتراضية نشأت داخل الشبكة العنكبوتية ثم ولجت الحياة الواقعية الفعلية بمجالاتها المختلفة، الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الفنية، لتستكمل حياتها داخلها. يفيد هذا التمييز بأن الحدود بين العالمين تتميز بـ«النفاذية»⁽⁴⁾ وبالرغم من أن «المجتمعات الافتراضية» على الخط، ليس صعبا فهمه، فهو يصعب إلى حد ما، تحديد هو تعريفه وقياسه على وجه الدقة. إنهم مفهوم يتعلق بالبرمجيات المستخدمة من حيث تجهيزها واستعمالها، وهو أيضا مفهوم يشير إلى مجموعة معينة من مستخدمي الإنترنت. كذلك يتكون هذا المجتمع حين يصبح مجموعة من الأفراد على الخط، يتشاركون في تفاعل اجتماعي رقمي بشكل ما، له خصائصه التكنو-اجتماعية. وربما يشير المفهوم أيضا إلى جماعات تشترك في خصائص اجتماعية أو تنظيمية أو ثقافية أو سواها. أو ربما يشترك أعضاء هذا المجتمع الافتراضي في توجهات فكرية معينة، أو اهتمامات علمية أو اقتصادية أو فنية أو إعلامية، الخ.

فالمجتمعات الافتراضية شأنها شأنًا لمجتمعات البشرية الطبيعية، تحتاج إلى التنمية والتطوير، كما تحتاج إلى التوجيه المجتمعي، والضبط الثقافي، فضلا عن متطلبات التعامل معها على مختلف الأصعدة المعرفية والاقتصادية والتجارية والثقافية، وغيرها.⁽⁵⁾ وتقترب العلاقة بين العالم المادي والعالم الرقمي بحيث يحصل مستخدمو الكمبيوتر على خبرات لا وجود لها يكتسبونها عن طريق هذا الاستخدام، فتؤثر بذلك المكونات الإلكترونية على العالم المادي والذي

يمكن أن نسمعه ونراه ونحسه ونتأثر به ونقرؤه وأصبحت قوة الشبكات والكمبيوتر تتزايد بمرور الزمن، لتجعل من السهولة ادراك وجود هذا المكون الإلكتروني، وهذا ما جعل الناس يرون في الفضاء الإلكتروني على أنه عالم مواز للواقع الذي نعيش فيه.⁽⁶⁾

وتتعدد التطبيقات التي تشكل هذا الفضاء السيبراني من أهمها المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي كما أنّ شكل التواصل الاجتماعي هو سمة هذا الفضاء، حيث يختلف إلى حد بعيد عن التواصل التقليدي، ويمكن حصر أهم هذه الخصائص والمميزات انطلاقاً من المقارنة بين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي في النقاط التالية:

- يسمح للفرد بأن يتفاعل مع عدد أكبر من الأفراد المشابهين له، وأولئك الذين يشاركونهم نفس الميول والاهتمامات، والذين يمكن أن لا يتواجدوا في نفس العدد في الجماعة التقليدية التي ينتمي إليها.
- يحس الأفراد الذين يتواصلون فيما بينهم بجرية أكبر في التعبير عن مواقفهم وآرائهم إزاء القضايا المختلفة موضوع النقاش.
- لا يقتصر دور المشارك فيها على تلقي المعلومات، بل يمتد هذا الدور إلى المساهمة والإثراء.
- يتميز التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالفورية والسرعة الفائقة، مقارنة بالتواصل التقليدي بين الأفراد والجماعات.⁽⁷⁾ كما تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية فقط وإنما يتجاوزها إلى الهوية الشخصية لأن مرتاديه هم ذوو هويات مستعارة وغير معروفين بذواتهم⁽⁸⁾ تعتبر هذه السمة مهددة للأمن الوطني أو القومي أو حتى الفكري والذي ينجر عنه تفكك للمجتمعات المحلية وزوال الأمم والدول، إذا ما وجدت التحركات عبر الفضاء الإلكتروني الأدوات

والآليات التي تغذي نشاط التحريض والتعرض للهويات الأخرى سواء كانت دينية أو عرقية.

2. الصراعات العرقية والطائفية في الوطن العربي (الواقع والأسباب):

يعد التنوع العرقي والثقافي سلاح ذو حدين، فإن انفتحت الأمم والمجموعات الإثنية على غيرها وتعاملت معها بحسن نية وتفهم واحترام وتسامح، أفضى ذلك إلى المحبة والتعاون والأمن والسلام، مثلما هي الحال في الولايات المتحدة وبريطانيا وأستراليا، التي استوعبت شعوبا وقبائل من أصول مختلفة. وإن انغلقت على نفسها وتعاملت مع غيرها بنية سيئة وازدراء وتعصب، أفضى ذلك إلى فقدان الثقة والتنافر والاضطراب والصراع.⁽⁹⁾ الحقيقة أن مثل هذه الصراعات تبرز بقوة على الساحة العربية، لأسباب تاريخية وأخرى متعلقة بطبيعة المجتمعات العربية في حد ذاتها فأغلب الدول العربية كالعراق ولبنان... الخ يوجد فيها نوع ما من الصراع العرقي أو الطائفي أو الديني.

وتنتشر الصراعات الطائفية والعرقية في الوطن العربي بشدة ووصلت في بعض الأحيان إلى حد تمزيق الدول وتقسيمها على غرار ما حدث في العراق والسودان ولبنان...، ولقد حدد «كاظم شبيب» في كتابه العديد من الأسباب التي تؤدي إلى ظهور الصراعات الطائفية أو الإثنية والمذهبية في العالم العربي، فيما يلي:

- غياب الوعي التاريخي: وذلك من خلال عدم القدرة على ابداع اجابات تستجيب لروح العصر، حيث أنّ بعض القضايا الجديدة لمطروحة على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الثقافي تجيب عليه الطوائف بمقاربات الماضي السحيق دون استحضار السياقات والمتغيرات الجديدة، اضافة إلى

نقل الصراعات من الماضي إلى الحاضر، بل تعزيزها مما يعيق امكانية التعايش المشترك.

- غياب ثقافة الاعتراف: وتتمثل في غياب الإيمان بالاختلاف ومحاولة الاستحواذ على الدولة لتصير أداة في يد طائفة تنظر لذاتها، باعتبارها متميزة وسامية وتستحق أن تسود على باقي الطوائف.

- غياب الغيرية: إذا كانت الغيرية هي إدراك الذات عبر وسيط الغير، أي أن الغير هم بوابة نحو فهم الذات وتعزيزها، فإن الغيرية تغيب في الدول التي يتضخم فيها الصراع الطائفي، لأن الطائفي يعتبر الغير عائقاً بل خصماً وعدواً، وبالتالي يجب إقصاؤه وإخضاعه، ومن هنا تتنامى مشاعر الحقد والكراهية ضد المختلف.

- غياب الشعور الوطني: إذا كان الشعور بالانتماء إلى وطن أكبر يتعالى على الانتماءات الإثنية والطائفية الضيقة، فالطائفي في ارتباطاته السياسية وحفاظاً على مصالحه الضيقة ورهاناته يفضل خطاب التقسيم على خطاب الوحدة الوطنية، ويفضل خطاب المصلحة الطائفية على حساب المصلحة الوطنية.

- تفجير المفهوم الكلاسيكي للدولة الوطنية (الدولة الأمة): بعد انهيار جدار برلين وانتصار المشروع الواحد والبديل الواحد الليبرالي في العالم الذي حمل في طياته مباشرة بعد الحرب اعترافاً وآمالاً لكل الهويات والطوائف، بل قدّم وعوداً بالدعم لها، فإن ذلك سوف يستثمر لاحقاً سياسياً من أجل تقسيم الدول وخدمة النظام العالمي الجديد، ومن أجل تجاوز الاستعمار بالشكل الكلاسيكي، فإن رفع شعار دعم الأقليات وإلزام الدولة بترسانة قانونية لخدمة هذه الأهداف، وذلك بحملها على الاعتراف بهذه الأقليات والطوائف سيكون ورقة لإضعاف الدولة الوطنية من الداخل.

- غياب العدالة وسوء التوزيع: غياب العدالة يؤدي إلى الإحساس بالظلم وبتجربة الاحتقار والذل، بما هي تجربة تحرم الفئات الاجتماعية والأفراد من بزوغ ذواتهم، وهو ما يؤدي إلى ظهور أشكال من المقاومة للنسق السياسي غير العادل. - غياب القراءة التأويلية للنصوص المقدسة للطائفة: وتبرز في حالة الصراعات الدينية سواء بين دين ودين أو داخل الدين الواحد. فيظلّ الناس حبيسي تأويلات ماضوية يؤدي بهم إسقاطها على عصر جديد ومرحلة جديدة إلى قتل الحاضر، والحفاظ على هذه الصراعات والانقسامات التاريخية، وهو ما لا يمكن تجاوزه إلا بتحرير النصوص المقدسة من القراءة النصية والواحدة.

- غياب الشرط الحدائي: إذا كانت الحداثة وعيا بالزمن، ووعي الإنسان بذاتيته باعتباره فاعلا في التاريخ، فالطائفية مضادة لقيم الحداثة بشكل مطلق، صحيح قد تستفيد من شروط التحديث التقني لكنها لا تستفيد من الحداثة، خاصة على مستوى قيمها التي تؤدي إلى بروز الفرد كفاعل في التاريخ، فالطائفية تعطل الدخول للحداثة.

- غياب الوعي الجيوبوليتيكي: أي غياب الوعي لدى الدول النامية ودول العالم العربي بأهمية الورقة الطائفية، وأهميتها في إدارة الصراعات الدولية والإقليمية، ولذلك في الوقت الحالي يمكننا أن نلمس أنّ الورقة الطائفية أضحت وسيلة للضغط على الدول.

- غياب إعلام بديل: أي إعلام يخدم الديمقراطية والعدالة والثقافة ومحاربة كلّ أشكال التمييز على المستوى النظري، وهو إعلام نحتاجه اليوم، لكنّ الإعلام الطائفي هو إعلام تحريضي يقوم على حشد المتصرين لهذه الطائفة أو تلك، وهو إعلام يقوم بوظيفة حربية بحيث يقوم بتصوير هذه الطائفة بأنها أصل كلّ المشاكل التي يعانها بلد ما، أو بتصوير طائفة أخرى باعتبارها المالكة للحل، بل إنّ مجرد خبر أو تعليق ما يمكن أن يؤدي إلى فتنة طائفية.⁽¹⁰⁾

ورغم ما يجري في الوطن العربي من أزمات وحروب تقوم على أساس التفرقة بين أبناء الوطن الواحد، إلا أن ما يجمعهم أكثر مما يفرقهم فإن كان الوطن العربي كاملا في حد ذاته تجمعه اللغة والدين والتاريخ والمصير المشترك، فناهيك عن البلد الواحد، أي أن أسباب الجمع أكثر وأهم من أسباب الفرقة، كما أن العالم العربي نتيجة لكل ما يجمعه فإن دوله تتأثر بما يحدث في دول أخرى فتتقلل الاحتجاجات والحراكات والصراعات مهما كان نوعها من بلد الى آخر.

3. الصراع الهوياتي في المجتمع الجزائري:

يتعلق مفهوم الهوية بمفهوم الثقافة في مجمل التعريفات التي تناولته، فهو مفهوم ثقافي تاريخي يتكون لدى الفرد، من خلال الثقافة التي يحيا فيها فدور الثقافة بكلمات حمله من معانيه وتكريس هوية ثقافية، من خلال عملية تمثل عاطفي واجتماعي مع عملية اندماج تاريخية وثقافية ونفسية واقتصادية تستغرق زمنا طويلا، مما يؤكد أهمية التاريخ في خلق الهوية الثقافية بصفته الرحم الذي تنمو وترعرع فيه، لتتشكل في نهاية المطاف هوية ثقافية معينة نتيجة انتماؤها لأمة معينة. غير أن هناك عدة عوامل تاريخية محلية وكونية ساهمت في بلورة ثوابت معينة للهوية الجزائرية تتمثل في ثلاث محددات – الدين الإسلامي واللغة العربية والأصل الأمازيغي.⁽¹¹⁾ فالهوية الثقافية هي من المفاهيم المتشكلة من جمهرة من العناصر التي لا تقتصر على ما هو مدون في السجلات الرسمية فقط – بالنسبة للغالبية العظمى من الناس – بل للانتماء إلى تقليد ديني أو مجموعة إثنية أو لغوية أو إلى مهنة أو مؤسسة ووسطا اجتماعيما، كذلك إلى مقتضيات أخرى يفترض أنها غير محدودة.⁽¹²⁾

وعند النظر إلى المجتمع الجزائري نجد فيه تنوعا كبيرا ويبرز التنوع واضحاً بين الأمازيغ والعرب، فيختلفون في اللغة والأصل فهذان السببان المباشرين في ظهور بذور الصراع الهوياتي في المجتمع الجزائري، غير أنه تجمع بينهما عناصر أخرى كالدين والتاريخ المشترك، وهذان عنصران كفيلا يرسا

ملامح التعايش والتعاون والاستقرار. فوحدة التاريخ تغذي الشعور بالفخر والاعتزاز بكل ما يمثله هذا التاريخ ويرمز إليه، كما أنّ الحروب تمثل نوعاً من المحن القومية، التي من شأنها أن تصهر الشعور القومي في بوتقة من الانفعال الموحد، بما يهيئ لصلابة الأمة في مجابهات التحديات.

وتشهد الجزائر منذ الاستقلال بعض الصراعات الداخلية القائمة على أساس عرقي أو مذهبي أهمها الصراع الأمازيغي - العربي، أين أصبح شبه مسلمة في المجتمع الجزائري خاصة في ظل وجود حركات من جانب الأمازيغ بغية ترسيخ الهوية الأمازيغية أكثر.

أ. الصراع العربي - البربري:

يصف الباحث الجزائري «عبد النور عنتر» صراعات الهوية في الجزائري بـ «دكتاتورية الهوية» حيث يرى أن كل طرف يقرأ تاريخ الجزائر وفقاً لمواقفه الأيديولوجية وأهوائه السياسية فبالنسبة للسلطة - حتى تاريخ قريب - فإن تاريخ الجزائر عربي إسلامي أساساً يبدأ مع مجيء الإسلام، وإن كان ما قبل ذلك لم يقص نهائياً لكنه همش، ويساندها في هذا الموقف تيار واسع من المعربين والإسلاميين، أما دعاة الأمازيغية فيؤكدون على الماضي البربري والتاريخ عندهم يكاد يتوقف عند الفتح الإسلامي. وتعتبر أزمة البربر في الجزائر نموذجاً لأزمة الأقليات في العديد من دول العالم، لذلك فإن مثل هذه الدول تبقى مهددة بخطر الانقسام والتدخلات الخارجية غير المحسوبة. (13)

وتحت شعار «الجزائر ليست عربية وإنما أمازيغية» تتجسد الأزمة الأمازيغية في الجزائر. حيث يشكل السكان الأمازيغ بالجزائر حوالي (30%) من السكان، كانت لها محطات دموية خلال هذه الفترة أهمها الأزمة في سنة (1980) أو ما يعرف بالربيع الأمازيغي نتيجة للأوضاع الاقتصادية صعبة في تلك الفترة والبطالة وسياسة التعريب التي انتهجتها الدولة بغية التخلص من

مخلفات الاستعمار، خاصة وأنّ الأمازيغ هم أكثر الأفراد الذين كانت فرنسا تميزهم عن الآخرين من أجل تحقيق مكاسبها، فاعتبروا أن التعريب انتقاصا من تمثيلهم الحضاري وهويتهم وشعورهم بتميز العرب عليهم. وفي سنة (2001) التي خرج فيه آلاف المتظاهرين الأمازيغ (تعتبر منطقة القبائل - هي التي تشهد حراك جماهيري أكثر من المناطق الأخرى) للتنديد بمقتل شاب في مركز الأمن، راح ضحيتها عشرات الأفراد. ومازالت المناوشات دائمة رغم مساعي الدولة في محاولة تحقيق العدالة من خلال اصدار بيان يؤكد أن اللغة الأمازيغية هي لغة رسمية، اضافة إلى سحب الدرك من مناطقهم وتخصيص ميزانية بمناطق الأمازيغ.⁽¹⁴⁾ منذ ذلك الوقت واصل الناشطون الأمازيغيون المطالبة بحقوقهم من أجل اثبات هويتهم في المجتمع الجزائري، لكنها لم تأخذ منحى العنف والاحتجاجات غير السلمية، إلى أن برز ما يعرف بأزمة غرداية، أين تجسد هذا الصراع في وجه آخر شبه بالصراع الطائفي على أساس ديني غير أن بذوره الحقيقية هو صراع عربي - أمازيغي.

ب. الصراع (الاباضي - المالكي) في غرداية:

لا يتعد هذا الصراع عن الصراع السابق لأن بني ميزاب هم أمازيغ أيضا لتبقى نفس الاشكالية في الهوية الجزائرية التي تتسم بالصراع العربي - الأمازيغي، فهي أزمة حديثة روج لها على أنها أزمة طائفية ومذهبية بين الاباضيين (المزابيين الأمازيغ) والمالكيين العرب، بدأ فتيلها في سنة (2013)، فشهدت المنطقة أحداث عنف مثل الاعتداءات على الطرف الآخر وحرق الممتلكات.

وبالعودة لخلفيات ما يحدث في غرداية فلا بد من العودة إلى ما عاشته المدينة بعد الفيضانات التي ضربت «وادي ميزاب» سنة (2008) والتي جعلتها تعيش مأساة حقيقية، لتبدأ الهزات والارتدادات بين المزابيين والمالكيين بسبب العقار والأراضي، وطريقة توزيعها وأبرز تلك الأحداث ما عاشته مدينة بريان

(2008) والتي أسفرت عن جرح العديد من الأشخاص وتوقيف آخرين إضافة إلى خسائر مادية معتبرة. تكرر بعدها السيناريو سنة (2009)، وأسفر عن سقوط عشرات الجرحى والقتلى وهجرت عشرات الأسر خوفاً من الوضع المتأزم، ليتم توقيع اتفاقية بين أعيان المنطقة في (31) من نفس الشهر للخروج بحل للأزمة لكنها فشلت بعد أسبوعين وتجددت المواجهات لتتدخل قوات الأمن لرأب الصدع وإعادة الهدوء، إلا أنّ عام (2012) شهد مواجهات جديدة في قصر «بني يزقن»، بسبب خلاف حول قطعة أرض سقط فيها جرحى، لكن هذه المرة في «القرارة».

ويرى البعض أنّ الصراع في غرداية هو صراع مذهبي، غير أنّ البعض الآخر يرى عكس ذلك، من بينهم الدكتور والإعلامي «عبد العالي رزاقى» يرى عكس ذلك من خلال قوله «الصراع هو اجتماعي وليس له علاقة بالمذهب، كوننا نرى أن الخلافات التي ظهرت في المنطقة تتركز بالأساس على أملاك بين العرب والأمازيغ الإباضيين، رغم أن الطرفين معروف عليهما تعايشهما السلمي في المنطقة منذ قرون». (15) وعليه فإن هذه الأزمة هي امتداد فقط للصراع الأمازيغي- العربي في الجزائر، الذي يتخذ وجهاً جديداً في كل فترة، فلا يمكن الحديث عن صراع آخر أكثر وضوحاً وحدّة من هذا الشكل في الجزائر، حتى ولو أنه يشهد حالة الركود إلا أنّ الذهنيات الجزائرية قد تشربته جيلاً بعد جيل.

4. تجليات الصراع الهوياتي الجزائري عبر الفضاء الإلكتروني:

إنّ طبيعة الانترنت المفتوحة عبر المدونات والشبكات الاجتماعية بشكل خاص أتاحت لكل مواطن بأن يعبر عن تطلعاته السياسية وطموحاته الاجتماعية بأشكالها كافة، وتشكل مشاركة جميع شرائح المجتمع ومكوناته وسيلة لاغناء هذا المجتمع وتطويره، بما تتيحه من فرص للإطلاع على الأفكار والمعلومات المختلفة وبما تكونه من حاجة لدى الجميع في الحفاظ على استقرار

الفضاء السيبراني والمجتمع الذي يركز إليه والمعلوم أنّ انفتاح مجتمع ما على مجتمع آخر يؤسس لتبادل خبرات وأفكار وتكوين حاجات جديدة وآفاق تعاون وتكامل.⁽¹⁶⁾

لقد ساهمت وسائل الإعلام في إحداث تحولات جذرية في مفهوم الطائفة، فبفضل هذه الوسائل أصبحنا أمام تشبيك محلي-عالمي بين مجموعة من الأقليات والطوائف التي تتقاسم الأهداف والقناعات نفسها، وبالتالي وسّع ذلك من هامش حريات هذه الطوائف في البلدان الاستبدادية وأمن لها الحماية، لأنّه لم يعد ممكناً أن تقوم بعملية إبادة للأقليات اليوم دون أن يعرف بذلك أحد، بل إنّ هذه الوسائل صارت آليات ضغط دولي وشعبي تعطي للرأي العام الوطني والعالمي قوة وسلطة بالمعنى السياسي للتأثير في السياسات التي يمكنها أن تؤدي إلى استئصال أو تهيمش أو إقصاء هذه الأقليات، وهو ما حصنته المواثيق الدولية وضمته على الأقل في ما هو مكتوب من نصوص واتفاقيات.⁽¹⁷⁾

وتعرضت ظاهرة الصراع إلى تغيرات مع بروز الفضاء الإلكتروني، كمجال تنشأ فيه نزاعات الفاعلين المختلفين خاصة الاعتماد الكثيف على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهنا برز الصراع السيبراني كحالة من التعارض في المصالح والقيم بين الفاعلين سواء كانوا دولاً أم غير دول في الفضاء الإلكتروني.⁽¹⁸⁾ حيث فتحت وسائل الإعلام الجديد بما تحمله من مميزات وخصائص فريدة في التلقي والتحكم في المحتوى وإنتاجه على حد سواء الباب على مصراعيه أمام الصراعات الثقافية والعرقية عبر تطبيقاته المختلفة، لتمنح الفرصة لكل من هب ودب أن ينتج محتويات تدعو إلى التفتت الاجتماعي والتمييز العنصري الذي يعتبر أقوى الأسباب التي تدعو إلى بروز الصراعات والحروب الأهلية، خاصة في ظل ما نشهده من هشاشة هويتنا الثقافية.

ويلامس الأمن السيبراني الأمن القومي بشكل جد وثيق، فالتقنيات التي وسّعت الآفاق وأثرت الثقافة وسمحت للثقافة المحلية بالامتداد إلى المجال

العالمي، باتت الهوية الوطنية والقومية تأثر الأجيال الصاعدة، بما يصلها وبما تصل إليه من عبر الإنترنت، حيث تبدو الهوية وكأنها خاضعة لعملية إعادة تشكيل من خلال تكنولوجيا المعلومات وحرص الغالبية من الناس على استخدامها في تكوين مجتمعهم الخاص وبيئتهم المميزة. فالفضاء السيبراني كأى مجال آخر مكان يستحضر الناس فيه قيمهم ومصالحهم واهتماماتهم المختلفة التي يمكن أن تتأثر وتؤثره.⁽¹⁹⁾

وبصفة عامة عملت الانترنت بما تحمله من تطبيقات متعددة على نمو الاتجاهات المحلية الضيقة والولايات التقليدية، والعمل على تفتيت المجتمعات القومية والهويات الثقافية والدينية وتصاعد الأصوليات الدينية وزيادة حجم التعبئة الطائفية على أسس اجتماعية والمساعدة على بث الكراهية الدينية وانتشار جرائم الانترنت والإرهاب والقرصنة، حيث أصبح للانترنت دورا في احداث تغييرات في بنية المجتمع وإحداث تغييرات ثقافية واجتماعية من جراء ديناميكياتها، كما أصبح هناك ما يمكن أن يطلق عليه «تكنولوجيا الثقافة» وأصبح لشبكة الانترنت دورا فاعلا ومؤثرا في عملية انتاج وإدارة وتوزيع العملية الثقافية في العالم.⁽²⁰⁾

وتشهد الساحة الأمنية الجزائرية كغيرها من الدول العديد من المخاطر والتهديدات التي فرضتها الثورة التكنولوجية الحديثة، خاصة بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والعديد من المواقع الإلكترونية، التي تحمل أفكارا هدامة تهدد استقرار الوطن ووحدته، وتدعو إلى نشر الفوضى والعنف والتطرف والكراهية والانقسام⁽²¹⁾ إنَّ ظهور الدولة، أضحت معه الهوية شأنًا من شؤونها، بحيث هي التي تدير قضية الهوية وتضع لها القواعد والضوابط، وفي هذا الإطار ينبغي للدولة أن تكون صارمة في ضبط الهوية والحفاظ على كل العناصر المكونة لها. غير أنَّ الهوية الرقمية خرجت عن هذه الرقابة التي تفرضها الدولة، وبدأت تؤسس لمجموعة من الطقوس التواصلية سواء على مستوى

اللغة أو على مستوى المعتقد، هكذا انفلت الهوية الرقمية من مراقبة الدولة ومن الضوابط التي تضعها لضبط الهوية.⁽²²⁾

إنّ ما نشهده اليوم من أن مواقع التواصل الاجتماعي تفتح جبهة جديدة تتدفق من بركانها حممُ السخط والكراهية والتعصّب العرقي، الذي لا يقل خطورة عن التعصب الديني، تتردد فيه عبارات متعصبي اللغة والهوية من مختلف الأقطاب، فمن الجانب الأمازيغي نلاحظ انتشار عبارات مثل (هذه أرض الأمازيغ، أرجعوا إلى شبه الجزيرة العربية)⁽²³⁾ أو من الجانب العربي أيضا، فالأمازيغ لم يسلموا من الهجومات التي تظال كل ما تعلق بهويتهم عبر الفضاءات الإلكترونية، فلقد شهدت اللغة الأمازيغية موجة من السخرية والتهكم على طبيعتها وطبيعة الحروف التي تكتب بها، واعتبروا أنها لغة رجعية ولا علاقة لها بلغات الحاضر بل يجب أن تندثر، بعد مطالبة الأمازيغ تجسيد تعلم اللغة الأمازيغية كلغة رسمية فعليا وليس مجرد الاعتراف بها دستوريا. كما انتشرت فيديوهات ترفض تعلم اللغة الأمازيغية لتفتح جبهات من التراشق والسب من كل الأطراف سواء العرب أو الأمازيغ، في وضع يمكن وصفه بالخطير، لأنه يطال رموز الهوية الجزائرية والوحدة الوطنية.

كما انتشرت كلمة «زواف» بين بعض رواد مواقع التواصل الاجتماعي واستعملت لإطلاق تهمة الخيانة على منطقة القبائل، وهو المصطلح الذي أخرج عن سياقه التاريخي، فالمصطلح في معناه الحقيقي يدل على «الزواف» الذين جندهم الاستعمار الفرنسي في منطقة القبائل عند دخوله للمنطقة بعد احتلال الجزائر، ولم يعد لديهم وجود ابتداء من سنة (1840)، أي بعد عشرة سنوات من الاستعمار، وتحولت فرق «زواف» إلى الأوروبيين الذين كانوا يلبسونهم زيا جزائريا، وبالتالي يتم الظن بأنهم جزائريون أو قبائليون (أمازيغ).⁽²⁴⁾ إنّ عملية نشر مثل هذه المعلومات والحقائق بشكل متواصل ومتكرر من طرف الأفراد عبر الفضاءات الإلكترونية، قد يجعلها فيما بعد حقائق ثابتة ومسلم بها لدى الأفراد،

فيتبنونها ويعتقدون أنها حقائق ذات مصداقية، وذلك انطلاقاً من نقص الوعي لدى شباب اليوم وعدم تحكم الدولة في وضع آليات محكمة من أجل الوصول إلى تلاحم المواطنين حول هويتهم ووطنهم.

إن الانفتاح العالمي الذي أفرزته الوسائط الإلكترونية الحديثة مكن الجماعات المتفرقة بمختلف ميزاتها من التجمع تحت لواء واحد أو معتقد واحد، والخوف كل الخوف إذا ما كانت هذه الجماعات تحمل فكراً انفصالياً أو متطرفاً يضر بوحدة الوطن أو الدولة القومية أي أنّ الفضاء الإلكتروني أحدث تداخلات بين المجتمعات بما يجعل لها قوة في مخاطبة الآخر أو المطالبة بالحقوق وتواصل الأقليات الدينية والعرقية عبر الحدود. (25)

واغتنمت بعض الأبواق الأزمة في غرداية والتي تهدف إلى زعزعة استقرار الجزائر الفرصة لتنتقل في الفضاء السبيري من خلال نشر خطابات الطائفية والكراهية ضد الإباضيين (الميزابيين) واعتبارهم خوارج عن الدين الإسلامي، ويجب محاربتهم والقضاء عليهم والاعتداء على ممتلكاتهم، لأنهم يشكلون خطراً على المجتمع الجزائري. فانتشرت المحتويات التي تتهكم وتسخر من طقوسهم الدينية ومن ملبسهم والنبش في الماضي والتاريخ في محاولة اظهارهم أنهم لا ينتمون إلى وطننا، وتلقى مثل هذه المحتويات تفاعلاً كبيراً من قبل الأفراد فيبدي كل منهم رأيه المتعصب فتصبح مثل الحرب الكلامية بينهم.

وعليه، فمثل هذه المحتويات تجعل هذا المتلقي يتأثر بأفكار وإيديولوجيات معينة، مما قد يؤثر سلباً في منظومته الفكرية، وفي منظومته القيمية، فقد تتولد لديه أفكار متطرفة، ويتبنى آراء دخيلة عن واقعها لثقافي والديني، وبالتالي فإن هذه الجوانب مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الأمن الفكري للأفراد (26).

ففي الحقيقة يعد الفضاء الإلكتروني مساحات غير رسمية للتنفيس عن الغضب ضد المؤسسات والجماعات العرقية المنافسة، بالإضافة إلى وجود أقسام للتعليقات في العديد من المواقع - حيث تُناقش القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية - تكون غالباً غير خاضعة للإشراف، وهو ما يفسر استمرار خطاب الكراهية عليه، حيث تلعب فضاءات الإنترنت دوراً حيوياً في ربط ذوي الكراهية المشتركة بالمجموعات الأخرى، بدلا من مناقشة المصالحة الممكنة، وهو ما يزيد الصراع.⁽²⁷⁾ وأثبتت بعض الدراسات العلمية هذا الطرح، ففي دراسة لـ «محمود أبو الخير»⁽²⁸⁾ أبانت أن وسائل الاتصال الحديثة تقوم بزيادة حوادث العنف الطائفي بسبب تأجيج المشاعر والتحريض على العنف الطائفي من قبل المستخدمين وتضطلع هذه الفضاءات السيرانية بهذا الدور نظراً للحرية المتاحة عبرها.

كما أن العولمة التي أتاحها تكنولوجيات الاتصال الرقمية مكنت الفرد من أن يعيش حضوراً معنوياً لطائفته المحلية عبر تواصله وعلاقاته بامتداده في كلِّ الدنيا، هي امتدادات مفتوحة ومتاحة لجميع الطوائف والهويات، لا حدود لها، ولا احتكار ممكن لمميزاتها، لأنَّ جميع الطوائف أمست معولة. هذه الحالة بقدر ما فيها من إيجابيات، فيها أيضاً وجه آخر من الخطورة، ويتمثل في وجود الفرصة ذاتها لخلق صراعات طائفية معولة. فباتت آية مشكلة بين طائفتين قابلة للتمدد جغرافياً وعالمياً أيضاً، فلا تبقى ضمن حدود الطائفتين جغرافياً واجتماعياً وسياسياً.⁽²⁹⁾ وانطلاقاً من ذلك وجب الانتباه والحذر من طرف الدولة كمؤسسة أو كمجتمع إلى التدخل الخارجي تحت غطاء حقوق الإنسان ودعم الأقليات في مثل هذه الصراعات، بغية تأجيجها واتخاذها درعاً من أجل تحقيق مكاسب معينة وأجندات سياسية مدروسة.

إنَّ انتشار الفكرة عبر الفضاء الإلكتروني لا يشترط لتطبيقها وجود مجموعة تبني هذه الفكرة، بل يكفي فرد واحد لتنفيذها من خلال آليات إنتاج

المحتوى وتوزيعه وسرعة انسياب المعلومات، ولذلك فإنّ إنتاج ونشر الأفكار التي تدعو إلى الطائفية، والتميز في المجتمع يحتاج إلى شخص واحد يحمل تلك الأفكار المشوهة أين تتاح له الفرصة لاصطياد الشباب المفتقد لهوية حقيقية ويعيش في فترة فراغ ديني وثقافي. فانطلاقاً من قوة التشابك الاجتماعي تربط بين الأفراد وتؤثر عليهم بطرق منفصلة تماماً عن الحكومات وبطريقة لا تتوقعها هذه الحكومات بالمرّة، فقد أتاحت تمكين الفرد والتوسع الذاتي ونشر أفكار غير مألوفة عن طريق آلية لا تتأثر في معظمها بالحدود أو بالاعتبارات الدبلوماسية أو السياسية واليوم يستطيع أي فرد أن يؤثر بسرعة على المفاهيم والقيم والأفكار والتحيزات من خلال قدرتهم على إنشاء محتوى وتوزيعه على صعيد عالمي.⁽³⁰⁾

إنّ مثل هذا الصراع القائم على التمييز الديني يعرف بـ «الصراع الطائفي» أو «الطائفية» نجده ينخر جسد العديد من الدول العربية، ليتجسد في ذروته في الصراع الشيعي السني في بلدان مثل العراق أو الصراع الإسلامي المسيحي مثل لبنان. إنّ فكرة الصراع الديني في الجزائر لا ترى بوضوح، خاصة بعد طي صفحة العشرية السوداء وزال معها شبح التطرف الديني والتكفير، إلا أن الفضاء السبيرياني اعتبر الملاذ القوي لزرع مثل هذه الفتن نظراً لقلّة الرقابة والحرية المتاحة والجماهيرية التي يوفرها، فأصبح فضاء خصبا لنمو مثل هذه الممارسات التي تهدف إلى تهديد الأمن المجتمعي.

زيادة انتشار تكنولوجيات المعلومات بمعدلات متسارعة دفعت إلى الاحساس المتزايد بالأنا مقابل محاولة الآخر فرض قيمه ومعتقداته حيث كشفت عن الانتماءات الأولية والهويات التي كانت تعتبر سرية من قبل⁽³¹⁾ وكمثال على ذلك، تعتبر صفحة «طلبة جامعة الأمير عبد القادر» ورغم ما تبدو عليه من أنها خاصة بالطلبة إلا أنها فضاء للتراشق الديني بين أعضائها، حيث تشهد صراعات فكرية قائمة على أساس الدين والمذهب، من خلال نشر

خطابات التكفير والتخوين والتمييز، والتي تطعن في بعض الطوائف الإسلامية (الوهابية والمالكية والصوفية والسلفية، والشيعية... الخ) ويتجاوزون ذلك إلى الطعن في القائمين بالشؤون الدينية من خطباء وأئمة... الخ، دون مراعاة للدلائل والحقائق.

إنّ هذه النقاشات والصراعات والجدل القائم عبر الفضاء السيبراني تكمن خطورته في أنه يمكن أن ينتقل إلى أرض الواقع، ليجد المجتمع الجزائري نفسه أمام حرب هوية عرقية أو لغوية أو دينية تكون نقطة البداية لمطالب انفصالية أو تقسيم الدولة، والتي شهدنا على بعض الأمثلة منها في أقطاب الدول العربية الممزقة والمتناحرة طوائفها داخليا، خاصة إذا ما تم تسييس مثل هذه القضايا، إضافة إلى خطر تدخل الأيدي الخارجية المتربصة بالجزائر عبر الفضاء الإلكتروني، في ظل البيئة العربية التي لا تخلو من مثل هذه الصراعات.

إنّ التأثير في الرأي العام عبر الفضاء الإلكتروني قد يستند إلى معلومات خاطئة أو تتعرض لحالة الاستقطاب الطائفي الذي ينقلها من كونها ذات أهداف عامة، وتتعلق بالمواطنة وعلاقة الفرد وعلاقته بالمجتمع إلى سلاح يتم استخدامه في شن حرب نفسية مع المختلف الديني، عن طريق استخدام أدوات الإعلام والاتصال عبر الفضاء الإلكتروني في شحن الجمهور وتعبئته بآراء مغلوبة أو يتم تضخيمها، وبما يشكل في مجمله خطرا على مستقبل السلم الاجتماعي وخاصة ما يتعلق بالحض على الكراهية الدينية والعنصرية.⁽³²⁾

وشهدت الجزائر أيضا عددا من الحملات المشابهة للتحريض على العنف بحق أشخاص بأعينهم، حيث ظهرت دعوات لقتل واستباحة دم الكاتب «كمال داود» عقب صدور فتوى بحقه في هذا الشأن من قبل أحد الشيوخ (نشرها على صفحته الرسمية على موقع الفيس بوك)، بتهمة تطاوله على القرآن ومحاربة الإسلام وتمجيد الأعداء، كما دعا صاحب الفتوى النظام الجزائري إلى الحكم عليه بالإعدام علنا، وقد صدر بحق الأخير حكم قضائي،

في مارس (2016)، بالحبس لمدة ستة أشهر بينها ثلاثة مع النفاذ بتهمة التحريض على القتل.⁽³³⁾

وتكمن مسببات زرع الكراهية حين يصبح الفضاء الإلكتروني واستخدام مواقع المعبرة عن كافة الأديان والثقافات والتي يمكن أن يساهم في انتاجها أفراد يحملون رؤى متطرفة أو أنها على غير وعي أو سطحية المعرفة مع حرية استخدام تلك المواقع، حيث يتم ابراز كل دين وتاريخه وأتباعه والتشكيك في الأديان الأخرى وتم توظيف كل الأدوات والوسائل التكنولوجية من خلال النص والصوت والصورة للتأثير على الجمهور، أين يسود في تلك المواقع احتكار الحقيقة المطلقة، ويكون الفضاء الإلكتروني مرتعا للانتقام من المختلف الديني والتي تنبع من ظلم اجتماعي وسياسي وكأداة للحرب النفسية.⁽³⁴⁾

5. سبل الوقاية من أخطار الفضاء الإلكتروني على الهوية الثقافية للوطن.

تصاعد الاهتمام الدولي بالعلاقة بين الأمن والتكنولوجيا على إثر بعدين هامين، فالأول فيتعلق بالتقدم التكنولوجي والانتشار السريع لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات عالميا، ودخولها في كافة مجالات الحياة وفي عمل المرافق الحيوية من خلال تطبيقاتها المتعددة، وأما الثاني فيتعلق بإمكانية استخدام ذلك التقدم وما أتاحه من أدوات وآليات جديدة كوسيلة وكوسيط لتهديد عمل المرافق الحيوية والبنية التحتية الكونية للمعلومات، وذلك من جراء تخطيطها للحدود السيادية للدول وبما جعلها بيئة خصبة للاستخدام غير السلمي من جانب كافة الفاعلين، والذين تراوحو ما بين استخدام الدول إلى الفاعلين من غير الدول، وظهر ذلك في استخدام الفضاء الإلكتروني كساحة للحرب الباردة والحرب النفسية وحرب الأفكار، أو من خلال استخدامه لشن الحروب والإرهاب بين الدول، أو استخدام الأفراد أو الجماعات الارهابية أو

القراصنة أو الجريمة المنظمة، وذلك على نحو يؤثر في الطبيعة المدنية أو السلمية للفضاء الإلكتروني.⁽³⁵⁾ ولهذا فلقد توجهت بعض البلدان على غرار إيران والصين إلى محاولة انعزال العالم الخارجي الذي وفرته تكنولوجيات الإعلام والاتصال المختلفة إلى حين تعزيز قدراتها الذاتية على توظيف هذا العالم المفتوح لمصلحتها الوطنية بدلا من أن يشكل خطرا عليها، حيث ركزت في ردة فعلها الحمائية في امتلاك تطبيقات تكنولوجية للرقابة والتجسس لمواجهة الأخطار الأمنية أو عبر بنائها لمشروع إنترنت وطني أو بتبني مشروع وطني للنهضة العلمية والتكنولوجية وفك أسر التبعية التكنولوجية للدول الكبرى⁽³⁶⁾ كل هذا تقوم به مثل هذه الدول من أجل ردع التدخل الخارجي في الداخل فالمعروف أن أي أزمة داخلية هي قابلة للاشتعال أكثر إذا ما وجدت الميكانيزمات الخارجية المؤثرة، وهو ما يمكن الحديث عنه في حال اندلاع أي صراع سواء ديني أو ثقافي في الجزائر، فالمتربصون بها كثر انطلاقا من المعلومات الجيوسياسية المتوفرة حول المنطقة والتي تثبت هذه الفرضية دائما.

وبالتالي، فإن مسألة الحماية تقع على عاتق مؤسسات الدولة قبل الأفراد، لذلك وجب عليها الاستثمار في وسائل الفضاء السيبراني ومخاطبة شعبها من خلاله وفق استراتيجيات بناء ومدروسة. فامتلاك حرية التعبير الموجه ينبغي استثمارها لبناء ثقافة جديدة وتعميق مفهوم التوافق الوطني على قضايا الوطن وأمنه ووجوده، بدءا بإشاعة ثقافة التسامح والوحدة الوطنية وتعميق القواسم المشتركة الإيجابية بين فئات الشعب، فيما يتعلق بوحدة المصير ونبذ العنف بكل أشكاله.⁽³⁷⁾ واعتبرت مسألة الحماية عبر وسيلة الإنترنت، من أكثر المسائل التي أثارت اهتمام الدول على أساس أن هذه الوسيلة مثلت مصدر قلق للأنظمة، خاصة وأن مبدأ هذه الوسيلة هو ضمان التبادل الحر والحرية المطلقة في التعبير، الأمر الذي أدى بالمجتمعات الدولية إلى ضرورة

تحديد الحرية، التي توفرها الانترنت ضمانا لحماية مستخدميها، وذلك عن طريق تنظيم المحتويات التي تبثها هذه الوسيلة.⁽³⁸⁾

غير أن هذه الحماية أمر لا يمكن التحكم به كثيرا نظرا لكون الحدود غير واضحة، وبالتالي غير قابلة للسيطرة فيقول هنا «ديفيد جونسون» أن صعود وسيط إلكتروني لا يلقى بالحدود الجغرافية ويجعل سيادة القانون في حالة الفوضى العارمة، من خلال خلق ظاهرة جديدة تماما تحتاج إلى أن تخضع لقواعد واضحة، لكنها ظاهرة لا يمكن السيطرة عليها بصورة مرضية من خلال أي فضاء خالي قائم على الأرض.⁽³⁹⁾ كما أنه توجد عبارة تهيمن على الحديث الدائر عن الفضاء الإلكتروني فهو مكان لا يمكن تنظيمه ولا يمكن حكمه وأن طبيعته هي مقاومة التنظيم، لكن ذلك لا يعني ذلك أن الفضاء الإلكتروني لا يمكن اختراقه أو أن الحكومات لا تستطيع اغلاقه، ولكن ما دام هناك فضاء إلكتروني لا تمتلك الحكومات سوى سلطات محدودة للغاية للتحكم فيه أو هكذا كانت النظرة الأولى للفضاء الإلكتروني الذي يعتبر في جوهره فضاء اللاسيطرة.⁽⁴⁰⁾ ومما لاشك فيه أن المخاطر السيبرانية تطاول المجتمع ككل عبر ما يضح فيه من محتوى، فالمحتويات غير المشروعة وغير المرغوب بها ذات تأثير سلبي على أخلاقيات مجتمع معين. وعليه لابد من بناء مجتمع مسؤول ومدرك لتلك المخاطر الصادرة من مثل هذا الفضاء قادر على التعامل بجد أدنى من قواعد السلامة مع ادراك العواقب القانونية التي يمكن أن تترتب على بعض التصرفات التي تمارس في هذا الفضاء.⁽⁴¹⁾ كالترويج للأفكار الانفصالية التي تنضوي تحت حركات سياسية معينة أو ممارسات التمييز العنصري القائم على أساس الدين أو العرق خاصة في ظل حقيقة أن وسائل الإعلام الجديد أضعفت دور المراقب أول الحارس أو ما يُسمى بـ (Gate Keeping)، ودور وسائل الإعلام التقليدية الرئيسية (الصحف والإذاعة والتلفزيون والمحطات الإخبارية)، في تحديد أولويات اهتمام الرأي العام، ولم

تعد لديها القدرة الفاعلة على تعيين وتحديد طبيعة الخطاب وصناعة المواقف⁽⁴²⁾.

غير أنه توجد العديد من الاحترازاات التي يجب على المستخدم أن يقوم بها تفاديا للتعرض لمثل هذه الأفكار الذي تشكك في معتقداته. مثل الامتناع عن انشاء منصات للتواصل الاجتماعي في مختلف المواقع المختصة لصغار السن، وذلك من أجل حماية امنهم الفكري الذي يرتبط أساسا بالأمن السيبراني،⁽⁴³⁾ فالطفل قابل للتلقي وقبول الأفكار أكثر من الشخص البالغ. كما أنه تجدر الاشارة إلى أنه ليس هناك أمن إلكتروني كامل، لكن يتوجب علينا أخذ الحيطه وإغلاق ما أمكننا إغلاقه من أبواب تدخل منها المخاطر وذلك عن طريق المراقبة المستمرة أيضا حتى في حالة المراهقين.

الخاتمة:

إنّ التهديدات القادمة من الفضاء الإلكتروني على أمن المجتمعات كبيرة جدا تصل إلى الحد الذي قد يؤدي إلى انتشار العنف الداخلي، من خلال تهديد الانسجام الاجتماعي والثقافي، حيث يمكن عبره نشر ثقافات وتوجهات وأفكار لا تنسجم مع قيم المجتمع، وربما تعارضها كليا خصوصا بالنسبة لفئات الشباب الذين قد لا يملكون حصانة كافية ضد التأثير بهذه الأفكار، وبالتالي تعريض أمنهم الفكري للخطر

وإنّ الحرية والانفلات من الرقابة هي خصائص الفضاء السيبراني، وهي التي سهلت اشعال الفتنة وإذكاء الصراعات الداخلية الهوياتية، عن طريق بث المحتويات التي تقوم على الطعن والسب والقذف والسخرية والتهكم على الطرف الآخر المختلف سواء اختلافا عرقيا أو دينيا ليفتح جبهات للصراع الهوياتي.

وعليه في ظل هذه التطورات التي جاءت عبر التكنولوجيات الاتصالية الرقمية وجب اتخاذ التدابير اللازمة سواء كانت قانونية أو مدنية لتأمين هذا الفضاء من كل ما يهدد الأمن المجتمعي الجزائري، إضافة إلى محاولة نشر احترام ثقافة الآخر واحترام القانون الخاص بهذا الفضاء، عن طريق استخدامه بما يفيد ويعزز من وحدة المجتمع.

الهوامش:

¹ قاندير اسماعيل: إدارة الحروب النفسية في الفضاء الإلكتروني: الاستراتيجية الأمريكية الجديدة في الشرق الأوسط، ورقة مقدمة إلى الندوة الدولية حول عولمة الإعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية، (غير مؤرخ)، ص 4.

² صلاح عبد الحميد، يمى عاطف: الإعلام والفضاء الإلكتروني، أطلس للنشر والتوزيع، ط1، 2015، الجيزة، ص9.

³ حبيبة قاوقو: ، الفضاء العمومي الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية،

<https://democraticac.de/?p=44392>

⁴ المرجع نفسه، ص 16.

⁵ علي محمد رحومة: تنمية المجتمعات الافتراضية- عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو-اجتماعي-، متاح على:

http://newmediausersethnography.weebly.com/uploads/5/4/6/8/54686648/_.pdf

⁶ صلاح عبد الحميد، يمى عاطف: ص 9.

⁷ باديس بوغرة: التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، جامعة الحاج لخضر-بسكرة، 2014، ص ص 463، 464.

⁸ صلاح عبد الحميد، يمى عاطف: ص 131.

⁹ أزمة اللغة والهوية في الجزائر وخطر اندلاع حرب الجزائر الأهلية الثانية، متاح على:

<https://www.raialyoum.com/index.php/%D8%A> ، تاريخ الزيارة: 18/04/03

¹⁰ المسألة الطائفية، تعدد الهويات في الدولة الواحدة: متاح على:

<http://www.mominoun.com/articles/%D8> ، تاريخ الزيارة: 18/04/02

¹¹ شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 11، 2013، ص 193، 194.

¹² حامي حسان: الأزمة الهوياتية في المجتمع الجزائري بين التنافس الأيديولوجي والتوظيف السياسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، 2017، ص 54.

¹³ رولا رباح: أزمة الأقلية البربرية في الجزائر وأثرها على الأمن القومي العربي. متاح على :

<http://k-astal.com/index.php?action=detail&id=108>، تاريخ الزيارة: 18/03/30

¹⁴ المرجع نفسه.

¹⁵ جذور الصراع في غرداية: متاح على:

تاريخ الزيارة: <https://arabic.cnn.com/world/2015/07/12/ghardaia-algeria-clashe> 2018/04/02

¹⁶ منى الأشقر جبور: السيبرانية هاجس العصر، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، 2016، ص 29.

¹⁷ رولا رباح: مرجع سابق.

¹⁸ عادل عبد الصادق: أنماط الحرب السيبرانية وتداعياتها على الأمن العالمي: متاح على :

<http://www.siyassa.org.eg/News/12072.aspx> تاريخ الزيارة: 18/04/03

¹⁹ حجية قاوقو: الفضاء العمومي الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية، الفضاء العمومي الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية، ص ص 27، 26. <https://democraticac.de/?p=44392>

²⁰ عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام -تغير المجتمع والأدوات والتأثير- سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2011، ص 40.

²¹ بن مرزوق عنتره حرشاوي: الأمن السيبراني كبعد جديد في السياسة الدفاعية الجزائرية، 2017، متاح على :

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/14052>

²² وسائل الإعلام الاجتماعي ودورها في تغيير القيم وبناء الهوية الرقمية: متاح على:

<http://www.diwanalarab.com/spip.php?article37850> تاريخ الزيارة: 18/04/03

²³ أزمة اللغة والهوية في الجزائر وخطر اندلاع حرب الجزائر الأهلية الثانية، متاح على:

<https://www.raialyoum.com/index.php/%D8%A>

²⁴ شبكات تواصل اجتماعي تشعل حربا افتراضية حول الهوية: متاح على:

<http://www.eldjazaironline.net/home/index.php?option> تاريخ الزيارة: 18/04/02

²⁵ عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية، ص 6.

²⁶ إبراهيم بعزير، وسائل الاتصال الجديدة والأمن القومي، دراسة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في زعة أمن واستقرار الدول، مجلة استراتيجية، العدد الأول، 2014، ص 9.

²⁷ كي لا تذكي تكنولوجيا الاتصالات الحروب والصراعات: متاح على:

<https://www.scidev.net/mena/conflict/opinion/> تاريخ الزيارة: 2018/03/30.

²⁸ الموقع الإلكتروني: متاح على:

<http://www.mominoun.com/articles/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8>، تاريخ

الزيارة: 18/04/02

²⁹ محمود أبو الخير: محفزات العنف الطائفي في المجتمع المصري، 2018، متاح على:

<http://diae.net/5841>

³⁰ جودي ويستبي: البحث عن السلام السيبراني، منشوات الاتحاد الدولي للاتصالات، 2011، ص 1.

³¹ صلاح عبد الحميد، يمنى عاطف: مرجع سابق، ص 196.

³² عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام -تغير المجتمع والأدوات والتأثير-، مرجع سابق، ص 22.

³³ ظاهرة متجددة: التحريض على العنف بشبكات التواصل الاجتماعي في الإقليم، متاح على:

- 18/04/02، تاريخ الزيارة: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/929/>
- 34 عادل عبد الصادق: الإلكتروني وتهديدات جديدة للأمن القومي، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012، ص 36.
- 35 عادل عبد الصادق: الإلكتروني وتهديدات جديدة للأمن القومي، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مرجع سابق، ص 1.
- 36 عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والتدخل الخارجي في الشؤون الداخلية، ط 2، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، 2007، (د،ص).
- 37 نجلاء اسماعيل أحمد: الإعلام الطائفي، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، 2017، ص 42.
- 38 هارون مليكة: الشباب والانترنت (دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للانترنت)، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 167.
- 39 لونس لسيج: الكود المنظم للفضاء الإلكتروني، ترجمة: محمد سعد طنطاوي، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة، 2013، القاهرة، ص 62.
- 40 المرجع نفسه، ص 62.
- 41 منى الأشقر جبور: السيبراني هاجس العصر، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، ص 29-30
- 42 الموقع الإلكتروني: متاح على:
- <https://aawsat.com/home/article/652211/%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9>، تاريخ الزيارة : 2019/02/05.
- 43 ميمونة شداد: الفضاء السيبراني ومخاطر الاستخدام، متاح على : <https://qafilah.com/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A>، تاريخ الزيارة: 2019/02/05.

واقع الخصوصية الثقافية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

- قراءة في ثنائية المحلي، العالمي -

د. يحي تقي الدين - جامعة المسيلة

د. بوعزيز بوبكر - جامعة المسيلة

مقدمة:

إن الفضاء التواصلي المستحدث جراء التقنيات الحديثة التي حاول الإنسان تطويعها بغية تسهيل عملية الاتصال، وحبه المستمر في الإحاطة بكل شيء، جعله يعمل جاهدا على تحديث ذاته والعمل على تفعيلها ضمن صيرورة التطور من حيث المحتوى أو من حيث الوسيلة. ولعل أحد أهم هذه الفضاءات التي تسيطر عليها المعلومة إرسالا واستقبالا، والتي تتميز بأنها تنتج من مستخدم نشط وفعال، نجد شبكات التواصل الاجتماعي.

إننا هنا لا نهتم بالمسميات «مواقع» «شبكات» «وسائط مستحدثة». بقدر ما نهتم بفهم التحولات التي أحدثها هذا الفضاء في بنية الاتصال داخل المجتمعات، خاصة فيما يتعلق بالخصوصية الثقافية، والحفاظ على الهوية في هذا العالم المفتوح والذي أنتج لنا قيما جديدة تتعلق بمفهوم الخصوصية، وهو الأمر الذي سنكشفه في هذه الدراسة.

1- مدخل للخصوصية الثقافية في البيئة الرقمية:

لقد احتدم النقاش وتقاطعت الأفكار والرؤى حول تعدي هذه البيئة الرقمية على خصوصية المستخدم وبالتالي غيرت من مفهومها وزادت في إستباعاتها، فبإمكان أي مستخدم أن يتعرف على الكثير من خصوصيات مستخدم آخر سبق له معرفته أو لم تسبق، بمجرد تمضية بضع لحظات في الولوج إلى ملفه الشخصي Profile وهو ما سيفي بالغرضوفي هذا السياق،

وجب التعريف بمفهوم الخصوصية بحيث يمكن أن يعرف بأنه تُحكم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين.⁽¹⁾

وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من إطلاع الآخرين على مظاهر حياته والتي يمكن أن تكون أفكاراً أو بيانات شخصية وهي أيضاً، وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية. وتتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني، والحسابات البنكية، والصور الشخصية، ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت أثناء استخدامنا للحاسب الآلي أو الهاتف المحمول أو الذكي أو اللوح الإلكتروني... الخ.

وتعنى الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف وإلى مدى ممكن أن تصل المعلومات الخاصة به إلى الآخرين من المستخدمين أو القائمين عليها، وبذلك يتضح أن لكل فرد الحق في الحماية من التدخل في شؤونه،⁽²⁾ وله الحق أيضاً في الاختيار الحر للآلية التي يعبر بها عن نفسه ورغباته وتصرفاته للآخرين. وعلى هذا النحو، فالخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي وفي أبسط معانيها ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك المواقع، سواء كانت وقائع أو معلومات في الحاسب الآلي الشخصي أو الهاتف الذكي، أو تم تخزينها في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها المستخدم والتي قد يتم اختراقها مثل Facebook أو البريد الإلكتروني حيث أن سرقتها أو الاعتداء عليها يعد إنتهاكاً للخصوصية، كذلك التجسس الإلكتروني، أو اعتراض الرسائل البريدية المرسله بغرض الإطلاع عليها، أو معرفة محتوياتها، ومن ثم إفشاء الأسرار التي قد تحتويها تلك الرسائل ومن قبيل ذلك الأسرار السياسية والاجتماعية والصحية وغيرها من الانتهاك والاختراق.

كما أن حماية الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في حق الشخص في أن يتحكم بالمعلومات التي تخصه، وهو يعد من أهم المفاهيم التي تستدعيها كافة النظم والقوانين الهادفة إلى حماية الخصوصية المعلوماتية، وعليه يمكن القول، أن حماية الخصوصية المعلوماتية هي حماية البيانات الخاصة بالأفراد الذين يستخدمون تلك المواقع عبر الشبكة و جدير بالذكر، أن هناك ترادفا بوجه عام قائما ما بين مصطلح خصوصية المعلومات وحماية البيانات، وليس بين الخصوصية وبين حماية البيانات أما شيوع استخدام اصطلاح الخصوصية مستقلا ومنفردا دون إلحاقه بالبيانات في البيئة الإلكترونية للدلالة على حماية البيانات، فهو أمر يرجع إلى أن تعبير الخصوصية شاع بوقعه هذا في ظل تزايد مخاطر التقنية، وكأنه ينحصر في نطاقها وبيئتها وهو طبعا ليس كذلك، ولكن ربما لأنه أشد ما يمكن أن يمثل اختراقا لهذا الحق وانتهاكا له، هو الوسائل التقنية ومخاطر المعالجة الآلية للبيانات، كما أن استخدام مصطلح الخصوصية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، يشير إلى حماية الخصوصية المعلوماتية أو حماية البيانات المتعلقة بذاته الثقافية وكيفية انتقالها من الحالة السرية إلى الحالة التشفيرية في هذا العالم المفتوح، الأمر الذي يتعدى مفهوم الخصوصية الاستخداماتية إلى الخصوصية القيمة الثقافية، والتي تعتبر أنماط الاستخدام أحد مظاهرها الجلية في السلوك الاستخداماتية.

2- المحلية والعالمية:

يرتبط ظهور هيكل اجتماعي جديد، مثل كل التحولات التاريخية، بإعادة تعريف الأسس المادية لوجودنا والمكان والزمان، كما ناقش (جيدنز 1984)، (آدمز 1990)، (هارفي 1990)، (لاش، أوري 1994)، (ميتشل 1999، 2003)، (دير 2000، 2002)، (جراهام، ساميون 2001)، (هال، بين 2006)، (تابوني 2006)، وآخرون، فعلاقات السلطة كامنة في البناء

الاجتماعي للزمان والمكان مع التقييد بالصيغ الزمانية المكانية التي تميز المجتمع.⁽³⁾

وهناك صيغتان بارزتان للمكان والزمان تميزان مجتمع الشبكات، وتتعايشان مع الصيغ السابقة، وهما مكان التدفق وزمن اللاوقت الزمان والمكان متصلان، في الطبيعة كما في المجتمع، يمكن تعريف المكان في النظرية الاجتماعية، باعتباره دعما ماديا للممارسات الاجتماعية التي تقاسم الوقت، بمعنى بناء التزامنية، ويمكن فهم تطور تكنولوجيا الاتصال باعتبارها فك اتصال الزمن ومقاسمة الوقت، ويشير مكان التدفق إلى الإمكانية التكنولوجية والتنظيمية لممارسة التزامنية دون اتصال الوقت، ويشير أيضا إلى احتمال لاتزامنية التفاعل في وقت معين عن بعد. وتتنظم أكثر الوظائف هيمنة في مجتمع الشبكات (الأسواق المالية، شبكات تبادل الإنتاج، شبكات وسائل الإعلام، شبكات صيغ التحكم العالمية، الحركات الاجتماعية العالمية) حول مكان التدفق. لكن مكان التدفق ليس بلا مكان، إنه مكون من عقد وشبكات، أي من أمكنة متصلة بشبكات اتصال الكترونية تتدفق خلالها معلومات تضمن أن تنتشر وتتفاعل ممارسات تقاسم الوقت التي يجري معالجتها في مكان مثل هذا. بينما في حيز الأمكنة القائم على تواصل الممارسة، يكون المعنى والوظيفة والمحلية شديدي الترابط، وفي حيز أمكنة التدفق، تحصل الأمكنة على معناها ووظيفتها من دورها كعقد في شبكات معينة تنتمي إليها. فزمن التدفق، إذن، ليس نفسه للأنشطة المالية كما هو للعلم أو هو نفسه في شبكات الإعلام كما هو مع شبكات السلطة السياسية، ولا يمكن إدراك المكان في النظرية الاجتماعية بمعزل عن الممارسات الاجتماعية لذا، فكل بعد في مجتمع الشبكات له تجل مكاني، ولأن الممارسات تدور في شبكات والمكان يدور في شبكات أيضا. ولأن الممارسات القائمة على الشبكات تعتمد على تدفق المعلومات التي تعالج بين المواقع المختلفة من خلال تكنولوجيا الاتصال، فإن مكان مجتمع

الشبكات مؤلف من التمييز بين ثلاثة عناصر: الأماكن التي يوجد فيها الأنشطة والأشخاص الذين ينفذونها، وشبكات الاتصال المادية التي تربط هذه الأنشطة ومحتوى وهندسة تدفق المعلومات التي تؤدي الأنشطة فيما يتعلق بالوظيفة والمعنى. هذا هو مكان التدفق.⁽⁴⁾

وجرت العادة على تعريف الزمن، في السياق الاجتماعي، بأنه تعاقب الممارسات، ويعرف الوقت البيولوجي وهو السمة المميزة للوجود البشري - وما زال كذلك بالنسبة لغالبية الناس في العالم - بأنه التعاقب المبرمج في دورة الحياة الطبيعية، ويتشكل الوقت الاجتماعي عبر التاريخ من خلال ما أطلق عليه الوقت البيروقراطي، وهو تنظيم الوقت، في المؤسسات وفي الحياة اليومية من خلال رموز الأجهزة العسكرية الأيديولوجية، الذي يفرض على إيقاع الوقت البيولوجي، وظهور وقت الساعة تدريجياً في العصر الصناعي جالبا معه ما يسمى - بحسب فلسفة (ميشيل فوكو) - الوقت الانضباطي، هذا هو المقياس وتنظيم التعاقب بدقة تكفي لتعيين المهام والترتيب لكل لحظة م الحياة بدءاً بالعمل الصناعي الملتزم بالمعايير وحساب أفق الزمن للتعاملات الاقتصادية، وعنصران أساسيان في الرأسمالية الصناعية لا يمكن أن تعمل دون وقت الساعة، فالوقت مال والمال يجتنى خلال الزمن. في مجتمع الشبكات ينقلب التأكيد على التعاقب، فيجري تعريف العلاقة بالزمن باستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مسعى لا يكمل لإلغاء الزمن من خلال إبطال تأثير التعاقب، في جانب، من خلال ضغط الزمن «مثلما في العمليات المالية العالمية التي تستغرق أجزاء من الثانية أو خلال الممارسة العامة لمهام متعددة بضغط المزيد من الأنشطة في زمن معين»، وفي جانب آخر، من خلال طمس معالم بين تعاقب الممارسات الاجتماعية، بما فيها الماضي والحاضر والمستقبل، في ترتيب عشوائي مثلما في النصوص والروابط الالكترونية في الويب 2.0، أو طمس الحدود بين نماذج دورة الحياة في كل من العمل والتربية

في المجتمع الصناعي المنظم حول فكرة التقدم وتنمية القوى الانتاجية، الصيرورة شكلت الكينونة، وتناغم الزمان مع المكان، في مجتمع الشبكات، يلغي مكان التدفق الزمان، من خلال إفشاء عدم النظام في تعاقب الأحداث وجعلها متزامنة في شبكات الاتصال، ومن ثم يقوم المجتمع على سرعة زوال هيكلية: الكينونة تلغي الصيرورة.⁽⁵⁾

3- قيم الخصوصية الثقافية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- قيمة حب الذات:

تتجسد قيمة حب الذات، كسلوك اتصالي لدى المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

- حب الذات، من حيث الجانب القيمي ينبغي أن يقترن بحب الجماعة وتغليبها على حب الأنا، وعليه فالفرد يبقى دائماً في جهد متواصل بين حب الذات وحب الجماعة، والمرء يحب ذاته إذا كانت على الأمر المحب عند الجماعة وفقاً للقيمة المرتبطة بالمصدر.
- إلا أن الحاصل، أن المستخدمين قد اكتسبوا هذه القيمة في الاتجاه الذي يبتعد عن المصدر.
- يرتبط حب الذات، بمسألة الوجودية، وإبراز الذات هو خروج إلى «الظاهر»، وقد أطلق على هذا الخروج اسم «الظهور»، ليصبح حب الظهور والوجود في مجتمع الشبكات، ركنين متلازمين، إذ يتعين على كل مستخدم أن يتكشف وينظر إليه، حتى يعتبر موجوداً، وما لم يتكشف وينظر إليه، فلا سبيل إلى اعتباره كذلك، إذا فالوجود في التكشف والعدم في التستر.
- تعلق المستخدم بصورته، يقول في هذا الصدد (كريستوفر لاش) صاحب كتاب «ثقافة النرجسية»: «إننا نحيا في دوامة من الصور والأصداء توقف التجربة وتعيد تصويرها ببطء، فالكاميرات وآلات التسجيل لا تكتفي بنقل التجربة، بل إنها تغير وجهها، جاعلة جزءاً كبيراً من الحياة الحديثة

أشبه بغرفة صدى كبيرة أو قصر من المرايا، لقد أضحت الحياة عبارة عن سلسلة متوالية من الصور أو الإشارات الالكترونية»⁽⁶⁾

- تعلق المستخدم بجسمه، ذلك أن المستخدم يتجلى في تعلقه بجسمه، فيصير إلى الانسلاخ من السلطة التي تربطه بأسرته، ومن التراث الذي يربطه بمجتمعه، ومن التاريخ الذي يربطه بأصله، وعندما تضمحل صلاته بهذه الأركان الثلاثة التي تنهض بتأسيس وبناء الفضاء الاجتماعي، وهي: «سلطة الأسرة» و «تراث المجتمع» و «تاريخ الأصل»، بل تنقطع بوجه من الوجوه، فلا تبقى بين يديه إلا صلته الآنية بجسمه، وهنا كما يقول (أوبرت): فيصير الجسم، في تجربته النفسية والاجتماعية، بمنزلة القيمة العليا التي يتعين عليه أن يسعى إلى التحقق بها، بل بمنزلة «الخير الأسمى» الذي ينبغي أن يرتقي إليه باكتساب خصال محمودة تناسبه، مستبدلاً بفضائل النفس «فضائل الجسم»⁽⁷⁾، ومن هنا جاء استخدام الشباب للأنشطة الرياضية والوسائل العلاجية التي تحفظ للجسم نضارته وصلابته، إذ لا أحب إليه من الجمال، ناهيك عن الشهرة.

- قيمة الملكية:

تتجلى قيمة الملكية في الطرح الاستخداماتي لمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال المظاهر التملكية التالية:

- أن الملكية من حيث الطرح القيمي، نقصد بها جانبيين، يتعلق الأول بطبيعة التملك والتي تقتضي الحفاظ على ما هو مملوك فعلا دون تعدي لخصوصيات ملكية أخرى، أما الثاني فيتعلق بطبيعة الشيء المملوك ومدى ارتباطه بالقيمة.

- أن الملكية من حيث طبيعة التملك في استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، هي ملك وهمي، فبالرغم من قدرته على فتح حساب في أي موقع له من مواقع التواصل الاجتماعي، كنوع من التملك، إلا أنه يضل

ملكا خائليا ينأى عن الحقيقة، ففي أي لحظة قد يتعرض للتلف، وبالتالي هي ملك وهمي ضمن ملك حقيقي لأصحاب هذه المواقع، فيصير الشاب المستخدم من مالك إلى متملك.

- أن الملكية من حيث طبيعتها كذلك، هي ملكية تعددية فقد يستطيع المستخدم امتلاك عدد لا يحصى من الحسابات في هذه المواقع، خاصة مع تعدد الهويات المستخدمة.

- أما من حيث طبيعة الشيء المملوك ومدى ارتباطه بالقيمة، أن المستخدم يريد أن يستمتع بالمصورات في هذا الفضاء من محتويات لا بمطلق النظر إليها، وإنما بنظر مخصوص، وهو أن ينظر إلى المصورات عن قرب، لا عن بعد، ذلك لأن علاقته بها ليست، كما هي علاقة الناظر العادي بها، علاقة تطلع، بل علاقة تقرب، فينزح المحتوى إلى كونه ذاتيا تقريبا تملكيا أكثر من كونه تشاركيا، ويبقى هذا الربط التملكي في الكثير من الأحيان في علاقة تصويرية غير أخلاقية لا تمت صلة بالقيمة.

- أن التملك البصري للمحتوى الموجود في هذه الشبكات يستطيع أن يكون لمسيا، واللمسية تقتضي التملكية، فبيدهي أن هذا اللمس لا يقوم في أن يذني المستخدم بصره، كأقصى ما يكون الدنو، من المضامين المعروضة في هذه الشبكات، حتى يلصقه بها، لأن من شأن هذا الإلصاق أن يقصر النظر، لا أن يعديه، وإنما يقوم اللمس المطلوب في أن يجعل المستخدم بصره يتصف بالصفات التي اختصت بها يده كمسها لما وصلت إليه، بحيث يصير بصرا يمس المحتوى كما تمس يده الأشياء المصورة، وفي اللغة العربية نجد صيغا متعددة تصف العين بما توصف به اليد، «أدركه بصره»، «مد بصره»، «ألقى ببصره إليه»، وقد وقف بعض دارسي الفن عن هذه الصلة بين العين واليد في أعمال الرسامين، فالباحث الفرنسي «جيل دولوز»، متأثرا بمؤرخ الفن النمساوي «ألويس ريغل»، فرق في كتابه «منطق الإحساس»، بين

وجوه أربعة أساسية لهذه الصلة، أحدها الوجه اليدوي ويعني أن اليد مستقلة تماما عن العين، والثاني الوجه الرقمي ويعني أن اليد تابعة كلياً للعين منشئة فضاء بصريا مثاليا، والثالث الوجه اللمسي ويفيد أن تبعية اليد للعين لا تمنع من وجود عناصر يدوية افتراضية، والرابع الوجه المسي ويفيد أن اللمس إمكان إدراكي للعين يختلف عن إدراكها البصري، ويعرفه بقوله: «نستعمل وصف المسي كلما لم تعد هناك تبعية مشددة في هذا الاتجاه أو في ذاك، ولا تبعية مخففة أو ارتباط افتراضي، أي عندما يكتشف البصر نفسه وظيفة لمسية تخصه، ولا تنسب إلا إليه، ووظيفة متميزة عن وظيفته البصرية».⁽⁸⁾

- قيمة السرية:

تطبع على الممارسة الاستخدامات لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، السرية في بعض الأحيان كشكل من الخصوصية وعدم معرفة الآخر لكل سلوكياته في هذا الوسط، وتتجلى المجالات القيمة والاستخدامات على النحو التالي:

- السرية من حيث قيمتها، هي أن المستخدم يتستر على الأمور التي تدعو القيمة المرتبطة بالمصدر إلى عدم البوح بها في هذا الوسط التكتفي، حرصا على عدم كشفه للآخر، فالأصل في الإنسان أنه إنسان مستور غير مكشوف.

- الحال أنه لا وجود للستر بغير وجود سر أو أسرار يخفيها، وإذا كان الأمر كذلك، لزم أن يكون للمستخدم من الأسرار بقدر ما يكون له من الأستار، فيدخل السر في تحديد هويته دخول الستر فيه، فلا هوية بغير سر مستور.

- المستخدم المتكشف المتجسس، يسعى دائما لكشف الأسرار التي يخفيها بقية المستخدمين، لكن في الوقت نفسه لا يسمح أبدا بالتكشف على أسرارهم.

- المستخدم يكتسب قيمة السرية، في المواضيع المتستر عنها اجتماعيا، والتي تعتبر بعدا عن القيمة.

- أن المتكشّف للأسرار المستورة في هذا الوسط، يستطيع النفاذ لكل الأسرار الموجودة على حسابات المستخدمين، عكس المتكشّف في العالم الواقعي المعيش فلا يستطيع كشف كل أسرار الفاعل الاجتماعي لأنها ترتبط بالنفس الإنسانية.
 - أن التّكشّف عن السرية، تجعل الحياة الخاصة حياة عامة، فينتقل التخصيص إلى التعميم الحياتي.
 - أن السرية لا تعارض الصدقية، فالمستخدم عند كشفه لأسراره يرى بأن ذلك دليل صدقه، بينما حفظها في نفسه دليل كذبه، وهذا الاعتقاد لا يصح، لأن السر أعم من الصدق، فقد يكون الأمر السري صادقاً أو كاذباً، فيكون حفظه حفظاً للصدق أو حفظاً للكذب، فيلزم أن افشاءه لأسراره لا يدل بالضرورة على صدقه، بل قد يدل على كذبه.
 - المستخدم يحاول قدر الإمكان التستر على بقية المستخدمين من خلال الخصائص التقنية والاستخداماتية، لكن في الوقت ذاته لا يستطيع أن يتستر على القائمين على الرقابة التقنية (أصحاب المواقع) أو النظامية.
 - أن كشف السرية من طرف القائمين على الرقابة، تؤكد فعلاً ما ذهب إليه المفكر الفرنسي (ميشال فوكو) في كتابه: «المراقبة والمعاقبة»، «إن مجتمعنا اليوم ليس مجتمع الفرجة، بل مجتمع المراقبة».⁽⁹⁾
- قيمة المصداقية:**

تتعلق المصداقية من حيث كينونتها في هذه المواقع من خلال مضمون استخدامات المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتعلق بالنقاط التالية:

- أن المصداقية في قيمتها، تعني أن الشباب المستخدم يكون صادقاً في نقل المعلومات الخاصة بهويته هذا من جهة، وصادقاً في المحتوى الذي يقوم بنشره وفي تفاعلاته مع الآخر من جهة أخرى.

- أن واقع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، من جانب صدق المعلومات الخاصة بهويته نجده يتعد عن ذلك في الكثير من الأحيان، هذا إن لم يتم بإخفائها تماما عن بقية المستخدمين.
- أن المصداقية هنا ترتبط ارتباطا وثيقا بمدى مصداقية الهوية المعبر عنها، وهنا قد يقر البعض «بأن استعارة أسماء أخرى وهويات غير هوياتهم، ستكون نافية لنفسياتهم، لأن نسبتهم إليها نضل مجهولة»، لكن هذا الأمر يسوده الكثير من اللبس فاستعارة الهوية لا تخرج الهوية الحقيقية عن وصفها، وإنما تؤكد هذا الوصف، ذلك أن المقصود باستعارة المستخدم لهوية من الهويات، هو على التعيين، تنكير ذاته، لا تنكير هويته الحقيقية، ومهما تكون الأسباب التي هي من وراء هذا التنكير، يبقى أن التنكير أدل على وجود الهوية الحقيقية من التعريف، فلولا أن المستخدم يدرك أنه يكشف ما لا يطاق كشفه، بل ما لا يجب كشفه، ما لجأ إلى الاسم المستعار، فتستر ذاته وراء هذا الاسم إنما يرجع إلى رفع الستار عن هويته الحقيقية.
- أن تعدد الهويات المستعارة ترسيخ للهوية الحقيقية، معلوم أن المستخدم قد يتخذ لنفسه أكثر من اسم مستعار، متمصصا لهويات مختلفة، ومتلبسا بأوصاف وأفعال تختلف باختلافها، ناطقة بتشعب هويته الحقيقية، ولولا أن المستخدم يشعر بالحاجة إلى كشف جوانب من هويته الحقيقية، متباينة صفة ومتفاوتة رتبة، معتقدا أن هذه الجوانب أخفى وأغنى من أن تستوعبها هوية واحدة، وإلا فلا أقل من أنها تقبل التوزيع على هويات مختلفة، ما كان ليتستر على نفسه بجملة من الأسماء المتحولة.
- أن المصداقية الذاتية أكبر رهان يتجسد في الممارسة الاستخداماتية لدى الشباب، فالشباب يسعى إلى تقمص العديد من الهويات في هذا الوسط، الأمر الذي يجعله في حالة اللاصدق مع نفسه من خلال العمل على التعايش مع الهوية المفترضة.

- أن مصداقية التفاعلات والمنشورات، تختلف حسب طبيعة المستخدم، ونظرته لهذا الوسط بين الجدية والهزلية، وكذلك حسب الشخص المخاطب في التفاعل، والشخص المتعرض للمنشور.
- أن المصداقية في هذه المواقع، قد تأخذ شكل «الإسرار»، فالمستخدم يقوم باطلاع بعض المستخدمين نشرا أو تفاعلا ببعض أسراره، تقويما لحياته الداخلية بما يجعل علاقته بهذه الأسرار تتغير، تبينا لها وتمكنا منها، فيكون الداعي إلى هذا الإسرار هو حاجة نفسية أو خلقية، إذ يجد المستخدم رغبة في التواصل مع غيره بصدد عالمه الداخلي، على اعتبار أن هذا الغير يشاركه نسق القيم الذي يهتدي به في حياته، وقد عرف أحد باحثي التحليل النفسي الإسرار بقوله: «الحركة التي تدفع كل واحد من الناس إلى أن يعرض - على سواه - جزءا من حياته الباطنة، سواء كان جسميا أو نفسيا».⁽¹⁰⁾

- قيمة الثقة:

لئن كانت المصداقية تتعلق بالذات المستخدمة، فإن الثقة تتعلق بذات المستخدم الآخر، أي كيف ينظر المستخدم للمستخدم الآخر، وبالتالي تصبح المصداقية مفهوما إنتاجيا، بينما الثقة هي مفهوم تمثلي، وتنطلق قيمة الثقة في الإطار الاستخداماتي وفقا للنقاط التالي:

- أن الثقة من حيث قيمتها، تقتضي وجود عدم الشك في الآخر المستخدم وبالتالي التصرف بموثوقية معه، في كل انتاجاته التفاعلية والنشرية، بطريقة ائتمانية.

- أن الثقة من حيث المعطى القيمي، أشد ارتباطا بقيمة الأمانة، فيصبح الآخر لدى الذات المستخدم ائتمانيا ومصدرا للتصور عن الذات والأشياء.

- القاعدة المقررة أن الإنسان مؤتمن على ما يدعيه مما هو في ملكه، وهل يملك الإنسان شيئا أكثر من هويته؟، فلئن جاز ائتمان الإنسان على ما يدعي نسبته إليه مما هو تحت يده، فلأن يجوز أن يؤتمن على هويته أولى، وبما أن الهوية شكية

- الطبع في هذا الوسط، تبقى الثقة مفقودة بين مستخدمي هذه المواقع في العديد من المحطات.
- إن الميثاقية بين المستخدمين، تعني وجود ميثاق ضمني معنوي، تفرزه الممارسة الاستخداماتية، لكن هذه الأخير نتيجة التسارع في طرح بنودها، وعدم مصدريتها في الكثير من الأحيان، تجعل المستخدم يستند إلى معايير تباعد عن الثقة في الأصل.
- أن الثقة، بين المستخدمين الشباب، تتأثر بمجموعة من الأمور الشكلية المقدمة للمضمون خاصة التأثير بالقوالب التقنية التي تقدم فيها الرسالة، وقد عولجت إشكالية تأثر الرسالة بالعامل التقني ومدى تأثير ذلك على الموثوقية في المصدر، في شبكات التواصل الاجتماعي، لدى العديد من الباحثين ليجدوا بأن هنالك ربطا بين الثقة التي يوليها مستخدمو هذه المواقع للشكل المقدم أكثر من المحتوى في حد ذاته. (11)

4- رهانات الخصوصية الثقافية في البيئة الرقمية:

- التجسس: بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالمخفي من المعلومات، وذلك على الأوجه التالية:
- الغلو في المراقبة، إذ تعددت المؤسسات التي تمارس المراقبة، كما تنوعت الآلات التي تتوسل بها.
- النفوذ إلى الحياة الخاصة، إذ أضحى المتجسس يتعدى إلى البحث عن تفاصيل باطن الأشياء لا ظاهرها.
- طلب الإحاطة بكل شيء، إذ انه بات ينشد أن يحيط علما بالفرد والمجتمع والعالم إحاطة لا تغيب عنها أية معلومة، كائنة ما كانت.
- الرغبة في التحكم بكل شيء، إذ صار يسعى إلى أن يسخر الكائنات ويتصرف في الاستهلاك ويمكن السلطة ويعزز الذات.

الأمر الذي يجعل المستخدم أكثر اتصافا بالقيمة دون الارتباط بها تفعيلا، ولتجاوز هذا الرهان، لابد له من الارتباط بقيمة الحياة:

- فالمتجسس يتصف بخاصية بارزة وهي منازعته للشاهد الأعلى، سبحانه وتعالى في ألوهيته، والمراد بالمنازعة هو أن ينسب إلى نفسه صفات الألوهية، ولا يلزم أن تكون هذه النسبة مصرحا بها، بل لا يلزم حتى أن يكون مشعورا بها، لأن المتجسس قد يكون استضمورها في نفسه، متصرفا في شؤونه على وفق ما أضمره وهو غير واع به، فيأتي أفعالا ينسبها إلى نفسه نسبة مطلقة، أسبابا ونتائج، أشكالا وطرائق، والراجع أن الحضارة المعاصرة حملت المنتسبين إليها على استتصار منازعة الألوهية لطول الأمد الذي يفصلهم عن تأثير الكنيسة.

- وعليه، يتوجب على المستخدم أن يقوم باخراج نفسه من أشكال المنازعة الالهية، متبعا في ذلك طريقة وجدانية نفسية، ذات صبغة اشتغالية تجعله يقبل على العمل بشغف ويقوم اعوجاج أخلاقه، وبالتالي المستخدم إذا استحضر الحياء في تصرفاته الاستخداماتية وجعل نفسه دائما بأنه مخلوق لابد له وأن يستحيي من الخالق، ولا ينازعه في صفته، تحول المتجسس من فعل التجسس إلى فعل الشاهدية، وأضحى التجسس شهادة، وهو ما يرتبط بالقيمة.

- التكشف: بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالآخر الناظر، متفرجا كان أو متجسسا أو ناظرا غير متفرج ولا متجسس، محمدا التكشف في الخصائص التالية:

- إبداء الكل، إذ أضحى المستخدم، فردا كان أو جماعة، يظهر منه كل ما استطاع، جسما كان أو نفسيا.

- إبداء الباطن، إذ أخذ يفشي أسراره ويودعها حساباته في شبكات التواصل الاجتماعي.

- حب الوجود، إذ أضحى يقرن وجوده بظهوره واشتهاره، سعة وقيمة.

- استهواء الآخر، إذ يطلب أن يؤثر في الآخرين، حاملا لهم على التكشف كما تكشف.

الأمر الذي يجعل المستخدم أكثر اتصافا بالقيمة دون الارتباط بها تفعيلا، ولتجاوز هذا الرهان، لابد له من الارتباط بقيمة الحياء:

- ينبغي تجاوز الكيفية التي يتبعها المتكشف في رفع لباس الحياء، والتي تتلخص في الانتقال من «التعدي» إلى «التحدي»، إذ يعلم يقينا أن الحياء قيمة يرغب فيها الناس، تخليقا للتعامل بينهم، لكنه يتتهكها، رافضا لها، لا رفض الشيء الموجود المطلوب، حتى إنه لو وجد بين أظهرنا من لا يعيرونها اهتماما كبيرا، لسعى إلى إقناعهم بأهميتها، حتى إذا اقتنعوا بها، عمد إلى خرقها، وإلا تركهم إلى غيرهم ممن يتعاملون بها بصورة أو أخرى، حتى يتكشف أمامهم، مستمتعا بالصدمة التي يحدثها لهم، أو متطلعا إلى أن يأتوا ما أتى من التكشف، حتى يرى منهم ما رأوا منه أو أكثر مما رأوا.

- أن الالتزام بالحياء، في تجنب التكشف، يقتضي عدم الإضرار بالآخر، فغرض المتكشف ليس التفرد بتحدي الحياء، بل السعي إلى أن يشرك الآخرين فيه، فيتكشفوا كما تكشف، ليعني تحديه لهذه القيمة، كأنه يتحداها في كل واحد منهم، جاعلا من منظورية الآخرين امتدادا لمنظوريته، من ثم، فاق حرص المتكشف على «المنظورية» حرص المتفرج على «الناظرية»، إذ المتعلق بالصورة، يخلو بتعلقه، مكثفيا بتعدي الحياء، بينما المتكشف لا وجود له بغير منظورية يتحدى بها الحياء، بل إن وجوده يتمكن بقدر ما تمتد منظوريته المتحدية لهذا الخلق.

الخاتمة:

إن العادات الاستخدامية التي ولدها الممارسة الاتصالية لدى المستخدم مع شبكات التواصل الاجتماعي، قد أفرزت فضاءات جديدة (الفيسبوك، التويتر...) تتنافس ضمن الدائرة الكلية على استقطاب أكبر عدد من المستخدمين، إلا أنها تشارك في الطابع النشط لدى المستخدم، هذه الفضاءات أنتجت بدورها أنماط وسلوكيات في التعامل بين المستخدم والوسيلة.

إن علاقة الإنسان بالآلة منذ الاشتغال عليها ببداية ظهور التقنية، كانت تقصر العلاقة في المردود الإنتاجي الذي يقدمه هذا الاستخدام فقط، إلا أنه مع ظهور هذه الوسائط فقد تحولت العلاقة إلى البحث عن مردود رمزي مفيد أو غير مفيد يقترب من التسلية أكثر من الجد.

هذا التحول في قطبي العلاقة سواء من حيث تغيرات الإنسان المعاصر أو من حيث الفضاء الجديد، يجعل من التوجه البحثي لفهم تفاصيل العلاقة أكثر من ضروري، خاصة فيما يتعلق بهوية المستخدم وحضوره كفرد فاعل ضمن هذا الوسط، وهو الأمر الذي طرحناه في هذه الدراسة، ليبقى التساؤل حول كيف نتجاوز رهانات الخصوصية الثقافية في استخدامنا لهذه المواقع؟

الهوامش:

1- *Conflicts of Interest, Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5, Boston, MA.*

2- محمد بن عبد القحطاني، حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2015، ص104.

3- ايمانويل كاستلر، سلطة الاتصال، تر: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، لبنان، 2014، ص 87.

4- ايمانويل كاستلر، سلطة الاتصال، تر: محمد حرفوش، المرجع نفسه، ص 88.

5- ايمانويل كاستلر، سلطة الاتصال، تر: محمد حرفوش، المرجع نفسه، ص 91.

6- *LASCH, ch, la culture du narcissisme, climats, paris, 2000, p19.*

7- *Aubert, N, et Haroche, C, les tyrannies de la visibilité, éros, Toulouse, 2011, p65.*

8- *Gilles Deleuze, francis bacon, logique de la sensation, édition de la différence, france, p99.*

9- *Foucault, ibid, p218.*

10- *Serge Tisseron, l'intimité surexposée, ramasay, paris, 2001, p52.*

11- شريف أحمد النجا، شبكات التواصل الاجتماعي : الميثاقية بين المجهولين، العدد 16، مجلة روافد الفكر والثقافة، البحرين، سبتمبر 2015، ص 24.

التشريعات الجديدة المنظمة للإعلام الإلكتروني بالجزائر

د. يوسفى عبد العالي-جامعة المسيلة

أ. علي مهني سامي-جامعة بسكرة

مقدمة:

لقد أضحت الإعلام الإلكتروني في الآونة الأخيرة ظاهرة إعلامية جديدة في عالم الإعلام و الصحافة، وهو نتاج للتطور في تقنيات الإعلام والاتصال والوسائط المتعددة، وتظهر أهمية هذه الأخيرة في المجتمع المعاصر نتيجة لتعدد آثارها الايجابية والسلبية والمتزايدة على بنية المجتمع، والتي ولدت أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية والثقافية وحتى السياسية منها والتي تشكلت بفعل ما يسمى بالعولمة الإعلامية.

والجزائر من بين الدول العربية التي مسها التطور في تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، خاصة وأن البدايات الأولى لظهور هذا النوع من الإعلام كان محتشما مقارنة بالدول الغربية وحتى العربية، خاصة وأن القوانين المنظمة لهذا النوع المستحدث من الإعلام الإلكتروني لم تكن مهينة بالشكل اللازم لمواكبة التطور التكنولوجي، الأمر الذي جعل الجزائر تتدخل و تسن قوانين و تشريعات جديدة الصادرة مؤخرا والمثلة في قانون الإعلام 2012 وقانون السمعى البصري 2014، وبناء على هذا نقدم قراءة إعلامية قانونية للإعلام الإلكتروني والتشريعات الإعلامية الجديدة المنظمة لهذا النوع من الإعلام في الجزائر و ذلك من خلال القانون العضوي المتعلق بالإعلام 2012 و قانون النشاط السمعى البصري 2014، وتم تغطية الموضوع بمجموعة من المحاور الآتي ذكرها:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام الإلكتروني وحرية الإعلام.
- المحور الثاني: التشريعات الإعلامية الجديدة المنظمة للإعلام الإلكتروني في الجزائر.

المحور الأول : الإطار المفاهيمي للإعلام الإلكتروني وحرية الإعلام .

أولاً - الإعلام الإلكتروني:

- مفهوم الإعلام الإلكتروني:

ويعرف على «أنه نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له، تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير».

ويعرفه محمد الخضر على أنه: «الوسيلة الأساسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة» وأيضاً يعرف على أنه: «مجالات وصحف على شبكة الإنترنت تقدم محتوى خاص يفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها تحمل من يرأسها مسؤولية ما ينشر، ويلتزم بأداب وتشريعات ومهنية المحتوى».⁽¹⁾

و تعرفه حنان احمد سليم بأنه: «مصطلح شامل لجميع المواقع التي تعتمد على تطبيقات البرمجيات التي يتم تزويد المحتوى فيها من قبل المستخدمين، وتشتمل هذه التطبيقات والخدمات على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات الإلكترونية، المدونات، مشاركة الصور، النشرات الإلكترونية، العالم الافتراضي، وكلها تقنيات وتطبيقات اعتمدت على إشراك المواطن ودخجه في المحتوى الإعلامي، حيث أصبح الفرد من خلال الإعلام الجديد هو من يقوم بإنتاج وتأليف المحتوى، فهو من يدون في مدونته الخاصة، أو يقوم برفع مقاطع الفيديو، أو يعلق بصوته، أو يستعين بمقاطع صوتية للتعليق على بعض الأخبار أو الموضوعات».⁽²⁾

- أشكال الإعلام الإلكتروني:

و تتعدد أشكال الإعلام الرقمي حسب علياء رمضان على النحو الآتي ذكره:

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت .
- الصحافة الالكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.
- الإذاعة الالكترونية: خدمات البث الحي على الانترنت.
- القنوات التلفزيونية الالكترونية: خدمات البث الحي المباشر على الانترنت.
- خدمات الأرشفة الالكترونية.
- الإعلانات الالكترونية: خدمات النشر الإعلاني على الانترنت.
- خدمات إعلانية ترفيهية.
- المدونات .blogs.
- قنوات التواصل الاجتماعي: مثل الفيس بوك و تويتر.
- خدمات الهاتف الجوال و تشمل البث الحي على الهاتف المحمول.
- بث خدمات الأخبار العاجلة على الهاتف مثل sms، mms.(3)

ثانياً - حرية الإعلام والصحافة:

- مفهوم حرية الإعلام والصحافة:

لقد قيل الكثير عن حرية الإعلام وتباينت حولها مناحي النظر حيث عرفت حرية الإعلام على أنها تعني حق الحصول على المعلومات من أي مصدر ونقلها وتبادلها والحق في نشر الأفكار والآراء وتبادلها دون قيود والحق في إصدار الصحف وعدم فرض رقابة مسبقة على ما تقدمه وسائل الإعلام إلا في أضيق الحدود وفيما يتصل بالأمن القومي مع تحديد نطاق ذلك والأمور العسكرية وما يتصل بجرمة الآداب العامة.(4)

وتعرف حرية الإعلام على أنها إمكانية إبلاغ الآخرين بالأخبار أو الآراء عبر وسائل الإعلام وتنطوي حرية الإعلام على عدد من الحريات الفرعية أهمها حرية الصحافة وحرية البث الإذاعي والتلفزيوني والمتصل بشبكة

المعلومات،⁽⁵⁾ وهي الحرية الأساسية في المجتمع في ظل التطور الهائل في مختلف وسائل المعرفة، وزيادة وسائل الإعلام وهي كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد المجتمع بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطرق موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي على خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي وإدراك كافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن القضايا والموضوعات بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي العام لدى الجمهور.⁽⁶⁾

ويعرفها محمد سعد إبراهيم حرية الإعلام free dom of information أنها «حق وسائل الإعلام في عرض كل ما يهم الناس معرفته، وحق الناس في تبادل المعلومات والحصول على الأنباء من أي مصدر، وحق الناس في إصدار الصحف والتعبير عن آرائهم،⁽⁷⁾ وعدم فرض رقابة مسبقة على ما تقدمه وسائل الإعلام والاتصال،⁽⁸⁾ ورد فعل من قبل المسؤولين في الدولة تجاه كل ما ينشر أو يذاع أو يبث عبر وسائل الإعلام، فالهدف من حرية الإعلام هو إحراز تقدم للبشرية وتمكين الإنسان من تحقيق حرياته ومساواته وتحقيق العدالة⁽⁹⁾، في إطار يخدم المصالح العامة للمجتمع، ويوازن بين حقوق الأفراد والجماعات، ويلتزم بالقيم الدينية والأخلاقية ويكفل تحقيق الاستقلالية والوحدة والتقدم».⁽¹⁰⁾

وأرجع فرانسيس بال حرية الإعلام والصحافة إلى الثورة الفرنسية سنة 1789 التي أعطت حرية الرأي وتكريس أكثر للحرية، فحرية الصحافة شكل من أشكال حرية التعبير وتم تكريس حرية الصحافة في القانون الفرنسي 1881.⁽¹¹⁾

وحرية الصحافة والإعلام تعني مجموعة من الأمور هي:

- 1- عدم خضوع وسائل الإعلام لرقابة مسبقة من جانب السلطة حتى في الظروف الاستثنائية كحالات الحرب والطوارئ .
- 2- تقييد المجال الذي يكون في وسع المشرع فيه إيجاد تشريعات تجرم ما لا يستلزم صالح المجتمع تجريمه، وهذا يعني أن الحرية المعترف بها للفرد ليست مطلقة وإنما تحددها القوانين القائمة.
- 3- حق الأفراد والجماعات في إصدار الصحف دون اعتراض السلطة.
- 4- حرية وسائل الإعلام في استقاء الأنباء ونقلها وحرية الرجوع إلى مصادر المعلومات.
- 5- حرية التعبير عن الآراء.⁽¹²⁾

فحرية وسائل الإعلام هي واحدة من الشروط الأساسية للمجتمع الديمقراطي، حيث ينشط المجتمع المدني، وتبرز الشفافية في النظام الحكومي، إضافة إلى مشاركة المواطنين من خلال إمدادهم بالمعلومات والتصويت في انتخابات حرة ونزيهة⁽¹³⁾، والصحافة إذا كانت حرة، ستكون حسنة أو سيئة، ولكن المؤكد أنها بدون حرية لن تكون إلا سلبية، الحرية هي فرصة للتألق، الاستعباد هو تأكيد للأسوأ.⁽¹⁴⁾

ويذهب «star,paul» في تعريفه لحرية الصحافة إلى أنها «الضمانة التي تقدمها الحكومة لحرية التعبير وغالبا ما تكون تلك الحرية مكفولة من قبل الدستور، وتمتد تلك الحرية لتشمل جمع الأخبار والعمليات المتعلقة بالحصول على المعلومات الخبرية بقصد النشر، وفيما يتعلق بالمعلومات عن الحكومة فمن صلاحية الحكومة تحديد ماهي المعلومات المتاحة للعامة وماهي المعلومات المحمية من النشر للعامة، وكما تخضع العديد من الحكومات لقوانين إزالة صفة الحرية أو قانون حرية المعلومات الذي يستخدم في تحديد المصالح القومية.⁽¹⁵⁾

- عناصر حرية الإعلام والصحافة:

- كما أكد جمال العطيفي أن حرية الصحافة والإعلام أربعة عناصر:
- عدم خضوعها لأية رقابة سابقة على النشر: فالرقابة على النشر تعدم الصحافة حريتها.
 - عدم تجريم ما تنشره من نقد: وعدم التوسع في مدلول فكرة حماية النظام العام أو وقاية النظام الاجتماعي حتى لا يصبح شعارا لحماية السلطة العامة والأشخاص العامين من النقد.
 - حرية استقاء الأنباء ونشرها: فلا قيمة لحرية الصحافة إذا أوصدت الأبواب في وجهها أبواب الأخبار أو فرضت السرية على تصرفات السلطة العامة.
 - حرية إصدار الصحف: بغير توقف على رضا الحكومة .
 - كما حدد الدكتور سليمان صالح، عناصر حرية الإعلام وتمثل في:
 - انعدام القيود القانونية التي تفرضها السلطات على حرية الصحافة .
 - انعدام الرقابة المسبقة على النشر.
 - حرية الصحافة في الحصول على المعلومات ونشرها.⁽¹⁶⁾

المحور الثاني: التشريعات الإعلامية الجديدة المنظمة للإعلام الإلكتروني في الجزائر.

أولا - التجربة الجزائرية في مجال الإعلام الإلكتروني :

تعرف الجزائر منذ سنة 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية و الانترنت عن طريق النشر الإلكتروني ابتداء مع جريدة الوطن، لأن إنشاء موقع على الواب لم يعد بذلك الشيء الصعب، خاصة في ظل إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي و التقني أمام المزودين الخواص للانترنت منذ سنة 2000، بالإضافة إلى المحاولات الرامية لتحسين خدمة الهاتف الثابت و تحريره من أجل تسعيرته.

فالإجراءات اللازمة للاستفادة من موقع على شبكة الانترنت بالنسبة لأي جريدة، يتطلب من الناحية التنظيمية المرور بالمراحل التالية، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان dz :

- سجل تجاري: لكل هيئة ذات طابع تجاري.

- وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر.

- يجب دفع مبلغ مالي كل سنة بقيمة 1000 دج.

وفي هذا الصدد ولأن الصحافة الالكترونية صحافة تحتاج إلى مقر وإلى هيئة عمالية فيجب الحصول على وثيقة التسجيل من أجل الحجز عند المركز الوطني للبحث العلمي، الذي يوفر ثلاث عروض كالتالي:

عرض MO 50 حدد المبلغ السنوي 10.000 دج.

عرض MO 100 حدد المبلغ السنوي 19.000 دج.

عرض MO 200 حدد المبلغ السنوي 28.000 دج.

إن هذا العرض المقدم من طرف مركز البحث العلمي والتقني تعتبر عروض بالنظر لما تقدمه الانترنت من خدمة عالية للجودة وتوصيل الجريدة بالعالم متخطية الحدود الجغرافية، ومتحدية عامل الوقت ومشاكل التوزيع، تعتبر عروض في متناول الجميع من هيئات ومؤسسات رسمية وعامة وخاصة على حد سواء، ثم تخضع الصحيفة الالكترونية من الناحية الإدارية مثلها مثل أي صحيفة ورقية إلى صحفيين، ولكن الكترونيين وتقنيين وفنيين وعمال إدارة ومراسلين، وتكمن نقطة الاختلاف الوحيدة في عملية الطباعة والتوزيع، التي تعوضان بالنشر الالكتروني.⁽¹⁷⁾

يرى المختصون في الاتصالات السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة، وللأفراد تصفح كل ما يرغبون به، وإنشاء مواقع

لأغراض مختلفة، دون أن يمنعهم رادع أو سلطة معينة، وقد تكون هذه الحرية أحد أسباب الإقبال على التدوين في الجزائر، سيما وأن القوانين الجزائرية تُلقي بالمسؤولية القانونية على مزودي الخدمة، حيث تشير المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر سنة 1998 إلى مسؤولية مزودي خدمات الانترنت على المادة المنشورة والمواقع التي تقوم باستضافتها، وضرورة اتخاذها الإجراءات المناسبة لوجود رقابة على المحتوى بهدف عدم نشر مواد تتعارض مع الأخلاق.⁽¹⁸⁾

كخطوة أولى لمواجهة ما يعرف بجرائم تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، أجرت الحكومة الجزائرية بعض التعديلات على قانون العقوبات بموجب القانون رقم 04 - 15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل و المتمم للأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، والمتضمن قانون العقوبات، حيث استحدثت عقوبات تتعلق بالمساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، وهو ما نصت عليه المواد 394 مكرر و 394 مكرر 1، و 394 مكرر 2، و 394 مكرر 3، و 394 مكرر 4، و 394 مكرر 5، و 364 مكرر 6، و 394 مكرر 7 ، من القسم السابع مكرر ، وتراوحت هذه العقوبات ما بين الحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات مع دفع غرامة مالية من 50000.00 دج إلى 5000000.00 دج، و ذلك حسب حجم و درجة خطورة الجريمة الالكترونية المرتكبة.⁽¹⁹⁾

ويعد قانون 09-04 المؤرخ في 5 أوت 2009 أول قانون في الجزائر اهتم بكيفية تبادل المعلومات الرقمية و تجري فيه كل أنواع المعاملات والخدمات الالكترونية، والمتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ويحتوي القانون على 19 مادة موزعة على 6 فصول نوردها كالآتي :

- الفصل الأول يحتوي على أحكام عامة تبين أهداف القانون وتحدد مفهوم التقنية الواردة فيه، فضلا عن مجال تطبيق أحكامه .
- الفصل الثاني نصت مواده على ضرورة مراقبة الاتصالات الالكترونية .
- الفصل الثالث يحتوي القواعد الإجرائية التي تخص الحجز والتفتيش في مجال جرائم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وفقا للمعايير الدولية المعمول بها
- الفصل الرابع تضمن إلتزامات المتعاملين في مجال الاتصالات الالكترونية .
- الفصل الخامس أشار إلى الهيئة الوطنية للوقاية من الإجرام المتصل بتكنولوجيايات الإعلام والاتصال ومكافحته .
- الفصل السادس نص على التعاون والمساعدة القضائية الدولية، إذ تناول قواعد الاختصاص القضائي والتعاون الدولي، إلا أن تجسيد بنود هذا القانون على أرض الواقع يبقى ضعيف، ويرجع ذلك لإهمال المشرع الجزائري للجوانب التقنية الكفيلة بتصنيف هذه الجرائم وتحديد العقوبة المناسبة في حق مرتكبيها، واقتصرت العقوبات في أغلب الأحيان على الغرامة المالية.(20)

ثانيا- التنظيم القانوني للإعلام الالكتروني في الجزائر من خلال قانون الإعلام 2012:

يعتبر القانون العضوي المتعلق بالإعلام 2012 أول نص قانوني منظم لقطاع الإعلام في الجزائر الذي يعترف بالإعلام الالكتروني والصحافة الالكترونية كوسيلة من الوسائل الإعلامية الحديثة، حيث خصص المشرع بابا كاملا خاصا بوسائل الإعلام الالكترونية، وذكر بصريح العبارة مصطلح «الصحافة الالكترونية» ضف إلى ذلك مصطلحات أخرى في هذا القانون وردت بتسميات أخرى «كالإعلام الالكتروني، أو الاتصال الالكتروني أو الإعلام عبر الانترنت»، ويرجع الباحثون ذلك إلى التطور المستمر الذي يشهده

قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وتأثيرها الكبير في المجتمعات، ويؤكد القانون على ممارسة النشاط الإعلامي عبر الانترنت «المكتوب والسمعي البصري» وذلك بحسب المادة 66 من القانون، وقدم المشرع لأول مرة في الجزائر بابا خاصا بوسائل الإعلام الالكترونية، وان كان عدد المواد التي تضمنها الباب لا يتعدى الستة مواد بدءا من المادة 67 إلى المادة 72، وهذا ما يؤكد على الأهمية التي أولاها المشرع الجزائري لهذا النوع من الإعلام.

ويعرف قانون الإعلام 2012 الصحافة الالكترونية حسب المادة 67 «بكل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي، وقد يفهم من هذا ضمنا اشتراط صفة المهنية استثناء معظم المدونات وفضاءات التواصل الاجتماعي، أي أنه لا يعترف بصحافة الهواة أو ما أصبح يعرف بصحافة المواطن، التي يشرف ويقوم على إنتاج محتواها مواطنون عاديون، ليسوا محترفين مثل الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام التقليدية، وفي هذه الحالة يصنفون على أنهم هواة».⁽²¹⁾

ونشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت، يتمثل في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي، ولا تدخل المطبوعات ضمن هذا الصنف عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقتين وهذا حسب المادة 68 من القانون والتي وضعت شروط على الصحافة المكتوبة التي تنشط عبر الانترنت والتي يمكن إيجازها فيما يلي :

- إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام .
- يجدد بصفة منتظمة أي التحديث المستمر للمضمون والمحتوى .

- الأخبار تكون لها صلة بالأحداث أي لا بد من هذه الوسيلة نقل أخبار واقعية ترتبط بأحداث واقعية .

- تكون معالجة هذه الأخبار ذات طابع صحفي، أي اشتراط احترام المبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية.(22)

وبعدما خصص المشرع مادة خاصة بخدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت فقد خصص في المقابل أيضا مادة خاصة بخدمة السمعى البصري عبر الانترنت بمفهوم هذا القانون العضوي، وعرفتها المادة 69 بأنها «كل خدمة اتصال سمعى بصري عبر الانترنت واب- تلفزيون أو واب - إذاعة موجهة للجمهور أو فئة منه وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها، ويظهر من خلال هذه المادة أن هناك اعترافا ضمنيا بمواقع المؤسسات السمعية البصرية على شبكة الانترنت، وذلك لكون المؤسسة التلفزيونية والإذاعية متاحة على شبكة الانترنت .».

أضف إلى ذلك أن نشاط السمعى البصري عبر الانترنت يتمثل في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام و يجدد بصفة منتظمة ويحتوي خصوصا على أخبار ذات صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي، ولا تدخل ضمن هذا الصنف إلا خدمات السمعى البصري التي تمارس نشاطها حصريا عبر الانترنت وهذا ما أورده المادة 70 من القانون.(23)

ونظم المشرع الجزائري ممارسة نشاط الصحافة الالكترونية من خلال المادة 71 حيث جاء فيها يمارس « يمارس نشاط الصحافة الالكترونية و النشاط السمعى البصري عبر الانترنت في ظل احترام أحكام المادة 02 من هذا القانون العضوي .(24)

وتنص المادة 02 من قانون الإعلام 2012 على أنه «يُمارس نشاط الإعلام بجرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما وفي ظل احترام :

- الدستور و قوانين الجمهورية.
- الدين الإسلامي وباقي الأديان.
- الهوية الوطنية والوحدة الوطنية.
- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.
- متطلبات النظام العام.
- المصالح الاقتصادية للبلاد.
- مهام و إلتزامات الخدمة العمومية.
- حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.
- سرية التحقيق القضائي.
- الطابع التعددي للأراء و الأفكار.

- كرامة الإنسان والحريات الفردية و الجماعية.⁽²⁵⁾

ولكن في نفس الوقت تبقى هذه الاستثناءات معوقات تحد من الوصول إلى مصادر الخبر وتفتح المجال أمام التأويلات، مما يفرض على الصحفي والمؤسسة الإعلامية نوعا من الرقابة الذاتية حسب المادة 84 و92.

وتنص المادة 84 على أنه «يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر، ما عدا في الحالات الآتية:

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به .
- عندما يمس الخبر بأمن الدولة و/ أو السيادة الوطنية مساسا واضحا.
- عندما يتعلق الخبر بسرية البحث والتحقيق القضائي.

- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.
- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.

أضف إلى ذلك أن المادة 92 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام، أكدت على أنه يجب على الصحفي، زيادة على الأحكام الواردة في المادة 02 من هذا القانون العضوي، يجب على الصحفي على الخصوص:

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية.
- تصحيح كل خبر غير صحيح.
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني.
- الامتناع عن تمجيد الاستعمار.
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية و عدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن السرقة الأدبية و الوشاية و القذف.
- الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.
- الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.⁽²⁶⁾

وتستثني المادة 72 الأخبار التي تشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري.⁽²⁷⁾

والملاحظ في مضمين قانون الإعلام 2012 والمكانة التي أولاها المشرع الجزائري للإعلام الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، بحيث ورد في أغلب

نصوص القانون العديد من المواد الدالة بصفة صريحة على مصطلح الإعلام الإلكتروني أو الصحافة الإلكترونية أو الانترنت بحيث:

- ورد أول ذكر لمصطلح الإعلام الإلكتروني ضمن هذا القانون من خلال المادة 03 حيث نصت على أنه «يقصد بأنشطة الإعلام في مفهوم هذا القانون العضوي، كل نشر أو بث لوقائع أو أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية ، وتكون موجهة للجمهور أو فئة منه».

- وجاء كذلك في المادة 14 من القانون على أن «تمتد مهام و صلاحيات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إلى نشاط الإعلام المكتوب عن طريق الاتصال الإلكتروني».

- المادة 48 و تنص على أنه «تنظم سلطة ضبط الصحافة المكتوبة هياكل توضع تحت سلطة رئيسها ولا يمكن أن يشارك مستخدمو هذه الهياكل بصفة مباشرة أو غير مباشرة في مؤسسة متصلة بقطاعات الصحافة المكتوبة ومؤسسات النشر والإشهار».

- ورد في المادة 66 من الفصل الثاني المعنون سلطة السمعى البصري من الباب الرابع المعنون «بالنشاط السمعى البصري» «والتي تنص على أنه» يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية و يخضع لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات، بإيداع تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الانترنت، وتحدد كفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

- وزيادة على هذا ورد باب كامل خاص بوسائل الإعلام الإلكترونية يضم 6 مواد قانونية منها:

- المادة 67 والتي تعطي مفهوما للصحافة الالكترونية والتي يقصد بها في مفهوم هذا القانون، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه.
- المادة 68 وتنص على أنه «يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، لا تدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقتين».
- المادة 69 و تتجلى في «كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت (واب - تلفزيون، واب - إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه وتنتج وتبث بصفة مهنية ويتحكم في محتواها الافتتاحي».
- وجاء في المادة 70 على أن نشاط السمعي البصري يتمثل عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام لا تدخل ضمن هذا الصنف إلا خدمات السمعي البصري التي تمارس نشاطها حصريا عبر الانترنت.
- وحددت المادة 71 من القانون أن ممارسة نشاط الصحافة الالكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الانترنت في ظل احترام أحكام المادة 02 من نفس القانون .
- وردت المادة 79 من الفصل الأول المعنون بـ « مهنة الصحفي» من الباب السادس المعنون بمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة «يجب على كل مدير مسؤول نشرية للإعلام العام، أن يوظف بصفة دائمة صحفيين حاصلين على البطاقة الوطنية للصحفي المحترف، على أن يساوي عددهم على الأقل ثلث (3 /1) طاقم التحرير وتطبق أحكام هذه المادة على طاقم تحرير خدمات الاتصال السمعي البصري، تستثنى من أحكام هذه المادة وسائل الإعلام الالكترونية».

- المادة 82 تشير إلى أنه «في حالة تغير توجه أو مضمون أية نشرية دورية أو خدمة اتصال سمعي بصري أو أية وسيلة إعلام عبر الانترنت وكذا توقف نشاطها أو التنازل عنها، يمكن للصحفي المحترف فسخ العقد، ويعتبر ذلك تسريحاً من العمل يخوله الحق في الاستفادة من التعويضات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما».
- وردت المادة 100 من الباب السابع المعنون بـ «حق الرد وحق التصحيح» على أنه «يجب على المدير مسؤول النشرية أو مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو مدير وسيلة إعلام الكترونية، أن ينشر أو ييث مجاناً كل تصحيح يبلغه إياه شخص طبيعي أو معنوي بشأن وقائع أو آراء تكون قد أوردتها وسيلة الإعلام المعنية بصورة غير صحيحة».
- المادة 103 من نفس الباب في الفقرة الثانية أشارت إلى «يرسل الطلب برسالة موصى عليها مرفقة بوصول استلام، أو عن طريق المحضر القضائي، تحت طائلة سقوط الحق في اجل أقصاه ثلاثون (30) يوم إذا تعلق الأمر بصحيفة يومية أو خدمة اتصال سمعي بصري أو جهاز إعلام إلكتروني».
- المادة 113 من نفس الباب نصت بصريح العبارة على أنه «يجب على مدير جهاز الإعلام الإلكتروني أن ينشر في موقعه لكل رد أو تصحيح فور إخطاره من طرف الشخص أو الهيئة المعنية».
- وردت المادة 115 في الباب الثامن المعنون بـ «المسؤولية» وحملت المسؤولية عن النشر لكل من مدير المسؤول عن النشرية أو مدير جهاز الصحافة الإلكترونية، وكذا صاحب الكتابة أو الرسم مسؤولية كل كتابة أو رسم يتم نشرهما من طرف نشرية دورية أو صحافة الكترونية».
- المادة 124 وردت في الباب التاسع من هذا القانون العضوي المعنون بـ «المخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي» بالعبارة الآتية «تتقدم الدعوى العمومية والدعوى المدنية المتعلقة بالجنح المرتكبتان عن

طريق الصحافة المكتوبة أو السمعية البصرية أو الالكترونية بعد ستة أشهر كاملة ابتداء من تاريخ ارتكابها».

ويلاحظ في هذا القانون أن فيه تنوع في المصطلحات و التي جاءت بعدة مسميات مرة بإسم «الإعلام الالكتروني» وأخرى بإسم «الصحافة الالكترونية» ومرات بإسم «الاتصال عبر الانترنت»، كل هذه المسميات تؤكد على الأهمية التي أولاها المشرع الجزائري لهذا النوع الإعلامي وإدراجه الإعلام الالكتروني والصحافة الالكترونية ضمن وسائل الإعلام الحديثة، وكذا الاعتراف بالصحفيين الالكترونيين كصحفيين محترفين في مفهوم هذا القانون. (28)

ثالثا - التنظيم القانوني للإعلام الالكتروني في الجزائر من خلال قانون السمعي البصري 2014 :

تمخض عن القانون العضوي للإعلام 2012 صدور قانون 14-04 الخاص بالنشاط السمعي البصري، والذي صدر في الجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 بحيث يحتوي القانون على 113 مادة موزعة على سبعة أبواب. وقد وردت المادة 07 من الفصل الثاني المعنون بـ «تعريف القانون» من القانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري في الفقرة 12 الخاصة بمفاهيم مصطلحات القانون مايلي «... اتصال موجه للجمهور بوسيلة الكترونية: هو وضع ما لا يحمل صفة مراسلة خاصة مهما كانت طبيعتها من إشارات أو علامات أو كتابات أو صور أو أصوات أو رسائل تحت تصرف الجمهور أو فئات منه عن طريق وسيلة اتصال الكترونية، وجوهر هذه المادة القانونية الإشارة ضمينا إلى النشر الالكتروني والصحافة الالكترونية». (29)

ومن جهة أخرى نصت المادة 42 من هذا القانون على أنه «يتعين على موزع المحتوى عبر أية وسيلة لخدمة الاتصال السمعي البصري المرخصة طبقا

للتشريع والتنظيم ساربي المفعول أن يلزم ناشر البرنامج بتقديم نسخة من الرخصة» ويتضح من خلال هذه المادة أن المشرع أشار ضمناً إلى النشاط السمعي البصري عبر الانترنت والذي يدل عليه عبارة «عبر أية وسيلة» ويتم ذلك إلا بترخيص، وعليه فالخدمة المقدمة و الموزعة عبر وسيلة الكترونية تخضع للعقد المبرم مع سلطة ضبط السمعي البصري، وفصل المشرع في شروط استعمال الرخصة من المادة 40 إلى غاية المادة 46 من هذا القانون.⁽³⁰⁾

وأشارت المادة 56 من القانون في الفصل الأول والمعنون ب «مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري من الباب الثالث والمعنون ب «سلطة ضبط السمعي البصري» حيث «تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري إلى النشاط السمعي البصري عبر الانترنت»، بمعنى أن صلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري لم تقتصر فقط على نشاط السمعي البصري عبر التلفزيون أو عبر الإذاعة بل تجاوزه المشرع إلى وسيلة أخرى هي الانترنت .

وما ينطبق على بقية وسائل الإعلام السمعية البصرية في باب العقوبات ينطبق على جهاز الإعلام الالكتروني والصحافة الالكترونية أو ما سمي حسب المشرع بالنشاط السمعي البصري عبر الانترنت، والمحددة في الباب السادس المعنون ب «الأحكام الجزائية في مواده من 107 إلى 111».⁽³¹⁾

الخاتمة:

وعلى العموم، فإن الإطار القانوني المنظم للإعلام الالكتروني، تتضارب نحوه مواقف الدول وتوجهاتها؛ فكلما تم تقنين بعض هذه الظواهر ظهرت الحاجة إلى تقنين ظواهر أخرى أكثر عدداً وأشدَّ تعقيداً، نحن إذاً أمام حقل معرفي يتجدد باستمرار؛ الأمر الذي يجعل المواكبة القانونية له ضعيفة الفائدة وغير مسابرة لتطوره؛ إذ ما أن يوضع قانون جديد حتى يتم تجاوزه بفعل التطور التكنولوجي السريع بحكم أن البيئة الميديا تيكية متغيرة ، فالإعلام

الالكتروني في الجزائر لازال يعاني من قصور وفراغ تشريعي في ظل عدم وجود تشريعات واضحة خاصة بالإعلام الالكتروني والاعتماد على القوانين والأوامر المنظمة لقطاع الانترنت والاتصالات أكثر من القوانين الخاصة بالإعلام، ولا بد على المشرع الجزائري صياغة موثيق وضوابط أخلاقية للعمل الإعلامي في المجال العام الرقمي، مع ضرورة الإسراع بإستحداث قانون خاص بالإعلام الالكتروني والتعجيل بوضع سلطة تضبط الإعلام الالكتروني من بعض التجاوزات والخروقات التي تضر الفرد والصالح العام مع ضمان حق المواطن في الإعلام وفي حرية التعبير والصحافة.

الهوامش:

- 1- رانية سليمان سلامة، الإعلام الإلكتروني، مجلة الدوحة، العدد 129، ماي 2015.
- 2- حنان أحمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، ط 2، مركز بحوث الدراسات الإنسانية، جامعة الملك سعود الرياض، 2016، ص 38.
- 3- علياء عبد الفتاح رمضان، الصحافة الإلكترونية و تحرير الفنون الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، 2018، ص 83.
- 4- فارس جميل أبو خليل، وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 40.
- 5- ماجد راغب الحلو، حرية الإعلام والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2006، ص 07.
- 6- خالد مصطفى فهمي، حرية الرأي والتعبير، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 60.
- 7- محمد سعد إبراهيم، حرية الصحافة، دراسة في السياسة التشريعية وعلاقتها بالتطور الديمقراطي، ط 2، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 26.
- 8- رضوان بلخيري، سارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 14.
- 9- فتحي حسين عامر، حرية الإعلام والقانون، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 13.
- 10- هيرش رسول مراد، الوظيفة الرقابية للصحافة «دراسة تحليلية وميدانية»، مكتبة زين الحقوقية والادبية، بيروت لبنان، 2016، ص 98.
- 11- Francis balle, medias sociétés, 12^{ème}ed., MONTCHREST i ENEJA, paris, 2005, p 193.
- 12- فضل طلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، 2011، ص 24.
- 13- إبراهيم حمادة بسويوني، حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر، عالم الكتب، القاهرة، 2013، ص 107.
- 14- Yadrouj lakhdar, pouvoir et idéologie de l'information, Alger, 2002, p 01.
- 15- ميرال صبري ابو فريخة، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية «المحددات السياسية – الاجتماعية – الاقتصادية –الثقافية لحرية الصحافة» دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013، ص 20.
- 16- إبراهيم عبد الله السلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 29-30.
- 17- يمينة بلعاليا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص ص 148-149.
- 18- الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 98 – 256 المتعلق بالبريد والمواصلات، العدد 63، الصادر في 26 أوت 1998، ص 08.
- 19- حفظة الأمير عبد القادر، غرداين حسام، واقع جرائم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وسبل التصدي لها محليا، عربيا ودوليا، العدد 01، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي تندوف، جوان 2017، ص 179.
- 20- الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون 09-04 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيايات الإعلام والاتصال ومكافحتها، العدد 47، الصادر بتاريخ 05 أوت 2009.
- 21- الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون عضوي 12-05 المتعلق بالإعلام، العدد 02، الصادر في 2012/01/15، ص 28.

- ²² منصور قدور بن عطية ، الصحفي المحترف بين القانون والإعلام ، دار جسور للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2016 ، ص 85 .
- ²³ - الجمهورية الجزائرية ، الجريدة الرسمية، قانون عضوي متعلق بالإعلام 05-12 ، العدد 02 ، الصادر في 2012/01/12 ، ص 28 .
- ²⁴ طاهري حسين ، الإعلام والقانون ، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، عين ملية ، الجزائر ، 2014 ، ص 212 .
- ²⁵ -الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون عضوي متعلق بالإعلام 05-12 ، مرجع سابق، ص 22 .
- ²⁶ - الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون عضوي متعلق بالإعلام 05-12 ، مرجع سابق، ص 29 .
- ²⁷ - طاهري حسين، الإعلام والقانون، مرجع سابق، ص 212 .
- ²⁸ - الجمهورية الجزائرية ، الجريدة الرسمية، قانون عضوي المتعلق بالإعلام 05-12 ، العدد 02 ، الصادر في 2012/01/12 .
- ²⁹ -الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، العدد 16 ، المؤرخ في 24 فبراير 2014 ، ص 08 .
- ³⁰ - الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، مرجع سابق، ص 12 .
- ³¹ - الجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، قانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، مرجع نفسه، ص 15 .

صحافة المواطن في الجزائر بين حرية الرأي والتعبير والقضايا المجتمعية

- دراسة في محتوى صفحات من الفيسبوك -

د.غالية غضبان - جامعة خنشلة

د. صليحة بوشيبان - جامعة الجزائر3

مقدمة:

تعتبر حرية الرأي والتعبير من الحريات الأساسية للإنسان المعترف بها دوليا ووطنيا، ولا يمكن الكلام عن مجتمع تزدهر فيه حقوق الإنسان دون المرور بهذه الحريات التي تعد بحق المدخل الحقيقي لممارسة الكثير من الحريات والحقوق العامة الفكرية والثقافية وغيرها، كحق النقد وحرية الصحافة وحرية الإبداع.

ولقد أدى التطور الكبير والمذهل الذي عرفته تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور وسائل إعلام جديد أو ما يعرف بصحافة المواطن، حيث مكنت هذه الوسائل الجديدة الناس من التعبير عن آرائهم وأفكارهم والمشاركة في المجتمع المدني، كما ساهم انتشار الجيل الثاني من الأنترنت وويب 2 في ظهور هذه الوسائل الحديثة التي أضفت أشكالاً أخرى للاتصال غير مألوفة في الاتصال الجماهيري، ونذكر على سبيل المثال شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات ومجموعات النقاش والحوار... وهي وسائل تعتمد على سرعة المعلومات وانتشارها وتبادلها على نطاق واسع، كما أن الولوج إلى هذه الوسائط والاستفادة من خدماتها يتم بطريقة مجانية، ومساحة التعبير وإبداء الرأي فيها لا تعرف الحدود ولا تخضع لأي رقابة أو وصاية، وهي متوفرة ومفتوحة للجميع دون استثناء.

وقد جاءت دراساتنا لتسلط الضوء على واحدة من هذه الوسائط الجديدة ألا وهو موقع الفيسبوك، هذا الأخير الذي يوفر عدة خدمات تسهل

لمستخدميه التواصل مع الآخرين ونقل مختلف الأخبار والمعلومات بحرية تامة ودون أي قيود، وفي هذا الصدد يقول القانوني زين العابدين فداوي «أنه من الجانب القانوني أصبح للفايسبوك حق عالمي في الأمم المتحدة في إطار الاحترام العام» ولقد ارتأينا في دراستنا هذه محاولة البحث في طريقة وطبيعة تقديم المواضيع المجتمعية في الجزائر من خلال محتوى صفحات الفايسبوك، ولمعالجة هذا الموضوع قمنا بالاعتماد على العناصر التالية كخطة للدراسة:

- بناء موضوع الدراسة من خلال صياغة اشكالياتها وأهدافها وتحديد مصطلحاتها الأساسية.
- البناء المنهجي للدراسة من خلال توضيح نوع الدراسة والمنهج المتبع فيها وكذا تحديد مجتمع بحثها وعينته والأداة المستخدمة في جمع البيانات وتحليلها بحكم أنها دراسة تحليلية ميدانية.
- تحليل نتائج الدراسة التحليلية، واستخلاص النتائج العامة.

أولاً: بناء موضوع الدراسة:

1. إشكالية الدراسة:

نشأ مصطلح صحافة المواطن في إطار ما عرف بالإعلام الجديد كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها.

ولم تكتف الوسيلة الإعلامية الجديدة بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي المتنوع من نصوص إلى صور وملفات صوتية ولقطات الفيديو التي انتشرت خلال العامين الماضيين.

فقد انتشرت المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل ملفات فيديو شخصية وعامة بضوابط معينة ليراها الجميع في أنحاء المعمورة، وتحول المستخدم إلى منتج إعلامي بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة مثل كاميرات الهاتف النقال وغيرها، حيث ينتج ويث ما يريد على الإنترنت.

وانتشر التحرر نسبيا مع وجود المنتديات والمجموعات البريدية، ولكن لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة، إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك، وهذه الأخيرة تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

وقد جاءت دراساتنا لتركز على الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في طرح ومعالجة مختلف القضايا المجتمعية السياسية، اقتصادية، اجتماعية، ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية:

كيف تناولت صفحة **viva l'Algérie** 1.2.3 مختلف القضايا

المجتمعية في الجزائر؟

2. تساؤلات الدراسة:

وقد انبثقت من الإشكالية الرئيسة عدة تساؤلات فرعية:

✓ كيف تقدم صفحة الفيسبوك **viva l'Algérie** 1.2.3 القضايا المجتمعية في الجزائر من حيث الشكل؟

✓ كيف تقدم صفحة الفيسبوك **viva l'Algérie** 1.2.3 القضايا المجتمعية في الجزائر من حيث المضمون؟

3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بصفة أساسية إلى التعرف على طبيعة تناول صفحات الفايسبوك القضايا المجتمعية في الجزائر، ويتفرع عن هذا الهدف الأساسي جملة من الأهداف الفرعية المتمثلة في:

✓ الكشف عن طبيعة المواضيع التي تطرحها صفحة الفايسبوك viva 1.2.3 l'Algérie.

✓ رصد طبيعة وأنواع المادة المستخدمة في النشر مواضيع القضايا المجتمعية عبر صفحة viva 1.2.3 l'Algérie.

✓ رصد أهم الأساليب الإقناعية المعتمد عليها والمستخدم في نشر القضايا المجتمعية عبر صفحة viva 1.2.3 l'Algérie.

4. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوعا حديثا، حيث تسلط الضوء على انخراط نشطاء الشبكات الاجتماعية وهوأة الفايسبوك بصفة خاصة في المجال الصحفي دون أي اعترافية أو تكوين أكاديمي، والدور الريادي الذي لعبه هؤلاء المستخدمين في بروز صحافة المواطن وتفعيلها لدرجة أصبحت فيها الفضائيات والصحف العالمية ومواقع الانترنت الإخبارية تنسب الكثير من أخبارها لصفحات الفايسبوك.

كما تنبع أهمية الدراسة كونها تعنى ببعده بحثي مهم جدا وهو التناول الإعلامي للقضايا المجتمعية الذي لطالما عاجلته الدراسات السابقة من منظور الإعلام التقليدي، في حين سنحاول من خلال دراستنا هذه الجمع بين هذه القضايا المجتمعية وتناول الإعلام الجديد لها، وظهور ما يسمى بصحافة المواطن، هذه الأخيرة التي سمحت للأفراد بالتعبير عن أفكارهم ومشاكلهم

بكل حرية وكذا سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت نفسه، وإيصالها إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

إن كل دراسة وبجث علمي يتطلب تحديدا دقيقا لمفاهيمه ومصطلحاته المفتاحية هذه الأخيرة التي تسهل على الباحث عملية الإحاطة والإلمام بالموضوع محل الدراسة، من خلال توضيح مفهومها المتداول وكذا الإجرائي الموافق لاستخدامنا له في هذه الدراسة وتتمثل أهم المفاهيم هنا في:

صحافة المواطن: يعرفها الدكتور جمال الرزن: «صحافة المواطن مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على مستوى المفهوم»⁽¹⁾.

ويرى كل من شاين برومان وكريس ويليس أن صحافة المواطن هي: «نشاط للمواطنين يلعبون من خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية»⁽²⁾.

وبالتالي فصحافة المواطن هي الصحافة التي يصنعها المواطنون، وهي أسلوب صحفي جديد اتسع وأصبح شائعا في الممارسة الصحفية وخاصة في النموذج الغربي، ويتميز المواطن الصحفي بأنه صحفي مستقل وحر من أي ضغوط إعلانية أو انتماءات تنظيمية أو مؤسسية، حيث يقدم للناس بوصفه صوتا مستقلا، الأمر الذي أسهم في تحويل مئات الآلاف من الناس إلى وكالات أنباء متحركة⁽³⁾.

التعريف الإجرائي: صحافة المواطن هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية، فكل شخص الآن لديه هاتف

محمول حديث يمكنه التقاط وتسجيل الأحداث اليومية التي تمر به وبيثها من خلال الانترنت في مواقع مثل اليوتيوب، الفايسبوك، ويشارك الآخرين في مطالعتها والتعليق عليها.

حرية الرأي والتعبير: تعرف حرية الرأي والتعبير على أنها حرية الشخص في أن يقول ما يفكر به دون أن يطارده وتشمّل الحرية في استقصاء الأخبار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت دون التقيّد بالحدود الجغرافية، وبأي شكل سواء كانت مكتوبة أو شفوية أو مطبوعة وبأي وسيلة يختارها الشخص.⁽⁴⁾

وحرية الرأي والتعبير تعني قدرة الإنسان على تبني الآراء والأفكار التي يريدونها دون أي ضغط أو إجبار، إضافة إلى القدرة على التعبير عن هذه الآراء باستخدام كافة الوسائل والأساليب.⁽⁵⁾

التعريف الإجرائي: حرية الرأي والتعبير هي قدرة الفرد على التعبير عن آرائه وأفكاره بحرية تامة باستخدام وسيلة الفايسبوك.

مواقع التواصل الاجتماعي:

وتسمى أيضا الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وتكوين صداقات حول العالم، وبناء جماعات افتراضية وفقا لاهتمامات أو انتماءات مشتركة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحاته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الشخصية، ويكتب مقالات ونصوص وتنشر تسجيلات فيديو.

وهكذا تقوم مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة في محتوياتها من طرف المستخدمين عن طريق الإضافات والردود التي تسهم في زيادة محتواها، فهي تتيح لهم الرد والتعليق وتقديم المحتويات عن طريق التصويت وإبداء الرأي، وكذا تبادل المعلومات بكل حرية وشفافية.⁽⁶⁾

التعريف الإجرائي: مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيها بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، ويقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون عليها تعليقات من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة، وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. نوع الدراسة ومنهجها:

إن نوع الدراسة وطبيعة الموضوع هما المحددان الأساسيان في اختيار المنهج الملائم لها، وتنتمي دراستنا هذه إلى الدراسات الوصفية التحليلية الكمية. حيث نهدف من خلال هذه الدراسة إلى وصف وتحليل كيفية تقديم القضايا المجتمعية عبر صفحات الفيسبوك محل الدراسة، وذلك من خلال المنشورات والتدوينات الممثلة لموضوع دراستنا، من خلال تحديد نوع القضايا المطروحة والجمهور المستهدف بها ومصدر المواضيع المطروحة وشكل تقديم هذه المضامين.. والقيام بوصفها وتحليل طبيعة المادة المستخدمة في النشر والتدوين واللغة المعتمد عليها في الطرح.

وتعرف الدراسات الوصفية التحليلية على أنها: «دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع»،⁽⁷⁾ وللقيام بهذه الدراسة قمنا بالاعتماد على منهج المسح الوصفي التحليلي، على اعتباره المنهج المناسب لمثل هذه الدراسات، والذي يمكننا من الوقوف على الحقائق وجمع البيانات كميًا ووصفها للكشف عن تقديم المواضيع المجتمعية عبر صفحات الفيسبوك عينة الدراسة، ثم تحليلها وتفسيرها حتى لا تبقى حبيسة لبيانات إحصائية أو حصر لوصف واقع كما هو

دون إعطاء تحليلات لما هو كائن، بالإضافة إلى الخروج بنتائج ومحاولة علمية دقيقة لمشكلة الدراسة.

- ويعرف منهج المسح بأنه: «الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الواقع، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، ومن خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك»⁽⁸⁾ وبعد تحديدنا لكل من نوع الدراسة وكذا المنهج الملائم، فلا بد علينا من الانتقال إلى خطوة منهجية أكثر أهمية ألا وهي تحديد مجتمع الدراسة وعينته كما سنوضح في العنصر الموالي على اعتبارها الحجر الأساس في أي دراسة أو بحث علمي.

2. مجتمع الدراسة وعينتها:

- إن تحديد مجتمع البحث أهم خطوة منهجية في أي دراسة أو بحث علمي، فلا يمكن تصور مشكلة بحث أو دراسة دون مجتمع بحث، ونجاح أي دراسة علمية يتطلب دقة في اختيار المفردات التي تمثل مجتمع البحث فيها، وغالبا ما يواجه الباحثون صعوبات في تحديد سياق عملهم واختيار مجتمع بحثهم المستهدف والمتاح الذي يستخلص منه العينة التي ستجرى عليها الدراسة، خاصة عندما يكون مجتمع البحث غير واضح كما هو الحال اليوم في البحوث الخاصة بدراسة الجماهير الافتراضية أين يتعامل الباحث مع مجتمع بحث غير واضح الملامح ومتباين، كما هو الحال في دراستنا هذه.

- ويعرف مجتمع البحث على أنه: «يتركب من وحدات، حيث يتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات مجتمع البحث الذي حدده أو من عينة، وهنا يجد الباحث نفسه أمام نوعين من البحوث: البحوث الشاملة وبحوث العينات..»⁽⁹⁾ وانطلاقا من فكرة التعريف واستنادا إلى أن دراستنا وصفية تحليله كمية، نهدف من خلالها لجمع البيانات من خلال أسلوب

العينات، ومعالجتها إحصائيا، ثم تحليلها للوصول إلى نتائج نستطيع تعميمها على المجتمع المستهدف بالدراسة فلقد عمدنا إلى تقسيم مجتمع دراستنا كالتالي:

* **المجتمع المستهدف بالدراسة:** شبكات التواصل الاجتماعي، والذي سوف نقوم بتعميم النتائج عليه.

* **المجتمع المتاح:** ويمثل موقع الفايسبوك المجتمع المتاح الذي نقوم باختيار عينة الدراسة من خلاله، هذا الأخير الذي يتيح إمكانية إنشاء صفحات عديدة تعنى بتقديم القضايا المجتمعية ومن بين هذه الصفحات وقع الاختيار على صفحة 1.2.3 viva l'Algérie كعينة للدراسة والتحليل باستخدام العينة الطبقية المتعددة المراحل بأسلوب قصدي حيث وقع اختيار هاته الصفحة نتيجة إقبال المشاركين فيها والتفاعل من خلالها. ولقد أخضعنا الصفحة محل الدراسة للتحليلي المجال الزمني ما بين 01 فيفري الى غاية 31 مارس وذلك لضيق الوقت وكذا كثرة التحديثات في الصفحة في اليوم الواحد.

ولجمع المعلومات والبيانات اللازمة من عينة الدراسة للوصول إلى النتائج المرجوة و بالتالي تحقيق أهداف الدراسة يتوجب علينا استخدام أداة مناسبة لطبيعة ومنهج وكذا عينة الدراسة كما هو موضح في العنصر الموالي.

3. أدوات جمع البيانات:

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع.⁽¹⁰⁾

وفي دراستنا هذه قمنا بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لتحليل البيانات الواردة على صفحة الفايسبوك المثلة لعينة الدراسة كما سبق وأشرنا، وهذا نظرا لما تمليه طبيعة الدراسة.

وتعرف أداة تحليل المضمون على أنها: «تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطنة، الساكنة منها والمتحركة،

شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف». حيث قمنا بتحليل التناول الإعلامي للصفحة عينة الدراسة كالتالي:

1- تحليل يتعلق بمضمون الصفحة من خلال:

- تحديد طبيعة ونوع مواضيع القضايا المجتمعية الأكثر بروزا في الصفحة.
- تحديد نوع الجمهور المستهدف بمضامين الصفحة المنشورة محل الدراسة.
- تحديد المصادر الأساسية للمواضيع المنشورة عبر الصفحة المدروسة.

2- تحليل يتعلق بشكل مضمون الصفحة من خلال:

- الكشف عن طبيعة ونوع المواد المنشورة عبر الصفحة.
- الكشف عن اللغة المستخدمة في طرح ونشر مواضيع القضايا المجتمعية عبر صفحة الفيسبوك.
- الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في طرح مضامين صفحة الفيسبوك.

3. الجانب التحليلي للدراسة:

نريد من خلال هذا المحور الاقتراب من مضمون صفحة الفيسبوك «1.2.3viva l'Algérie» تموضع المواضيع الخاصة بجرية التعبير، في الصفحة محل الدراسة، وفق ما تم طرحه من تساؤلات وتحديد للأهداف ولأن البنية الموضوعية للرسالة تتأسس على جدلية العلاقة بين الشكل والمحتوى فقد وزعنا الجهد التحليلي لهذه الدراسة على الجانبين:

تحليل فئات المضمون (كيف قيل؟):

1- فئة الموضوع:

الجدول رقم(01): يوضح المواضيع الخاصة بجرية التعبير في الصفحة الفيسبوكية محل

الدراسة:

| المواضيع التكرار | ت | % |
|------------------|----|-------|
| الفساد الاداري | 14 | 33.33 |

| | | |
|-------|----|--------------|
| 38.09 | 16 | الرشوة |
| 23.80 | 10 | البيروقراطية |
| 4.76 | 02 | اخرى |
| 100 | 42 | المجموع |

يوضح الجدول رقم «1» إجمالي المواضيع المتعلقة بجرية التعبير من خلال صفحة الفايسبوك محل الدراسة، حيث نجد أن أعلى نسبة سجلت لموضوع الرشوة 38.09%، وقد أولت الصفحة أهمية كبيرة لموضوع الرشوة في الجزائر لأنه يعتبر من الطابوهات التي تتجاهلها وسائل الإعلام العادية ثم يأتي موضوع الفساد الإداري بنسبة 14%، بينما جاء موضوع البيروقراطية بنسبة 23,8%.

2- فئة المصدر:

الجدول رقم (02): يوضح مصدر المواضيع الخاصة بجرية التعبير في الصفحة الفايسبوكية محل الدراسة:

| المصدر التكرار | ت | % |
|-----------------------------|----|-------|
| مسير الصفحة «ادمن الصفحة» | 26 | 61.90 |
| اعضاء الصفحة | 10 | 23.80 |
| اقتباسات من صفحات فايسبوكية | 06 | 14.28 |
| اقتباسات من وسائل الإعلام | 00 | 00 |
| المجموع | 42 | 100 |

يبين الجدول رقم (02) المصدر التي تعتمد عليه الصفحة محل الدراسة لنشر المواضيع، نلاحظ من نتائج الجدول أن مسار الصفحة هو المصدر الأساسي للمعلومات التي تنشر بمختلف أنواعها بنسبة 61,90% وهذا يدل على التفاعلية التي تتيحها الصفحات الفايسبوكية لمستخدميها، بحيث يصبح للجمهور الدور الفعال لنشر المواضيع والتفاعل معها، وهذه الميزة متوفرة في وسائل الإعلام الجديدة، ويأتي أعضاء الصفحة في المرتبة الثانية بنسبة 23.80% كمصدر للمعلومات الخاصة بالمواضيع محل الدراسة، وذلك كونهم أيضا أعضاء من الجمهور وشاهدي عيان في كثير من الحالات، بينما تحتل اقتباسات من صفحات فايسبوكية المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 14.28%، فيما

جاءت فئة اقتباسات من وسائل الإعلام في المرتبة الأخيرة بدون تكرار وهذا يدل على ان الصفحة محل الدراسة في غنى عن المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام.

3- فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم(03): يوضح الجمهور المستهدف من المواضيع الخاصة بجرية التعبير على صفحة الفيسبوك محل الدراسة:

| الجمهور | ت | % |
|------------------|----|-------|
| شخصيات حكومية | 20 | 47.61 |
| شخصيات فإيسبوكية | 18 | 42.85 |
| اخرى | 04 | 9.52 |
| المجموع | 42 | 100 |

يمثل الجدول رقم(03) الجمهور المستهدف من المواضيع التي تنشر على الصفحة محل الدراسة، حيث تشير النتائج المتوصل إليها أن المحتوى موجه بشكل أساسي إلى الشخصيات الحكومية بنسبة 47.61% وهذا هو الهدف الرئيسي للصفحة، حيث تهدف بالدرجة الأولى إلى توجيه رسائل مباشرة إلى بعض الشخصيات الحكومية وخاصة فيما يتعلق بالفساد والرشوة والبيروقراطية الإدارية، وذلك من خلال عرض مختلف التصريحات والصور والفيديوهات التي لم تعرض عبر وسائل الإعلام، وتأتي الشخصيات الفإيسبوكية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 42.85% حيث يروج القائمون على الصفحة لبعض التصريحات كما يوجهون لها بعض الانتقادات في المواضيع التي تعرضها و يعتبرونها ممولة من طرف أيادي خارجية حتى تتمكن من هتك أعراض بعض الشخصيات الوطنية، وفي الأخير نجد أخرى بنسبة 9.52%، وهم أفراد المجتمع.

فئات الشكل (كيف قيل؟)

1- فئة طبيعة المادة المستخدمة:

الجدول رقم(04): يوضح طبيعة المادة المستخدمة لعرض مواضيع حرية التعبير على صفحة الفيسبوك محل الدراسة:

| المادة التكرار | ت | % |
|---------------------|----|-------|
| نص فقط | 02 | 4.76 |
| نص مرفق بصورة خبرية | 04 | 9.52 |
| نص مرفق بصورة معبرة | 02 | 4.76 |
| صورة فقط | 02 | 4.76 |
| نص مرفق بفيديو | 32 | 76.19 |
| المجموع | 42 | 100 |

يمثل الجدول رقم (04) طبيعة المادة المستخدمة لعرض المواضيع على الصفحة محل الدراسة، حيث بينت النتائج المتوصل إليها أن الصفحة تعتمد بالدرجة الأولى على نص مرفق بفيديو بنسبة 76.29% ويمكن تفسير ذلك أن أغلب المادة التي تصل إلى الصفحة تكون في شكل فيديوهات أنية لمسييري الصفحة وعلى المباشر لتكون أكثر إقناعا وتأثيرا على الجمهور المتلقي لهذه المواضيع، وتأتي فئة نص مرفق بصورة خبرية في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 9.52%، وعادة ما يستخدم القارئون على الصفحة هذا النوع من الصور عند ذكرهم لمختلف المواضيع التي تهتم الرأي العام، وتتساوى كل من فئة نص فقط وصورة فقط ونص مرفق بصورة معبرة في النسبة والتي قدرت ب 4.76%.

2- فئة اللغة المستخدمة:

الجدول رقم (05): يوضح اللغة المستخدمة لعرض مواضيع حرية التعبير من خلال صفحة الفيسبوك محل الدراسة:

| اللغة التكرار | ت | % |
|---------------|----|-------|
| عربية فصحي | 12 | 28.57 |
| عامية | 30 | 71.42 |
| فرنسية | 00 | 00 |
| المجموع | 42 | 100 |

يظهر الجدول رقم 05 اللغة المستخدمة لعرض المواضيع على صفحة الفيسبوك محل الدراسة، حيث تبين نتائج الجدول أن الصفحة تعتمد بالدرجة الأولى على اللغة العربية

العامة بنسبة 42, 71%، وهذا لتستطيع جميع الفئات معرفة فحوى الصفحة، فهي انشأت بالدراجه الأولى للجمهور العادي، تليها العربية الفصحى بنسبة 28.57% و ذلك في بعض التصريحات لبعض الشخصيات أو الجهات الرسمية، بينما لم تستعمل الصفحة اللغة الفرنسية إطلاقا في عرض محتوياتها وهذا إن دل على شيء وإنما يدل على الرغبة في مخاطبة أكبر قدر ممكن من الجماهير كون اللغة العربية هي اللغة الأم وهي لغة متداولة عند عامة الجمهور، عكس اللغة الفرنسية و التي هي مقتصرة على فئات قليلة ومحدودة.

3- فئة الأساليب الإقناعية:

الجدول رقم (06): يوضح الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض مواضيع حرية التعبير من خلال صفحة الفيسبوك محل الدراسة:

| التكرارات الاساليب | ت | % |
|-----------------------|----|-------|
| عقلية | 18 | 42.85 |
| عاطفية | 20 | 47.61 |
| تخويفية | 04 | 9,52 |
| المجموع | 42 | 100 |

يبين الجدول رقم (06) الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض المواضيع على الصفحة محل الدراسة، حيث سجلنا أن الصفحة تعتمد بالدرجة الأولى على الإستimalات العاطفية بنسبة 47.61%، تليها في المرتبة الثانية الإستimalات العقلية بنسبة 42.85%، بينما اعتمدت الصفحة على الإستimalات التخويفية بنسبة 9.52%.

ويمكن تفسير اعتماد الصفحة محل الدراسة على الإستimalات العاطفية بقصد استثارة عاطفة الجمهور المستهدف وتوعيته، وتستعمل الصفحة في بعض الأحيان الإستimalات العقلية لإضفاء نوع من المصداقية على ما تعرضه من مضامين.

الخاتمة/ النتائج العامة للدراسة:

لقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- تناولت صفحة الفايسبوك محل الدراسة جملة من المواضيع التي تعتبر من الطابوهات الكبرى داخل المجتمع الجزائري، والتي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية حيث اهتمت الصفحة محل الدراسة بمواضيع الفساد، رشوة والبيروقراطية التي يعاني منها المجتمع الجزائري وذلك بنسب مختلفة فكان أهم موضوع وحاولت تسليط الضوء عليه وذلك بنسبة 38.09 بالمائة مقارنة بالمواضيع الأخرى، حيث أصبحت هذه المواضيع متغلغلة داخل المجتمع الجزائري، فقد تناولت الصفحة محل الدراسة بهامش من الحرية الموضوع من أجل تنوير الرأي العام حول ما يحدث داخل الدولة، خاصة في ضوء التعتيم الذي نجده في الإعلام التقليدي نتيجة القوانين والعقوبات الصارمة التي تفرضها السلطة.
- 2- تعتمد الصفحة محل الدراسة على مسير الصفحة في نقل المواضيع الهامة داخل المجتمع الجزائري حيث يعتبر مسير الصفحة المحرك الرئيسي لها، وذلك من خلال شبكة العلاقات التي يملكها داخل وخارج السلطة وكذا النقل الحي والمباشر للأحداث.
- 3- تستهدف الصفحة محل الدراسة الجهات الحكومية بنسبة 47.61 بالمائة، وذلك لأهمية المواضيع المطروحة والمتعلقة بمؤسسات الدولة بالدرجة الأولى، وهذا هو الهدف الرئيسي للصفحة.
- 4- تعتمد الصفحة محل الدراسة على النص المرفق بفيديو بنسبة 19,76 بالمائة، حيث يعتمد مسير الصفحة على النقل الحي والمباشر للمواضيع والقضايا الاجتماعية وتوجيهها إلى أشخاص بعينهم بطريقة مباشرة.

5- تعتمد الصفحة محل الدراسة على اللغة العامية السهلة والبسيطة وذلك بنسبة 71.42 بالمائة وذلك بهدف مخاطبة أكبر عدد ممكن من الجماهير ذوي القروية المحدودة.

6- أخذت الإستimalات العاطفية المرتبة الأولى بنسبة 47.61 بالمائة وذلك قصد إثارة عاطفة الجمهور المستهدف حول المواضيع المعالجة.

نخلص في الأخير إلى أن صفحة الفاييسبوك محل الدراسة قد تناولت قضايا المجتمع الجزائري، بحرية مطلقة وذلك من خلال تطرقها لأكثر المواضيع حساسية داخل المجتمع الجزائري.

الهوامش:

- 1 جمال الرزن، صحافة المواطن المتلقى عندما يصبح مرسلًا، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص2.
- 2 برتراند بكيري و لاريك يلان: «الإعلام يصنع التغيير»، مجلة USA، المجلد 12، العدد1، مجلة الكترونية يصدرها مكتب برامج الإعلام بوزارة الخارجية الأمريكية، ص3.
- 3 شريف درويش اللبان «الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد»، مجلة روى استراتيجية، المجلد الثاني، العدد 7، يوليو 2014، ص 116.
- 4 هديل مالك ونضال عباس: «دور القانون الدولي في حماية حرية الرأى التعبير»، المجلة السياسية والدولية، كلية العلوم السياسية، العراق، 2012، العدد 21، ص 319.
- 5 سعد علي البشير: «حرية الرأى والتعبير-الضمانات والمسؤوليات»، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 8، 2010، ص 93.
- 6 مرزوقي حسام الدين، توظيف المؤسسات الإعلامية الإخبارية على شبكة الانترنت لأدوات الإعلام الاجتماعي -دراسة وصفية تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية- مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2012، ص 52.
- 7 سمير محمد حسين، بحوث الإعلام -الأسس والمبادئ-، القاهرة، عالم الكتب، ، ط1، 1976، ص 131
- 8 الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، الجزائر، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003، ص 8
- 9 عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام و الرأى العام، القاهرة، دار الفكر العربي، ط4، 2007، ص 8
- 10 موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر بوزيد صحراوي، الجزائر، دار القصة، ط2، ص 107.

شبكات التواصل الاجتماعي والبناء الهوياتي.

د. بوقرة رضوان - جامعة المسيلة

د. سعاد ولد جاب الله - جامعة المسيلة

مقدمة

شكل ظهور الانترنت بكل ما تحمله من خصائص إعلامية واتصالية مجالا لإعادة إنتاج الواقع ومجمل العلاقات الاجتماعية، ومثلما عملت وسائل الإعلام الجماهيرية على خلق العالم الرمزي الذي يوازي العالم الحقيقي، فقد عملت الانترنت على خلق واقع افتراضي يوازي الواقع الحقيقي. إن من جملة العناصر التي يعاد إنتاجها على مستوى الانترنت هو الهوية الفردية من خلال إتاحة الفرص للمستخدمين، لبناء هويات افتراضية قد تتطابق مع هوياتهم الحقيقية أو تمثل مجالا لبناء هوياتهم الحقيقية. إن أحد التجديدات الأكثر ملموسية والتي تمنحها الانترنت لمستخدميها هو تجاوز الإكراهات الخاصة بحاجز الزمان وطقوس المكان والذي يمكن بالنهاية الفاعلين من بناء الهويات الخاصة بهم. من جهة أخرى فقد أفرزت الانترنت 2.0 جملة من التطبيقات الإعلامية والتواصلية والتي ساهمت في بزوغ البناء الهوياتي الافتراضي وتعزيزه. تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم التطبيقات الاتصالية ذات الاستخدام التواصلي المكثف. تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها بفضل خصائصها التقنية إمكانية التلاعب الهوياتي والتقمص وبناء عدد لا حصر له من الهويات الفردية وهو ما تترجمه ظاهرة الحسابات المتعددة والصفحات المستعارة. تحاول هذه المداخلة تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في بناء الهويات الافتراضية.

1- شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل الاجتماعية:

يقع مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ضمن مفهوم الشبكات الاجتماعية، وهي تحوي عديد المواقع الاجتماعية مثل اليوتيوب والفيس بوك. من الناحية التاريخية فإن الشبكات الاجتماعية ظهرت أولاً، أما مواقع التواصل

الاجتماعي فقد ظهرت مع الويب 2.0 كأحد التطبيقات العملية للجيل الثاني من الإنترنت، وإن كان كل منهما يقع ضمن مفهوم الشبكات الاجتماعية.

1.1. مفهوم الشبكات الاجتماعية:

هي عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية، يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية، وهو مفهوم ينطبق على مجموعات النقاش الحي، وغرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية⁽¹⁾، كما تعرف بأنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت⁽²⁾. يمكن أن نقدم جملة من الخصائص التي تتميز بها الشبكات الاجتماعية⁽³⁾:

- يتم تشكيل محتوى هذه الشبكات من زوارها والأعضاء فيها وليس هناك فريقا متخصصا للكتابة والنشر فيها، فرواد هذه الشبكات يشكلون محتوى الشبكات من خلال الأفكار التي يطرحونها ووجهات النظر التي يتبادلونها.
- التواصل الفعال بين كافة مستخدمي هذه الشبكات حيث يستطيع كل مسجل فيها أن يوصل ويستقبل أي رسالة إلى أي من المشتركين الآخرين الذين يختار التواصل معهم ويستطيع أن يقف على آخر أخبارهم.
- يستطيع المستخدم التحكم في المحتوى المعروض عن طريق اختيار الأصدقاء الذين يريد التواصل معهم.

2.1. الواب 2.0 وبزوغ مواقع التواصل الاجتماعي:

لم تكن مواقع التواصل الاجتماعي لتظهر بهذا الشكل لولا ظهور الواب 2.1، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد التطبيقات الاتصالية لهذا الأخير. ظهر مصطلح الواب 2.0 في أكتوبر 2004 خلال المؤتمر الأول الذي نظمته شركتنا «اوريلي ميديا وميديا لايف»⁽⁴⁾ والموسوم ب الواب 2.0، الفكرة الأساسية للواب 2.0 كانت توفير المعرفة في كل المجالات، عبر السعي لمحاكاة طريقة عمل وسائل الإعلام الجماهيرية التي سبقت ظهور الانترنت، حيث يتكفل مرسل واحد بإرسال المحتوى إلى عدة مستقبلين، بينما يعمل النموذج الحالي الذي يوفره الواب 2.0 وفق طريقة أكثر ديمقراطية وتفاعلية، حيث يتحول المستقبل إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل، كما تستطيع مجموعة كبيرة من المستقبلين أن توفر محتوى معيناً لمجموعة أخرى من المستقبلين أن توفر محتوى معيناً لمجموعة أخرى من المستقبلين⁽⁵⁾، إن أهم الإضافات التي جاء بها الواب 2.0 والتي لم تكن ممكنة حتى وقت قريب تتمثل في:

- تمكين الأفراد من الالتقاء حول قضايا مشتركة.
- يتيح فرصاً فريدة لبناء تساؤلات جماعية مختلفة عن تلك التي عهدتها الأفراد، ومساءلة الكثير من النمطيات والأفكار الممتمة إلى حقل «اللامفكر فيه» والتي يصعب الاقتراب منها في الفضاءات التبادلية التقليدية.
- يعمل على توسيع فضاء المرجعيات الثقافية المتقاسمة وربط الأفراد والجماعات .
- أداة فاعلة في تقسيم وتجزئة الأفراد إلى جماعات افتراضية تلتقي حول اهتمامات مشتركة.
- يمثل إمكانية تقنية هائلة لتوسيع دائرة التبادل والتفاعل بين الأفراد والجماعات.
- القدرة على منح الأفراد أدوات عصرية لبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم.⁽⁶⁾

خصائص الواب 2.0:

يتميز الواب 2.0 بأنه ثمرة اندماج عدة تطبيقات مع بيئة الواب، حيث تتميز مواقع الواب 2.0 بأنها تفاعلية، وتشاركية، وأنية التحيين، وهي أكثر قدرة على العمل كتطبيقات ويب، تسمح للمستخدم بإنشاء حساب على الموقع نفسه وعدادة حسابه وبالتالي تحقيق الاستفادة القصوى من خدمات الموقع، ويمكن أن نحدد خصائص الواب 2.0 في الخصائص الآتية:⁽⁷⁾

- منصة تطوير متكاملة: يتعامل الواب 2.0 مع الواب كمنصة تطوير بمعزل أي عوامل تقنية أخرى، حيث يستفيد الموقع من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطور التطبيقات من أوامر النظام الذي يرمج برنامجه عليه.

- الذكاء والحس الإبداعي: وهي عبارة عن جملة من الخصائص الذكية.

- الثقة بالزوار: على مستوى مواقع الواب 2.0، المحتوى يقوم ببنائه المستخدم او يشارك مشاركة فعالة في بنائه، لذا فإن أحد أهم المبادئ هنا هو إعطاء الثقة الكاملة للمستخدم للمساهمة في بناء هذه الخدمة، والمثال الصريح على ذلك هو موقع ويكيبيديا الذي يمنح الثقة للمستخدم في إدراج أي محتوى يرغب بإدراجه، ليأتي بعد ذلك دور مراقبي الموقع لمراقبة المضامين المدرجة.

- المشاركة: بمعنى ان المستخدمون هم من يبنون خدمات الواب 2.0 وليس صاحب الموقع، حيث يقدم صاحب الموقع النظام كخدمة قائمة بالأساس على تفاعل المستخدمين.

- الخدمة الذاتية للوصول إلى أي مكان: إن أحد أهم خصائص مواقع الواب 2.0 هو إمكانية نشر الخدمة خارج نطاق الموقع، فتقنية atom,rss وغيرها من التقنيات يمكن من خلالها إيصال محتوى الخدمة خارج نطاق الموقع.

وكخلاصة فإن أهم ما يميز الواب 2.0 عن الواب 1.0 أن اتجاه بث المحتويات أصبح من الكل إلى الكل بمعنى أن الكل يبث والكل يستقبل، عكس الواب 1.0 حيث كان مسؤولي الخدمة أو النظام بمعنى قلة من الأفراد هم الذين يقومون بالبث إلى الكل، لكن دون إمكانية للتفاعل والتواصل.

تطبيقات الواب 2.0.

يتيح الواب 2.0 جملة من التطبيقات والتي أدت بالنهاية إلى وجود مواقع التواصل الاجتماعية بخصائصها التقنية الحالية، وتمثل هذه التطبيقات في: (8)

- **rss** وهي خدمة يتم من خلالها جلب محتويات المواقع التي يتم الاشتراك بها دون الحاجة إلى زيارة تلك المواقع بدلا من التصفح فيها والبحث عن المواضيع الجديدة بها.

- **wiki** هي خدمة تمكن المستخدم من تحرير صفحة انترنت من خلال برنامج المتصفح بالكتابة النصية مباشرة في جهاز المستخدم.

- **المدونات**: هي عبارة عن صفحة انترنت شخصية يتم إنتاجها من خلال المستخدم ويعرض فيها المحتوى بترتيب التحديث.

- **مشاركة الفيديو**: هي عبارة عن مواقع تسمح للمستخدم برفع ومشاهدة مقاطع الفيديو والتعليق عليها وتقييمها مثل اليوتيوب.

- **مشاركة الصور**: وهي مواقع تسمح للمستخدم برفع ومشاهدة الصور وحتى إنشاء معرض صور شخصي له، ويستطيع الآخرون رؤية الصور والتعليق عليها وتقييمها.

- **البودكاست**: هي تقنية تسمح بتسجيل ملفات صوتية بصيغة 3 mp، حيث يمكن للمستخدم لاحقا تحميل الملفات الصوتية.

- **مواقع لتخزين العناوين**.

- مواقع للخرائط والمواقع: تمكن المستخدم من وضع علامة لأماكنه المفضلة على الخريطة الخاصة به، ورسم خطوط و أشكال لتميز المسارات والمناطق وإضافة نص وصور وملفات فيديو خاصة به، ومشاركة الخريطة الخاصة به مع من يريد مثل: GOOGLE Maps.
- شبكات التواصل الاجتماعي: منها شبكة الفيسبوك.

3.1. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك⁽⁹⁾. تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا بأنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت نظام معين، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.⁽¹⁰⁾

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

- إن الخصائص والسمات التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي هي التي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية، وتتمثل هذه الخصائص والسمات في:
- المشاركة: حيث تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بتشجيع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات.
- الانفتاح: حيث تقدم مواقع التواصل الاجتماعي خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات.⁽¹¹⁾
- المحادثة: بمعنى إتاحة المحادثة والتفاعل والتبادل في الاتجاهين.

- الترابط: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها شبكة مترابطة مع بعضها البعض عبر وصلات وروابط.

- المجتمعات ذات المصالح و الاهتمامات المشتركة: تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بتكون مجموعة من الجماعات الافتراضية على أساس الاهتمامات والمصالح المشتركة.

2. مواقع التواصل الاجتماعي والبناء الهوياتي الافتراضي :

1.2 مفهوم الهوية :

أ- الدلالة اللغوية لمفهوم الهوية:

الهوية (بضم الهاء) تترجم حرفيا بالموجود هناك L'être cela أو كونه هكذا. الهوية مصطلح ينتمي إلى المعجم الفلسفي العربي منذ العصر الوسيط ويحيل في المنطق إلى مبدأ الذاتية أو الهوية (أ = أ) كمقولة ميتافيزيقية دالة على الماهية، حيث أن لفظ الهوية يطلق على معان ثلاثة: التشخيص، والشخص نفسه، والوجود الخارجي، حيث: ما به الشيء هو باعتبار تحققه يسمى حقيقة وذاتا، وباعتبار تشخيصه يسمى هوية وإذا أخذ معنى أعم من هذا الاعتبار يسمى ماهية ويمكن التمييز بين: الماهية والحقيقة والهوية كالآتي:

- الأمر المتعلق من حيث إنه مقول في جواب (ما هي) يسمى ماهية.

- من حيث ثبوته في الخارج يسمى حقيقة.

- من حيث امتيازه عن الغير يسمى هوية.⁽¹²⁾

لا يرتبط مفهوم الهوية فقط مع مفاهيم: الماهية والحقيقة، بل يتواجد مع مفاهيم أخرى عديدة قريبة الدلالة منه، ويرتبط على المستوى السيمانيقي والمفاهيمي والإيديولوجي وهكذا فإن الأصالة (Authenticité) والذاتية (يقال لها أيضا Identité) وهي لفظ أنسب ما يكون في هذا المقام من الهوية والأنا (Ego).

يحدد الجرجاني الهوية بقوله: «الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمالا النواة على النتيجة في الغيب المطلق» لنقف على استعمال هذه الكلمة في الأدبيات المعاصرة حيث ترد بالصور الآتية:

- التعبير عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقته لمثله.
- في المعاجم الحديثة لا يخرج المعنى عن المضمون السابق فالهوية هي: «حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية والتي تميزه عن غيره ويسمى أيضا وحدة الذات»⁽¹³⁾.

ب- الدلالة الاصطلاحية لمفهوم الهوية:

إن التوجه الوضعي الذي يطغى على ساحة الفكر والعلم الاجتماعيين، ينزع إلى اعتبار كل الظواهر الإنسانية تكتسي ميزة النسبية (في مقابل الإطلاق) والحسية المادية (في مقابل المثالية المتجاوزة)، إن ثراء مفهوم الهوية أدى إلى بروز العديد من المقاربات حول المفهوم يمكن تلخيصها في الآتي:

1- الهوية هي الثوابت: يشرح الدكتور محمد عمارة أن الهوية في عرف حضارتنا العربية الإسلامية مأخوذة من «هو. هو» وذلك يعني أن جوهر الشيء هي حقيقته المشتملة عليه اشتمال النواة على الشجر وثمارها، ولما كان في كل من الأشياء إنسانا أو ثقافة أو حضارة الثوابت والمتغيرات، فإن هوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد ولا تتغير تتجلى وتفصح عن ذاتها دون أن تحلّي مكانها لنقيضها طالما بقيت الذات على قيد الحياة، إنها أي الهوية كالبصمة بالنسبة للإنسان يتميز عن غيره، وتتجدد فاعليتها ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوارئ الطمس والحجب دون أن تحلّي مكانها ومكانتها لغيرها من البصمات.

2- الهوية مفهوم إيديولوجي: وفق هذا الاتجاه فإن رسم حدود الهوية أو الخصوصية أمر صعب على صعيد الواقع، لذلك فإن الهوية أو الخصوصية

هي مفهوم إيديولوجي أكثر منه علمي خاصة وأن الهوية يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة فقد يعبر عنها بالعديد من العناصر. إن الدين واللغة، والدولة الوطنية أو القومية، كلها عناصر يمكن التعبير من خلالها على الهوية وهي بطبيعتها عناصر متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها لذلك يمكن لمجتمع واحد أن يبدل هويته حسب المراحل التاريخية والظروف الحاكمة.⁽¹⁴⁾

3- الهوية كائن يصير ويتطور: يرى محمد عابد الجابري أن الهوية كيان يتطور إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار وهي تعنى بتجارب أهلها ومعاناتهم وانتصاراتهم وتطلعاتهم، وكذلك باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى والتي تدخل معها في تغاير من نوع ما، يعني أن الفرد بهويته المتميزة والمستقلة والجماعة بهويتها المستقلة والمتميزة وكذلك الجماعة تشترك كلها في رسم وتحديد معطيات وثوابت تلك الهوية من جميع جوانبها المادية والروحية وغيرها، إن هذه المستويات لا يمكن اعتبارها قارة ولا ثابتة بل يتغير مدى كل منها اتساعا وضيقا بحسب الظروف وأنواع الصراع ذات البعد الفردي، الجهوي، الوطني والقومي.⁽¹⁵⁾

2.2. الهوية الافتراضية والواقع الافتراضي:

إن الفضاء الذي تحتضنه شبكة الانترنت بمختلف خدماتها وتدفعها الإعلامي وتنوع أنماط الاتصال بها قد أدى إلى تمثل آخر للواقع الذي يعيشه الفرد يوميا، أنتج هذا الفضاء ما اصطلح على تسميته بالعالم الافتراضي الذي يجعله الباحثون عالما موازيا للعالم الواقعي بغض النظر عن الفروق التي تميز كلا منهما عن الآخر إذ أن العالم الافتراضي أيضا يسكنه أفراد وجماعات وتنشأ فيه جماعات اجتماعية بشتى أنواعها تقريبا، كما تساهم العوالم النصية الافتراضية

(منتديات النقاش مواقع الدردشة، البريد الإلكتروني، الشبكات الاجتماعية) في تشكيل أنماط جديدة من الجماعات والعلاقات الاجتماعية.⁽¹⁶⁾

1.2.2. مفهوم الافتراضية:

الواقع الافتراضي (أو الخائلي) واقع مواز للواقع الفيزيائي والتاريخي اليومي لكنه ليس هو بالضبط. إننا أمام عالم موازٍ «مسكون» هو أيضا من طرف كائنات جديدة، هذا الواقع الافتراضي الجديد الذي أنتجته الثورة التقنية المعلوماتية هو أقرب ما يكون كصورة المرأة مع فارق بسيط في أننا أمام وجود فعلي ضوئي و أمام كائنات وكيانات ضوئية.⁽¹⁷⁾ إن المقابل لمصطلح Virtuel و Virtualité ليس واحد، إننا نتحدث عن تعددية على مستوى المصطلح: افتراضي ضمني وخائلي، تعكس وفرة المفاهيم حيرة اللغة أمام سرعة التحول والتطور التقني، إن مصطلح خائلي مصطلح معبر ويسر عملية الاشتقاق مثلما يرى نبيل علي وإن كان مصطلح افتراضي هو الأكثر استخداما وشيوعا.

يرى بيير ليفي PIERRE LEVIER أن الخائلية هي حركة عامة تمس الإعلام والأجسام والأداء الاقتصادي والحساسية والذكاء والسياسة، لفهم الواقع الافتراضي فإن المؤشرات الآتية تحاول لمس هذا الواقع:

- الافتراضية هي تحويل لنوع من الوجود إلى نوع آخر، من الوجود الواقعي إلى الوجود الضوئي.
- عدم الارتباط بمكان محدد فالنص المنهل على سبيل المثال L'HyperText موجود بتمامه في كل مكان يتم استحضاره فيه، فهو في كل مكان ولا مكان إنه مرتبط بالمكان ومنفصل عنه بنفس الدرجة.
- الافتراضي بحكم طبيعته الفرارة والمتنقلة باستمرار وبتأن وبسبب عدم ارتباطه بالمكان يخدم وينشئ ثقافة التنقل والترحال، ليس فقط تنقل المعلومات والمعطيات وأمكنة الاستقبال بل إنه ما يجعل الإنسان كائنا

مسافرا. باختصار يمكننا القول إن الواقع الافتراضي يقيم علاقة جديدة مع الفضاء والزمن ويشكل نمطا جديدا من الكينونة⁽¹⁸⁾. يعد الواقع الافتراضي التقانة الأكثر إيجابية بين وسائل الاتصال الجديدة، ففيها يبرز الاقتران بين الصورة والحاسوب، بين خيال الوسائل القديمة والتلاعب التفاعلي للتقنيات المعلوماتية الجديدة، ففي الواقع الافتراضي يجتمع الأفضل في التقنية والتجربة على الأشكال التجديدية للاتصال حيث تتلاقى التطورات الأكثر تقدما في البحث حول تقنيات البث الليزر، الألياف البصرية، الأسطوانات البصرية التفاعلية)، وحول البرمجة المعلوماتية (الخليويات المستقلة، الأبعاد الثلاثية المزدوجة)، وحول الوجه لوجه الإنسان الآلة (تعليمات صوتية، نقاط بصرية، أيقونة المشترك)، وحول التفاعلية البيئية المشتركة.⁽¹⁹⁾ تتداخل مع الواقع الافتراضي عدة أشكال إعلامية جديدة شبيهة به، منها الهاير ميديا وتصميمات الأبعاد الثلاثية وتطبيقات ما يعرف بالواقع المعز و لتجنب الخلط بين هذه الأشكال يمكن القول أن الواقع المعز يعمل تحت مظلة الواقع الافتراضي.

الواقع الافتراضي باختصار هو تجسيد الواقع غير الحقيقي ويكون فيه المستخدم في حالة استغراق داخل البيئة الافتراضية محاطا تماما بعالم مصطنع ثلاثي الأبعاد مولد بالكامل بالكمبيوتر أما الواقع المعز فهو إضافة افتراضية كواقع معاش وليس تجسيدا للواقع غير الحقيقي. يستخدم مصطلح الواقع الافتراضي للإشارة إلى تطبيقات غير استغراقية تماما مثل الواقع المعز وبدأت الحدود الفاصلة بين النوعين تتلاشى.

2.2.2. الواقع الافتراضي وتكريس الفردانية:

تكمن المفارقة الأساسية عند حديثنا عن الواقع الافتراضي في أن هذا الأخير يعمل على توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية للفرد ولكن ضمن هذا الفضاء، وعلى النقيض من ذلك بدأت العديد من الطروحات العلمية تقر بأن

الاستخدام المكثف للتقنيات الحديثة للاتصال يؤدي تدريجيا إلى انهيار الروابط الاجتماعية الناجمة عن عدم تلاقي الأشخاص ماديا، فأصبحنا نتواجد في مجتمع يفقد للتلاقي المادي و حملنا إلى عالم أصبح فيه بنو البشر لا يقبلون الالتقاء ماديا وتكثفت فيه العلاقات مع الآخرين في عالم افتراضي.

في سياق الحديث عن الفردانية هناك عودة إلى طرح آخر هيمن على التفكير السوسيولوجي الحديث منذ الثمانينات، وهو أن الفترة التي تعيشها مجتمعاتنا حاليا هي فترة ما بعد الحداثة التي بدأت مع نهاية الحداثة وتؤدي إلى نظام اجتماعي جديد تتمحي فيه الانتماءات التقليدية والجماعية.⁽²⁰⁾

وإذ تختص ثقافة ما بعد الحداثة* بالتطابق والتعددية والانتقائية فإن الشبكات المعلوماتية هي الأخرى تفيض بالمعلومات الموضوعية تحت تصرف الفرد الذي ينتقي أحسن ما يخدم مصالحه الشخصية ويستجيب لحاجياته، إن الفردانية هي نتيجة منطقية للتنوع والاستقلالية والانتقاء وحرية الاختيار فالانفتاح الإعلامي أديا بالفرد إلى اختيار ما يهمه والتخلي عن الباقي فأصبح ينظر للإعلام الآلي على أنه الأداة التي طالما حلم بها من أجل إسقاط الطابع الجماهيري وترقية الفردانية والاستقلالية.

إن الأبعاد السيكلوجية هي في غاية الأهمية للانجذاب نحو الثقافات الحديثة للاتصال لأن هذه الأبعاد ترتبط بالحركة العميقة التي تكرر فردانية المجتمع وهي رمز الحرية والقدرة على التحكم في الزمان والمكان، إذ كل فرد يمكنه التصرف دون واسطة متى شاء ودون رقابة وبدون سلطة هرمية.

* تيار فكري يرتبط بالتحويلات السوسيولوجية التاريخية التي داهمت المجتمعات الغربية المتقدمة منذ منتصف القرن العشرين، تتمثل التوجهات العامة لهذا التيار بإنكار النظريات الكبرى التي تحاول تقديم تفسير شمولي للظواهر وتتخذ شكل منظومات مغلقة نموذجها الإيديولوجيات الكبرى ، كما يتبنى هذا الفكر تصورا انفصاليا وفوضويا للزمن، ومنظورا براغماتيا للحقيقة وميلا إلى إلغاء الذات والمركزية دفاعا عن التشننت والفوضى والتشعب.

ليس التدفق المعلوماتي والحرية وغياب الرقابة هي العوامل المثيرة فحسب، إذ يركز دومينيك ولتون DOMINIQUE WOLTON أيضا على ما يسميه بالترقية الذاتية، إن الكفاءة العالية والاستقلالية أمران معزيان على حد سواء فكل فرد يفعل ما يريد ومتى يريد، إننا هنا في قلب العالم الفردي المتحرر، فالفرد يتكفل بنفسه وخارج البنیان يستطيع بكل حرية أن يطور كفاءاته ويضمن مصيره ويتخفف ويتبادل الرسائل ويخلق لنفسه علاقات جديدة.⁽²¹⁾

يدخل الفرد في حالة عزلة تفاعلية عندما يتحرر من العوائق الاجتماعية. إن المفارقة تكمن في كون الفرد مستعملا نشطا للانترنت ولكنه رغم ذلك لا يستطيع أن يدخل في حالة حوار حقيقي مع من يجاوره من مستخدمي الانترنت، بالتوازي مع ذلك وفي الوقت الذي يتناقص فيه التفاعل الاجتماعي الحقيقي يعاد إنتاج هذا الأخير ولكن على المستوى الافتراضي وعلى أساس قواعد عاطفية، حيث يمكن اعتبار هذه الأشكال قبائل جديدة تتميز بأنها عابرة، منظمة ومتغيرة.⁽²²⁾

وقد اعتبر الحاسوب كصورة لمجتمع ما بعد الحداثة وله القدرة على أن يقودنا إلى تجزئة معممة وهي التي تكرر الفردانية، ويشير بوازفير ييفز poisvert yves إلى أن هذه الفردانية يرافقها نمط حياة قائم على ما أسماه بـ: التعاقدية العابرة أي أن الفرد يلتزم أمام الآخرين بالتزامات عابرة سرعان ما يقوم بخرقها حينما تتنافى مع مصالحه اليومية وهو ما يجعل هذه التعاقدية سطحية للغاية، وهذا ما يميز العلاقات الافتراضية القائمة من خلال شبكة الحواسيب. ويعتقد أيضا أن استعمال الأطفال للحواسيب والألعاب الموجودة على مواقع الانترنت وتعلم ممارستها في سن مبكرة، ستكون لهما انعكاسات سيئة على الأطفال لكونهما تكرسان فيهم سلوكات سابقة لأنها، فبدل التعامل والاحتكاك الاجتماعي فإن الحاسوب يحث مستعمله على الانغلاق على النفس، ويؤدي بهم إلى تبني منطق عقلاني مبالغ فيه ويشجع على الاستقلالية المبكرة.

إن فكرة الفردانية وفق ميشال مافيزولي michèl maffesoli هي نتيجة وضرورة للتفكير المعاصر الناجم عن زوال العوامل الاجتماعية، وهو لا يعتبر الإنسان فردا ذا هوية مستقلة وإنما يعتبره شخصا لا يجد قيمته إلا مع الآخرين، لكنه في ذات الوقت يلفت النظر إلى أن حاضرننا يشهد ميلاد تشكيلات اجتماعية جديدة قائمة على قواعد وجدانية، وأطلق على هذه الظاهرة بالقبلية الجديدة (Neotribalisme) على أساس أن هذه المجموعات الجزئية هي عبارة عن قبائل Tribus والجديد فيها أنها تتكون عبر الشبكات المعلوماتية وأهم خصائصها أنها عابرة، منظمة، متغيرة وتشكل يوميا.⁽²³⁾

لذا وبالرغم من ثبوت نسبي لصحة الطرح القائل بأن الانترنت تعزز الفردانية وتنقص من الاحتكاك الاجتماعي المباشر (وجها لوجه) وهو ما برهنت عليه العديد من الاستطلاعات العلمية، فإن المفارقة تكمن في حدوث أثر عكسي داخل العوامل الافتراضية التي توفرها هذه الوسيلة، إذ أن المواظبة على استعمال هذه الأخيرة ساهمت في توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية للفرد ضمن هذه العوالم إلى أبعد الحدود.

2.3. الهوية الافتراضية :

يقصد بالهوية الافتراضية مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الافتراضية، حيث يقوم الأفراد المشكلون للمجتمعات الافتراضية ببناء هوية افتراضية إلكترونية خاصة تكون في بعض الأحيان مطابقة للواقع وفي أحيان كثيرة مزيفة ومستعارة.

3. مواقع التواصل الاجتماعي والبناء الهوياتي الافتراضي :

نظرا لغياب الوجود أو الحضور فإنه في كثير من الأحيان ما يقوم الأفراد يتقمص هويات مختلفة. يطلق بعض علماء النفس على العوالم الافتراضية ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي اسم «ورشات الهوية» حيث يمكن للفرد أن

يتمثل كيفما يشاء أي هوية يريد وهذه التمثيلات بدورها تهيئه لاستكشاف إمكاناته السيكلوجية، وقد يصل الأمر حتى إلى إعادة تحديد هوية الفرد كما أن سياق البيئة النصية الافتراضية ينزع الستار عن بعض أشكال التفاعل الاجتماعي التي لا نلاحظها في حياتنا اليومية بسهولة لأننا لا نستطيع أن نتصور وضعية الآخر ويصعب أيضا الإدعاء بكوننا الآخر.

1.3. مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية:

إن إمكانية اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغبات المستخدمين في التعدد الهوياتي إنما هو ناتج عن خصائص شبكات التواصل الاجتماعي كفضاءات افتراضية، فضاءات لا تحكمها مرجعية التوقع بالمعنى الفيزيائي وتمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي والتحاور دون أن يكشفوا هوياتهم الحقيقية، تتميز الفضاءات الحوارية عن مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيحها الانترنت بشكل الرسائل التي يتم تبادلها (مكتوبة، إشارية، صوتية وأيقونة) وبالطبيعة التزامنية أو غير التزامنية⁽²⁴⁾، كما تتميز الهوية الافتراضية بعدم حضور المجموعة الانتمائية وبالتالي لا يمكنها كبح الفرد أو فرض قيود عليه أو مراقبته خلال استعارته وتجريبه للذوات المختلفة فالانترنت يمكن له أن يستعير ويجرب ما يشاء من الذوات دون أن يتعرض للعقاب، بل الأمر يذهب أبعد من ذلك فالذوات التي يتقمصها في الفضاء الأنترناتي هي في أغلب الأحيان وخلافا لتلك التي تشكل منه ذاته متناقضة مع الأدوار الفيزيائية والاجتماعية التي يمكن أن تقوم بها في الحياة الفعلية، هنا يمكن أن نفترض أن حرص الأفراد على أداء هذه الأدوار الافتراضية في الفضاء الأنترناتي راجع إلى عدم قدرتهم على القيام بها في الحياة العملية، وإذا ما أردنا معرفة حقيقة هذه الذوات الافتراضية فسنجد أنها لم تخلق من فراغ، إن الأمر يتعلق في غالب الأحيان بذوات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق، وعليه يمكن قراءة استعارة الذوات وبالتوازي كإعادة تخليق ذلك أن الأنترناتي يصبح مستحدثا لجزء منه لا

يوجد إلا في خيالاته وكفسحة بالمعنى المدرسي للكلمة، حيث يستطيع الأترناتي أن يتملص ولو للحظات من ضوابط الصف بمعنى المجتمع والقيام بدور يراه مناسباً له. إن هذا التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، إذ من المؤكد أن عملية التكوين والاستحواذ على مجموعة من الذوات الافتراضية سيساعد الفرد على تعميق ذاته حتى لو اقترن ذلك باتساع فضاء ظهور هذه الذات، وإذا كانت الهوية الشخصية تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز الفردي عن الآخرين، فإن الهوية الاجتماعية ترتبط بانتماء الفرد إلى مجموعات سوسيوثقافية وأوضاع اجتماعية وتفرعات إيديولوجية، إن الأمر يختلف كلياً على الانترنت على اعتبار أن الذوات الاجتماعية يمكن أن تصبح غير محددة المعالم نهائياً.⁽²⁵⁾

2.3. الجماعة الافتراضية:

إذا كانت العوالم الافتراضية وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، تشجع إظهار الواجهة الخفية والحقيقية للهوية، فهي أيضاً تفسح المجال للفرد بأن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، وذلك بأن يلعب دوراً معيناً مع كل علاقة، أي بإمكانه أن يقدم نفسه على النحو الذي يريده وهو السلوك الذي يتعذر عليه القيام به في حياته الواقعية.

إن الخوض في بيئة افتراضية يذهب بخيال الإنسان إلى أبعد الحدود⁽²⁶⁾ ويهيئه إلى توظيف أقصى لمخيلته التي قد يتجمد نشاطها أحياناً في مواجهة واقع افتراضي. لقد أبعدت الحدود التي ترسم العالم الحقيقي إلى درجة تعطي الإحساس بالضياء، وتغرفنا عن طريق الرؤية والإشارة في بيئة افتراضية تعدل إدراكنا للعالم وتقلب معالمنا الراسخة، ويعتقد أن العالم الافتراضي وثراؤه بالعلاقات بين الأفراد يحقق توازناً لدى الفرد الذي تقلص فيه احتكاكه بالآخرين خلال حياته اليومية.

إننا نشهد ونعيش تجزء النسيج الاجتماعي وقد منحنا الفضاء الافتراضي نقاط انتماء تبدو لنا أكثر قربا من حياة حقيقية لا شخصية للغاية، فهو العالم الذي نشعر فيه بأننا أقل تهديدا، ويولد لدينا انطبعا بأنه باستطاعتنا أن نفعل وأن نتصرف دون خطر، بالمقابل يمكن لشبكة الانترنت أن تكون فرصة لبناء جماعات جديدة افتراضية من خلالها يستطيع سكان العالم كله المشاركة والتبادل دون أن تكون لهم بالضرورة اتصالات مادية وتلك هي قاعدة ما سماه ليفي «بالذكاء الجماعي أو مجتمع المعرفة». إن الجماعة الافتراضية تتشكل كمجال ينتمي إليه مجموعة من الأشخاص على شبكة الإنترنت وتتقاسم اهتمامات مشتركة ولكن هؤلاء الأشخاص يبعدون عن بعضهم البعض ماديا وقد لا يلتقون في الواقع أبدا، توجد أربعة عوامل يمكنها أن تلعب دورا هاما في تطور أية علاقة، وقد لخصتها إيزابال رونو izabelle renaud في تأثير الجوار، ذلك أنه كلما اقترب شخص منا ماديا زادت الفرصة في الانجذاب نحوه وإقامة روابط صداقة معه إلا أن هذا البعد غائب في العوالم الافتراضية إذ تتسم العلاقات بانعدام الحضور الفيزيائي فالعلاقات تتشكل عن بعد ودون تقابل عبر وسائط أجهزة وتقنيات الاتصال التي توفرها شبكة الانترنت إن هذه التبادلات تحدث ضمن ما يسمى بالحدود الخيالية للثقافة الافتراضية وما تحمله من عوالم ثقافية مشتركة لخصها بيار هارفي pierre harvey كقانون قاعدي جديد لتنظيم العلاقات الافتراضية بين الجماعات والممثل في الحوار الوجداني الإدراكي، أما العامل الثاني فيتمثل في المظهر الفيزيائي، فالميزة الأساسية لشبكة الانترنت هو تهديمها للحواجز الفيزيائية فالجسد قد ترك مكانه للفكر، إن الفرد الذي يعاني عزلة اجتماعية أو كبت لإنظارات معينة، يمكنه المشاركة بنشاط أكبر على مستوى الجماعات الافتراضية شريطة عدم الوقوع في التناقضات أثناء عملية التبادل، وذلك بالحرص على أعلى درجات التناغم بين المستوى اللغوي المستخدم في التبادل

والمستوى التعليمي، وعدم التنافر بين الرأسمال الثقافي الذي يتم توظيفه والسن الذي أعلنته الهوية الافتراضية، ذلك أن أي ممارسة مرتكبة أو تفتقد للتناغم تكون نتيجتها انكشاف الهوية وفقدانها لمصداقيتها، وهو ما يشكل أحد الاكراهات التي تعيشها الهوية الافتراضية في فضاء الانترنت.⁽²⁷⁾

تمنح الجماعات الافتراضية المنتمي إليها معالم تدفع بهم إلى تثمين ذواتهم وطمأننتهم، فالفرد الذي يعاني من التهميش الاجتماعي إن لم يكن انعدامه يجد في هذه الجماعات نظراء له يقاسمهم نفس الرغبات والتطلعات، فالتقاسم فيها يقوم منذ البدء على الحميميات المشتركة باعتبارها تمثل جوهر اللقاء والتبادل كما أن الفرد يشعر فيها بالتماهي مع المجموعة والانصهار فيها إن هذا الانتماء يكافئه بمنحه هوية تشاركية لفظية تعطيه الانطباع بفائدته بمعنى أن إحساس الفرد بوجود قبيلة ينتمي إليها يشجعه على تحمل وجوده في العالم الواقعي. تتيح الجماعة للفرد أن يتدع لنفسه أهمية ومكانة ويتجاوز عزلته، وإذا كانت هذه الآلية تبدو عادية ضمن الممارسة اليومية الفعلية فإنه يتم تغطيتها عندما تنتقل إلى فضاء الجماعة التي تقاسمه هذا الشغف وضمن هذه السياقات تصبح أكثر الأفكار غرابة ضمن حدود الممكن فقط بسبب إمكانية تقاسمها مع الآخرين.⁽²⁸⁾

انطلاقاً من واقع التفاعلات الافتراضية، التي لا ترتبط ببنية أو هوية محددة كونها تتم من خلال وسيط الكتروني، يمكن تقديم مجموعة من السمات التي تميز هذا النوع من التفاعل:

- التفكك: إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوامله الالكترونية أدى إلى تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد مثلما أدى تشكل الفضاء الرمزي إلى تفكك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد.
- التمرد: لقد فتح الفضاء الرقمي مجالاً جديداً للتمرد والحركات الثورية والتحررية، يستطيع الفرد أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات

- وخاصة في المجتمعات السلطوية، لقد فتحت الانترنت مجالا جديدا للتفاعلات مجال يقوم على الحرية والخروج عن سيطرة الأنظمة السياسية.
- الإخفاء: إن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية، إن الفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق في إخفاء هويته الحقيقية.
- الانقطاع: إن المتأمل في حقيقة التجمعات الافتراضية - على تشكيلاتها المختلفة - يدرك أن هذه العلاقات والانخراط المستمر فيها يؤدي إلى قطيعة على المستوى الاجتماعي.
- تعدد الفضاءات وإلغاء الزمن: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها، حيث أن هذه العلاقات لا مركز لها، كلها علاقات تخرج عن سياقات السيطرة، فمن داخل المنتديات أو غرف المحادثات لا توجد سلطة مركزية توجه الحديث، كل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة. إن هذا النمط من التفاعلات لا يحتكرها شخصا يهيمن عليها. (29)
- الهوامش:

- 1- ياسر خضر البياتي، الإعلام الجديد (الإمارات العربية: دار البداية، 2014)، ص 330 .
- 2- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 60 .
- 3- علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 61-62 .
- 4- ياسر خضر البياتي، الإعلام الجديد (الإمارات: دار البداية، 2014)، ص 330.
- 5- مرزوقي حسام الدين، توظيف مواقع المؤسسات الإعلامية الإخبارية على شبكة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة باتنة، 2011-2012، ص 38.
- 6- دارن بارني، المجتمع الشبكي، تر: انور الجمعاوي (دون مكان: المركز العربي للبحوث ودراسة السياسات، 2015)، ص 29-30.
- 7- مرزوقي حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 45-46.
- 8- احمد المعارك، شبكات التواصل الاجتماعية، مدونة أحمد المعارك، متاحة على الموقع: <http://almaarik.wordpress.com>.
- 9- علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 59.
- 10- علي خليل شقرة، المرجع نفسه، ص 60.
- 11- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها التقنية الاجتماعية والإقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم (الأردن: دار الفانس للنشر والتوزيع، 2013)، ص 21.

- 12- نعمان عباس، العولمة الثقافية الغربية، سلسلة أعمال الملتقيات (دون مكان: مخبر علم الاجتماع و الاتصال للبحث والترجمة، دون تاريخ)، ص 217- 218 .
- 13- نعمان عباس، المرجع نفسه، 218.
- 14- زعموم مهدي، برامج الاطفال في التلفزيون الجزائري، رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر (غير منشورة)، K2001 ص 23- 24.
- 15- زعموم مهدي، المرجع نفسه، ص 26.
- 16- حسبية قيدوم، الأبعاد النفسية والاجتماعية للعالم الافتراضي، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد 7 (دون تاريخ)، ص 07.
- 17- محمد سبيلا، زمن العولمة : فيما وراء دوائر الوهم (الدار البيضاء: دار توبقال للنشر)، 2006.
- 18- بوقرة رضوان، الترفيه بين الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي، مجلة فكر ومجتمع، عدد 20 (أفريل 2014)، ص 568.
- 19 Direction of growth : « Virtuel reality » (w. Bricken, - 1992) Ina, sans lieu: (p 40- 23 ,
- 20- حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 7.
- 21- حسبية قيدوم، المرجع نفسه، ص 07- 08.
- 22- إبراهيم بعزيز، الإستخدام المفرط لوسائل الإتصال الحديثة من طرف الافراد: الآثار والإنعكاسات ، بحث مقدم في الملتقى الوطني الاول: تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد والمجتمعات ، جامعة فرحات عباس، سطيف ، 2010، [على الخط] تاريخ الزيارة (2014 / 12 / 10) ، متاح على العنوان : [http://
www.brahimresearch.fr
- 23 -Maffesoli Michl , Le temps des tribus : le déclin de l'indianisme dans les sociétés de masse (Paris: Merdien Klincksiek, 1988), p 24ع
- 24- حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 90.
- 25- الصادق رايح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 8، العدد 2 (إبريل - يونيو 2007)، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/10/10 ، متاح على العنوان: [www.wearalgerians.com]
- 26- الصادق رايح، المرجع نفسه .
- 27- الصادق رايح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، مرجع سبق ذكره، دون صفحة.
- 28- الصادق رايح، المرجع نفسه.
- 29- نزيهة مصباح السعداوي، «سوسيولوجية المجتمع الافتراضي: نحو مقارنة المفهوم»، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة عدد 08 (جانفي 2015)، ص 17- 20.

أنساق التفاعل الاجتماعي في وسائط الميديا الاجتماعية

مقاربة أنثروبولوجيا في تكوين رأس المال الاجتماعي الافتراضي ضمن
الفضاء العمومي

أ. خرفية جودي - جامعة بسكرة

مقدمة:

يمثل البعد الاجتماعي للوسائط التكنولوجية القائمة في المجتمعات الافتراضية واحدة من أهم المجالات البحثية التي يسعى الباحثون إلى التعرف عليها واكتشافها ومحاولة تفسيرها وتحليلها، من خلال رصد آليات التفاعلات الاجتماعية الافتراضية القائمة في الفضاء العمومي، وأنماط التواصل الاجتماعي القائمة في مختلف منصات ووسائط التواصل الافتراضي، وهو ما يسهم في تشكيل وتأسيس رأس المال الاجتماعي الافتراضي ضمن المجال العام، ونظرا لتأثيرات التكنولوجيا والاتصالية المتسارعة التي أثرت على طبيعة وبنية شبكة العلاقات الاجتماعية القائمة في الفضاء الافتراضي ومختلف أوجه التفاعلات الاجتماعية الافتراضية، وتأثير الحضور في الفضاء الافتراضي على بنية وأنماط التفاعلات الاجتماعية في نسيج العلاقات الاجتماعية المتكونة في فضاءات الميديا الاجتماعية.

وعليه نطرح الإشكال التالي: ما هي أنساق التفاعل الاجتماعي في وسائط

الميديا الاجتماعية وكيف يتم تكوين رأس مال اجتماعي افتراضي عبرها؟

مدخل إلى رأس المال الاجتماعي:

يعبر رأس المال عن الثروات الحقيقية في أي مجتمع، ويتم استثماره لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والرفاه الاجتماعي، وتحقيق التنمية الحقيقية فإنها يجب ان تكون شاملة وعادلة، وقد فرضت التنمية الشاملة والمستدامة على الإنسان، أن يعدل من فهمه لرأس المال، فهناك رأس المال المادي، وهناك رأس المال الذي يعتمد على البشر ولذا فهناك رأس المال البشري والفكري، ففي عقل

الانسان رأسمال، وفي روحه رأسمال، وفي نفسه رأسمال، وفي علاقته مع الآخرين رأسمال أطلق عليه مجموعة من علماء الاجتماع رأس المال الاجتماعي، على أساس أن التقدم يكون بالبشر وللشعر. (1)

يعد مفهوم رأس المال الاجتماعي من المفاهيم الجديدة التي ظهرت بفعل التغيرات والتحويلات الإقليمية والدولية التي شهدتها فترة الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين، فيشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى الروابط والعلاقات الاجتماعية التي تتضمن مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية ويتم تكوينها في إطار بنائي اجتماعي معين، ويمتد هذا البناء من الأسرة وجماعات الجيرة والأصدقاء ومؤسسات المجتمع المدني على بقية مؤسسات المجتمع، ومن ثمة ينطوي مفهوم رأس المال الاجتماعي كذلك على أداء المجتمع الأهلي، وطبيعة الروابط الأسرية، ومدى التمسك بالقيم الاجتماعية، ودرجة متانة النسيج الاجتماعي، وتنوع البني الاجتماعية وما يشبهها من العوامل. (2)

عرف الفيلسوف الفرنسي بيير بورديو Pierre Bourdieu مفهوم رأس المال الاجتماعي بأنه الموارد والطاقت الكامنة في الشبكات الاجتماعية المختلفة، والتي تؤدي على تحقيق منافع جماعية بأثر من القيم التي تحكم في البني الاجتماعية، تلك القيم التي تتجسد في هياكل وتنظيمات اجتماعية متماسكة تسهل عمليات التفاعل الاقتصادي والسياسي وتشكل البنية الأساسية للعلاقات الاقتصادية وتعزز الثقة المتبادلة، وتحل المشكلات الاجتماعية، ويترتب على ذلك بأن النجاح أو الفشل يرجع إلى المجتمع، ولا تقع مسؤوليته بحال على الدول الاستعمارية أو على قوى النظام الرأسمالي العالمي، وإن الفشل يرجع إلى شبكات العلاقات غير المنظمة وغير مشحونة بالثقة والشفافية والتسامح السائد في المجتمع.

وفي تقرير التنمية البشرية 2003 تم تعريف رأس المال الاجتماعي بأنه يشير إلى النظام المؤسسي والعلاقات والتقاليد التي تؤثر على جميع الجوانب في

مجتمع بما ينعكس على التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية ذات التأثير المباشر على عملية التنمية واستمراريتها ومدى إمكانية تدعيم رأس المال الاجتماعي للتنمية والديمقراطية.⁽³⁾

في إطار عرض للرؤى النظرية التي اقترنت من مفهوم رأس المال الاجتماعي، هناك رؤيتان: الأولى ويمثلها بيير بورديو في تحليله لرأس المال الاجتماعي والثقافي على ربطه بالتحليل الطبقي، حيث فهم رأس المال الاجتماعي على أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتقابل ويتفاعل مع الرصيد الذي ملكه الأفراد من رأس المال المادي، فرأس المال الاجتماعي والثقافي هو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام مثله مثل رأس المال المادي، أما الرؤية الثانية: هي التي ظهرت عندما تم تبني مفهوم رأس المال الاجتماعي في أوساط المنظمات المشتغلة بقضايا التنمية، وتم نزع الرؤية السوسولوجية الطبقيّة لمفهوم رأس المال الاجتماعي وعضوا عن ذلك فقد تمت صياغة المفهوم في إطار سلوكي اقتصادي، وارتبطت هذه الرؤية بأعمال كل من «جيمس كولمان» ومن بعده «روبرت بوتنام» فقد نظر الأول إلى رأس المال الاجتماعي بمثابة الرصيد الذي يملكه الفرد من علاقات وقيم تمكنه من أن يؤسس لعلاقات داخل البناء الاجتماعي، وأن يبني توقعاته وأهدافه، وفي المقابل فقد نظر بوتنام إلى رأس المال الاجتماعي من خلال تحديد الخصائص والسمات التي تكون رصيذا داخل التنظيم الاجتماعي، مثل الثقة والمعايير والشبكات الاجتماعية، مع التأكيد على أن امتلاك الجوانب الإيجابية من هذه الخصائص يمكن من أن يؤدي وظائفه على نحو أكفأ وأفضل، كما أنها تسهل التنسيق بين الأفعال الاجتماعية المختلفة.⁽⁴⁾

ذهب أحمد زايد في هذا الصدد على أن رأس المال الاجتماعي يعرف: «بأنه موارد كامنة في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة»، ويكشف هذا التعريف عن أرصدة رأس المال الاجتماعي

توجد لصيقة بالفعل الاجتماعي، وتتلخص هذه المصادر في نوعين من المصادر⁽⁵⁾:

1. علاقات وشبكات يقيمها الأفراد اختياريًا لتحقيق أهداف معينة.
 2. منظومة قيمة تأتي على رأسه قيم الثقة والشفافية واحترام الآخر والرغبة في التعاون معه والعقلانية وغير ذلك من قيم الحدادة.
- ومن ثم التأكيد على أهمية دراسة رأس المال الاجتماعي في ضوء الأرصدة أو الموارد التي يملكها الأفراد منه، وفي ضوء ما يفرض على سلوك هؤلاء الأفراد من قيود وكوابح تمنعهم من تكوين هذا الصيد أصلاً، أو من سوء استخدامه إذا وجد لذلك يعد رأس المال الاجتماعي مجموعة من القواعد المشتركة أو القيم التي تعزز التعاون الاجتماعي التي تعد شرطاً مسبقاً ضرورياً لنجاح التنمية.

يمكن القول أن الدراسات الحديثة اعتبرت رأس المال الاجتماعي أحد موارد التنظيم الاجتماعي ومصدراً كامناً للقيمة يمكن العمل على تقويته وتدعيمه وتحويله إلى أهداف استراتيجية مثمرة، فحتى وقت قريب كانت النظريات الاقتصادية التي تضع معايير تقدم وتختلف المجتمعات البشرية تتجاهل السياق الاجتماعي الذي تجري فيه عملية التنمية الاقتصادية وكانت التنمية لها معايير مادية بحتة مثل متوسط الدخل الفردي واستدامة الزيادة السنوية في الناتج القومي الإجمالي، إضافة على قدرة الدولة على توسيع إنتاجها بمعدلات أسرع من معدل النمو السكاني⁽⁶⁾.

غير أن إضفاء البعد الإنساني على عملية التنمية، بدأ يظهر تنامي الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية والثقافية للتنمية الاقتصادية، خاصة إن هذه الأبعاد خلقت مؤسسات من رحم المجتمع المدني ساعدت شرائح مجتمعية عديدة لم تستطع الدولة مساعدتها، لا سيما مع تنفيذ برامج التكيف الهيكلي⁽⁷⁾.

بفضل تكنولوجيا المعلومات برزت نافذة أخرى لاستغلال الطاقات الكامنة في هذا الإطار ظهر مفهوم رأس المال الاجتماعي كأسلوب لتسهيل تبادل العلاقات والسلع وتقوية الثقة في عمليات التبادل الاقتصادي والاجتماعي ليزيد من كفاءتها وسرعتها، كما أنه يخلق علاقات قوية بين الدولة والمجتمع تسمح بخلق قنوات مؤسسية لمناقشة الأهداف والسياسات التنموية وخلق هياكل اجتماعية تدعم أعضائها وتحقق مصالحهم وتعضد تماسكهم، ومن ثم لا يمكن إغفال دور رأس المال الاجتماعي في تحقيق التنمية والتواصل إلى دولة الرعاية والعدالة الاجتماعية.⁽⁸⁾

الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالإنترنت، وظهر نوع جديد من العطاء الاجتماعي يسمى العطاء الاجتماعي الرقمي المتمثل في حض الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المتراكمة لديهم، وذلك يتطلب توظيف المعلوماتية لتعميق التشابك بين الأفراد وتفعيل القيم وزيادة العطاء الاجتماعي الرقمي واستغلال الطاقات المعرفية لدى العموم، إن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل يمتد ليمثل الروابط التي تربط بين كل منهم.⁽⁹⁾

في ضوء ما سبق يمكن تصور ثلاث أنماط مثالية لشبكات رأس المال الاجتماعي هي⁽¹⁰⁾ :

- نمط ذو طابع اقتصادي وتكون فيه تعاملات الأفراد مرتبطة بعوامل اقتصادية.
- نمط قائم على المكانة ويكون فيه الأفراد مدفوعين لمتغيرات السمعة والمكانة الاجتماعية.
- نمط قائم على الاختلاط والارتباط بالآخرين.

يعرف رأس المال الاجتماعي بأنه شبكة العلاقات الاجتماعية ذات النمط القائم على الاختلاط والارتباط بالآخرين بهدف اجتماعي أو يأخذ

شكلا اقتصاديا أو سياسيا يقوم في الأساس على الثقة الصدق التعاون تلك أهم معايير تكوين رأس المال الاجتماعي الذي يعكس رؤية الفرد لذاته وللعالم المحيط به وتتجلي في سلوكه وممارساته.⁽¹¹⁾

الفضاء العمومي والمجتمعات الافتراضية:

يعتبر الفضاء العمومي الذي طرحه يورغن هابرماس اليوم من أبرز القضايا المحورية في محفل النقاشات الأكاديمية والمهنية، ذلك لأهمية دور الإعلام في الفضاء العمومي، وكذا سياسات الاتصال بجوانبها المتعددة أي السياق الذي يمارس فيه الفرد حق الاتصال والتفاعل.

لهذا يقضي أداء الفضاء العمومي العقلاني بشقيه التقليدي والافتراضي اتصال وتواصل وتفاعل وتوارد نشاط اتصالي مبني على التفاعلية والتحرر وهو يتوافق إلى حد ما مع الاتصال والتفاعل الافتراضيين عبر تطبيقات الميديا الجديدة والمجموعات الافتراضية ضمن زوايا البحث في الفضاء الثالث حيث يتمثل ويتداخل الفضاء العام الملموس الأمكنة مع الفضاء الافتراضي، حيث عالم الانترنت والإعلام الاجتماعي، هذا يؤسس لحياة عامة غير رسمية خارج جدران البيت والعمل والأماكن العامة.

كان مفهوم الفضاء العمومي وما زال من أصعب المفاهيم وأعقدها والتي شغلت اهتمام الكثير من الباحثين في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية عامة والاتصالية بشكل لافت للنظر، لما يتميز به من خصائص ساهمت في بناء وتنظيم وتسيير المجتمعات، ولقد ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجية الجديدة لوسائل الاعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هابرماس إلى حد كبير حيث القضايا العامة ومعارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها وهو ما أطلق عليه البعض الفضاء المعلوماتي، وإذا كان الفضاء العمومي كما عرفه هابرماس باعتباره «فضاء للوساطة يقوم فيه الأفراد الخواص بالاستخدام العمومي للعقل بغية بناء توافق

سياسي⁽¹²⁾، فهو فضاء التمثيل الذي يفترض حضور الجمهور الذي بإمكانه إعطاء أحكام إزاء القضايا ذات الشأن العام من خلال عنصر التجلي والأحكام والمواقف فإذا غاب إبداء الموقف والتفاعل يفقد المركز الأول أي مشهد الظهور قيمته وأهميته.⁽¹³⁾

أما مدرسة شيكاغو ممثلة بـ: richard sennett فتعتبر أن الفضاء العمومي هو ذلك المكان أين تجد الإشارات والرموز يتصرف الافراد الذين يقومون بتأويلها من أجل بناء علاقات تبادلية بينهم.⁽¹⁴⁾

يتميز الفضاء العمومي ببعض الخصائص وفقا للمستويات التالية⁽¹⁵⁾ :

- 1 إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص: فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي يطل من خلالها الناس على العوالم الذاتية للآخرين وأضحى الأفراد كالجماعات كما المؤسسات مطالبين بإعادة توقعهم به، وهو ما يستوجب من الفاعلين تكويننا عاليا ومعرفيا عاليا للإفادة من ذلك.⁽¹⁶⁾
- 2 أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي: سمحت مواقع التواصل الاجتماعي للنخب السياسية المهمشة بتجاوز آليات تغييرها من المجال العمومي التقليدي الذي تسيطر عليها الدولة وشكلت فضاءات يحكمها الانسجام الفكري تنتج مضامين سياسية وثقافية.
- 3 جماليات جديدة تتجلي في الفضاء العمومي الافتراضي العوالم الذاتية والآراء والأفكار بالشأن العام، وتتجلي هذه الجماليات الجديدة في الطرق التعبيرية للمستخدمين من صور ونصوص والفيديوهات.
- 4 المستخدم المبكر: تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي إلى جمهور متج للمحتوى فهو ليس مجالا تمثيلا تتحدث فيه النخبة باسم الجماهير، كما في الفضاء العمومي النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي

الافتراضي يتكرر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوامل الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة.

(5) فئجب جديدة: أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي فئجبا جديدة تتكون من المدونين ومشرفي الصفحات على الفيسبوك يسيطرون على النقاش ويديرونه.

قدم (17) friendland et all تطويرا لآراء هابرماس وتطبيقات لها فيما يتعلق بوسائل الإعلام الجديدة وبروزها بالتأكيد على فكرة وتطبيقات المجال العام الجديد ذي المواصفات الأكثر ميولا وتفاعلية على الشبكات الاجتماعية، حيث أصبحت هذه الشبكات تلعب دورا في ربط المجالات الخاصة بالأفراد بمجالات عامة متعددة، كما أنها تلعب دورا مهما في تشكيل وبلورة الرأي العام متغلبة على قيود المجال العام الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية نتيجة قيود المجال التقليدي الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية لمشاركات الجميع نتيجة قيود المجال العام التقليدي الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية لمشاركات الجميع نتيجة قيود متعلقة بالتمويل والرقابة على وسائل الإعلام.

مقاربة هابرماس للفضاء العمومي:

لم يستعمل مفهوم الفضاء العمومي إلا مع يورغن هابرماس في أطروحته التي نشرت سنة 1960 تحت عنوان « الفضاء العمومي أركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكون بنيوي للمجتمع البرجوازي» حيث تطرق إلى ميلاد الفضاء العمومي البورجوازي بإنجلترا خلال القرن 18 الذي شهد أيضا ميلاد الصحافة التي شكلت أداة لإيذاء المراسيم وأخبار الأمن والمحاكم وأسعار المنتجات وظهرت فضاءات عامة (مقاهي صالونات ونوادي...) كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون في قضايا الفن والمسرح والأدب. (18)

يرتكز الفضاء العمومي على النقاش والحجاج العقلي، فالفعل التواصلية ضمن ما يصطلح عليه هبرماس بالعالم المعيش، وينبني التفاهم في النظرية التواصلية عند هبرماس على الحجاج العقلي، الذي لا يمكن أن يستقيم على غير سلطة العقل، والذي يجب أن يكون بمنأى عن أية تأثيرات أيديولوجية، والذي يمكنه أن يركز على التراث الكوني لحقوق الانسان كقاعدة نظرية مشتركة، هذا الضرب من الحجاج لا يمكن أن يتحقق إلا داخل الفضاء العمومي تتحقق فيه شروط الديمقراطية، لذا فهبرماس يرى أن التفاهمات والتوافقات المشار عليها لا يمكن أن تتم إلا في المجتمعات الديمقراطية أما المجتمعات غير ديمقراطية فلا محيد أماها من الوقوع في عدد من النزاعات الدموية والصراعات الأهلية، لأنها لا تتوفر على القنوات الضرورية لفض نزاعاتها، انطلاقا من هذه العوامل يري هابرماس أن الفضاء العمومي هو أداة التي من خلالها يتمكن المجتمع من حكم نفسه وفض نزاعه من خلال المشاركة العمومية وهذه المقاربة المفاهيمية للفضاء العمومي هي العنصر الأكثر مثالية في نظر الفيلسوف هابرماس لأن الفضاء العمومي هو أحد ركائز الديمقراطية.⁽¹⁹⁾

ويرى هابرماس أن الفضاء العمومي هو عبارة عن دائرة وسيطية تكونت في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة وهو مجال متاح لجميع المواطنين حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن رأي عام، ويشير برنار مياج أن تنظيم الفضاء العمومي يتم من خلال أربعة نماذج للتواصل تعاقب تكونها تدريجيا بواسطة صحافة الرأي وبعدها الصحافة التجارية الجماهيرية ثم الإعلام السمعي البصري الجماهيري وأخيرا التلفزة الجماهيرية، ويرى فولتون أن الفضاء العمومي يرمز إلى واقع الديمقراطية في نشاطها وممارستها وأنه لا يمكن تقرير وجوده كما لو أننا ننظم الانتخابات.⁽²⁰⁾

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العمومي يعتمد على⁽²¹⁾ :

- مدى الوصول والانتشار.
- درجة الحكم الذاتي.
- رفض الاستراتيجية.
- الفهم والثقة والوضوح.
- وجود سياق اجتماعي ملائم.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجية الجديدة لوسائل الاعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هابرماس.

الميديا الاجتماعية تحولات المحتوى والوسيط:

يرتبط ظهور الميديا الاجتماعية بسياق تكنولوجي وثقافي مخصوص، فهي مرتبطة بظهور الواب 2.0 (الجيل الثاني من الواب)، الذي تشكلت فيه ممارسات جديدة، كالمشاركة الواسعة للمستخدمين وتنامي قدراتهم على إنتاج المضامين كالفيدويوهات والصور والنصوص التي أصبحت تشكل فئة هامة من المضامين الافتراضية يطلق عليها مضامين المستخدمين (User Generated Content).

كما يرتبط تعاضم الميديا الاجتماعية بتنامي الأنشطة الفردية والجمعية الافتراضية ذات الطابع الاجتماعي وذات العلاقة بالحياة اليومية كالتنسيق الاجتماعي social coordintion (لقاءات، اجتماعات...) وتقاسم الاهتمامات المشتركة وبناء العلاقات الاجتماعية وإدارتها واستعراض الذات.⁽²²⁾

فالميديا الاجتماعية تشكلت كذلك في سياق ثقافي مخصوص، تنامت فيه أشكال جديدة من العيش الاجتماعي يقوم على تفاعل فريد بين أنماط مستحدثة من الفردانية وعلى تنظيمات اجتماعية جديدة، عيش اجتماعي سماه الباحث الفرنسي باتريش فليشي Patrice Flichy بالعيش الجمعي المنفرد living together separately الذي يتشكل في سياق مجتمعات الحداثة السائلة

liquid modernity، حيث تفقد المؤسسات الاجتماعية صلابتها وتصبح الهويات الفردية متحولة، وعلى هذا النحو، فإن الفيسبوك فضاء يتيح في الوقت ذاته إبراز هوياتهم وتفكر عوالمهم وإدارة علاقاتهم الاجتماعية والاندماج في شبكات مهنية عائلية سياسية متغيرة وغير مستقرة.

كما امتدت استخدامات الميديا الاجتماعية إلى المجال السياسي، حيث باتت تمثل منظومة يوظفها الأفراد والجماعات للولوج إلى المجال العمومي بشكل عام، والمجال العمومي السياسي بشكل خاص، للتعبير عن آرائهم السياسية والمشاركة في النقاش العام والتنظيم في إطار جماعات فاعلة للاحتجاج، كما تدل على ذلك التحولات والأحداث السياسية التي عرفها العالم العربي منذ 2011.⁽²³⁾

شبكات التواصل الاجتماعي والميديا الاجتماعية بين التقنية والمحتوى:

لقد خلق استخدام الانترنت في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، التي تعد الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، وما تلعبه كوسيلة في نقل الأخبار والأحداث السياسية، وهذا شجع متصفحني الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها⁽²⁴⁾.

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي كغيره من المفاهيم الاجتماعية أثاراً جدلاً واسعاً لدى الأكاديميين نظراً لتعدد وتداخل مداخل واتجاهات دراسته، ومن الناحية الاصطلاحية في اللغة الإنجليزية يطلق عليه «social media» أو مصطلح «social net-work» أي الترابط الشبكي الاجتماعي.⁽²⁵⁾

يعرف «زاهر راضي» شبكات التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁽²⁶⁾

ويعرفها «محمد المنصور» بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب).⁽²⁷⁾

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني «اللواب»، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض .

في حين عرفها كل من «بويد M.Boyd والسون B.Ellison»: بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال.⁽²⁸⁾

كما تعرفها الموسوعة الحرة العالمية بأنها: «عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات» وهي تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي، وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة.⁽²⁹⁾

وعليه إن شبكات التواصل الاجتماعي، هي مجموعة من المواقع تقدم خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات في بنية مجتمع افتراضي، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى أنحاء العالم.

وتشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، يمكن إيجازها في الآتي.⁽³⁰⁾

الصفحات الشخصية: من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية وغيرها من المعلومات.

الأصدقاء / العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، يُطلق عليه مسمى «صديق» ويُضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالتحرفين مسمى «اتصال أو علاقة» على هذا الشخص.

إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها .

المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

الصفحات: تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي .

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي خلق أهمية لا مثيل لها في حياة المجتمع، فتحليل الظاهرة ينم على أنها تضم تفاعل خمس عناصر أساسية لتشكل المجتمع المحلي والتمثلة في: المجتمع، التفاعل، الروابط، المكان، الزمان .

وعليه فإن التمثيل الرقمي لحركة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت والويب تحديدا أصبح يحوي مختلف الظواهر الاجتماعية بشكل إلكتروني شاملا بذلك التفاعل الاجتماعي برتمه على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات وأيضا المنتجات المعرفية والخدمية بأنواعها والاتصال

والنماذج البنائية للمجتمعات الافتراضية التي أصبحت جميعها تتمثل بشكل رقمي مجرد على الشبكة.

الإعلام الاجتماعي فضاء عمومي:

استطاعت وسائل الإعلام ومنذ ظهورها انطلاقاً من الصحف إلى الإذاعة والتلفزيون أن توجه الفضاءات العمومية التي عنيت بمختلف الفضاءات المفتوحة للنقاش في مختلف القضايا العامة والتي قادتها النخبة في مختلف المجالات والسياسة بشكل خاص كونها أي هذه الوسائل قد ساهمت في نشر الوعي لدى الجماهير ودفعها إلى طرح وجهات نظر وتبنيها والدفاع عنها انطلاقاً من النوادي والبرلمانات وانتشارها وبذلك بلور الرأي الخاص ثم الرأي العام، لكن هذه الوسائل الجماهيرية وانطلاقاً من عوامل مختلفة أهمها الملكية والتمويل والسلطة الحاكمة، أي طبيعة النظام السياسي السائد الذي ساهم في ظهور مضمون مقولب وفق لذهنيات محاربة لرجال الأعمال والممولين والمنتجين بسبب تلاشي الوعي وتوجيهه نحو الاستهلاك من خلال مضامين تميزت بالإثارة والانحطاط الثقافي كما يسميه طوقر «المحتوى الإعلامي المنحط» أو كما سمته مدرسة فرانكفورت المحتوى الاستهلاكي.⁽³¹⁾

لكن بالانتقال من الإعلام التقليدي على الإعلام الجديد انتقلنا من الكل إلى الكل عوض من البعض إلى الكل الذي منح الفرد سبلا عدة لإنتاج المعلومة والمعرفة وترويجها على المستوى الوطني أو الدولي فإنه يلاحظ الدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسائل وتقنياتها المتطورة، حيث ساهمت هذه التقنيات في ظهور ما يسمى بـ: «النضال الإلكتروني» سواء على مستوى الوطني أو الدولي في قضايا التضامن الدولي أو الوطني السياسي أو الاجتماعي أو الحقوقي المباشر والفعلي أو التضامن المعنوي، فقد تجاوزت هذه الشبكات مفهومها الأول الذي اعتبرها مواقع للتشبيك الاجتماعي تؤسس من قبل الافراد من أجل التواصل وإقامة علاقات اجتماعية للتعارف وبناء

علاقات افتراضية ذات اهتمامات على المستوى الشخصي أو مشتركة على مستوى الجماعة وهي قضايا التي تقود الرأي العام وتوجهه والتي تسمح في نفس الوقت للفرد بنشر مقالات وتسجيلات والنصوص، وتشمل هذه الشبكات مواقع my space, twitter, facebook هذه الوسائل الحديثة حولت للفرد إمكانية تجاور كل العوائق القانونية والمكانية وتنظيم الأنشطة السياسية، كما اعتبر البعض الآخر بأنها فضاءات غير مراقبة مفتوحة لتبادل الأفكار والبرامج بتكلفة أقل دون وسيط أو ناشر⁽³²⁾

فقد ذهب البعض على تدعيم الوظيفة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة في أنها حققت ما عجزت عليه الكثير من المؤسسات السياسية الباحثة عن الديمقراطية والممارسة الحرة للفعل السياسي ما عجزت على تحقيقه خلال العقود الماضية فبفضل هذه الفضاءات التي خلقتها شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق شبكات متنوعة وعريضة وبالوسيلة التي تناسبها في العصر الحالي والذي فرضته البيئة التكنولوجية الجديدة وبذلك أحييت هذه الشبكات المؤسسات السياسية كالمواطنة السياسية والمشاركة السياسية وتفعيل دور المشاركين في قضايا الرأي العام وتشكيل الوعي السياسي والتي لم تكن لتظهر في ظل الاستبداد السياسي على الإعلام بمختلف وسائله بشكل مباشر وغير مباشر من خلال التمويل والاشهار والطباعة لذلك سعت العديد من الدراسات التي اهتمت بمتغيري المجال العام وشبكات التواصل الاجتماعي إلى وضع مجموعة من المعايير للعديد من الباحثين الذين اهتموا أساسا بالدور السياسي الفاعل للأترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي تساهم في خلق مجال عام إلكتروني مؤثر.⁽³³⁾

لهذا تتضح علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالفضاء العمومي الافتراضي من خلال:

- مشاركة عدد كبير من المواطنين في نقاش عقلاني عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- قدرة القائمين على إدارة الحوار والمناقشات التي تدور في المجال الافتراضي على طرح القضايا والشؤون العامة الواقعية للمجتمع.
- إتاحة الفرص المتساوية للمشاركة في النقاشات العامة في إطار من الاحترام المتبادل وأن يكون الرأي الجمعي حول القضية مبني على الاقناع وليس الأوضاع الاجتماعية أو الاقتصادية أو الوظيفة للمشاركين وهو ما يطلق عليه بجودة الخطاب.

توالدت عن ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطبيقات شبكة الانترنت ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي الذي أضفت بعدا ثقافيا واجتماعيا وسياسيا للتكنولوجيا الحديثة وخلقت مجتمعات افتراضية غير تلك المتعارف عليها لدى علماء الاجتماع وهي نتاج التعقيد التقني الذي تشهدها المجتمعات الحالية بفعل التطور التكنولوجي السريع خاصة الانترنت التي أصبحت موضوع دراسات وأبحاث العديد من المفكرين ومن بين التعريفات المميزة تلك التي وضعها المفكر العربي عابد الجابري حين قال « هذا العالم الجديد عالم الانترنت يضم جميع أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانية أن يضمها جميعا ويضم أشياء جديدة أخرى، فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشياءه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين سيبر cyber وتلي tele الأول يدل على التحكم، والثاني معناه عن بعد، أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتحدد بالوصف اعتباري virtual وعند ترجمة الكلمة ب «اعتباري» وليس ب «افتراضي» حسب المعنى الأصلي للكلمة لأن الأمر يتعلق هنا ليس بمجرد وجود تصوري مفترض من صنع الخيال أو الوهم بل بوجود واقعي مشاهد عبر الصورة والكلمة وجميع الرموز، ولكنه مع ذلك

اعتباري من العبور والاعتبار معا، بمعنى أن الاتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز. (34)

وقد أعادت مواقع التواصل الاجتماعي صياغة علاقة المحلي بالكوني وعلاقة الانسان بالتقنية وعلاقة التكنولوجيا بالأفكار أو الواقع أو ما يسميه الفيلسوف الفرنسي ريجيس دوبريه بالتداخل بين عالمين يبدوان متناقضين في العلوم الإنسانية وعالم التنظيمات التي لها مظهر مادي ملموس ومحسوس مثل العائلة والعشيرة والقبيلة والمدرسة والمؤسسة والعالم والمادة المنظمة مثل وسائل الاعلام والانترنت بشكل بطيء. (35)

المجتمعات الافتراضية:

كتب الباحث Rheingold Howard كتابا كاملا حول هذه المجتمعات عنوانه بـ «المجتمع الافتراضي» وجاء فيه أن المجتمع الافتراضي يجمع أشخاصا من كل أنحاء العالم يقيمون فيما بينهم علاقات تعاون وتبادل معلومات وخبرات ويجرون مناقشات ثرية أكثر مما هو عليه الحال في الحياة الواقعية. (36)

يعرف سيرجي بروكس المجتمع الافتراضي بأنه: «مجموعة أفراد يستخدمون بعض خدمات الانترنت الاتصالية والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إل جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق القيم الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة. (37)

من بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوياا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم مقدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الانترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية وعدم مقدرة أي طرف على امتلاكها. (38)

من سمات المجتمعات الافتراضية ومن توابعها أنها تنتهي إلى عزلة وانفراد على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، من العجيب أن

المجتمعات الافتراضية وقد نشأت لأغراض شتى منها تخليص البشر من عزلتهم تنتهي بهم على عزلة جديدة عن عالمهم الواقعي، هذه هي المفارقة الكبرى في المجتمعات الافتراضية، مفارقة يلخصها عنوان كتاب لشيري تركل serry Turkle هو كتاب Why We Expect More, Alone Together from Technologies than from Each Other نحن معا لكننا وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ننتظر بعضنا البعض؟⁽³⁹⁾

التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية:

مما لا شك فيه أننا نعيش تجليات الاتصال والتفاعل الافتراضيين بفضل تقنيات الاتصال الرقمي التفاعلي بمختلف وسائله وتقنياته المتاحة من انترنت ووسائط متعددة وهواتف ذكية، ما من شأنه أن يعزز الشعور بالتفاعل والتألف الاجتماعي.

يعرف الفرد بالانا والآخر في ظل تغير ملامح الحياة البشرية التي صاحبها تطور وسائل الاتصال الحديثة والمعاصرة على سبيل المثال حلت الرسائل الالكترونية محل الرسائل الخطية وزاحمت غرف الدردشة الالكترونية محل الرسالة الخطية، وفي ظل ذلك لا سبيل إلى اختزال كل ما هو واقع من تغيرات ألغيت من خلالها حدود الزمان والمكان والجغرافيا في ظل ما أصبح يعرف بالفضاء الالكتروني أو الرمزي الذي يضم عددا كبيرا من المجتمعات الافتراضية بداية من غرف الدردشة والمجموعات البريدية وانتهاء بتويتر وفيسبوك وغيرهم من مواقع التواصل الاجتماعي.⁽⁴⁰⁾

من الناحية التقنية أصبح توسع شبكات التواصل الاجتماعي في هذه البيئة يستند على هندسة تكنولوجية متقدمة للبرمجيات والتطبيقات التي مكنت من توفير قدر من الكثافة الشبكية، متفوقة بذلك على التقنيات التقليدية السابقة التي كانت تعتمد على القرب الفيزيائي من أجل تفاعل أعضاء الجماعة مع بعضهم البعض، وبهذا تضاعفت فرص ووتيرة هذه العملية من خلال

القضاء على أي تأخير قد يحدث على هذا المستوى، وأصبح بإمكان الافراد الانخراط في محادثات عامة طوال اليوم وبفترات انتظار لا تذكر وبمستويات عالية من المرونة بفضل اعتمادها على العقد الشبكية، سواء بالنسبة لتلك الشبكات التي تتيح تقنيات المناقشة، الحوار والتخاطب مباشرة، أو حتى بالنسبة لتلك التي تعتمد على تكنولوجيات لا متزامنة للاتصال تسمح بالرد على الرسائل بعد ساعات أو أسابيع من وقت وصولها في حالة عدم تواصل المشاركين في نفس اللحظة.

من الناحية الاجتماعية، لم تفلح التطورات على المستوى التقني في تجاوز عقبة المكان الفيزيائي واستبداله بفضاء رقمي مفتوح فحسب، بل نجحت أيضا في إحداث تغيرات على مستوى بنية، هيكل ونسيج الجماعات الاجتماعية وهذا ما أدى إلى بروز أنماط مختلفة منها، ينخرط أعضاؤها في مواقع التواصل الاجتماعي مع ما يتوافق مع انتماءاتهم وافكارهم، يتفاعلون على حد كبير مع بعضهم البعض أو مع أعضاء الجماعات الأخرى.

وبهذا أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير كيان اجتماعي مستحدث أطلق عليه بعض الباحثين اسم «الجماعات المتخيلة» يتركب من تكتلات فردية يشترك أعضاؤها في مجموعة من المبادئ والقيم والاهتمامات المشتركة ينتشرون على رقعة جغرافية مفتوحة ويتميزون بأفكار واهداف متقاربة تمهد لقيامهم بعملية تقاسم المعرفة والخبرات والاشترك في مضامينها أثناء حضورهم في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي.

في هذا الفضاء يتشكل بناء شبكي يربط بين مجموعة من الحزم الاجتماعية ممثلة في الافراد والجماعات وحتى الكيانات الكبرى مثل المؤسسات والشركات، ويمكن لهذا البناء أن يكون محليا وهنا يظهر دور الجماعات المحلية التي تخلق لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية، تركز اهتماماتها على موضوعات تخص جماعة بذاتها، في إطار بوتقة التفاعل العالمية،

تركز اهتماماتها على موضوعات تخص جماعة بذاتها في إطار اهتمام داخلي، كما يمكن أن يتميز بالعالمية (بناء شبكي عالمي) اين تنصهر كل الأقليات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمي للشبكة دون التركيز على جماعة إثنية بعينها أو أقليات معينة.

يشير «مايكل سايلور» على تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء الافتراضي بما يشبه نوع من «المتعضية العالمية» بحيث توسع قاعدة معرفتها مع كل مشترك جديد الأمر الذي يؤدي إلى الاتصال بذكاء جمعي يتمتع بوعي عالمي بالزمن الحقيقي، واكتساب قدرات مفاجئة بإمكانها توليد سلوكيات جديدة غير متوقعة.

على نقيض الفرضيات المرتبطة بالبناء الشبكي في التنظير التقليدي، يرى بعض الباحثين أن التفاعلات المتبادلة داخل هذه البنى الاجتماعية لا يشترط سريانها في الكيان الشبكي ككل، لأن التفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي قد يتم بين الافراد بعضهم البعض، أو بين الجماعات وقد يهمل، كما قد يصل الأمر إلى غيابه كلياً بين البعض منهم.

تنوع في هذا النسيج الاجتماعي العلاقات التي تربط الأفراد، بين علاقات تسعى إلى تبادل موارد غير ملموسة (معلومات)، وتلك التي تعزز الانتماء إلى جماعة وترفع مكانة الفرد بين الآخرين، أو علاقات لبناء صداقة وتعارف مع افراد تجمعهم قواسم فكرية او شخصية، كما يمكن أن تنشأ هذه العلاقات من أجل تضيئة الوقت والترفيه عن الذات.

في كل هذه الأنواع من العلاقات تبرز أهمية الاعتماد المتبادل بين المنخرطين بما يؤثر على المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية، مع الأخذ بعين الاعتبار اختلاف درجة الاعتماد باختلاف قوة الروابط وشدة دوافع

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فالدوافع الترفيهية تختلف مثلاً عن الدوافع الاجتماعية⁽⁴¹⁾.

تكوين رأس المال الاجتماعي عبر مواقع الإعلام الاجتماعي:

سبق وأشرنا إلى أن المجتمع الافتراضي عبارة عن: «تجمعات اجتماعية لا مكانية تحدث بواسطة الإنترنت عبر الفضاء المعلوماتي، تضم أفراداً من هويات مختلفة تجمعهم اهتمامات مشتركة يتواصلون بطريقة متباينة، تتحدد مكانة المتفاعل فيه بمدى قدرته على استخدام المعارف والمعلومات في التواصل وليس عن طريق تعاملات الوجه بالوجه»، أما من حيث رأس المال الاجتماعي ونشأته في الفكر الماركسي وما تولد عنه من فروع متعددة منها رأس المال البشري والثقافي والديني والرمزي والاجتماعي، فهو يشير إلى: «شبكة من العلاقات الاجتماعية الافتراضية والمتشكلة عبر الفضاء المعلوماتي تسهم في تقديم منافع ومردودات شخصية وجماعية واجتماعية على المستويين الواقعي والافتراضي».

يرى الدكتور وليد رشاد أن الأسباب الأساسية التي تدفع الأفراد نحو الدخول في تفاعلات الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أربعة، وهي: التواصل مع الأصدقاء، والتسلية والترفيه، وتكوين صداقات جديدة، والاشتراك في مجموعات تتناسب مع الاهتمامات. وهو ما ينعكس بالتالي على متغير «الثقة» في تفاعلات الإنترنت باعتبار «الثقة» من المتغيرات الأساسية لتشكّل رأس المال الاجتماعي، ونظراً لأن الخط الفاصل بين التفاعلات الافتراضية والواقعية صار ضعيفاً، كما أن أصدقاء الواقع هم أنفسهم أصدقاء الشبكة، ولذا فقد احتلت الثقة في العلاقات الفردية المرتبة الأولى في مستويات الثقة، تليها العلاقات الفردية والجماعية ثم التفاعلات الجماعية. خاصة وأن التفاعلات الشبكية من خلال تقديم المساعدة للآخرين بالشكل المعنوي في زيادة وذلك من خلال طلب الدعم والمشورة أكثر من الشكل المادي⁽⁴²⁾

مردود علاقات رأس المال الاجتماعي في السياق الافتراضي على المجتمع:

- إن هناك قيماً يمكن أن تتحرك من الشبكات الاجتماعية المتشكلة على الصعيد الافتراضي إلى الواقع بل وتسهم في نشرها كذلك وهي:
- قيمة الحوار: وهي التي تحتل المرتبة الأولى بين القيم التي تعود على المجتمع الواقعي من التفاعلات الشبكية.
 - قيمة المشاركة: وتحقق هذه القيمة المرتبة الثانية بين القيم الإيجابية التي تعود من الشبكات الاجتماعية.
 - قيمة التعاون: وتشكل المرتبة الثالثة من مراتب المردود القيمي الإيجابي على المجتمع.
 - -قيمة التسامح: وقد حققت هذه القيمة المرتبة الرابعة، وهي قيمة ترتبط بقيمة الحوار.

معوقات العلاقات الشبكية في السياق الافتراضي:

- أن المجتمع الافتراضي ليس كله خيراً؛ إذ أن هناك مشكلات تتمخض عن العلاقات الشبكية وتؤثر بالسلب على تشكل رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية، ومن أبرز تلك المعوقات:
- أزمة الثقة: وهي أزمة تتخلل العلاقات الشبكية وتزيد في الإناث عنها في الذكور.
 - أزمة غياب الهوية: وهذه الأزمة تتجلى في علاقتها مع أزمة الهوية، لأن الأفراد لا يثقون إلا في الذين لديهم ارتباطات ثقة معهم وتجارب ومعلومات أو مع الأفراد الذين يتمتعون بسمعة طيبة. ومن هنا يمثل غياب الهوية إشكالية خاصة في التفاعلات التي تتم على المستوى الفردي؛

- إذ إن تفاعل المجموعات تجاوز إلى حد كبير، في معظمه، الحديث عن الهويات أو الأيديولوجيات الجامدة.
- أزمة الديمومة والاستمرار: وهذه الأزمة تحتل المرتبة الرابعة، وترتبط بأزمة الهوية ويشكل الجهل بالهوية عائقاً دون استمرار العلاقات بشكل فعال وغالبا ما تنحصر في العلاقات الفردية دون الجماعية بوجه عام.
 - أزمة المعايير: وهذه الأزمة التي تحتل المرتبة الرابعة وترتبط بفكرة الحرية، غير أن الإنترنت نجح في تطوير آليات للضبط ضمن سياقاته المختلفة أمام الأفراد الذين يتفاعلون بجرية خارج المجتمع التقليدي.
- ومن أبرز سلبيات التفاعلات الشبكية: ⁽⁴³⁾
- -استهلاك الوقت: يستهلك وقتاً كبيراً فيما لا طائل من ورائه إلا إذا استخدمه الفرد استخداماً أمثل لحقق منافع جمّة.
 - -البعد عن الواقع: وهو انفصال الفرد عن واقعه حين ينخرط في عالمه الافتراضي، وهي مسؤوليته وحده في اختياره.
 - -التقليل من مساحة التفاعل الأسري: وذلك بتقليل مساحة الحوار بين أفراد الأسرة من أولئك الذين ينخرطون في تفاعلات المجتمع الافتراضي مما يدعم فكرة الفردية.
 - -التقليل من مساحة التفاعل الواقعي مع الأصدقاء: وتبدو حين يقتصر الفرد في لقاءه بأصدقائه افتراضياً دون الواقع.
 - -التقليل من مساحة التفاعل الواقعي مع مجموعات الواقع: وذلك حين تؤسس مجموعات الواقع صفحات لها عبر الشبكة الاجتماعية، تجعلهم يقتصرون في تفاعلهم من خلالها فقط دون اللقاء في الواقع.

الخاتمة:

تشكل الميديا الاجتماعية ممارسة اجتماعية وثقافية لها جذورها العميقة والتي شكلت مبحث ومجالا مفتوحا للبحث عن مختلف التفاعلات الناشئة فيها، ويشكل براديغم رأس المال الاجتماعي مكسبا مهما لاكتشاف عمليات التشبيك والتفاعلات الاجتماعية ضمن الفضاء العمومي والذي هو الآخر استفاد من أبحاث هابرماس وغيره، لذا فإن الربط بين وسائط الميديا الاجتماعية كمنتوج فعلي وبيئة افتراضية وبين تكوين رأس مال اجتماعي افتراضي فتح مجالات أوسع نحو البحث عن مختلف التفاعلات الناشئة والنتيجة كمحصلة لعمليات اتصالية ضمن الفضاء العمومي.

الهوامش:

- ¹ أنجي عبد الحميد، رأس المال الاجتماعي، نحو نظرية في البناء والعقل، عرض كتاب، المجلة الاجتماعية القومية، العدد الثاني، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ماي 2004، ص 102.
- ² أنجي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 102.
- ³ بيبير بورديو، أسئلة علم الاجتماع، تر: إبراهيم فتحي، القاهرة، دار العالم الثالث، 1995، ص 16.
- ⁴ <http://www.socialcapitalresearch.com/definition.html>
- ⁵ Martti Siisiäinen; Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putna, Paper presented at ISTR Fourth International Conference: "The Third Sector: For What and for Whom ? ", TrinityIn: - <http://www.istr.org/conferences/dublin/> .2000 ,8-College, Dublin, Ireland, July 5workingpapers/siisiainen.pdf
- ⁶ أحمد زايد وآخرون، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، ط1، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، 2006، ص 32.
- ⁷ انظر: فتحي سيد فراج، رأس المال الاجتماعي، مدخل حديث للتنمية، الحوار المتمدن، العدد 2993، 2019/5/2 في <http://www.ahewar.org/search/search.asp>
- ⁸ Yujiro hayami, social capital, human capital and the community mechanisms: toward a conceptual frame work for economists, journal of development studies, vol.45,no.1,2009,pp.96- 123
- ⁹ عبد الناصر عبد العال، تكنولوجيا المعلومات تصنع رأس المال الاجتماعي، مجلة الحاسبات، عدد 3، فيفري 2010، ص 76.
- ¹⁰ نجلاء محمود رؤوف السيد المصباحي، الفيسبوك ورأس المال الاجتماعي في مصر، دراسة سوسيولوجية ميدانية، مركز بحوث ودراسات، ص 115.
- ¹¹ المرجع السابق، ص 115.
- ¹² نصر الدين لعياضي، فضاء عمومي أم مخيال اجتماعي؟ مقربة لتمثيل التلفزيون في المنطقة العربية، حواريات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، 2014، ص 31.
- ¹³ أمين بن مسعود، حفريات معرفية في مفهوم المجال العمومي، عدد 1، مجلة علوم الإعلام والاتصال، تونس، 2018، ص 8.
- ¹⁴ عبد الله الجديري، المجال العمومي وقيم ما بعد الحداثة (المدخل الأخلاقي)، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2018، ص 11.
- ¹⁵ حمزة هوارى، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي دراسة المجتمعات الافتراضية الجزائرية على الفيسبوك وتناولها لقضية الفساد في سونترالك» صفحة رايدو طرطوار انمونجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، سنة 2013، ص 44.
- ¹⁶ المرجع السابق، ص 44.

- 17 نهي السيد عبد المعطي، صحافة المواطن، نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، القاهرة، 2008، ص 149.
- 18 Anne Marie Gingras, Media et démocratie le grand malentendu, PU Québec, 2009, p 14
- 19 محمد الانشعب، بورغن هابرماس وراهن الفلسفة في الفضاء العمومي، مجلة رهانات، الدار البيضاء المغرب العدد 3، 2007، ص 10.
- 20 عبد اللطيف بن صبيفة، وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، سنة 2011، ص 9.
- 21 هوراي حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 7.
- 22 بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، الباحث الإعلامي، العدد 18، 2013، ص ص 97، 98.
- 23 محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال الأكاديمية العربية في النمارك، 2012، ص 25.
- 24 راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.
- 25 وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميتولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة أبحاث، أيا أس، استراتيجية، ماس
- 26 نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، السنة 5، العدد 11، جوان 2013، ص 4.
- 27 حمد المنصور، المرجع السابق، ص 25.
- 28 الصادق حمادي، الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي، عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2016، ص 123، 125.
- 29 فائزة بوزيد، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكل الفضاء العمومي الافتراضي، عوامل التشكل والفعالية، عدد 3، مجلة الفكر للدراسات القانونية والسياسية، جامعة خميس مليانة، سبتمبر 2018، ص 3.
- 30 عبد الله قريم وآخرون، الإعلام وتشكيل القيم، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2013، ص 30.
- 31 عادل صالح، الإنترنت والسياسة، دراسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017، ص 50.
- 32 محمد عبد الجابري، العولمة ومسألة الهوية: المشكلة والإشكالية، راجع موقع محمد عبد الجابري، أنظر: <http://www.aljabriabed.net>
- 33 حمد خواجه، المجتمع المدني والمواطنة، حالة المجتمع الافتراضي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4 لسنة 2011، تونس، ص 32، 41.
- 34 إبراهيم بعزیز، الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد: الأثر والانعكاسات ورقة قدمت في المنتدى الوطني الأول: تأثيرات وسائل الاعلام الجديدة على الافراد والمجتمعات، جامعة فرحات عباس، سطيف 2010.
- 35 Serge Broulx: les communauté virtuelle construisent-elle du lien social ? « Colloque international sur: l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, LYON, Université jean moulin 19-20/11/2004
- 36 جمال الزرن، هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، مدونة مقعد وراء التلفزيون: الاعلام والاتصال والمجتمع.
- 37 بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الامارات العربية المتحدة، 2012، ص 45.
- 38 فائزة بوزيد، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكل الفضاء العمومي الافتراضي، عوامل التشكل والفعالية، عدد 3، مجلة الفكر للدراسات القانونية والسياسية، جامعة خميس مليانة، سبتمبر 2018، ص 3.
- 39 عبد الله قريم وآخرون، الاعلام وتشكيل القيم، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2013، ص 30.
- 40 عادل صالح، الإنترنت والسياسة، دراسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017، ص 50.
- 41 محمد عبد الجابري، العولمة ومسألة الهوية: المشكلة والإشكالية، راجع موقع محمد عبد الجابري، أنظر: <http://www.aljabriabed.net>
- 42 حمد خواجه، المجتمع المدني والمواطنة، حالة المجتمع الافتراضي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4 لسنة 2011، تونس، ص 32، 41.
- 43 Serge Broulx : les communauté virtuelle construisent-elle du lien social ? « Colloque international sur : l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, LYON, Université jean moulin 19-20/11/2004

الرموز اللغوية في الخطاب السياسي الإلكتروني:

- قراءة في تأثير التطورات التكنولوجية على لغة الخطاب السياسي -

أ. فائزة بوزيد - جامعة بسكرة.

مقدمة:

عادة ما يولي السياسي كقائم على بناء الخطاب الموجه إلى الناخبين الأهمية القصوى، وذلك بدعوى أنه يبحث عن التأييد والمناصرة والإقناع وبذلك الحصول على أصوات، ويعتمد في ذلك على مجموعة الرموز اللغوية التي تشكل أوعية نفسية واجتماعية، تثير لدى الناخب كفرد ضمن مكون اجتماعي الشعور بالانتماء إلى الأهداف والقيم المسوق لها عبر الخطاب السياسي.

لذا، يهتم القائم بالاتصال السياسي على مقارنة لغوية لتحقيق التوازن بين المحيط الخارجي الذي ينتمي إليه المتلقي للخطاب والمعاني والأهداف التي تبحث فيها الرموز المعتمد عليها في الخطاب السياسي.

إن مجموعة المتغيرات الإلكترونية التي تفرضها التكنولوجيا الجديدة، والتي سمحت للخطاب بالانتقال من المستويات الشفهية الشخصية أو المكتوبة الخطية التقليدية برزانتها وقوتها الثقافية إلى المستوى الإلكتروني الذي ومن خلال خصائصه اللغوية والتقنية ساهم في تدخل العديد من الرموز اللغوية ضمن مقارنة تقنولوجية جديدة بين المتلقي كناخب والسياسي كقائم على الاتصال والعمل السياسي ومنتخب، ما أدى بذلك بالقائم بالاتصال السياسي نحو خلق مجموعة من التغييرات على المقاربة الرمزية اللغوية السابقة بحثا عن التوافق والانسجام اللغوي كوعاء أساسي لنجاح العمل الاتصالي السياسي.

▪ **الإشكالية:** ما هي التغييرات التي تشهدها اللغة السياسية المستخدمة

اليوم في الخطاب السياسي الإلكتروني الجزائري؟

نبحث في دراستنا ضمن ثلاث أطر رئيسية:

1. المقاربة التحليلية للمفاهيم:
2. اللغة كوعاء اتصالي في بنية الخطاب السياسي.
3. اللغة السياسية الاليكترونية بين إلزامية الاستخدام وتأثيرها على اللغة السياسية التقليدية.

■ الأهمية والأهداف:

1. تكمن أهمية دراستنا في كونها تبحث في أهم وسائل الاتصالية ضمن أهم المجالات الإنسانية والمجتمعية اللغة السياسية التي تترجم بدورها أهداف المجتمع، قيمه ومبادئه ومستويات ثقافته ديمقراطيته وطريقة تسييره لشؤونه العامة، وتأثير الوسائل الاتصالية الجديدة على رموزها وإيقوناتها التي تكونها في بيئة اجتماعية واتصالية متغيرة.
2. تهدف دراستنا نحو البحث في أهم التغييرات التي مست اللغة السياسية المستخدمة اليوم في الخطاب السياسي الاليكتروني الجزائري، وذلك بالإجابة على فرضية ما إذا كان للبيئة الاتصالية الجديد تأثير على بنية الخطاب السياسي ولغة المعتمد عليها أم أنها لم تشكل التأثير الكبير والعميق عليها.

■ المقاربة التحليلية لمفاهيم الدراسة:

1. اللغة السياسية: تقدم اللغة وظيفة أساسية في حياة الفرد؛ كونها وسيلة اتصال بين الفرد بغيره، وعن طريق هذا الاتصال يدرك الفرد حاجاته وآماله وعواطفه ويمكنه بفضلها إشباعها وتحقيقها، كما تشكل وسيلة اجتماعية وأداة لتفاهم بين الأفراد والجماعات فهي سلاحه في مواجهة كثير من المواقف الحيوية التي تتطلب الاستماع والكلام أو القراءة أو الكتابة، هي مجموع المهارات الاتصالية التي تعنى باللغة. وهنا نشير إلى أنه يمكن للفرد العربي أن يتحكم في سلوكياته والآخرين باستخدامه للغته العربية

التي إلى جانب كونها الأداة الاتصالية هي كذلك بطاقة هويته وإثبات شخصيته، وترجمة لأفكاره ومستواها. ⁽¹⁾ تذهب الرؤى العلمية إلى التأكيد على أن اللغة ليست مجرد رموز أو أداة اتصالية بحتة بل هي وكما أشرنا سألها هوية اجتماعية وثقافية، وانتماء حضاري واجتماعي، هي كذلك أقوى رابطة من بين الروابط السياسية والتاريخية والجغرافية، كونها تمثل كما يتفق اللغويون ظاهرة اجتماعية تعيش مع الإنسان جنب إلى جنب، «ففي بداية القرن التاسع عشر أصبحت اللغة من أهم مقومات المحددة لأصل أي شعب وجنسيته والعربية هنا ليست بدعا من اللغات بل هي من اللغات العالمية ذات التاريخ والبعد الحضاري في التراث الإنساني الراسخ جدا»⁽²⁾.

يتشكل مفهوم اللغة السياسية من مصطلحين اثنين؛ اللغة كأداة ووعاء اتصالي كما أنها تشكل بنية الاتصال، وحاملة المعنى، والأهداف المرجوة من الفعل الاتصالي، وكذلك السياسة التي تمثل مجالا إنسانيا ومكونا اجتماعي هاما يحقق للمجتمع استقراره ويسير علاقات مجتمع ويضمن حقوقه في المواطنة والديمقراطية، يقول احد الباحثين «أن القدرة الشاملة للبشر في جميع المجتمعات على التواصل، في حين أن السياسة تعني فن الحكم. وينظر هذا الرأي إلى اللغة كأداة للتفاعل في مختلف المواقف أو في المنظمات المختلفة، وترى اللسانيات النظامية اللغة كنظام شمولي اجتماعي، وتؤكد العلاقة بين البنية الاجتماعية واللغة من ناحية والعلاقة بين تطور اللغة واستخدامها، من ناحية أخرى. يدعي اللغوي أنه ليس فقط النص ولكن أيضا النظام الدلالي الذي يميز النظام الاجتماعي والبنية الاجتماعية»⁽³⁾.

إن السياسية وكما يعرفها بعض الباحثين والمتخصصين هي «صراع على السلطة من أجل وضع بعض الأفكار السياسية والاقتصادية والاجتماعية موضع التنفيذ، في هذه العملية، تلعب اللغة دورا حاسما، حيث يتم إعداد كل عمل سياسي اعتمادا على اللغة الأكثر تأثيرا»⁽⁴⁾. إن التركيز الكبير على اللغة،

واختيار الرموز المعتمد عليها كونها السبيل لتحقيق أهداف الخطاب السياسي، وإيصال المدلولات إلى المتلقي.

إذن فاللغة السياسية هي مجموع الرموز والإشارات ذات المدلولات السياسية أو التي تنتمي إلى الحقل السياسي ويتخذها السياسيون كأدوات لتعبير عن قضايا المجتمع والدفاع عنها، حيث وكما ذهب البعض الباحثين اختيار اللغة المناسبة؛ يعني أنك تستخدم السلاح الأقوى في علاقة تنافسية تشهدها الساحة السياسية الوطنية أو العالمية. كما يستخدم السياسيون في علاقاتهم الاتصالية كافة الأدوات التي تحقق مقاصدهم مثل لغة الخطاب اليومي، واستخدام الموروث الشعبي، ويلجأ السياسيون إلى مخاطبة مشاعر الجماهير وإثارة حماسهم ليحققوا بذلك نجاحا اتصاليا يؤثر في الرأي العام.⁽⁵⁾

تشير سياقات علمية أخرى إلى أن اللغة ليست أداة لمسرح الأحداث السياسية فقط، وإنما تعد اللغة جزء من الأحداث السياسية نفسها، فهي تشكل معنى الأحداث، وتساعد على تشكيل الأدوار السياسية والسلوك العام للشعب؛ لذا تتكامل اللغة مع الأحداث السياسية⁽⁶⁾، مما يؤكد تأثير الموقف الاتصالي والهدف منه في بناء الرموز اللغوية وتحديد المعنى منها، حيث يتوقف نجاح السياسة وفشلها في الوصول إلى أهدافها في الإقناع والتواصل مع الشعب وتوجيه أفرادها نحو الهدف السياسي المطلوب، يتوقف على حسن توظيف الرموز اللغوية التي لها صدى في عقول ونفوس أفراد الشعب.⁽⁷⁾

2. الخطاب السياسي: ينتج الفرد يوميا وفي مجموع سلوكياته مجموعة من رسائل الخطابية الاتصالية التي تترجم مجموع الرموز الثقافية والاجتماعية لتواصل مع مكونات بيئته الاجتماعية، كما قد يلجأ إلى ابتكار وإنتاج أساليب جديد في بناء خطابه الاتصالي وإحداث التجديد على مجموع رموزه الاتصالية لتسهيل عملية الفهم، التواصل الإقناع والتغيير وهو ما أحدثته البيئة الرقمية وأفرزته على مكوناتنا الاجتماعية، الثقافية،

والسياسية البحث عن سبل لتواصل أسرع وتحقيق الأثر المطلوب بما يحقق أهداف السياسي كرئيس حزب، أو رئيس دولة أو ممارس لسياسة لدى الجمهور المتوجه له.

يشير مفهوم الخطاب حسب تايسون إلى أنه هو «اللغة الاجتماعية التي تنتجها ظروف ثقافية معينة في وقت ما ومكان ما لتعبر عن طريقة معين لفهم التجربة الإنسانية، كما يجسد الخطاب السلطة من حيث كونه أنه لا يشير إلى نظم فكرية وصورا وممارسات رمزية التي تشكل حسب رواد الفكر «الثقافة»، بل يعمل الخطاب على صناعة الرموز وإحداث التغييرات⁽⁸⁾ وفي تعريف للخطاب السياسي بين مفهومي الخطاب والسياسية بين الخطاب الذي يعني «عملية أداء تواصلية تفيد الإقناع والتأثير على المتلقي آخر، وعلى أن السياسية هي كل موضوع له صلة بشأن أو أمر من أمور السلطة والدولة، فإننا نقف على حقيقة أن الخطاب السياسي إذن هو الجمع بين المؤيدين، ليضحي الخطاب السياسي أحد السلوكيات اللصيقة بفن ممارسة السياسية، وعليه فلنا أن نقول بأن الخطابات السياسية إذن هي التي تخص الأمور الرعية لسن لقوانين وتنظيم الدوائر الرسمية وهي من أصعب أنواع الخطب لأن حركات الأمة نتيجة مد وجزر منشؤه سيطرة الأفراد على الجمهور، أو الجمهور على الأفراد فيتبع الخطيب هذه الأمواج آمرا من القوم أو خاضعا لرغباتهم⁽⁹⁾ من جهة أخرى، يدعم كريس وفيركلوغ الفكرة القائلة بأن الخطاب السياسي «توسط فيه المؤسسات التي بدورها تضع القراء والكتاب والمتحدثين والمستمعين في مواقف مختلفة من السلطة والمعرفة» علاوة على ذلك، يؤكد فيركلوغ أن الأيديولوجية يتم تمثيلها بالخطاب، والخطابات التي تنتجها العلاقات الاجتماعية من المخاطبين والمرسل إليهم.⁽¹⁰⁾

أما في تعريفنا له «فالخطاب السياسي يعنى بالدرجة الأولى مجموع الإيقونات الالسانية واللغوية المتفق عليها اجتماعيا، وثقافيا أو هي نتاج لعناصر

البيئة الاجتماعية والثقافية؛ مكونة بذاتها سياق خاصا ومميزا يحتوى عناصر العملية السياسية من خطيب والذي نعني به صانع المحتوى السياسي والمخطوب فيه أو المستمع الذي يمثل عادة أفراد الشعب أو الموالين والمؤيدين لسياسي في حالة كان الخطاب حزبيا»

يشير الباحثون إلى أن الخطاب السياسي ينتمي إلى المجال الاحترافي لأنشطة السياسيين، حيث أنه بنفس الشكل شكل من أشكال الخطاب المؤسسي، فقط تلك الخطابات من السياسيين تعتبر أنها تنتج في بيئات مؤسسية. مثل الحكومات أو البرلمانات أو الأحزاب السياسية؛ وهذا يعني أن محادثة غير رسمية لسياسي مع أصدقائه لا تعد بمثابة خطاب سياسي: فالخطاب يجب أن ينتج من قبل المتحدث في دوره المهني للسياسي وفي بيئة مؤسسية بطريقة أكثر توجهاً نحو العمل السياسي المخطط، قد نقول أيضاً إن الخطاب سياسي عندما يحقق عملاً سياسياً في مؤسسة سياسية، مثل الحكم والتشريع والانتخابات الانتخابية وما إلى ذلك.

كما أن الخطاب السياسي هو ليس نوعاً، بل فئة من الأنواع التي يحددها المجال الاجتماعي، أي تلك المتعلقة بالسياسة بالطريقة نفسها كالخطاب العلمي والخطاب التقني والخطاب القانوني تمثل فئتي أنواع الخطاب في مجالات العلوم، التعليم والقانون. وبالتالي، فإن المداورات الحكومية، والمناقشات البرلمانية، وبرامج الأحزاب، وخطب السياسيين، هي من بين العديد من الأنواع التي تنتمي إلى مجال السياسة،⁽¹¹⁾ كما اعتبره بعض السياسيين الباحثين أنه أداة الديمقراطية وبنيتها حيث يؤكد يعتبر توماس جفرسون، والمؤسسون الآخرون للجمهورية الأمريكية، الخطاب السياسي هو قلب الديمقراطية، يعتقد جيفرسون أنه بدلاً من الرتبة الاجتماعية التي ولد فيها الشخص، يجب أن يكون أساس التأثير داخل المجتمع هو النقاش في مناقشة حرة ومفتوحة تصف بالنزاع بين الأفكار والآراء، وأشار إلى أن اختلافات الرأي تؤدي إلى التحقيق الحقيقة⁽¹²⁾ هناك فهم مشترك بأن وسائل الإعلام الاجتماعية قد زادت إلى

حد كبير من كمية المشاركة السياسية، لم يفرد البعض تعريفاً مميزاً للخطاب السياسي عبر الإنترنت» يُعرف الخطاب السياسي أو العام بأنه «التواصل العام حول الموضوعات والجهات الفاعلة المرتبطة إما بمجال سياسة بعينه أو بالمصالح والقيم الأوسع التي يتم إشراكها»⁽¹³⁾.

▪ اللغة كوعاء اتصالي في بنية الخطاب السياسي:

تشكل اللغة جوهر أي علاقة أو عملية اتصالية مهما اختلف شكلها أو معجمها الثقافي والحضاري أو تركيبها سواء أكان السني أو رمزيا وإيقونيا وكذلك بالإشارات والرموز اللونية أو الحركية أو الرسومات فمعظمها شكلت لغة تحاوريه وتبادلية، حيث تذهب بعض القراءات العلمية التحليلية إلى التأكيد على أن الفرد حينما يتبنى لغة أو بتكلمها فهو بذلك يتبنى سلوكاً معيناً، فهي أي اللغة قارة على التأثير في الواقع وفي إنتاج الأفعال وتوجيهها، فإذا كانت اللغة أداة للربط بين الذات والواقع، فهي كذلك قادرة على الربط، التفسير والتحليل وبذلك قدرتها في خلق حقائق على الأرض وتمنح لذاتها تأثير الذي يكونه الفعل.⁽¹⁴⁾

فاللغة في الأساس وسيلة للتواصل بين أعضاء المجتمع وفي التعبير عن الثقافة، اللغة كذلك هي جانب أساسي، إنها الأداة التي تنقل التقاليد والقيم المتعلقة بهوية المجموعة. كما أن اللغة المشتركة هي واحدة من أهم سمات المجتمع، وأن الاستخدام المستمر للغة نفسها هو الدليل الأكثر تأكيداً على الاستمرارية التاريخية لمجتمع من الناس ترتبط هذه الوظيفة ارتباطاً وثيقاً بالطبيعة الاجتماعية للغة، في حين توجد علاقات ترابط متبادل وعلاقة متبادلة بين حدوث اللغة ومجتمع ذي ثقافته المتأصلة.⁽¹⁵⁾

يصر شيلتون وشافنر Chilton and Schaffner على أنه «من المؤكد أن السياسة لا يمكن إجراؤها بدون لغة، ومن المحتمل أن يكون استخدام اللغة في تشكيل المجموعات الاجتماعية يؤدي إلى ما نسميه «السياسة» بالمعنى الواسع مشيراً

إلى أن دراسة اللغة تمتد إلى ما وراء مجالات الأدب واللغويات، وتؤكد بيلنكا Pelinka أنه «يجب النظر إلى اللغة وتحليلها كظاهرة سياسية» وأن اللغة والسياسة يمكن تصورهما ودراستهما كظاهرة استطرادية⁽¹⁶⁾ كما أن هذا التحول السياسي في اللسانيات كان موازياً وكان متأثراً بمنعطف لغوي في العلوم السياسية عندما جاء الباحثون للتعرف على الأبعاد اللغوية والخطابية والرمزية لمؤسستهم. يصف هذا الاتجاه بأنه نموذج جديد يصور اللغة على أنها «العدسة الإدراكية لفحص الظواهر السياسية والأفعال السياسية باعتبارها «مبنية على الكلمات وحوله. يجادل بأن الشروط الأساسية للسياسة القوة والنفوذ والسلطة تشير إلى الأنماط اللغوية للتفاعل مع الآخرين في السعي لتحقيق أهداف سياسية وآثارها. يجب أن تفهم لغة باعتبارها مورداً استراتيجياً يكسبه السياسيون ويمسكون بالسلطة. ضمن هذا الرأي، لا تمثل «العبارات» السياسية كلمات «باردة» و«هدفية» و«مفهومة»، بل تعمل «كشاشة، ورائحة زائفة»⁽¹⁷⁾. ففي اللغة السياسية حيث الكلمات التي تنجح والسياسات التي تفشل، يحاول موراي إيدلمان شرح قبول التفاوتات الكبيرة والمزمنة التي تعطي أكثر ما يمكن الوصول إلى نسبة صغيرة من السكان.⁽¹⁸⁾

كما يعتبر الباحثون والمتخصصون في اللسانيات أن اللغة القوية تعني خطاباً قوياً وأهدافاً محققة حيث يؤكد ذلك الباحث جيفري نونبرغ «أن اللغة هي نوع من الاستفتاء غير الرسمي: فعندما نتبنى كلمة جديدة أو نغير استخدام كلمة قديمة، فنحن نقدم صوتاً لوجه معين»⁽¹⁹⁾ إن الحاجة إلى التواصل تؤدي إلى حدوث وتطور لغة ما، وتنبثق هذه الحاجة وتصبح أقوى وأقوى عندما يكون لدى شخص ما شخص آخر للتواصل معه، أي عندما يكون هناك مجتمع يكتسب الوعي الذاتي من خلال الاتصال والتواصل بين أعضائها إن أهمية التواصل بين الناس تعادل أهمية اللغة أهم وسيلة للتواصل. في هذا الصدد اللغة هي ذات أهمية حاسمة في التطور الفردي للبشر والتطور البشري في الوسائل والتقنيات كذلك له دور في تطور اللغة ورموزها.⁽²⁰⁾

فمن المعروف أن اللغة هي أقوى أدوات الاتصال لأنها تعكس طرق الحياة الخاصة بكل شعب، ودرجة تقدمه أو تخلفه، كما تعكس الميراث الثقافي، والتاريخي، والقيم والمعتقدات، كما أنها تمثل الإدراك المشترك كذلك بين المرسل والمتلقي، وتعد اللغة أيضا أقوى وأواصر الصلة بين أبناء الشعب أو الأمة التي تستخدمها، ومن ثم فهي عامل مؤثر بشكل فعال على الرأي العام،⁽²¹⁾ هو تأكيد على أهمية اللغة في المجتمع التي تعكس وكما تم الإشارة إليه الخصائص والمكونات الاجتماعية والثقافية والحضارية لأي بيئة اتصالية، حيث «تحتوي اللغة على بعض القيم الاجتماعية ومخزون شعبي من الأمثال الشعبية والأساطير؛ فالشعارات السياسية توظف مثل هذه السياقات القيمة والثقافية من أجل مقاصد سياسية تسويقية الهدف منها كسب ولاء الجمهور».⁽²²⁾

كما يعتبر الباحثون أن اللغة السياسية والدعائية بعد أحداث 11 سبتمبر أنها كانت السبب الذي حرك المصطلحات والتعبيرات والأنماط اللغوية وتصادمت فيها خلفيات متلقي الخطاب وما تحمله ذاكرتهم من مدلولات، مما ساهم في خلق لغة جديدة معاصر ضلت بعيدة تتراوح ردحا من الزمن من محارِب السياسة والإعلام والدعاية، ثم إن اللغة الجديدة التي يشهدها العصر اليوم هي نتاج للحراك اللساني المعاصر فهي لغة التداول اللغوي ولغة المصطلحات المعاصرة هي لغة الدعاية والتغييرات الاصطلاحية الجديدة ولغة الخطاب السياسي المعاصر.⁽²³⁾

▪ وسائل الاتصال السياسي الإلكترونيّة:

يعد الاتصال من بين أكثر أدوات التفاعل داخل النظم السياسية بين النخبة والجماهير، وهذا نظرا لقدرته على الوصول إلى قطاعات عريضة منهم بهدف التأثير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم، والذي غالبا ما ينتهي برد الفعل المعبر عنه بالسلوك السياسي، وتتحدد فعالية السياسة في أي مجتمع بمدى قدرتها على

كسب تعاون المواطنين وتأييدهم نحو الأهداف السياسية العامة وهذا من خلال تحكمها في قنوات الاتصال التي تمرر عبرها رسائلها إلى هؤلاء المواطنين.⁽²⁴⁾

يعرف الاتصال السياسي بأنه ذلك العلم الذي يدرس مجموع الأنشطة والفعاليات التي يزاؤها القائمون بالعملية الاتصالية، من أجل تحقيق أهداف سياسية تهمهم، وينصب جوهر الاتصال السياسي على إحداث التأثير وتغيير الآراء والقناعات لدى الجمهور المستقبل باتجاه محدد هو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية⁽²⁵⁾، فبفضل الاتصال السياسي ومختلف وسائل الإعلام التي تقدم الوظيفة السياسية عبر برامجها ومضامينها تندفع الأفكار والقيم والمعلومات لضمان استمرار المجتمع وتطوره، لذا أصبح ضروري على مختلف الأحزاب السياسية والمنظمات والحكومات الاستثمار في هذا النوع من الاتصال والعمل على فهم مختلف متطلباته كونه أمسى يعرف نوعا من التعقيدات لأسباب تتعلق بالتكنولوجيات الاتصال الحديثة والقدرة المتزايدة لجمهور الناخبين على تفكيك الرسائل السياسية بل وصناعتها في الكثير من الأحيان.⁽²⁶⁾

كما تربط بعض القراءات الاتصال السياسي بالتقنيات التي يستعملها الفاعلون السياسيون، المحكومون ومحترفي الاستشارة السياسية للاتصال بالناخبين؛ وهي تقنيات كما يؤكد الباحثون في أغلب الحالات يتم استعارتها من التسويق كسبر الآراء، العلاقات العامة والإشهار، وأضيفت لها تقنيات الاتصال الحديثة التي ارتبطت بالتكنولوجيا الحديثة، الإعلام الآلي والسمعي البصري في حقل السياسة⁽²⁷⁾؛ ساهمت التكنولوجيات الرقمية الاتصالية والإعلامية التي يعرفها اليوم المشهد الإعلامي والاجتماعي والسياسي في خلق سبل متجددة في التواصل والإعلام، محدثة تطورا في الوظيفة والمحتوى المقدم للجمهور بخصائص استعاضت بها عن القائم بالاتصال والمحتوى المقدم كذلك كونها مثلت طفرة نوعية واتصالية ساهمت في تقوية المحتوى السياسي

الذي تحمله والذي ساهم في تحقيق الرهان أمام الجمهور وتوجيهه لتغيير وتحقيق الإقناع.

إن البداية الحقيقية لهذه المواقع الاجتماعية وكما تذهب السياقات التاريخية إلى التسعينيات وذلك تحديدا سنة 1995 حينما أسس راندي كونراد موقعا اجتماعيا لتواصل مع أصدقائه في الدراسة تحت تسمية classmates.com، ثم توالى بعد ذلك ظهور العديد من الشبكات والمواقع الإلكترونية لعل أشهرها اليوم الفايسبوك والتويتر، مايسبايس، لينكدن، جوجل، اليوتيوب، السكايب.. الخ،⁽²⁸⁾ إن ما يشهده الفعل الاتصالي عبر شبكات التواصل الاجتماعي الذي يقوم بدور في إنتاج معرفة تختلف عن نمط المعرفة التقليدية، حيث تتسم بالانتقائية، والمرونة، التكاملية النسبية، والواقعية، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت منصات لعرض القضايا، وخاصة السياسية، وإدارة النقاش والجدل حولها، وإتاحة المشاركة الفعالة والتحاور مع الآخرين، ومن أجل حل مشكلات، وتقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة بما يساهم في تعزيز السلم الاجتماعي.⁽²⁹⁾

تشغل المواقع الإعلام الاجتماعي وعبر مختلف المنصات والمواقع المتاحة عبر شبكة الانترنت الحيز الكبير والفاعل في مختلف المجالات الحياة اليومية للفرد في مختلف البيئات الاجتماعية والثقافية، يتم الاعتماد عليها واستغلالها قدرتها الاتصالية وإمكانياتها الإعلامية للوصول لقاعدة جماهيرية عريضة من أجل التسويق ودراسة ذهنية الجماهير واستطلاع الرأي والوقوف على اتجاهاتهم ومعرفة حاجاتهم، هي مصدر لبناء قاعدة معلومات وبيانات ذات أهمية كبيرة لدى المؤسسات بمختلف أنشطتها والسياسية خاصة.

إن الخصائص التقنية للوسيلة الإعلامية الجديدة منحت للفعل الاتصالي الجماهيري فعالية لم تكن البشرية تتوقع مثيلا لها؛ فقد انتقل الفرد بفضلها من

تلقي المضامين الإعلامية المحدودة إلى استخدام المضامين المتنوعة التي يذهب إليها ولا تأتي إليه. وهكذا يصبح للمستخدم خيار وإرادة تدفعه إلى التفاعل مع ما يشاء من المضامين الإعلامية.⁽³⁰⁾ حيث يستغل السياسيون والإعلاميون في المجال السياسي مختلف المنصات والتطبيقات الاليكترونية من أجل إيصال المحتوى للجماهير المختلفة من أجل كسب التأييد والولاء وتحقيق الجماهيرية والحضور الحزبي والمؤسسي والسياسي، فقد اعتبرت «الانترنت الأداة التكنولوجية والشكل التنظيمي الذي يقوم بتوزيع قوة المعلومات وتوليد المعرفة، وطاقة العمل داخل الشبكات في جميع مملكات النشاط. وبالتالي فإن استخدام المعلومات من قبل مراكز البحث أو رجال السياسيين والقادة الذين يتحكمون في الرأي العام أو لهم تأثير عليه يعد وسيلة لتعزيز وزيادة هيمنتها الهيكلية التي تؤثر على الشأن السياسي والاجتماعي».⁽³¹⁾

فقد أكدت دراسة حديثة على اعتماد السياسيين بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام؛ وذلك لأسباب ذكرتها الدراسة تتمثل في كون الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة ثم مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية واستخدامها لتبادل ومشاركة وتكوين رأي عام نحو القضايا السياسية والاجتماعية، كما يتم استخدامها لأنها تساعد على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، لذلك فإن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتي مهم تعتمد عليه النخب في المجتمع في الوقت الراهن.⁽³²⁾

حظيت مواقع الاتصال الاليكتروني التي شهدتها بشرية اليوم بمسمياتها المختلفة كوسائط الإعلام الجديد، التطبيقات الاجتماعية... الخ، بالانتشار على الصعيد العالمي والمحلي، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع زيارة في العالم حتى إنها أصبحت تطغى على ما كان يمثل الركنة الاجتماعية، وسر الاستمرارية والتماسك الاجتماعي وهي العلاقات الاتصالية بين الأفراد؛ فقد

وفر الإعلام الجديد وسائل وقنوات للاتصال والتواصل التي تتيح منابر جديدة لنقاش والحوار وفتح المجال أمام أفراد المجتمع للممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة شبكة الانترنت.

فقد تعددت أشكال الإعلام الجديد عبر أهم التطبيقات الاتصالية والوسائط الممتثلة في شبكات التواصل الاجتماعي؛ «فقد تأخذ وسائل الجديدة أشكالاً مختلفة بما في ذلك المجالات ومنتديات الإنترنت والمدونات، والمدونات الاجتماعية والمدونات الصغيرة والويكي والبودكاست والصور الفوتوغرافية والصور والفيديو ومقاطع الفيديو والإشارات المرجعية الاجتماعية. من خلال تطبيق مجموعة من النظريات في مجال البحوث الإعلامية (الوجود الاجتماعي، وثرء الوسائط) والعمليات الاجتماعية (التقديم الذاتي، والإفصاح عن الذات)»⁽³³⁾. فمنتديات الحوار وهي من أهم الأشكال والخدمات التي تعرضها شبكة الانترنت وهي عبارة حوار ونقاش ودرشة بين أشخاص يتم التفاعل بهذه المنتديات والمشاركة والتفاعل في شتى المعارف سواء كانت سياسية أو إعلامية أو غيرها من المجالات التي تؤدي إلى تشكيل رأي عام وكذلك المدونات وتعد كصحيفة يومية الكترونية فردية تعبر عن صاحبها وترتكز على موضوع واحد.⁽³⁴⁾

▪ اللغة السياسية الاليكترونية بين الزامية الاستخدام وتأثيرها على اللغة السياسية التقليدية:

يفترض الخطاب السياسي لغة معينة، يختارها الخطيب بما يناسب متلقيه والغرض منه، فاللغة هنا، هي حاجة وغاية في الآن، فلئن كان الخطاب منطويا على الحمولة الفكرية والمضمون الإيديولوجي، عند المخاطب، فليس له أن يكون له سوى المعبر عن العقيدة السياسية والاختيارات الذهنية للجماعة المتلقية.⁽³⁵⁾ كما يرتكز كل خطاب سياسي على مجموعة من الأطر النظرية التي ترتكز بدورها على مجموعة من المفاهيم المترابطة في النص، لتبني صورة

ذهنية للمتلقي ترتسم من خلالها ملامح الظاهرة السياسية في مستويين، مستوى الترابط المنطقي في بنية الخطاب ومستوى القدرة على انتقال مضمون الخطاب إلى حيز التطبيق والفعل، كما تنبع قوة الخطاب السياسي الموجه من خلال مجموعة من النقاط والتي نوجزها في: (36)

1. قوة شخصية المتحدث ومدى قدرته على إقناع الجماهير بالقضية أو المسألة التي يطرحها، ومواجهة أي مشكلة أو أزمة بكل ثقة ونجاح لذلك يجب على المتحدث أن يتعرف على هذه القوى ويتعلم كيف يستثمرها بنجاح.
2. مدى لقوة اللغوية للمتحدث وانسجامها مع الحديث فالناظر إلى حديث أردوغان للبرلمان التركي عند حادثة أسطول الحرية بنفسه قوى اللغة التركية التي يتحدث بها حتى عند من لا يفهمها وكيف أردوغان يثير الحماسة في النفوس والضمائر ومن هنا حق لها أن تهز العالم وتجعله ينتفض لتلك الحادثة.
3. الوعي السياسي لدى المتحدث، ونقصد به تلك هو الرؤية الشاملة الناتجة من معارف سياسية وتقييم واتجاهات سياسية التي تتيح إدراك أوضاع المجتمع ومشكلاته مع القدرة على تحليلها والحكم عليها والانحياز إلى موقف منها مما يدفعه للتحرك من أجل التغيير والتطوير.
4. ثقافة المتحدث والتي تظهر جليا في الاستشهاد بها ومقارناته، فمهما امتلك المتحدث من مواصفات فنية تتعلق بمستوى أدائه وقوة شخصية، ومدى أهمية النص الخطابي أو خطورته أو نسبة التشويق فيه، إلا أن العامل الأساسي في نجاح الخطاب السياسي وتأثيره هو تلك المقومات الثقافية التي تميزه عن الآخرين، وهي مجموع المعلومات والمعارف العميق والدقيقة والشاملة حول الموضوع الذي يتحدث عنه، لأن الأخذ بالكلمات الأنيقة والعبارات الرنانة بدون الارتكاز على معطيات علمية موثقة ومعاني قوية ومتماسكة يخلي الخطاب السياسي من قوته وهدفه الحقيقي.

إن تزايد التعقيد الاجتماعي والثقافي التي تفرضه اليوم البيئة الاتصالية والإعلامية على مختلف الجوانب الاجتماعية اثر بدوره على الجانب السياسي وخطابه الاتصالي. حيث ترتبط الممارسات الاجتماعية في البيئة المعاصرة بتقنيات الاتصال الجديدة وتطبيقاتها ووسائلها التي تنتقل اليوم بين أيدي المستخدمين باختلاف مستوياتهم وفئاتهم العمرية بسهولة كبيرة وإتاحة غير معهودة، وبأكثر حداثة تقنية للمعلوماتية ممثلة بشبكة الانترنت التي حسنت كثيرا من التواصل بواسطة اتجاه واحد واتجاهين. أي أصبح من اليسير على القائم بالاتصال معرفة ردود فعل المتلقين إزاء رسائله بما يمكنه من معالجة أخطاء خطابه أو الخلل المفترض في عناصر الاتصال وهي عملية كانت معقدة ومضنية وتتطلب تنظيم دراسات ميدانية استطلاعية لقياس رجوع الصدى أو قياس سبر آراء وفتح قنوات الاتصال مع المتلقين وهو ما تسمح به اليوم وتضمنه وسائل الاتصال الاجتماعية الجديدة.⁽³⁷⁾ حيث أن ثورة في الاتصالات الإلكترونية قد تؤدي إلى وسائل جديدة للاتصال مما يعني أن الخطاب الإلكتروني يعرف كذلك تنوع جديد في اللغة مما يؤدي إلى اختلافات كبيرة في البنية المكتوبة للغة. يخلق الخطاب الإلكتروني نوعاً من الكلام شبه الخطي بين المحادثة والكتابة وله سماته الخاصة ودراسة الخط.⁽³⁸⁾

أشارت أحد الدراسات إلى أن المستخدمين لهذه الوسائط يتفقون على نهج لغوي بينهم يسمح لهم بالتواصل والتفاهم والانسجام الاجتماعي الرقمي والسيكولوجي، حيث شهد العالم العربي بشكل خاص والجزائر ظهور نمطين لغويين في التواصل والتخاطب وهما العريزي أي دمج العربية والإنجليزية، والعرنسية أي دمج العربية بالفرنسية في التخاطب والتواصل. إلى جانب الاعتماد على الإيقونات من أجل التعبير عن حالاتهم النفسية والعاطفية ومشاعرهم،⁽³⁹⁾ حيث تتحدد لغة الخطاب عادة من خلال العلاقة قائمة بين المرسل القائم بالاتصال ولذلك فإن شكل اللغة ومضمونها يتحدثان بهذه

اللغة ويتأثران تأثراً واضحاً والتي أصبحت اليوم ساحة لمجموعة من التدخلات البيئية والتقنية والوظيفية ؛ هي نتيجة متوقعة لموجة التداخل التي تخلقها الوسائل الإعلام الجديدة وانفتاحها على ثقافات مختلفة وسياقات اجتماعية متعددة تفرضها منطقتها في بيئة تقنية تفرض عدد محدد من الرموز والحروف وشكلاً جديداً من أوعية التواصل حيث يمكن لأي مستخدم أن يعتمد على أكثر من رمز لغوي وشكل رمزي في جملة واحدة أو عبارة واحد تؤدي وظيفتها الاتصالية. «فالخطاب الإلكتروني هو مجموعة متنوعة جديدة من اللغة التي تؤدي إلى اختلافات كبيرة في البنية المكتوبة للغة حيث استخدم الباحثون مجموعة متنوعة من المصطلحات للإشارة إلى اللغة المستخدمة من قبل الشباب في التواصل الإلكتروني»⁽⁴⁰⁾.

تحدث الدراسات الحديثة اليوم عن مميزات الخطاب السياسي الإلكتروني الذي يعد نمطاً خطابياً ضمن سلسلة من الأنواع الأخرى التي ينتجها الفرد وبشكل عفوي واعتيادي في حياته اليومية عن مجموع المتغيرات التي تفرضها البيئة الاجتماعية الجديدة التي تحتويها البيئة الإعلامية بدورها بمختلف تطبيقاتها وممارساتها التكنولوجية. حيث تفرض السرعة في التخاطب والعالمية في الاستقبال، التنوع الثقافي العالمي الرسائل الاتصالية الخطابية التي تشترك الملايين في البشر في إعداد بنائها وبذلك تؤدي إلى اختيار أو إيجاد لغة مشتركة الرموز وحين نتحدث عن رموز ودلالات فإننا نستشهد بأفكار ومتخصصي اللسانيات الذين يعتبرون الدال والمدلول هو صناعة الاتفاقات والسياقات الاجتماعية والاثنوغرافية والتقنية الاتصالية كذلك. ما نشير إليه هو حالة الاستحواذ الذي تفرضه اليوم اللغة المتفق عليها على الخطاب التقليدي كونها خلقت متلقين هم بحاجة إلى لغة أقل ومعنى واضح مباشر في ظل السرعة التي تفرضها التقنية الجديدة.

لا بد من التأكيد من جهة أخرى، أنه ومن بين جملة التغييرات التي تفرضها الوسائط الجديدة اليوم على اللغة السياسية والخطاب السياسي هي أن السياسي وفي اعتماده على المنصات الالكترونية لتمرير خطابه؛ يخضع لخصائص الوسيلة أو الموقع الذي يتواصل من خلاله حيث أن هذه المواقع تفرض عادة عدد من العبارات والرموز وحجما للخطاب؛ لذا هو ملزم على اختيار أكثر العبارات قوة ووضوح وقدرة على إيصال أهداف السياسي في الخطاب.

لا يمكننا إجراء أي عملية اتصالية دون استخدام رموز وإشارات بيننا مهما كانت طبيعة العلاقة الاتصالية القائمة أو طبيعة الأفراد الذين تربطهم هذه العلاقة، كما لا يمكن لأي علاقة اتصالية أن تنجح في غياب الانفاق التام بين القائم بالاتصال و المتلقي حول الرموز والإشارات المعتمد عليها في هذه العملية الاتصالية، أي وجود لغة مشتركة وفق سياق اجتماعي وثقافي مشترك بنسب تحقق للعملية الاتصالية أهدافها.

ولكون السياسية جزء مهما في المجتمع لذا يشكل الخطاب السياسي الجزء الأكبر الذي يتداول أفراد من مجموع الرسائل الاتصالية بشكل يومي، على مستوى الأفراد ضمن نقاشاتهم اليومية حول التغييرات السياسية أو الأزمات السياسية وشؤونهم العامة، وكذلك الخطاب السياسي الذي تقوده المؤسسات الاجتماعية والسياسية على رأسها المؤسسات السياسية والوسائل الإعلام باختلافها. وبفضل التطورات التكنولوجية الذي تتغلغل اليوم بمختلف وسائلها ووسائلها التقنية تشهد الرموز اللغوية لبنية الخطابات الاتصالية المجتمعية باختلاف محتوياتها تغييرات كبيرة ومميزة نظرا للخصائص التي تميز الوسيلة التي تربط اليوم وتحتضن العملية الاتصالية بين الخطيب كسياسي أو ناشط أو مواطن عادي والمتلقي باختلاف تركيبته وخصائصه الاجتماعية والثقافية.

إذ نفقد أمسى من المهم على بنية الخطاب السياسي أن تتلاءم مع ما تفترضه البيئة الإعلامية والاتصالية من خصائص وتقنيات ورموز تلي حاجة

الجماهير التي ترتبط اليوم وبشكل كلي بوسيلة أكثر من المحتوى أو القائم عليه ربما هو إقرار نسبي بفكرة مارشال الوسيلة هي الرسالة.

الخاتمة:

إن اللغة الاتصالية وكما تتفق الرؤى العلمية على كونها ظاهرة اجتماعية متغيرة بتغير خصائص وتركيبات مستخدميها الذين يخضعون بدورهم إلى خصائص البيئة الاجتماعية والاتصالية ومتغيراتها.

حيث ولا شك أن ما تفرضه اليوم البيئة الإعلامية الجديدة بمختلف مكوناتها المعنوية والمادية على العملية الاتصالية بمختلف آلياتها وميكانيزماتها هو تغيير جذري مس رموزها وبنيتها وكذلك سياقاتها الرمزية، فهي تضيف على البنية الاتصالية بمختلف أطرافها شكلا جديدا وأبعادا مختلفة نتيجة التنوع في الوسائط أو الدعائم الاتصالية والتنوع الثقافي والاجتماعي... الخ.

فاللغة الاتصالية بشكل عام واللغة السياسية هي إحدى الدعائم التي سارت في هذه البوتقة الاتصالية الافتراضية وكيفت رموزها وفق خصائص هذا الفضاء الافتراضي المتغير في كل ثانية سواء في المحتوى أو الشكل أو خصائص المتفاعلين.

الهوامش:

¹ سهام قراسمي، اللغة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 17، العدد 27 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81453>، ص108

² داودي أحمد، واقع استعمال اللغة العربية في قنوات التلفزيون الجزائري، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 17، العدد27 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81453>، ص104.

³ Gunta ROZINA Indra KARAPETJANA ;The Use of Language in Political Rhetoric: Linguistic Manipulation;SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi Mayıs 2009, Sayı:19,

<https://pdfs.semanticscholar.org/406f/c2ff0be0e4d1aac5975a235fcfde57f254ee.pdf> p113

⁴ Juraj Horváth, Critical Discourse Analysis of Obama's Political Di Scourse http://www.cs.columbia.edu/~sbenus/Teaching/APTD/Horvath_CDO_Obama.pdf p45.

⁵ محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، مصر، 2005، ص23.

⁶ محمد محمد داود، اللغة والسياسة، دار غريب، القاهرة، د س، ص5.

⁷ المرجع نفسه، ص6.

⁸ خلود سعيد، «المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر: إشكاليات اللغة والثقافة الفضائيات الدينية ومواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً»، مؤمنون بلا حدود مؤسسة دراسات وأبحاث، د س، ص5

⁹ يعقيل كمال، دراما الاتصال في الخطاب السياسي الفيلمي -مقاربة سيميائية تداولية لنماذج الخطاب السياسي الفيلمي-، ماجستير، جامعة وهران، 2012، ص30.

- ¹⁰ Gunta ROZINA Indra KARAPETJANA ; op.cit ,p112.
- ¹¹ Teun A. van Dijk; Political discourse and ideology;
<http://www.discourses.org/OldArticles/Political%20Discourse%20and%20Ideology.pdf> p19;20
- ¹² David W. Johnson and Roger T. Johnson; Civil Political Discourse In A Democracy: The Contribution Of Psychology; University of Minnesota; Peace & Conflict: Journal of Peace Psychology, 6(4);2000
https://static1.squarespace.com/static/55b8e334e4b0e176420c9949/t/57273fb486db4345e7323_262/1462190005014/Controversy-Political-Discourse.pdf p3
- ¹³ Uta Russmann ; Online Political Discourse on Facebook: An Analysis of Political Campaign Communication in Austria; January 2012 ;Zeitschrift für Politikberatung 5(3);
https://www.researchgate.net/publication/305031634_Online_Political_Discourse_on_Facebook_An_Analysis_of_Political_Campaign_Communication_in_Austria p115
- ¹⁴ محمد همام، «العنف اللغوي في الخطاب السياسي المغربي دراسة في إيدولوجيا الشتم السياسي من خلال نظرية أفعال الكلام»، تبيان، العدد10، المغرب، 2016، ص94ص95.
- ¹⁵ Anca Sirbu; **The significance of language as a tool of communication** ; Published by "Mircea cel Batran" Naval Academy Press, Constanta, Romania // The journal is indexed in: PROQUEST SciTech Journals, PROQUEST Engineering Journals, PROQUEST Illustrata 2015 https://www.anmb.ro/buletinstiintific/buletine/2015_Issue2/FCS/405-406.pdf p405.
- ¹⁶ Patricia Dunmire ; **Political Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language**; November 2012
https://www.researchgate.net/publication/263601538_Political_Discourse_Analysis_Exploring_the_Language_of_Politics_and_the_Politics_of_Language;p735.
- ¹⁷ Patricia Dunmie; ipid ;p736.
- ¹⁸ Murray Edelman N, **political language Words That Succeed and Policies That Fail**
<https://class.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/Murray%20Edelman%20%28Auth.%29Political%20Language.%20Words%20That%20Succeed%20and%20Policies%20That%20Fail-Academic%20Press%20%281977%29.pdf> p1
- ¹⁹ Gregory Shafer; Political Language, Democracy, and the Language Arts Class;
<http://www.ncte.org/library/NCTEFiles/Resources/Journals/EJ/1032-nov2013/EJ1032Political.pdf> p30
- ²⁰ Anca Sirbu; op.cit; p405.
- ²¹ محمود عكاشة، المرجع السابق، ص24.
- ²² المرجع نفسه، ص24.
- ²³ الجمعي لعراش وناصر الغالي، **التعبيرات الاصطلاحية في لغة الخطاب السياسي العربي ومواجهة الأحداث الدولية قراءة سيوتقافية**، مجلة الدراسات اللغوية والأدبية، العدد الثاني، ص71.
- ²⁴ بصرف حاج، المرجع نفسه، ص63
- ²⁵ بصرف حاج، تأثير التفريغ الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي -برنامج المصالحة الوطنية كنموذج..رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2007، ص62.
- ²⁶ انظر صحراوي بن شعبة، **التسويق السياسي في الجماعات المحلية دراسة حالة الانتخابات التشريعية المحلية (البلدية، الولائية) في الجزائر** ليوم 29 نوفمبر 2007، رسالة دكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2009، ص218.
- ²⁷ هوق كان ناف، **الاتصال السياسي - نماذج الاتصال السياسي**، تر: فايزة يخلف: مر: الطاهر بن خرف الله، دراسات، **المجلة الجزائرية للاتصال**، ص124
- ²⁸ علاء الدين احمد خليفة، **استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالهوية والخصوصية دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية**، العراق، مجلة الجامعة العراقية، دس، ص543.
- ²⁹ اشام عبد الرحيم، **استخدامات قادة الرأي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي**، مركز الجزيرة لدراسات دراسات إعلامية، 2017
- ³⁰ راضي محمد فخري، **دور الإعلام في تنشيط الحراك الشعبي العربي**، عمان: دار أمجد، 2014.
- ³¹ ربرت حسن، **الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات**، تر: بسمة ياسين، مجموعة النيل العربية، مصر، 2010، ص غير مرقمة (أخذت الفكرة من الافتتاحية).
- ³² يحيى تقي الدين، **الجهود التواصلية لخب الاقتصادية عبر الشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية دراسة تحليلية الأزمة انخفاض أسعار النفط أنموذجاً**، بحث مقدم في المنتدى السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2016 ص: غير مرقم الصفحات.

³³Trisha Dowerah Baruah ; Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study ;**International Journal of Scientific and Research Publications**, Volume 2, Issue 5, May 2012 :p2

³⁴علاء الدين احمد خليفة، مرجع سابق، ص545.

³⁵يعقيل كمال، المرجع السابق، ص33.

³⁶مهلي بن علي، «الاتصال السياسي وتفعيل الأداء الحزبي في الجزائر»، الصورة والاتصال، العدد5، المجلد5، <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/41398>، ص138-139.

³⁷أحمد عبد الحميد، «الإعلام والثقافة المقارنة والمباعدة في الخطاب دراسة نظرية»، الباحث الإعلامي، العدد 15، بغداد، العراق، دس، ص78.

³⁸Atef Odeh AbuSa'aleek; «**Internet Linguistics: A Linguistic An alysis of Electronic Discourse as a New Variety of Language**»; International Journal of English Linguistics; Vol. 5, No. 1; 2015; Canadian Center of Science and Education ;

https://www.researchgate.net/publication/271763446_Internet_Linguistics_A_Linguistic_Analysis_of_Electronic_Discourse_as_a_New_Variety_of_Language p135.

³⁹انظر أمينة بصافة، العصبية الافتراضية في الشبكات التواصل الاجتماعي دراسة اثوغرافية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2018، ص179.

⁴⁰Atef Odeh AbuSa'aleek ;**op.cit** ;p136.

الترويج الإلكتروني لمنتجات المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الفايسبوك نموذجاً-

أ. بوترة يسرى - المدرسة الوطنية العليا للصحافة
د. بوخاري هشام - جامعة الجزائر 2

مقدمة:

يرى الكثيرون أننا حالياً نعيش في مجتمع تكنولوجيا المعلومات، ذلك المجتمع الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات في إنتاج وسائل المعلومات الوفيرة وإيصالها من أجل الاستفادة وتقديم كافة الخدمات على النحو الجيد والفعال. يعد مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصالات الجديدة مفهوماً متداخلاً بعض الشيء نظراً للتطور الذي شهدته، فمعظم هذه التكنولوجيات كانت موجودة منذ سنوات الثلاثين الماضية أو أكثر. وما يمكن اعتباره جديداً بدرجة كبيرة هي العمل الشبكي وخاصة الإنترنت وما تفرزه من ثورة معلوماتية ووسائل اتصالية حقيقية. ومن هنا برزت أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة التي يعود لها الفضل في إنتاج الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال عن بعد من خلال الأقمار الصناعية، والبث المباشر، وزيادة أعداد المحطات الفضائية على نحو لم يكن مسبقاً من قبل، أي شيوع شبكة الإنترنت وربطها العالم في شرايين معلوماتية لم تكن متاحة سابقاً⁽¹⁾، وإذا قلنا أن المجتمع يتأثر بهذه التكنولوجيا فالمؤسسة غير مستثناة من هذه التطورات التكنولوجية، خاصة موقع التواصل الاجتماعي بشتى وسائلها وتحديداً الفايسبوك الذي يعد فضاءاً لترويج منتجات المؤسسة وحلقة وصل بينها وبين الجمهور لبناء علاقات قائمة على التبادل والتفاعل ورصد جميع متطلبات الجمهور للتحسين من الخدمة والسلعة.

أولا /مدخل لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

التواصل لغة: بالرجوع إلى مادة وصل فإن (الواو والصاد واللام) أصل واحد، يدل على ضم الشيء حتى يعلقه، ويعني أيضا الرسالة التي ترسلها إلى صاحبك، واستنادا لهذه المعاني فإن التواصل يعني الاقتران والترابط والالتزام والترابط.

اصطلاحا يعني: التفاعل بين طرفين أو أكثر، الناتج عن استعمال حواس التواصل، والتي يهدف بها إلى الوصول لمعرفة الحق.⁽²⁾

وتعرف كذلك منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك⁽³⁾، وهي كذلك مجموعة التطبيقات التي انتشرت عبر الشبكة العنكبوتية لتناقل المعلومة والاتصال والتواصل الاجتماعي على القيم الأصيلة للمجتمعات الشرقية.⁽⁴⁾

2- مفهوم موقع الفيسبوك (facebook):

موقع مجاني، للتعارف والتواصل بين مختلف أفراد المجتمع، والفئات العمرية وهدفه الأول تبادل المعلومات والملفات بين المعارف والأصدقاء، والتفاعل معهم وانطلق الفيسبوك على النطاق الجماهيري في 4 نوفمبر من عام 2003⁽⁵⁾، ويتيح هذا التطبيق عدة مزايا للمؤسسة وهي:

- الربط مع الشبكات الاجتماعية الأخرى: يمنح المؤسسة مكانا مجانيا لعرض مختلف السلع والخدمات بتدوين كل المعلومات وإمكانية مشاركة صورهم وفيديوهاتهم مع متابعيهم من زبائن وزبائن محتملين.

- التنبهات: حيث تتيح إمكانية معرفة من قاموا بالتعليق على الصور والفيديوهات الخاصة بالمؤسسة ومحتوى تعليقاتهم ، وكذا معرفة من أشاروا إليك في تعليقات ومن أعجبهم السلع أو الخدمات الخاصة بالمؤسسة وذلك بشكل منظم وفق ترتيب زمني.

- مشاركة القصص Stories.

- البث المباشر: هو شكل جديد من أشكال نشر المحتوى التفاعلي، بدأ في الانتشار بكثرة سنة 2014، توفيرا على الفيسبوك وإمكان أي مؤسسة أن تبث مباشرة وبسهولة من خلال تبويب القصص stories حيث ستظهر الخيارات المتاحة وسيكون منها en direct، وسيشاهد المتابعين المتاحين للصفحة المؤسسة في الوقت الحقيقي وإمكانهم إرسال الأسئلة والتعليقات أو يمكنهم الاكتفاء بالمشاهدة وإبداء الإعجاب وإرسال الملصقات إزاء خدمة أو سلعة.⁽⁶⁾

- التفاعلية: أصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، وتحقق التفاعل فيما بينهما، حيث أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تعطي المستخدم user حرية الإرسال والتلقي.⁽⁷⁾

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

- سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة فهي تحتاج إلى قليل من المعرفة في أسس تكنولوجيا من أجل النشر والتواصل عبر الانترنت.

- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث تستطيع المؤسسة التواصل مع الزبائن عالميا.

ثانيا / مدخل للترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

1- مفهوم الترويج: يعرف على أنه «عملية اتصال مباشر وغير مباشر بالمستهلك لتعريفه بالمنتج والخدمات لتحقيق رغبته وميوله ورسم الصورة الذهنية وإقناعه بالشراء وحمايته من الاستغلال»⁽⁸⁾.

الترويج هو جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج، ويشمل الإعلان البيع الشخصي، أدوات تنشيط المبيعات والعلاقات العامة.⁽⁹⁾

2- عوامل تطور الترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- المجانية والأسعار التنافسية: فعند الحديث مثلا عن الصحافة الإلكترونية نجدها من الناحية التسويقية لم تعد بحاجة إلى تكاليف إنتاج كبيرة (الطباعة) كما لم تعد في حاجة إلى عملية التوزيع، وهكذا تحولت أغلب الصحف إلى المجانية، محاولة الاستفادة من ذلك في حصد أكبر قدر من القراء لعناوينها، وبات من الصعب اليوم إخضاع المستخدم لسعر اشتراك مقابل المجانية المتوفرة؛ رغم أن بعض الخدمات المتوفرة على الشبكة مثلا لجأت إلى توفير خدمة freemium التي تقدم قدرا قاعديا من الخدمة مع توفر خيارات أخرى مدفوعة، مثل برامج الحاسوب، الألعاب، المواقع الخاصة ببيع المنتجات (تمنح إمكانية الإعلان مجانا، لكنها تضع أولا الإعلانات المدفوعة كفيسبوك).

- ظهور المنتجات الرقمية: ومع تصاعد عمليات رقمنة بعض المنتجات كالكتب والأشرطة الموسيقية والأفلام، نمت بطريقة موازية عمليات القرصنة للحصول على المحتوى بدون تكاليف، وركز المهنيون المحترفون في هذه الفترة على محاولة شرعية وتقنين الحصول على المحتوى الرقمي وإحلاله مكان الطرق غير القانونية لذلك.⁽¹⁰⁾

- تطور الدعائم التكنولوجية: لفترة طويلة ظلت الأنترنت وخياراتها المتعددة متاحة فقط على الحواسيب، لكن التطور الحاصل أفرز الكثير من الدعائم التي باتت على المؤسسات التكيف معها وهي أساسا أجهزة التلفزيون الذكية، اللوحات الإلكترونية والهواتف الذكية، وقد أصبحت انترنت الهواتف منافسا للانترنت التقليدية ومكونا هاما لها، لذلك وجب على المؤسسات أن تدرجها في إستراتيجيتها العامة للتسويق عبر الانترنت.⁽¹¹⁾

3- الفيسبوك موقع لترويج المنتج وسمعة المؤسسة:

السمعة هي حصيلة التقييم الموضوعي للزبون أو لجودة المنتج أو الخدمة التي تقدم⁽¹²⁾، وفي الفضاء الرقمي السمعة الالكترونية هي تصورات ومواقف يحملها العملاء والمتابعون حول المؤسسة سواء كانت سلبية أو إيجابية، تعتمد على تقييم الجمهور الخارجي وعلى معايير لتحديد ما منها الخدمة المقدمة، والمعلومات المقدمة عبر صفحة الفيسبوك وجودة المنتج المقدم وغيرها فسمعة المؤسسة تتكون من ثقة العملاء والمجتمع وإدراك هل قيمة المؤسسة اعتمادا على العلاقات القائمة بين المؤسسة والعميل الافتراضي، ومن خلال الفيسبوك يمكن للقائم بالتسويق أن يعمل على كسب سمعة حسنة من خلال نشر معلومات تهم المتابعين وتحقق التفاعل الإيجابي وتدعيم العلاقات مع المتابعين.

- يساهم الفيسبوك بجذب العاملين الأكفاء من خلال عرض فرص عمل والقيام بشراكة مع مؤسسات أخرى وتبادلا لإشهار والخدمات وخلق علاقات بين المؤسسة.

- يساعد على خلق صورة ذهنية إيجابية، والصورة الذهنية يعرفها «جيمس جاري Ames Gray بأنها الانطباعات والمدركات الكلية للجماهير المتعددة للمنظمة تجاه أعمالها، وتشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المنظمة الداخلية والخارجية اتجاهها».⁽¹³⁾

- الفيسبوك وسيلة تقرب من المستهلكين وفهم سلوكهم ومعرفة آرائهم: يوفر هذا الموقع القيام بعملية سبر الآراء للمتابعين ومعرفة آرائهم واقتراحاتهم (يسأل المسوق عن مدى رغبة المستهلك والمتابع في تعديل منتج معين، تحسينه أو توفيره، كما سنحت الانترنت فرصة للمسوق بتحليل ما يريده المستهلك بحيث يقوم الفيس بوك بتصنيف الإجابات: بنعم أو لا، مع إمكانية التبرير من خلال التعليقات والرسائل الإلكترونية وترك انطباعاتهم ويتيح هذا التطبيق حساب النسبة الكلية هذا ما يدخل في إطار اختصار للجهد والوقت) بطريقة آنية.

- أيضا يعتبر الفيسبوك موقع ترويجي مجاني للمؤسسة من خلال تدعيم العلاقات العامة وخلق الحوار بين المسوق والمستهلك وتحفيز المتابع أن يصبح مستهلك من خلال قوة البيع ولمسابقات .

ثالثا/ نموذج لحملة إعلانية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

أصبحت الكثير من المؤسسات تستخدم الإعلانات الممولة في الترويج لمنتجاتها وخدماتها عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نظرا لعدة ارتباطات من بينها سهولة استخدام هذا الموقع وكذلك العدد الكبير لمستخدمي هذا الموقع ولهذا قمنا باختيار نموذج لحملة إعلانية قامت بها مؤسسة Big Shop لبيع تجهيزات الأعلام الآلي.

1. متطلبات الترويج عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك:

يتطلب الترويج عبر موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) عدة شروط للتمكن من استغلال الموقع سواء كان من ناحية نشر إعلانات مجانية أو نشر إعلانات الممولة.

- إنشاء حساب فيس بوك.
- إنشاء صفحة بواسطة حساب الشخصي (فيس بوك).

- ربط حساب فيس بوك بحساب بنكي أو بطاقة الكترونية (فيزا كارد – ماستر كارد).

2. خطوات إنشاء إعلان عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك :

- تحديد هدف الحملة الإعلانية.
- تحديد الجمهور المستهدف وكذلك الاهتمامات.
- تحديد نوع الجهاز الذي تريد استهدافه.
- تحديد ميزانية ومدة حملة إعلانية.
- نشر إعلان وانتظار الموافقة عليه.
- تحليل وتقييم إعلان.

3. نتائج الحملة الإعلانية لبيع حواسيب محمولة لمؤسسة Big Shop:

في هذه الدراسة سنقوم بتحليل إحدى نتائج حملة إعلانية لإحدى المؤسسات المتخصصة في بيع عتاد الإعلام الآلي (Big Shop) كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل 01: إعلان ممول يظهر الحواسيب محمولة الخاصة بمؤسسة Big Shop .



المصدر : <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

قامت المؤسسة بتخصيص صور حواسيب التي تريد بيعها مع التطرق إلى خصائص وموصفات هذه الحواسيب كما هو مبين في الشكل السابق.

الشكل 02: معلومات حول الفئة المستهدفة والموقع المستهدف لإعلان مؤسسة .big shop

عرض النتائج

نظرة عامة تعديل الإعلان

إنك استهدفت رجال ونساء بعمر 16 - 48 الذين يقيمون في موقع واحد.

الموقع - الإقامة:
الجزائر: المسيلة (الجزائر) (40+ كم) M'Sila Province

العمر:
16 - 48

إخفاء الملخص بالكامل

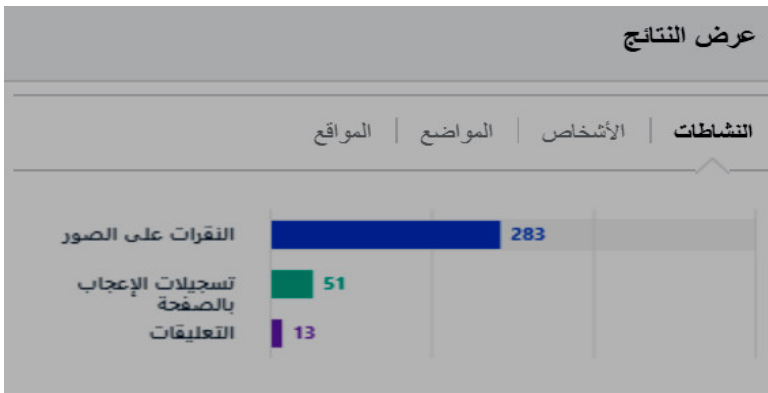
تم تشغيل هذا الإعلان لمدة 6 أيام.

إجمالي ميزانيتك اليومية لهذا الإعلان كان USD 200,000

المصدر : <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

قامت مؤسسة BigShop بإستهداف دولة الجزائر مع تحديد ولاية المسيلة، كما إستهدفت المؤسسة السن بين 16 إلى 48 سنة، وتم تشغيل الحملة الإعلانية لمدة 2 أيام حسب الشكل السابق، كما تم تحديد الميزانية اليومية بـ 20 لهذه الحملة الإعلانية.

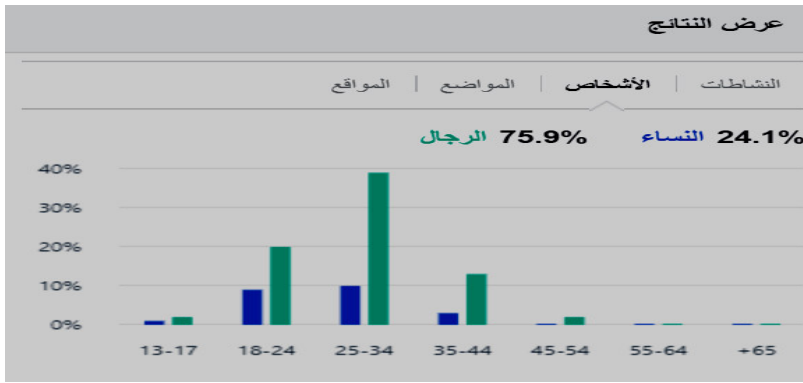
الشكل 03: نتائج عمليات التفاعل مع إعلان مؤسسة .big shop



المصدر : <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

تحصل إعلان مؤسسة Big Shop لبيع عتاد الإعلام الآلي على 283 نقرة على الصور الخاصة بالمنتج كما حصلت صفحة المؤسسة على 51 تسجيل إعجاب جديد مع الحصول على 13 تعليق واستفسار عن المنتج. تعتبر نتائج التفاعل مع إعلان المؤسسة جيدة مقارنة بالمدة التي تم تشغيل فيها الإعلان أي تم الحصول على 283 نقرة، وهذا ما يدل على أن الإعلان وصل إلى أشخاص مهتمين بالمنتج.

الشكل رقم 04: نتائج الحملة الإعلانية لمؤسسة big shop حسب نوع الجنس والعمر.

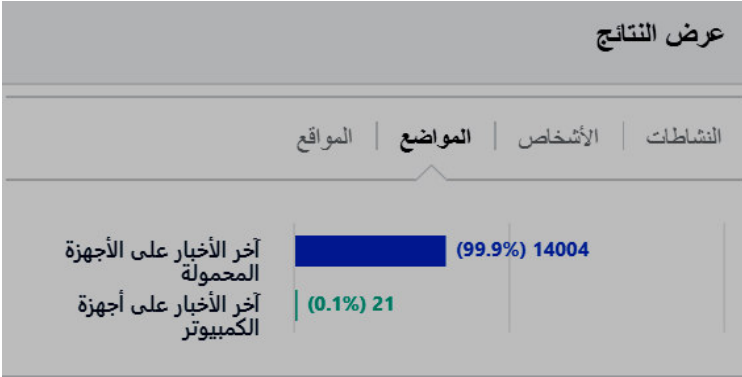


المصدر: <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

يوضح الشكل نسبة وصول الإعلان حسب الجنس والسن، حيث كانت نسبة وصول الإعلان للرجال أعلى نسبة وقدرت بـ 75.9% ونسبة وصول الإعلان لفئة النساء 24.1%، كما كانت أعلى نسبة وصول حسب السن لفئة الرجال والنساء الذين يتراوح سنهم بين 25-34 سنة.

استهدفت مؤسسة Big Shop فئة الرجال والنساء كما حددت السن بين 16-48 سنة حسب الشكل رقم 02، وكانت النتائج الأفضل هي لفئة الرجال بنسبة 75.9% ونساء 24.1% ومن خلال هذه النتائج على المؤسسة

أن تقوم بتعديل الفئة المستهدفة مع استهداف مباشر للأشخاص الذين يتراوح سنهم بين 18-44 سنة لأنها تعتبر الفئة ذات الاهتمام الأكبر بمنتج المؤسسة. الشكل رقم 05: نتائج الحملة الإعلان لمؤسسة Big Shop حسب نوع الجهاز.



المصدر : <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394/>

يظهر الشكل نسبة وصول إعلان مؤسسة big shop حسب نوع الأجهزة التي تم استهدافها حيث كانت نسبة الوصول على الأجهزة المحمولة أعلى نسبة وقدرت بـ 99.90% أي 14004 شخص أما بخصوص أجهزة الكمبيوتر كانت نسبة الوصول 0.1% أي 21 شخص فقط.

حسب نتائج التي يظهرها الشكل رقم 05، كانت أعلى نسبة لوصول الإعلان للأشخاص الذي يستخدمون الأجهزة المحمولة بنسبة 99,9% وهذا ما يبين على أن أغلب العملاء المحتملين والذين لديهم إهتمام بمنتج المؤسسة يستخدمون الأجهزة المحمولة في تصفحهم لحساب الفيس بوك.

الشكل رقم 06: نتائج الحملة الإعلان لمؤسسة Big Shop حسب المنطقة (الولاية المستهدفة)



المصدر: <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

من بين مزايا موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك إمكانية الاستهداف الدقيق، حيث يظهر الشكل نسبة الوصول الإعلان حسب المنطقة المستهدفة 99.4% أي ما يقارب 13940 شخص هذا بالنسبة لمنطقة المسيلة كما كانت نسبة الوصول بالنسبة لمنطقة برج بوعريج 0.6% أي حوالي 88 شخص هذه الفئة التي لم يتم استهدافها من طرف المؤسسة.

حسب نتائج الإعلان المبينة في الشكل رقم 06، كان الاستهداف دقيق جدا بحيث كانت نسبة الوصول بالنسبة للموقع المستهدف المسيلة بـ 99.4% والانحراف عن الموقع المستهدف 0,6% بالنسبة لولاية برج بوعريج وهذا ما يجعل موقع الفيس بوك بيئة مميزة للإعلان عبرها.

الشكل رقم 07: النتائج النهائية للحملة الإعلانية لمؤسسة Big Shop .

| تاريخ الانتهاء | المبلغ الذي تم إنفاقه | التكلفة لكل نتيجة | معدل التحويل | الوصول | التفاعل | الميزانية | العملة | اسم الحملة الإعلانية |
|----------------|-----------------------|--------------------------|--------------|--------|---------|---------------------------------|--------|------------------------------|
| 2018/08/09 | \$ ٢,٠١٧ من ٢,٠١٧ | \$ ٠,١٠١ لكل تفاعل مع... | 21.804 | 14.028 | 351 | المستخدم... إعلانية غير نشطة | ل | المشروع: "Hp PRO BOOK 4530S" |

المصدر: <https://www.facebook.com/Big-shop-1747816685306394>

عندما تحليل إحصائيات نتائج الإعلان يمكن أن نبين أهمية الترويج عن طريق الفيس بوك وهذا من خلال النتائج التي تحصلت عليها المؤسسة حيث كان نسبة وصول الإعلان 14028 شخص أما نسبة الظهور الإعلان 21804 شخص مع الحصول على 351 نتيجة مقابل تكلفة كل نتيجة 0.01 دولار مع إنفاق إجمالي بـ 2.08 دولار ومن هنا تظهر لنا أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيس بوك في :

- إمكانية الوصول إلى عدد كبير من الزبائن والحصول على عملاء جدد بسهولة وبأسرع وقت.
- إمكانية استهداف أي دولة في العالم.
- إمكانية استهداف أي فئة عمرية.
- إمكانية تحديد نوع الجنس (ذكر - أنثى).
- إمكانية التحكم في ميزانية الترويج بكل سهولة.
- إمكانية تعديل الإعلان في أي وقت.
- تخفيض التكاليف التسويقية للمنتجات.

الخاتمة / نتائج الدراسة:

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من بينها موقع الفيسبوك وسيلة مهمة في العملية الترويجية وبهدف مسايرة التقدم التكنولوجي والاستفادة من خدمات هذه المواقع، توجهت الكثير من المؤسسات للترويج عن منتجاتها عبر صفحاتها من اجل توسيع نشاطها التجاري، وهذا ما أظهره نموذج لحملة إعلانية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك لمؤسسة Big Shop وكانت نتائج الدراسة متمثلة في:

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من بينها موقع الفيسبوك أداة هامة وضرورية لتوفير مناخ ملائم لترويج المنتجات على أوسع نطاق كونها بيئة مفتوحة لولوج عالم التسويق.
- يعتبر الترويج عن طريق الفيسبوك من أهم الأساليب الترويجية عن طريقة الانترنت، حيث يمكن من جلب عدد كبير من العملاء المحتملين للمؤسسة.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيسبوك من أكثر الأساليب تأثيراً على الأفراد وهذا من خلال التفاعل الفوري وكذلك نسبة وصول الإعلان الذي تتحصل عليه المؤسسات عندا الترويج لمنتجاتها، وهذا ما تم ملاحظته من خلال نموذج إعلان مؤسسة Big Shop.
- يعتبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك إحدى الوسائل الترويجية التي تستخدمها المؤسسات في تخفيض تكاليفها التسويقية.
- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا من بينها إمكانية تحديد الميزانية الترويجية مع إمكانية التعديل اللحظي للحملة وكذلك سهولة الاستهداف.

الهوامش:

¹ - خالد غسان و يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية « ماهية مواقع التواصل ، و أبعادها الاجتماعية الاقتصادية الدينية و السياسية على الوطن العربي و العالم، الأردن ، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 54 .

² - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد « شبكات التواصل الاجتماعي»، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 43 .

³ - فريدة بن عمروش، «الاتصال الرقمي:دراسة في بعض الأسس النظرية للاستخدامات والاشباكات»، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد23، السداسي الأول 2015، جامعة الجزائر3، ص33 .

⁴ - معاوية مصطفى بابكر الرياطي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لشركات الاتصالات، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاتصال، تخصص العلاقات العامة والإعلان، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص 46 .

⁵ - عادل عوض سويعد المبطري، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية لدى الشباب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الاجتماعية، 2015.

⁶ دليل المستخدمين لتطبيق **facebook** ، تاريخ الإطلاع : 2019/02/12 على الساعة : 14.13 متوفر على الرابط التالي : <https://www.arageek.com/2013/05/22/the-beginners-guide-to-facebook.html>

⁷ - سمير محمد عواودة، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، الضوابط والآثار، ورقة مقدمة في مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع ضمن المحور الخامس، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2014.

⁸ - محمد شطاح ، «مصادر المعلومات عن الأحداث الجارية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد» ، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 23، السداسي 2015، جامعة الجزائر 3.

⁹ - C.CARON, «le consommateur en droit d'auteur», Mélanges J. Calais Aulois, ed ° Dalloz, 2004, p.245.

¹⁰ - Jean Mark Ferrandi et Marie Christine Lichtlé, Marketing, dunod, paris, 2014, p.23.

¹¹ - Ibid, p.24.

¹² - Bontis , Nick , Booker , Iorne D , The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in the banking industry . Management Decision . (2007), Vol , 45 . P. 126.

¹³ - شذوان علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية ، دار المعرفة ، 2005، ص 282.

النضال السيبراني وأشكال التعبئة الافتراضية

- دراسة تحليلية لمنشورات مجموعة الحراك الشعبي ببسكرة على الفايسبوك -

أ. نايت صغير عائشة - جامعة بسكرة .

مقدمة:

يزعم العديد من الباحثين المنشغلين بسوسيولوجيا الانترنت أننا نعيش اليوم عصر ليبرالية i pod حيث نعتقد أنّ الهاتف الذكي سيسمح للمواطنين بتعبئة أنفسهم وتنظيمهم ذاتيا. هذا الزعم الذي يفنّده موروزوف يفغيني بتعبئة أنفسهم وتنظيمهم ذاتيا. هذا الزعم الذي يفنّده موروزوف يفغيني Evgeny Morozov في كتابه 'illusion du net' لوينفي واقعيته انطلاقا من تحليل أمثلة واقعية استلهمها من دراسته لسقوط الاتحاد السوفياتي سابقا، يدافع عنه آخرون وبشدة، من أمثال مارك بيفيل Mark Pfeifle المستشار الأسبق في الأمن الوطني الأمريكي الذي دعى إلى إدراج الشبكات الاجتماعية ضمن قائمة المرشحين لنيل جائزة نوبل للسلام! كما راح موظف سامي في رئاسة الدولة الأمريكية يتمدح موقع «الفيسبوك» Facebook بقوله: «أنت الأمل الرائع لنا جميعا».⁽¹⁾

لقد تدعّمت هذه الرؤية التفاؤلية بقوة الشبكات الاجتماعية في إحداث التغيير بخطابات سياسية وأخرى تجارية دعائية لعلّ أبرزها خطاب آل غور الرئيس الأسبق للحكومة الأمريكية في تسعينات القرن الماضي حين ربط ميلاد الانترنت بولوج الانسانية عالم يوتوبي حالم تسوده العدالة والديمقراطية وخال من الصراعات»، فضلا عن الشعارات التي رافقت حملات تسويق خدمات الانترنت وتكنولوجيا الاتصال الرقمية التي تصف هذه الأخيرة بالأداة الكفيلة ببناء مستقبل أفضل.

هكذا اكتسبت الانترنت أهمية بالغة «في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية اليوم لدرجة أن تنسب للشبكة قدرة أسطورية في قلب الواقع

الفعلي من حالة مزرية إلى وضع مثالي. لقد اشتهرت الشبكة العنكبوتية بـ«سلطتها» في تغيير الواقع وإسقاط الأنظمة السياسية ابتداء من سنة 2009 حيث قام الإيرانيون بتوظيف موقع تويتر لتعبئة الجماهير للخروج في احتجاجات ضد إعادة انتخاب الرئيس الأسبق أحمد نجاد، فيما عرف بالثورة الخضراء، فكانت الوسيلة الأكثر ملائمة لتحسيس مستخدمي تويتر بهذا الفعل السياسي في الوقت الذي لا يجد فيه الإيرانيون فضاءات للنقاش العمومي إلا وكانت خاضعا للرقابة الحكومية. كما تعزز الاعتقاد في قوة الشبكات الاجتماعية في تحريك الناس وحشد المناصرين وقلب الأوضاع أثناء الثورة التونسية والمصرية التي قامت سنة 2011، حيث هرعت الكثير من مراكز البحث والجامعات لتنظيم ملتقيات دولية وأخرى وطنية لبحث هذا الواقع ومدارسته تارة بعين ناقدة، وتارة أخرى بعين منبهرة.

بيد أن الحراك الشعبي في الجزائر وخصوصيته يجعلنا نتساءل مجددا عن واقعية «سلطة» هذه الشبكات وقدرتها في تنظيم المتظاهرين ذاتيا بعيدا عن أي قيادة وتأطير فعليين .

اشكالية الدراسة:

في خضمّ الوتيرة المتسارعة لأحداث الحراك الشعبي في الجزائر، الذي انطلق يوم 22 فيفري 2019، تتالت القراءات والتحليلات السياسية والإعلامية والسوسيولوجية لخلفية هذا المظاهرات المنددة بفساد النظام، والمطالبة برحيل رموزه كلّها. والملفت في هذه المظاهرات التي عمّت جميع ولايات الوطن، ووحدت مختلف الفئات العمرية والطبقات الاجتماعية، أنّها جاءت في الوقت الذي امتلك فيه جزائريون وسيلة اتصالية وأداة إعلامية بديلة وموازية لوسائل الإعلام الكلاسيكية التي تحتكرها السلطة الحالية، وذلك خلافا للاحتجاجات السابقة التي عرفتها الجزائر منذ 1988. وهذه الوسيلة هي الانترنت وتحديد مواقع الشبكات الاجتماعية.

وبصرف النظر عن الخطابات الأكاديمية والإعلامية التي فسّرت أسباب الثورة التونسية والمصرية بردها إلى شباب الفيسبوك، فإنّ سوسولوجيا الحركات الاجتماعية تثبت أنّ أيّ تغيير يحصل في وسيلة النضال وأدواته التعبوية والتنظيمية الفعلية، ينعكس في النهاية على قوة الالتزام وشدته بتحقيق مطالب الحركة الاحتجاجية وتجسيد أهداف النضال. لذلك فإنّ الانترنت بوصفها أداة من أدوات «النضال السيبراني» غيرت من مفهوم النضال في حد ذاته، وطرحت صورا وصيغا للنشطاء السياسيين والحقوقيين أكثر التصاقا ببنية المجتمع الافتراضي، ومورفولوجيا الشبكات. وهو ما عبّر عنه جون لوك منير بنضال الصالون، أي نسبة إلى المكان الذي أصبح مقر انطلاق النضال وهو صالون البيت وليس الشارع.

انطلاقا من هذه الرؤية التي تتوجّس من ليرالية iPod وفي الوقت نفسه تعترف بقوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تحريك الجماهير في ظلّ غياب الخطر كما ذكر موروزوف، تأتي هذه الدراسة لتستطلع كيفية استثمار إمكانات النضال السيبراني في توجيه الحراك الواقعي وتفعيله من خلال تحليل منشورات مجموعة «الحراك الشعبي بيسكرة» بوصفها مجموعة تضمّ فئة الطلبة والأساتذة والإداريين وكل من له ارتباط بالجامعة كما نوّه إلى ذلك آدم من المجموعة. وعليه فإنّ التساؤل الرئيس الذي ننطلق منه هو: كيف تمّ توظيف «مجموعة الحراك الشعبي بيسكرة» على الفيسبوك في النضال السيبراني لدعم قضية إضراب الطلبة.

تساؤلات الدراسة:

- 1) ماهو مفهوم النضال السيبراني وماهي أشكاله؟
- 2) ماهي أشكال التحسيس والتعبئة في مجموعة «حراك جامعة محمد خيضر» بيسكرة.
- 3) هل أدت منشورات المجموعة إلى تحقيق «الإجماع» حول إضراب الطلبة والأساتذة؟

أهمية وهدف الدراسة:

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من آية حدث الحراك الشعبي وراهنيتها، فجدة الموضوع وارتباطه بسياق اجتماعي وسياسي قائم، وقابلية الاستطلاع العلمي والملاحظة الميدانية للمشكلة قيد البحث تمثل جميعها نقاط قوة البحث التي تعطي له أهمية مخصوصة، فضلا عن الهدف الذي يتوخى تحقيقه وهو معرفة طبيعة النضال السيبراني الجزائري وخصائصه انطلاقا من إجراء تحليل منشورات المجموعة محل الدراسة.

مفاهيم الدراسة:

1) النضال السيبراني: كشف مراجعة الدراسات حول النضال السيبراني غياب مفهوم جامع وشامل لفعل النضال على الانترنت وعبرها، بيد أنها أجمعت على أن هذا الشكل من النشاط السياسي والاجتماعي السيبراني ماكان ليكون لولا الاستخدام الواسع للشبكات الاجتماعية. وبغرض ضبطنا لمفهوم النضال السبراني اعتمدنا على كتاب تحت إشراف الباحثة سهام نجار موسوم بـ: le cyberactivisme dans le Maghreb et dans le monde arabe⁽²⁾ حيث ناقش المؤلف من خلال مساهمة العديد من الباحثين والسوسيولوجيين إشكالية الفضاء السيبراني في منطقة المغرب وتفاعله مع طموحات التغيير السياسي في المنطقة .

استعرضت الباحثة سهام نجار في معرض تقديمها للعمل تعريفات عدة للنضال السيبراني نذكر منها: «هو ذلك النضال الذي يمرّ عبر المجتمع الافتراضي للقيام بفعل في الواقع».⁽³⁾ وتكمن أهمية هذا الالتزام الافتراضي عن بعد في كونه متجذرا في الواقع الاجتماعي من جهة، وفي قدرته على تعبئة مجموعات الضغط العابرة للأوطان وغير مركزية من ناحية أخرى. إنّ النضال السيبراني بهذا الشكل يسعى لتوسيع حقل المشاركة وتمكين مساهمة بعض النشطاء وجعلها أكثر مرئية وأكثر قوة، كما يتيح الفضاء السيبراني

للفاعلين الاجتماعيين هامش أوسع من القدرة على العمل سيّما إمكانية الانفلات من الرقابة الحكومية التي يخضعون لها.

تربط الباحثة وفق هذه التعريفات بين حرية التعبير الرقمية وبين إمكانيات النضال عبر الشبكة، وتراهن على التقنية الاتصالية بوصفها أداة ذات فعالية في حفز الفاعلين الاجتماعيين للقيام بأدوارهم بطرق تتلاءم مع أهدافهم وتذهب بعيدا في رهانها هذا من خلال عرضها لبعض خصائص النضال السيبراني المستمدة أساسا من بنية الشبكة وخصوصا خاصية اللامركزية وذاتية التنظيم. فالنضال السيبراني حسبها يدعم الديمقراطية التشاركية عبر العمل خارج الجدران كما أسمته. علاوة على هذا فإنه من الممكن الوصول إلى تجسيد المواطنة الكونية انطلاقا من كون الحركات الافتراضية الاجتماعية تقع في مفترق طرق المحلي والعالمي.

وعلى الرغم من الإمكانيات التقنية التي تتوفر عليها الشبكات في دعم النضال إلا أنّ هذا لم يمنع الباحثة من الاعتراف بوجود ثغرات أو شروخ في الفضاء السيبراني تقود بداهاة الى التشكيك في نجاحته وأهميته ودوره في ممارسة الفعل النضالي ازاء قضية بعينها نوجز هذه الثغرات في ثلاث نقاط:

1. الفجوة الاتصالية بالشبكة: تتجلى هذه الفجوة في إقصاء الكثيرين ممن ليست لديهم الفجوة في الولوج إلى الشبكة الرقمية من هذا الفضاء العمومي الافتراضي.
2. مسألة وثوقية المعلومات وديونولوجيا الاتصال، التي قد تصطدم بحضور «الخصم» أو «المعارض» للقضية المدافع عنها في هذا الفضاء وتمتعه بنفس فرص النشر وحرية التعبير.
3. التنشئة الديمقراطية: يتمثل هذا العائق في كون التنشئة الديمقراطية رهان تربوي وسياسي واجتماعي أكثر من مسألة تتأتى عبر امتلاك جهاز هاتف ذكي.

(2) مفهوم المجتمع الافتراضي: يعدّ هارود راينفولد Harward Rheingold أول من استخدم هذا المصطلح والذي يعني حسبه: «تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة، حين يستمر أناس بعدد كاف، في مناقشتهم لموضوع ما، لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية، كل هذا كافي لتشكيل شبكات «من العلاقات الشخصية في الفضاء السبراني»⁽⁴⁾ ويعرفه نديم منصورى بأنه: مجموعة من الأفراد، الذين يتشاركون عبر الشبكة العنكبوتية، لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هواية، من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحددها منظومة تكنو-اجتماعية.⁽⁵⁾ إنّ نمو أي مجتمع افتراضي يحتاج إلى مقومات محددة، مثل الهدف المشترك أو وجود قيمة مشتركة بين أعضاء تساعد في انتشار هذا وزيادة الروابط المتينة بين أفرادها. ولفهم المجتمع الافتراضي بالمقارنة مع المجتمع الواقعي، ينبغي التعرّيج على خصائصه التي تعطي له بنية وكيانا مستقلين عن ماهو واقعي ملموس ومن ضمن أهم خصائص المجتمع الافتراضي هي «الافتراضية». إنّ مفهوم الافتراضية حسب بيار ليفي Pierre Livy ليست ضدّ الواقعي أبداً، إنّ الافتراضي هو نمط وجود خصب وقوي يغني عمليات الإبداع ويفتح آفاق المستقبل، ويحتفر أبار من المعاني تحت سطحية الوجود الفيزيائي الآني.⁽⁶⁾

تتأسس بنية الافتراضي من خصائص الشبكة في حد ذاتها، ومن منطق عملها، فخاصية اللامركزية مثلا التي تعني تعدد المراكز وانتفاء سلطة تتمحور حولها العلاقات بين الأطراف المنخرطة في المحادثات، يجعل من النضال السبراني فاقدا للتوجيه والتأطير القيادي، وفي المقابل، ظهور القيادة الخفية المجهولة والمربية في أن واحد التي قد تتمظهر في هوية افتراضية خفية تعمل على خلق حركة موازية للحركة النضالية التي تستغل الشبكات لخدمة وللدفاع على مطالبها ومثال ذلك التعبير الذي استخدمه المناضلون السبراليون في الحراك

الجزائري في حال وجدوا أنّ منشور ما أو معلومة معينة تتعارض مع اتجاهاتهم نحو الحراك وهو مصطلح الذباب الإلكتروني فحسبهم يكمن التأطير في فعل اللاتأطير نفسه في المجتمع الافتراضي، لأنّ الذكاء الجماعي للمجموعة الافتراضية يقود النشاط ويقوم بتنظيمه.

(3) **تعريف الحراك الشعبي الجزائري 2019:** انطلقت المظاهرات التي باتت تعرف اليوم وطنيا ودوليا باسم الحراك الشعبي، يوم 22 فيفري 2019، كرد فعل على إصرار مناصري الرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة لترشيحه لعهدة خامسة على الرغم من تفاقم وضعه الصحي وتدهور صحته العقلية ! فكانت موجة الاحتجاجات عارمة، شملت مختلف ولايات الوطن، حملت المظاهرات شعارات عدة أبرزها «لا للعهدة الخامسة»، وكما عبّر عنها المتظاهرون باللغة «ماكاش الخامسة يابوتفليقة»، وشعار «لا نريد لا نريد بوتفليقة والسعيد». وقد تواصلت موجة التظاهر في التصاعد عدديا ومطلبيا، ليرفع المتظاهرون في الجمع التي أعقبت الجمعة الأولى شعارات تطالب بتنحية رموز السلطة الحالية، ورحيل جميع أوجه النظام. هذا الحراك ذو الطابع السياسي بامتياز عرف تأطيرا افتراضيا غير مسبوق. وذلك عبر استخدام أكثر مواقع الميديا الاجتماعية جماهيرية في الجزائر وهي موقع فيسبوك، يوتوب. كما لجأ البعض الآخر ممن لديهم شعبية خاصة في وسط الشباب الجزائري على غرار الرياضي حفيظ دراجي، و مغني الراب لطفي دوبل كانو إلى توظيف موقع تويتر لتقديم توجيهات للشباب المتظاهر في الميدان وهذا لأول مرة في تاريخ الجزائر الحديث.

أولا: من نضال الشارع إلى نضال الصالونات.

لم يحصل في تاريخ النضال السياسي والاجتماعي وللغرد أن تغيرت أشكاله، وأنماطه وصيغته وأدواته إلا بظهور شبكة الانترنت. وتبلور مفهوم المجتمع الافتراضي الذي لا يعدّ حسب بيير ليفي Pierre Levy نقيضا

للواقع أبداً، وإنما يشكّل نمطاً وجود خصب وقوي يغذي عملياً الإبداع ويفتح المستقبل. لقد باتت الحدود الفاصلة بين الفعل الواقعي والافتراضي تبدو أكثر هلامية خاصة في السياسة والاقتصاد. إذ أنّ مفاهيم الزمان والمكان والوقت والفعل والثورة والصداقة والتجارة وغيرها أصبحت تخضع لمنطق عمل الشبكة. هذا المنطق الذي لا يتعارض فلسفياً حسب بيير ليفي مع الحقيقي، لكنّه يتعارض مع الفعلي. فما الافتراضية والفعلية إلا مجرد طريقتي وجود مختلفتين.⁽⁷⁾ هكذا ينقسم العالم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي وحتى الديني إلى عالمين اثنين، الأول يقع خلف شاشات الحواسيب وشاشات الهواتف الذكية، والثاني لا يخرج عن الحدود الزمانية والمكانية التقليدية أي الواقع بما هو فضاء فعلي وقائم على الفعل وحده.

إنّ النضال السياسي أو الاجتماعي من أجل قضية ما وفق العالم الثاني (عالم السيرانية) يقترب ليكون فعل كسالي، كما عبّر عنه جون لوك مانيز،⁽⁸⁾ حيث أطلق عليه تسمية Slaktivisme، وهي مكونة من مقطعين: الأول تعني الكسل SLAKER والثانية تعني نشاط. وتفيد هذه التسمية حسب الباحث أنّ ما يقوم به مستخدمو الشبكات الاجتماعية غالباً ما ينسحب عليه هذا الوصف، باستثناء أولئك الذين لديهم وعي بطريقة استخدام مواقع الشبكة وتسخيرها لخدمة دفاعهم عن قضية ما. لذلك فإنّ موروزوف Morozov ينفي القدرة السحرية للانترنت في تغيير الواقع ويدحض السلطة المنسوبة إليها، كون أنّ المكوث في الصالون والضغط على زر «j'aime» أو «partager» لا يؤدي إلى إحداث ثورة، بل هو تمهيد للثورة وتسديج لفعل الالتزام والتحرك الفعلي عبر التعبئة والتحميس والعمل الميداني المتواصل. وحسب مالكوم جلاويل Malcom Gladwell كاتب وصحفي أميركي، فإنّ الأمر يتعلّق بسلطة ضعيفة منحت لأناس ضعفاء. حيث يشكك جلاويل في النظرة المثالية لقوة الانترنت في تغيير الواقع انطلاقاً من عقد مقارنة بين النضال الواقعي والنضال السيبراني. فالأول

يؤدي حتما إلى تغيير الأشياء والثاني يقف عند تعبئة الجماهير عندما لا يكون ثمة خطر قائم أم مجازفة محتملة! مضيفا أن: «الالتزام النضالي لا يتحقق إلا حين تكون الروابط الاجتماعية القوية قيد الاشتغال، حيث تدفع هذه الروابط القوية إلى انفجارات الإنسان. غير أنه بالنسبة للاحتجاجات في الجزائر يبدو الوضع مختلفا تماما، حيث يثير تساؤلات مهمة تتعلق بعلاقة الافتراضي بالواقعي في فعل الفرد الجزائري ضد واقعه الاجتماعي والسياسي والاقتصادي المزري. فإذا كان جلادويل يعلي من شأن العلاقات الاجتماعية القوية لماذا لم يخرج الجزائريين بالملايين في المظاهرات التي عرفت باسم احتجاجات الزيت والسكر؟ الم يكن ارتفاع الأسعار الفاحش سببا وجيها في دفع الجزائريين «أولو الأجور الضعيفة» إلى الخروج من منازلهم للشارع للتنديد؟ لماذا وصل عدد المتظاهرين في حراك 2019 إلى عشرات الملايين وتوحدتهم حول مطلب سياسي واحد وهو «لا للعهددة الخامسة» ورحيل رموز النظام الفاسد كما وصفته الشعارات والمتظاهرين؟

هل هذا يدفعنا للتسليم بأطروحة أنصار التوجه التقاني والمتشعبيين لماكلوهان؟ أم أنه يجعنا متشائمين حد الاصطفاف خلف أنصار نظرية المؤامرة والقول بأن ما حصل في الجزائر كان بإيعاز من قوى خارجية؟ أم أننا نحاول فهم البيئتين الواقعية والافتراضية بالاستناد إلى صعوبة الفصل بينهما سيما إذا تعلق الأمر بحقيقة المجتمع المفتوح أو المعولم الذي خلقته الشبكة والذي يصعب معه رسم الحدود بين الوطني والعالمي وبين الفعل الافتراضي القائم على الضغط على الأزرار والفعل الواقعي القائم على التحرك إلى الميدان وماهو السبب وماهي النتيجة. إنَّ الإشكالية تتعلق أساسا بإعادة النظر في مفاهيم أساسية مثل مفهوم الفعل السياسي والسياسة، ومفهوم الفاعل أو القائد وصولا إلى مفهوم تغيير الأنظمة وإسقاط الحكومات وتنصيب أخرى وذلك في ظلّ الشبكات الاجتماعية.

قياسا إلى أطروحة بيير ليفي التي تفيد بأنّ العالم الافتراضي له ما يؤكد على أهميته الأنطولوجية وعلى خصائصه الكيانية، فهو ليس بالضرورة نقيض الواقعي بل مناقض للفعلي. فهل يمكن أن يكون النضال السبيراني وفقا لليفي له واقعية مخصوصة دون أن يقود إلى واقع فعلي؟ وهل تصح عقد مقارنة بين النضال السبيراني والافتراضي وكلّ منهما له خصائصه وبنيته وعلاقاته وقواعده؟ وهل يمكن أن يقود الثاني إلى الأول؟ كما زعم العديد من أصحاب الرؤية التقانونية في تفسير ثورات الربيع العربي وإسقاط الحكام.

في هذا الإطار بالذات، نود العودة إلى أولى المظاهرات التي عرفتها الجزائر في تاريخها الحديث وهي مظاهرات 5 أكتوبر 1988، حين خرج الجزائريون بالملايين في مختلف ولايات الوطن للاحتجاج على الأوضاع التي آلت إليها البلاد اجتماعيا واقتصاديا. كانت الجزائر إذك تنتهج حكم الحزب الواحد وتسير وفق النظام الاشتراكي الذي أدى إلى مديونية خانقة إثر دخول العالم في أزمة اقتصادية سنة 1985، من جرّاء ارتفاع أسعار البترول. فما الذي وحّد كلمة الجزائريين للخروج للتظاهر والتعبير عن الغضب الشعبي من الحكومة؟ وما الذي جعل من حركتهم الاحتجاجية من القوة ما دفع الرئيس الأسبق الشاذلي بن جديد إلى الاستجابة -ولو شكليا- مع مطالبهم؟ هنا يبدو مهما التنويه إلى أنّ الظروف الدولية والعوامل الخارجية كان لها الأثر البالغ في توجيه الحركات الاحتجاجية وفق وسائل لها سلطة وذات فاعلية في تلك المرحلة وهنا نتحدث عن الإعلام الفضائي بصورة أدق. فليس المقام يسمح في الاستفاضة في دور الإعلام الفضائي في توجيه مظاهرات 1988، لكن من المفيد التنبيه إلى فكرة جوهرية وهي أنّه مهما كانت قوة العلاقات الاجتماعية بين جماعة ما لا تكفي لتنظيم وتعبئة وحشد الأنصار لقضية بعينها إلا بتوفر وسائل الحشد الملائمة للقضية والتماشية مع طبيعة النظام السياسي والاجتماعي لدولة ما. وقد ذهب البروفيسور نصرالدين

لعياضي في مقال له بعنوان الحراك الجزائري والفيسبوك بين ماكلوهان وموروزوف إلى أنّ الشبكات الاجتماعية «قد عزّزت مواقع التواصل الاجتماعي شعور الجزائريين بالانتماء إلى الوطن. وجعلتهم يكتشفون ذاتهم بعد سنوات من الرعب والخوف واليأس. فأدركوا أنهم يشكلون وحدة في التنوع»⁽¹⁰⁾. لذلك فإنّ ما عجز عن تحقيقه قادة الأحزاب السياسية من تعبئة قامت به وسائل الإعلام الفردية الجماعية self mass media، وتفسير ذلك حسب نصر الدين لعياضي هو «أنّ هذه المواقع ليست أرضيات شخصية فقط، بل جماعية أيضا، لأنّ الجزائريين لا يترددن في عرض ما يصلهم من صور وشعارات ونكت وأغان وأشعار عبر حسابهم الخاص في هذه المواقع على أفراد أسرهم غير المتصلين بشبكة الانترنت أو أنهم غير مشتركين في هذا الموقع».

ثانيا: النضال بين القيادة الفعلية والأصدقاء الأشباح.

تبدو إشكالية الدور الذي نسب لمواقع الشبكات الاجتماعية في اسقاط الحكام (بن علي ومبارك) تثير المزيد من التساؤلات حولها، وتظلّ تطرح بقوة كلّما تجدد فعل نضالي يميل إلى أن يكون ثوريا أو بصيغة أدق يستهدف تغيير الواقع الاجتماعي. فلا يزال البعض يعتقد أنّ عصر ليبرالية الأياد تسمح بقلب الموازين وإعادة رسم خريطة القوى السياسية والاجتماعية بفعل كبسة زر. فحسب الكاتب 'فانّ التقنيات الحديثة تشكل، من دون أدنى شك، الأداة المثالية للشوار الطامحين في زعزعة النظام، إذ تسمح في البداية بتناقل وتبادل المعلومات بسرعة فائقة، إضافة إلى أنّها تسهل بشكل كبير تعبئة الأعداد الهائلة للأشخاص حول مشروع مشترك». حيث يعتمد النضال السيبراني على استهلاك حجم كبير من المعلومات والأخبار، وهو ما يتيح المجال لتغذية الشبكة بالأخبار الزائفة fake news التي تنتشر بسرعة البرق على الشبكات الاجتماعية بفعل سهوله تداولها ومشاركتها والتفاعل معها. تؤدي هذه الأخبار

إلى خلق الاتجاه والاتجاه المعارض للقضية، وتساعد على إحداث الانقسام والانشقاق بين صف أنصار القضية وتطيح بوحدتهم.

هنا يجدر بنا إلقاء الضوء على أساليب التعبئة والتنظيم للحركات الاجتماعية قبل وبعد ظهور الانترنت، فالنضال في ظلّ الأساليب التقليدية لم يتجاوز امتلاك قوة الكلمة وقوة الإلهام والقيادة الكاريزمية. هذه العوامل جعلت من عنصر التأطير والتوجيه والتعبئة مرهونا بشخصية تتمتع بكاريزما وقدرة على الإقناع والتأثير في الآخرين، حتى أنّ عدالة القضية كانت تمرّ عبر إيمان القادة بها ثمّ إيمان أتباع هذا الأخير بها. كما الاستعداد والتحضير للنضال السياسي أو الاجتماعي يتمّ في غضون سنوات سيّما إذا تعلق الأمر بإسقاط حكومة أو رئيس. كما أثبت ذلك تاريخ الحركات التحررية في مختلف أصقاع العالم. اليوم حين يقرر مستخدمو تقنيات الاتصال الرقمية إطاحة الرئيس، تحضر التكنولوجيا بكلّ تطبيقاتها لتضع في متناولهم أعقد البرامج في صورة مبسّطة وسهلة الاستخدام لتحقيق هدفهم. فضلا على أنّ التعبئة باتت لا تشكّل تحديا أو تتطلّب عملا منظّمًا بقدر ما أصبحت تتوقف على جمع عدد هائل من الأصدقاء الافتراضيين أو كما أسماهم؟ الأصدقاء الأشباح اللذين سيتكفلون بمشاركة المحتوى وإعادة إنتاجه شريطة أن يكون لديهم على الأقل تعاطف مع القضية!! بهذه الحجج يرافع أنصار الاتجاه التقاني في التغيير السياسي ويؤكدون على قوة الانترنت في ترجيح موازين القوى. والملاحظ أنّ هذه الرؤية لا تجانب الواقع فقد بدا تعاون وثيق بين مواقع الشبكات الاجتماعية واضحا في أثناء ما سمي بـ «الثورة الخضراء» في إيران في صيف 2009، وهذا التعاون برز للرأي العام في خطاب وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة هيلاري كلنتون حين أكدت في 2010 أنّ الأنترنت ضرورية بالنسبة لحرية التعبير في كثير من الدول.⁽¹¹⁾

إنّ رفض فعل النضال السبيرياني مقارنة بالنضال الواقعي لا يقود سوى لرفض الواقع الافتراضي بما هو بيئة جديدة ذات بنية مختلفة وأبعاد تواصلية ذات خصوصية تستمد من طبيعة الشبكة. فالعلاقات القوية بين أفراد جماعة ما في الفيسبوك مثلا تكمن في قيمة «الأنونيم» أو الهوية غير الحقيقية. لذلك فالأصدقاء الأشباح كما وصفهم الكاتب JeanLuc Manise بـ: هم واقعيون بالنسبة للبيئة الافتراضية التي تتغذى على المجهولية و تقوم عليها. بيد أنّ المسألة تختلف إذا تعلق الأمر بهدف تعبئة الجماهير لمناصرة قضية ما، مثل إضراب الطلبة كأداة من أدوات الضغط على من هم في السلطة للرحيل. الإضراب لا يمثل قضية مصيرية وطنية ولا يمسّ إلا فئة الطلبة أنفسهم، وهنا نتساءل عما إذا كان الطلبة أنفسهم قد حققوا إجماعا حول مشروعية الإضراب وأهدافه وأدواته، وكيفية توظيف الشبكات الاجتماعية وعلى رأسهم الفيسبوك لخدمة هذه القضية؟

ثالثا: أشكال التحسيس والتعبئة في مجموعة حراك جامعة بسكرة.

1) فئات التحليل:

اخترنا لمعرفة أشكال التحسيس والتعبئة خمس فئات المضمون، ننطلق منها للإجابة على التساؤلات التالية التي تندرج ضمن فعل التعبئة لقضية ما، وهذه الأسئلة هي:

- ✓ من هو الفاعل في مجموعة «حراك جامعة بسكرة»؟
- ✓ ماهي المواضيع التي يتم نشرها بين أعضاء المجموعة؟
- ✓ ماهو الهدف من إنشاء هذه المجموعة؟
- ✓ ماهي الرسائل التي يريد مؤسس المجموعة إيصالها لأعضاء المجموعة؟
- ✓ ماهو اتجاه الأعضاء نحو إضراب الطلبة؟

فئة الفاعل: تم إنشاء مجموعة حراك جامعة بسكرة من قبل الأستاذ أبو محمد خالد خياط يوم 11 أبريل 2019 وهو المصادف لليوم الأول من الإضراب الذي أعلنت عنه سابقا كونفدرالية النقابات الجزائرية كرد فعل على تنصيب حكومة «بدوي» غير الشرعية بحسب الكونفدرالية كما تم الترويج له في وسائل الإعلام.

وصل عدد أعضاء الصفحة إلى 943 إلى غاية تاريخ 2019/4/28، يقوم آدمن الصفحة بمهمة النشر ومراقبة المحتوى الذي قد ينشره أعضاء المجموعة، كما يمثل «حارس البوابة» عن المضمون الذي يتم تداوله بين الأعضاء، فالمنشور لا يسمح له بالمرور إلا عبر الأدمن، فهو من يجيز ويمنع أي محتوى وفقا للهدف الذي من أجله أنشأت المجموعة. أما بالنسبة لأعضاء المجموعة فهم غالبا إما طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أو أساتذة بنفس الكلية ولهم إمكانية المشاركة في النشر داخل المجموعة شرط أن يوافق عليه كما سبقت الإشارة «مسئول النشر» أي آدمن الصفحة.

كيف يمكن للفاعل في مجموعة افتراضية على الشبكة أن يوجه الرأي نحو مساندة قضية ما أو معارضتها؟ وهل تجوز تسميته بالفاعل نسبة إلى تواجده الافتراضي؟

إنّ بنية الشبكة اللامركزية للشبكات والبعيدة عن المراقبة الهيكلية يجعل منها شبكات ذات مرونة عالية، وقابلة للتكيف مع وضعيات أقل مجازفة ومثال على ذلك موسوعة الويكيبيديا. فالموسوعة لا يتحكم فيها رئيس تحرير معين، وكل شيء يخضع لتنظيم ورقابة ذاتيين. فالشبكة ليس لها بنية إدارة مركزية واتجاهات سلطوية واضحة، ومن العسير بمكان التوصل إلى وفاق واقعي وتأسيس الأهداف، فهي لا تفكر بطريقة استراتيجية كما أنّها غالبا ماتكون عرضة للصراعات والأخطاء فهل هذا ينسحب على موقع الفيسبوك أيضا؟ يجيب موروزوف: إنّ منصات الشبكات الاجتماعية مصممة حول

روابط ضعيفة فتويتر هو وسيلة لمتابعة أحد الأشخاص الذين لم تعرفهم يوماً في حياتك، أو أن يتابعك أحد لم يعرفك قط! لذلك فإن الإدارة اللامركزية للشبكة لا تسهل التحكم في التعبئة لسبب واضح وهو امكانية الإختراق من خلال نشر الأخبار المغلوطة التي تعرف بـ fake news، وقد أشار البروفيسور ليعياضي في مقال له بعنوان «علّة الأخبار في الحراك الشعبي الجزائري أنّ الأخبار المزيّفة على الشبكات الاجتماعية تعدّ ترجمة عملية للشائعات في وسائل الإعلام الكلاسيكية»، وهنا يصعب التحكم في الاتجاه العام للقضية المدافع عنها.

✓ فئة المواضيع: ماهي المواضيع التي يتمّ تشاركها بين أعضاء المجموعة؟

إنّ متابعة المنشورات التي يتمّ تشاركها بين أعضاء مجموعة حراك بسكرة، تكشف أنّ مجمل عدد المنشورات في الفترة الممتدة ما بين 11 و20 أفريل وصل إلى 90 منشور بمعدل تقريبي يصل إلى 10 منشورات يومياً، هذا العدد لا يمثّل مواضيع تصبّ في موضوع إضراب الطلبة في جامعة بسكرة أو غيرها من جامعات الوطن، وإنّما تنقسم المحتويات إلى نوعين، المحتوى الأولي يخصّ الحراك الشعبي الوطني أي كل منشور يصبّ في الأزمة السياسية التي دخلت فيها البلاد ابتداء من 22 فيفري والمحتوى الثاني هو ما يتعلّق بالإضراب أي كل منشور إمّا يدعو ويحث الطلبة على مواصلة الإضراب ويشجعهم عليهم، وإمّا منشورات تسعى لتوعية الطلبة عن تبعات مقاطعة الدراسة والإعراض عن الالتحاق بالجامعة ومآلات ذلك على المدى القريب والبعيد. وصلت نسبة المحتوى الأول إلى حوالي 70% بينما بلغت نسبة المحتوى الذي يتصلّ بالإضراب 30%. ولو قمنا باحتساب نسبة مشاركات آدمن المجموعة بمنشورات تخصّ الإضراب لوجدنا أنّها لا تتجاوز 10% من مجمل منشوراته كلّها.

هذه الأرقام وإن كانت تقريبية لصعوبة حصر العدد الإجمالي بسبب مسح بعض المنشورات في الفترة التي أجرينا فيها الدراسة، تؤشّر على عدة

دلالات، منها أنّ المجموعة وعلى الرغم من إنشائها في 11 أفريل تزامنا مع أول يوم من الإضراب الوطني، فإنّ المحتوى لم يكن يهدف إلى دعم الإضراب أو الوقوف ضده، كما تكشف عن ذلك اسم المجموعة المتمثل في «حراك جامعة بسكرة» فهذا الاسم يحيلنا على إدماج الجامعة في الحراك دون التأكيد على دور معين، واضح ومحدد مسبقا من قبل مدير المجموعة نفسه الذي يعدّ أستاذا بكلية العلوم الاجتماعية بالجامعة. وهنا نتساءل عن الدور الذي التصق بما يسمى النخبة على مواقع الشبكات الاجتماعية. فهل يمكن أن يقوم الأستاذ بدور النخبة في توجيه الطلبة في هذه المجموعة؟ وهل يجوز لنا الحديث عن قيادة «النخبة» للحراك الجامعي وسط ارتفاع الأصوات من وسط الطلبة أنفسهم بعدم شرعية أي تمثيل؟

إنّ عيوب الشبكات كما يشير إلى ذلك موروزوف، لا أهمية لها إذا لم يتعلّق الأمر بالتغيير النسقي لذلك، فإذا كنا بصدد فعل ثوري، ينبغي توفر تنظيم هيكلي قوي من أجل تحقيق الفعالية. ففي حالة الإضراب مثلا فالأمر لا يخصّ تغييرا كليا في منظومة الجامعة بقدر ما يدور حول اتجاهين، الأول مقاطع للجامعة ولا يثبت حضوره لرغبة في نفسه يفسرها باسم الحراك، والاتجاه الثاني يأتي للجامعة لا لسبب سوى للتأكيد على مقاطعة حجرة الدرس!!؟

وفي ظلّ غياب أي فعل نضالي واقعي يهدف إلى تعبئة الطلبة مع أو ضدّ فعل الإضراب، فإنّ الفيسبوك هنا يجعل منهم كائنات سلبية يكتفون بالتساؤل على المجموعة باللغة العامية «فهمونا ضك كاين قراية ولا مكاش»؟ هذا السلوك الذي يعزل الطالب عن بيئة الحراك الفعلية يقود بالضرورة حسب موروف إلى القيام بدور «التابع والمنقاد بدل المؤثر والفاعل».

✓ أهداف المجموعة: يتضح جليا من خلال متابعة المنشورات وتحليلها، أنّ الهدف من المجموعة لا يتمثل في تعبئة الطلبة لغرض القيام أو مواصلة الإضراب، فعلى الرغم من بعض المنشورات التي شاركها آدم من الصفحة حول الإضراب يدعو

فيها الطلبة إلى العودة لمقاعد الدراسة، فإنّ هذه المنشورات تخلو من استمالات اقناعية وتعبوية واضحة، كاستخدام حجج عقلية وبراهين منطقية تثبت مشروعية الإضراب من عدمه، كما تفتقر منشورات باقي الأعضاء من المحتوى الإخباري أو المعلوماتي التوعوي بمعنى أنّ جلّ ما يتمّ مشاركته بين الأعضاء أنفسهم هو إمّا صور السيلفي عن المشاركة في مسيرات الثلاثاء أو فيديوهات لبعض الشخصيات المدعومة للحراك الشعبي، أو تعليقات على الأحداث التي تنقلها وسائل الإعلام هنا وهناك. فالملاحظ على أنّ فعل التعبئة غائب، ولما نقول غائب فنحن نعني غياب أليات التعبئة الافتراضية التي لا تقتصر على مشاركة المنشورات، وإمّا على تحديد الهدف كأول مرحلة ثمّ استخدام كافة التقنيات المتاحة على الشبكة ومثال على ذلك حملات الوسوم أو الهاشتاغات.

يمكن تفسير ذلك بأنّ مسألة الإضراب في حدّ ذاته تعدّ مسألة خلافية لا ترقى لتحقيق الإجماع بين الطلبة والأساتذة وبين الطلبة والطلبة أنفسهم، فبين المؤيد والمعارض تغيب الرؤية والهدف والإستراتيجية ويصبح التخطيط فعل مبني للمجهول.

✓ طبيعة الاتجاه نحو الاضراب: تتيح لنا مختلف المنشورات بصيغها المتعددة فهم اتجاه منشئ الصفحة وأعضاء المجموعة، وسنستند إلى حجم المنشورات التي تمّت مشاركتها داخل المجموعة بخصوص قضية الإضراب في فترة التحليل وهدفها الأساسي.

على الرغم من أنّ أدمن المجموعة لم يفصح عن اتجاهه نحو إضراب الطلبة في تقديمه للمجموعة إلا أنّ منشوراته تصبّ في إطار تعبئة الطلبة ضدّ القيام بالإضراب: اتضح ذلك من خلال المنشور الذي أطلقه في 18 فيفري والذي يخصّ من يقف خلف الإضراب ويكشف عن أطراف خفية - حسب الأستاذ - التي حرّضت على القيام بشل الجامعة لتفرقة صفوف الطلبة، يحتوي المنشور على معلومات تعيز مدبّري الإضراب إلى عملاء منظمة الأتبور بالتعاون مع

منظمة الڤيمينيست الجزائرية بغرض تكثيف المسيرات وتوفير فرص الإنفلات الأمني ليسهل اختراق الجامعة بعد فشل اختراق الحراك الشعبي.

هذا المنشور لم يصاحبه أية منشورات تدعم هذه المعلومات بمصادر أخرى، أو إضافية تزيد من مصداقيتها، كل ما قام به صاحبه هو التأكيد على أن مصادر المعلومات موثوقة حيث حصل عليها من أناس أعلم بالحقيقة!! عدم توكيد هذا الخبر بمنشورات أخرى أدى إلى تفاعل ضئيل حيث لم تتجاوز عدد التعليقات عليه 1% ولم يتم التفاعل معه بالإعجاب أو المشاركة إلا بما نسبته 0,5% وهو ما يجعلنا نربط بين الهدف من إنشاء المجموعة والمنشورات الهادفة لتعبئة الطلبة ضدّ الإضراب كما أفصح عنه الأستاذ خياط -أدمن الصفحة- في تعليقه على المنشور السالف الذكر بقوله: «إضراب الڤيمينيست، لن أشارك فيه... لن ألطّخ شعبي بهذا العار» وتتساءل عن هدف هذا المنشور ان لم يكن التعبئة ضدّ الإضراب وإقناع الطلبة للعودة لمقاعد الدراسة، فهل عدم التفاعل يرجع إلى عدم الاهتمام أساسا بموضوع الإضراب؟ خاصة وان أعضاء المجموعة يتوزعون بين طلبة وأساتذة؟ أم أنّ أسلوب الإقناع والتعبئة لم يصل إلى حد التأثير على اتجاه الطلبة والأساتذة بخصوص رفض خيار الإضراب كأداة لتدعيم الحراك؟

تحيلنا هذه الأسئلة على اشكالية تحقيق الإجماع وبخصوص قضية ما على الشبكات الإجتماعية التي تحكمها بنية لا مركزية، حيث تجعل هذه البنية من عنصر التحكم في أجزاء النسق غير ممكنة، وصعبة خاصة إذا تحدّثنا على مسألة الربط بالانترنت كشرط من شروط اثبات العضوية والانتماء للجماعة الافتراضية، فحتى لو كان العضو مرتبطا بالانترنت connecté لا يعني هذا ضرورة أنّه متفاعل أو ملتزم بالدفاع عن أفكاره بخصوص قضية ما. وهذا ما يطرح أمامنا مسألة ضعف الروابط التي تخلقها الشبكة الرقمية، خلافا للروابط القوية التي تنشأ عن العلاقات الاجتماعية الواقعية. لذلك فمن الصعوبة الحديث

عن تحقيق تعبئة الطلبة للعودة لمقاعد الدراسة أو التأثير فيهم بخصوص عدم جدوى الإضراب بدليل لايزال الطلبة ماكثين في منازلهم رغم المنشورات التي راحت تتضاعف (بعد الفترة المحددة للتحليل) بشأن الدعوة للوقوف ضد الإضراب الذي اعتبره البعض اجراء لاختراق الحراك وشل الجامعة.

كما نلاحظ منشورات الأستاذ اسماعيل راجحي_ وهو أحد مديري المجموعة_ التي تصّب في تعبئة الطلبة والأساتذة ضدّ الإضراب مثلما يتضح ذلك في منشوره المصادف ليوم 13 افريل الذي يدعو فيه الأسرة الجامعية للجلوس لطاولة النقاش حول مطلب الإضراب بشكل واع. وقد لاق هذا المنشور ما نسبته 20% من التفاعل بالإعجاب ومشاركتين وستة تعليقات. وبالقياس الى عدد الأعضاء الذي وصل إلى 943 تعتبر نسبة ضئيلة ويمكن تفسير هذا بأنّ ليس كل من هو عضو في المجموعة يعتبر عضو نشط وفاعل، أغلبهم يكتفون بنضال الصالونات أي بالضغط على زر الإعجاب أو تمرير المنشورات في حركة سريعة لاكتشاف المحتوى أو للوقوع على ما يثير الاهتمام ويعزز الاتجاه القائم لديهم.

ولو عدنا إلى نسبة المنشورات التي تسعى لتعبئة الطلبة وحشدهم للوقوف ضدّ إضراب الفيمينيست كما عبّر عنه الأدمن فإنها لا تتجاوز 10% من مجمل ما يتم تشاركه بين أعضاء المجموعة في فترة التحليل، وما نسبته 90% يدور حول الحراك الشعبي بصفة عامة والتفاعل مع الأحداث التي تتناقلها وسائل الإعلام الخاصة، والتعليق عليها بلغة إمّا تهكمية ساخرة، أو بلغة شديدة تنتقد لا المحتوى وإنما صاحب المنشور أو شخص من ظهر فيه، كما حصل مع أحد المنشورات التي تتحدث عن الناشط على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك «العربي زيوط» وتحدّر منه وتصفه بأحد أجندة الإعلام الموجه.

الخاتمة:

هدفت هذه الورقة إلى استطلاع إمكانية تحقيق تعبئة لصالح دعم قضية إضراب الطلبة من عدمه من خلال ممارسة ما اصطلح عليه بالنضال السيبراني، وذلك عبر تحليل بعض منشورات مجموعة «حراك جامعة بسكرة». وقد خلصنا إلى أن التعبئة التي تتم عبر الشبكات الاجتماعية لن تتحقق إن لم يكن ثمة إجماع شبه كلي حول القضية المعنية بالتعبئة، وهو ما تؤكد مع توحيد اتجاه الجزائريين الذين خرجوا في جمع متتالية بأعداد غفيرة ابتداء من 22 فيفري. كما أن البنية اللامركزية للشبكة لا تسمح بتوحيد جهود التعبئة وقد تؤدي إلى التفرقة بين أعضاء مجموعة ما خاصة إذا تحدثنا عن سهولة الاختراق باستخدام حسابات وهمية ونشر أخبار مزيفة. علاوة على ذلك فإن الحديث عن النضال السيبراني في مجموعة حراك جامعة بسكرة لا يعدو أن يكون مجرد إطلاق منشورات أو تبادلها وتشاركها بين الأعضاء مع خلّوها من هدف التعبئة القائم على تكرار نفس الأفكار في منشورات مختلفة وبصيغ شتى قصد تحقيق تأثير وتشكيل اتجاه مؤيد للإضراب من عدمه وهو ما أبرزته تعدد المساهمات في نشر المحتوى الذي يصّب في عدة مواضيع تخصّ بجمل أحداث الحراك الشعبي، وتستثني أحيانا هذه المنشورات حدث حراك جامعة بسكرة المتمثل أساسا في إجراء الإضراب أو الأصح الامتناع عن الدراسة ومقاطعة الجامعة.

الهوامش :

1. JeanLuc Manise. De l'activisme numérique au militantisme de terrain :de nouvelles formes d'engagement. Etude 2012p p 1_26
2. Ibid ,13
3. Siham nadjar ,Le cyberactivisme dans le maghreb et dans le monde arabe karthala et irmc, 2013.p 33
4. Ibid ,34
5. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، سلسلة أطروحة الدكتوراه، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 234.
6. نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت ، ط 1، بيروت، منتدى المعارف ، 2014، ص 21
7. بيار ليفي، واقعا الافتراضي، تر:رياض الكحال، ط1، المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار 2018، ص 53.
8. JeanLuc Manise.op,cite ; p 16
9. بيار ليفي، المرجع نفسه، ص 61 .
10. نصر الدين لعياضي، الحراك الجزائري والفيديو بين ماكلوهان وموروزوف، مقال نشر على مدونة الباحث المتاحثة على الرابط التالي <https://nlayadi.com>: تاريخ الزيارة :2019/4/25.
11. أحمد بن سعادة، ار ابيسك أمريكان: دور الولايات المتحدة الأمريكية في صناعة ثورات الشاوع العربي، تر:ونام خلف الجراد، ط 1، اتحاد الكتاب العرب 2011، ص 30

الآثار الأخلاقية والقيمية لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خلق الجرائم الإلكترونية

أ. وفاء البار - جامعة بسكرة.

مقدمة:

أسهمت التحولات التكنولوجية التي غرقتها وسائط الإعلام والاتصال الحديثة في تمدد واستطالة وظائفها وأدوارها داخل مختلف أنساق المجتمعية، حيث أصبحت تصدر بذلك المشهد الثقافي، وتتقدم اغلب المؤسسات التقليدية في عملية التأثير والبناء والتشكيل القيمي والثقافي للأجيال الجديدة، ومن ابرز هذه التكنولوجيات، هي مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتمثل في التكنولوجيا التكاملية الاتصالية التفاعلية على شبكة الانترنت، التي استطاعت استقطاب اهتمام الأفراد والمجتمعات نظرا لانفتاحها وسهولة بلوغها إلى الفرد، إضافة لما تتيح من إمكانات تواصلية وتفاعلية لا محدودة، غير أن هذه أخيره لها العديد من التأثيرات الأخلاقية والقيمية والدينية والثقافية والتي هي محور دراستنا هذه .

مصطلحات الدراسة:

الجريمة الإلكترونية: تناولت العديد من الأدبيات مفهوم الجريمة الإلكترونية حيث لا يوجد اجماع على تعريف الجريمة الإلكترونية من حيث كيف تعرف او ما هي الجرائم التي تتضمنها الجريمة الإلكترونية، وكما يقول فان دير هلست وونيف: «هناك غياب لتعريف عام وإطار نظري متسق في هذا الحقل من الجريمة وفي اغلب الأحيان تستخدم مصطلحات الافتراضية والحاسوب والالكترونية والرقمية».

ويتراوح تعريف الجريمة الإلكترونية بين الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسوب إلى الجرائم التي ترتكب باي نوع من المعدات الرقمية وتعريف

الجرائم الالكترونية باختصار على أنها الجرائم التي ترتكب باستخدام الحاسوب والشبكات والمعدات التقنية مثل الجوال.

وتعتمد تعاريف الجريمة الالكترونية في الغالب على الغرض من استخدام هذا المصطلح وتشمل عددا محددًا من الأعمال ضد السرية والنزاهة وتوافر بيانات الكمبيوتر أو أنظمة ويمثل جوهر الجريمة الالكترونية ابعده من هذا الوصف ومع ذلك، فالأعمال ذات الصلة بالحاسوب لأغراض شخصية أو تحقيق مكاسب مالية أو ضرر بما في ذلك أشكال الجرائم المتصلة بالهوية والأفعال المتعلقة بمحتويات الكمبيوتر جميعا تقع ضمن معنى أوسع لمصطلح «الجريمة الالكترونية».⁽¹⁾

القيم: عرفت القيم بأنها مجموعة من المعايير، أو صفات أو خصائص أو أفكار التي تحدد وجهة نظر شخص ما اتجاه العالم، أي أنها بمثابة معتقدات أساسية داخل كل فرد منا، هذه المعتقدات والمعايير تمثل ما يجب وما يكره، وجهات النظر، الميل الداخلي والتحيزات وبالتالي، فإن القيم توفر لنا الركيزة الأساسية لفهم التصور والسلوكيات الشخصية لشخص ما، وتأتي أهمية القيم من كونها قوة فعالة تؤثر على السلوكيات.⁽²⁾

مواقع التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من الشبكات الالكترونية تسمح للمستخدم انشاء حساب او صفحة خاصة به ويتم من خلال هذه الصفحات تبادل الخبرات والمعلومات والقيم والعادات والتقاليد والتعارف الأكثر سهولة وسرعة ومن هذه المواقع نذكر facebook-twitter-whatsap-youtube .

Facebook: موقع اجتماعي على شبكة الانترنت من خلاله التواصل مع الأصدقاء سواء كانوا أصدقاء دراسة او عمل او أصدقاء منطقة واحدة ويمكن التواصل من خلاله أيضا مع أعضاء حول العالم والانضمام الى مجموعات او صفحات حسب ميول واتجاهات ورغبات المشترك.⁽³⁾

Twitter: وهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة التدوين مصغرة tweest والتي تسمح لمستخدميه بارسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك عن طريق ارسال رسالة twitter مباشرة عن طريق موقع او برامج المحادثة الفورية او تطبيقات SMS نصية قصيرة التي يقدمها المطورون.

Youtub: وهو موقع ويب متخصص بمشاركة مقاطع الفيديو، حيث يمكن للمستخدمين تحميل ومشاهدة أي مقطع فيديو على هذا الموقع كما يمكنهم مشاركته مع الآخرين، حيث ان هذه الخدمات متاحة بشكل مجاني.⁽⁴⁾

المجرم المعلوماتي: المجرم المعلوماتي هو شخص يختلف عن المجرم العادي فلا يمكن ان يكون هذا الشخص جاهلا للتقنيات الحديثة المعلوماتية، لقد تنوعت الدراسات التي تحدد المجرم، وشخصيته ومدى جسامة جرمه كأساس لتبرير وتقدير العقوبة في حالة مجرم الكمبيوتر والانترنت وهل هناك نموذج محدد للمجرم المعلوماتي؟ بالتأكيد لا يمكن ان يكون هناك نموذج محدد للمجرم المعلوماتي، وانما هناك سمات مشتركة بين هؤلاء المجرمين ويمكن اجمال تلك السمات فيما يلي:

مجرم متخصص: له القدرة الفائقة في مهارة التقنية ويستغل مداركه ومهاراته في اختراق الشبكات كسر كلمات المرور او الشفرات ويسبح في عالم الشبكات ليحصل على كل غال وثمين من البيانات والمعلومات الموجودة في أجهزة الحواسب ومن خلال الشبكات.

- مجرم يعود للإجرام يتميز بانه يعود للجريمة دائما فهو يوظف مهاراته في كيفية عمل الحواسيب وكيفية تخزين البيانات والمعلومات والتحكم في أنظمة الشبكات في الدخول غير المصرح به مرات ومرات فهو قد لا يحقق جريمة الاختراق بهدف الإيذاء وانما نتيجة شعوره بقدرته في الاختراق.

- مجرم محترف: له من القدرات والمهارات التقنية ما يؤهله لان يوظف مهاراته في الاختراق والسرقة والنصب والاعتداء على حقوق الملكية الفكرية وغيرها من الجرائم مقابل المال.
- مجرم ذكي: حيث يمتلك هذا المجرم من المهارات ما يؤهله للقيام بتعديل وتطوير في الأنظمة الأمنية حتى لا تستطيع ان تلاحقه وتتبع اعماله الاجرامية من خلال الشبكات او داخل أجهزة الحواسيب.⁽⁵⁾

مدخل نظري للدراسة:

- نظرية الغرس الثقافي:

تعرض هذه النظرية التي تتحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي تقدمه وسائل الاعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو ان التلفزيون من بين وسائل الاعلام الجماهيرية نال مكانا بارزا في الحياة اليومية وأنه سيطر على بيئتنا الرمزية، ويأتي البرهان لنظرية الغرس الثقافي من تحليل محتوى التلفزيون الأمريكي بشكل منظم والذي نفذ سنوات حيث اظهر تشوهات كبيرة في مجال العائلة والأدوار والعمر والموت والتربية والعنف والجريمة.

البرهان الثاني الذي تقوم عليه نظرية الغرس الثقافي يأتي من مسح الراي والاتجاهات التي تقوم وجهة النظر القائلة بان التعرض الكثيف للتلفزيون ينهي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي نراه على شاشة التلفزيون ما هو الا صورة هائلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه، وتعد نظرية الغرس الثقافي جزءا من المشروع الذي أطلق عليه المؤثرات الثقافية والذي يهتم بثلاث قضايا متداخلة وهي:

- دراسة العمليات والضغوط التي تؤثر على محتوى وسائل الإعلام.
- الصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- العلاقة بين التعرض للتلفزيون واعتمادات الجمهور وسلوكهم.⁽⁶⁾

فعند اسقاط مفهوم النظرية على مواقع التواصل الاجتماعي نجد انها لها نفس التأثيرات التي يحملها التلفزيون والتي قامت عليه دراسات النظرية حيث يؤثر في المستخدم من خلال المحتوى والذي يضغط عليه بصفة غير مباشر ويكون له صورة ذهنية معينة وهذه الأفكار والخلفيات تتجسد في السلوك النابع من المستخدم واغلب هذه التأثيرات تكون سلبية بنسبة كبيرة على حسب الدراسات الموجودة. وتقوم هذه النظرية على مجموعة من الفروض تتمثل في:

- يعد التلفزيون وسيلة فريدة الغرس الثقافي تختلف عن وسائل اتصال أخرى.
- تشكل وسائل التلفزيون نظاما متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد في ثقافتنا.
- تحليل رسائل التلفزيون يدنا بمعلومات اكيدة عن عملية الغرس الثقافي.
- يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصورة الذهنية على المدى البعيد.
- يركز تحليل الغرس على تدعيم الاستقرار وتجانس النتائج.⁽⁷⁾

وهذه الفروض تنطبق على وسائل الاعلام الجديدة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي والذي يحمل صفات مشتركة مع وسيلة التلفاز حيث يعتمد على الجانب السمعي والبصري فله مؤثرات تجعل المستخدمين مدمنين عليه بطريقة سريعة ويلفت الانتباه كذلك فهو يغرس ثقافات وأفكار وسلوكيات جديدة في الفرد.

وتتمثل الانتقادات الموجهة لهذه النظرية فيما يلي: توصل هو كينزوبنجري الى ان الوقت الأساسي للتلفزيون ليس دراما فقط وان التعرض لأنماط برامج معينة يكون اكثر دلالة في عملية الغرس الثقافي من اجمالي، كما انتقد منظرو مدخل الاستخدامات والإشباعات النظرية وقالوا ان جربنر لم يبذل جهد للفرقة بين الذين يشاهدون بطريقة انتقائية، وان الغرس يمكن ان يكون تابعا لمتغير الدوافع وليس للتعرض، و افترض زيلمان

ان نموذج التناظر يمكن ان يفسر التعرض الانتقائي افضل من نظرية جربنر، كما افترض ماكدونالد ودوب ان هناك متغيرات أخرى في عملية الغرس أهمها العوامل الديمغرافية.⁽⁸⁾

وهنا نرى ان اغلب الانتقادات كانت حول مضامين الرسائل النابعة من وسيلة التلفاز والتي تؤدي الى الغرس فهي ليست مضامين ثابتة بل متغيرة وهذا راجع الى اختيار المشاهد المضمون الذي يريد التعرض اليه مثله مثل مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي فهو المسؤول الوحيد على المضامين التي يتعرض لها وبالتالي فان المستخدم هو كذلك لديه دور كبير في تشكيل الغرس لديه وليس على الوسيلة فقط.

- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتنحصر رؤيتها للجمهور على انه فعال في انتقاء الرسالة ومضمون الوسيلة الإعلامية خلافا للنظريات السابقة مثل الرصاصة السحرية التي ترى الجمهور عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد، فأسلوب الافراد امام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية. فخلال الأربعينيات من القرن (20)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام اذ صار الاهتمام منصبا على «رضا المستخدمين» وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟ من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على إنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو ماذا تفعل وسائل الاعلام بجمهورها؟، ويمكننا ان ندرك بان محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية

او الوسيلة الاتصالية.⁽⁹⁾ فمن خلال هذا المنظور نرى أن نظرية الاستخدامات والإشباع تقوم على ردة فعل المتلقي للمضامين الإعلامية حيث ان هناك فروقات فردية بين الافراد فكل فرد له خصوصيته في استقبال المضمون فهو يستخدم الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجته منها.

هذه النظرية جاءت من خلال نشاط دؤوب للعلماء (كاتز، وبلومر)، وكانت بداية أفكار النظرية من خلال كتابها «استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري»، قد يعتقد البعض ان الإجابة سهلة عن تساؤلات النظرية على أساس ان الناس الناس يتواصلون مع وسائل الاعلام لحاجات تتمثل في معرفة الاخبار وتفسير الاحداث والتسلية والترفيه، والتعلم والتعليم والتعارف والتفاعل الاجتماعي وغيرها من الوظائف المتعارف عليها، الا ان هذه الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق بمكونات الانسان النفسية والاجتماعية وهو ابرز ما يميز تفسيرات النظرية، لذا النظرية تعتمد على ان الافراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجون للإعلام والاتصال وتمثلت فروض هذه النظرية في:

- ان أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- ان أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وان وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
- ان افراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون الى تليبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط. (10)

وتسعى هذه النظرية من خلال فروضها الى دراسة تأثيرات المضامين الإعلامية بمختلف أنواعها على المتلقي والتي تكون من اختياره الخاص لإشباع حاجاته المختلفة وبالتالي فهي تؤثر على سلوكه وأفكاره واتجاهاته.

ماهية النسق القيمي في المجتمع:

النسق القيمي و التنشئة الاجتماعية:

يوجد هناك ترابط وثيق بين النسق القيمي والتنشئة الاجتماعية حيث يتشكل النسق القيمي من المعايير والاحكام التي تتكون لدى الفرد ومن خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهدافه وتوجهاته، وتعمل على توجيه سلوكه وضبطه وتنظيم علاقاته في المجتمع، وبهذا التشكيل فالمدلول السوسيولوجي للنسق القيمي يأخذ دلالة الارتقاء المعنوي والملموس وفق سياق تصوري مركزي إيجابي، كما انه يشكل إثبات وجود الذات الأصلية أخلاقيا، كما يمكن اعتباره ادراك ووعي الفرد لنفسه وللآخر والتحرر والتميز وفق مبدأ العقل والتأمل، وهو بذلك التزام وممارسة واعية للحرية كواجب أخلاقي وجوهري فكري.

ومن وجهة نظر سسيولوجية فالتنشئة الاجتماعية ضمن السياق الاجتماعي الكلي تعتبر «نسق تطوري وتراكمي للقواعد وللقيم، يتمكن من خلاله الفرد استعاب مختلف السلوكات والمعايير وأنماط التفكير الخاصة بمحيطه السوسيوثقافي الذي ينتمي اليه، وتأخذ الاسرة كمؤسسة اجتماعية وكنسق بنيوي مركزية تأسيس الاتصال والتفاعل وتأصيل المبادئ والمهارات بمستوى قيمي باعتبارها مؤسسة متعددة الوظائف ورأس المال الثقافي وبهذا المدلول فالتنشئة مهمة اسرية أساسها المحوري تنمية الأدوار الاجتماعية. (11) ومن

خلال هذا نرى ان الاسرة هي المدرسة الأولى التي ترسم معالم شخصية الفرد وتغرس فيه قيمه الأخلاقية والدينية والتي تحدد سلوكه مستقبلا.

العلاقة بين الاخلاق والنسق القيمي:

أحد مكونات السوسيولوجيا عند اوغست كونت تتمثل في علم الاخلاق باعتبارها علم يبحث في الاحكام القيمية التي تنصب على الأفعال الإنسانية و السلوك الخلفي الذي اصطلح عليه المجتمع، ويتكون هذا السلوك من مجموعة من القواعد التي تبين للافراد كيف يجب ان يتصرفوا في الحالات والمواقف التي تعرض لهم من دون ان يخالفوا في ذلك ضمائرهم او العرف السائد في مجتمعهم، و ضمن هذا الطرح يعرف لالاند الاخلاق على انها ما يتعلق اما بالآداب واما بالقواعد السلوكية المسلم بها في عصر ما في مجتمع معين تكون واقعة اجتماعية سوية بالنسبة الى نمط اجتماعي معين.⁽¹²⁾

وفي اطار هذه المقاربة نجد ان الاخلاق تعتبر نظام قيمي يحمي الأنساق البنائية داخل المجتمع من الغزو الفكري خصوصا بعد ظهور العولمة والتي أعطت مساحة كبيرة لوسائل الاعلام الجديد من غزو بيوت المجتمعات الإسلامية خاصة حيث تواجه تذويب ثقافي من خلال هذه الوسائل فهي تحترق أفكار وقيم و سلوكات الفرد من خلال استخدامها، ومن خلال الممارسات نجد ان الاخلاق تعتبر بنية محورية قاعدية سلوكية تحدد السلوك الإنساني وتنظمه.

تأثير وسائل الاتصال الجديدة على النسق القيمي:

في ظل حتمية تكنولوجيات الاتصال الحديثة وكثافة الاهتمام وتنوع وتعقد عمليات الاستخدام من طرف الافراد والمؤسسات، قد يشهد المجتمع الجزائري تغير على مستوى البنات المشكلة للنسق، وباعتبارها الأنساق المجتمعية بنى محورية قد تتأثر وظائفها بهذا التغير مما قد يشكل خلل على مستوى الأدوار، وهذا في ظل دخول عناصر ثقافية غريبة لا ترتقي الى مستوى القيمة.

وعليه فالاتصال يعمل على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة الى الأجيال الآتية، فبتطور المجتمعات وانعزالهم وتناثرهم عن بعض، أصبحت وظيفة نقل التراث عبر وسائل الاعلام ووظيفة أساسية وضرورية وذلك للحفاظ على التراث الثقافي للمجتمع، ويشكل الاتصال ضمن حقل القيم والمعايير الاجتماعية تفاعل بين افراد المجتمع، باعتبارها السلوك الذي ينتقل من جيل الى جيل يشكل ثقافة، ومن هنا تظهر التربية ونفعلها وممارستها على مستوى نسق المؤسسات الإعلامية المحلية وعلى مستوى الاسرة الناقلة للأفكار وللقيم.

كما ان تميز النسق التكنو اعلامي اتصالي بالمكونات البنائية والشبكية والسمات التفاعلية، اثبتت قوة تجاوزت تأثيراتها الابعاد المادية في اتجاه خلق تشكيلات افتراضية، وازمة تحولات عميقة في البنيات المجتمعية محورها اتساع الفضاء اتصالي والتقارب الزماني والمكاني، و⁽¹³⁾ الارتباط بالآخر والتحول البنيوي لحاجات الافراد من حيث تعددها وتنوعها، باعتبار خلق حاجات ورغبات جديدة لدى الافراد تؤدي الى خلق أنماط مختلفة من التبذير والاستهلاك غير العقلاني، وانتشار قيم جديدة بعيدة عن قيم الإسلامية.

ومنه فحقل القيم داخل زمن مجتمع الاعلام والاتصال تميز بالنسبة والتغير، وهذا قد يؤول الى طبيعة وخصوصيات وتنوع احتياجات الأبنية المجتمعية، وما تفرضه سمات النسق التكنولوجي الإعلامي اتصالي من تطور متسارع من حيث التحديث واغلجودة، وكذا تحول البنيات المشكلة للبناء اتصالي المعاصر، وعليه فالنسق التكنولوجي الإعلامي لا يقتصر على التحديث المتتالي للمكونات البنائية فحسب، بل تعدى في غالب الأحيان الى حتمية ممارسة الفرد له، وهو بذلك قد تجاوز وعي الفرد المستخدم، مما يؤدي الى تحول و الإقرار بان الاستخدام غير مؤسس يشكل أزمات مجتمعية عميقة.⁽¹⁴⁾

ومن خلال هذا نستنتج ان النسق التكنو اعلامي له دورا فعال في تغيير النسق القيمي للفرد حيث يعمل على الغزو الفكري والثقافي وبالتالي يحدث خلل

في مكونات البنية داخل المجتمع وبالتالي يشكل أزمات ومنها الجرائم الالكترونية حيث تقوم هذه الأخيرة عن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد.

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي :

خصائصها:

يعتبر التواصل مع الآخرين أحد الفنون التي ينبغي التعامل معها بحذر، لتعطي نتائج إيجابية ولذلك هناك مجموعة من الخصائص التي تساعد على التواصل مع الآخرين بشكل إيجابي يمكن تلخيصها في:

- تقوى الله مراقبته (ولا تقف ما ليس لك به علم ان السمع والبصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسؤولاً) الاسراء.

- استخدام الشبكات من خلال التحلي بالآداب والاخلاق الإنسانية
online-offline

- احترام الأنظمة التي تضعها ماقع التواصل (أحيانا يكون العيب فينا وليس فيها)

- المصادقية احترام الذات والآخرين والتحلي بمواصفات المسلم الصالح والمواطنة الصالحة. (15)

- الوضوح: على المستخدم ان يستعين بعبارات واضحة وسهلة الفهم، على الا تحمل أكثر من معنى للحد من التشويش او الارتباك.

- الاكتمال: تقديم صورة كاملة مزودة بكافة المعلومات التي يحتاجها الطرف الآخر.

- الايجاز: احرص على الايجاز قدر الإمكان، مع عدم الاخلال بالمبدأ السابق، مع ضمان عدم تقديم معلومات ليست ذات صلة، والابتعاد كذلك عن التكرار غير الضروري.

اهم العوامل الرئيسية فيها: راء ظاهرة الاعلام عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته ولاسيما ما تعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الالياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة الى ان أفرزت شبكة (الانترنت) التي تشكل حالياً، لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة، المسموعة، المرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية.

العامل الاقتصادي: التمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلب من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تحقق المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوماً بعد يوم.

العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام من قبل القوى السياسية هدفها احكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في العالم، عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.⁽¹⁶⁾

عرض أهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي: تتميز تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي بتعدد منصات تشغيلها، فهي تلك التطبيقات التي تطورت لتستخدم من خلال الهواتف الذكية بعد انتشارها الواسع على الإنترنت، ومن أبرزها التطبيقات الآتية:

الفيسبوك: بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة من مارك زوكربيرج الذي كان أحد طلبة جامعة هارفارد والذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، وكانت فكرة زوكربيرج تقضي بإنشاء موقع إنترنت يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج وبالفعل نفذ فكرته هذه التي أرتت النور في العام 2004م، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحاً لأن الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط ، فاستعان

زوكربيرج بصديقه «دستن موسكويتز»، و«هيوز كريس» لبناء الفيسبوك الذي استطاع في غضون 4 أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى.

في عام 2007م، حقق القائمون على الموقع إمكانات تجديده لهذه الشبكة، ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما ازادت هذه الخاصية مشهورة موقع الفيسبوك، حيث أصبح متاحا لجميع أنحاء العالم ووصلت أعداد المستخدمين النشطين شهريا في فيسبوك إلى 1.97 مليار مستخدم بزيادة قدرها 17% عن نفس المدة في العام الماضي، و يرى مؤسس فيسبوك أن هذا الوقت هو العصر الذهبي للفيديو، مؤكدا أن خدمات الفيديو على فيسبوك حققت تقدما لافتا ويعتمد الفيسبوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والمطورين ابتكار تطبيقاتهم الخاصة و تطويرها على الموقع وإتاحتها للمستخدمين العاديين، وذلك بدأ بأبسط الاختبارات الترفيهية وصولا إلى عقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع الخدمانية الأخرى كاليوتوب، وتويتر، وغيرها من تطبيقات الإعلام الاجتماعي وللفيسبوك تطبيق يعمل على الأجهزة الذكية الحديثة ، ويمكن للمستخدمين تنفيذ الخيارات العادية كافة و استخدامها كما هي متاحة في موقع الفيسبوك على الويب، كما تمتلك فيسبوك عدة تطبيقات أخرى خاصة بالهواتف الذكية مثل تطبيق فيسبوك كمانجر الخاص بالتراسل الفوري، وتطبيق Pages الخاص بإدارة الصفحات، وMention الخاص بإدارة الصفحات الموثقة، وGroups الذي مكن المستخدم من التواصل وإدارة المجموعات المشترك فيها، Events الخاص بالمناسبات، ومؤخرا أصدرت شركة فيسبوك تطبيق Workplace وتطبيق Workcha فالموجهين للشركات و المؤسسات .

ويمكن من خلال Workplace إنشاء مجموعات لطرح نقاشات بين أعضاء فريق العمل مع إمكان تبادل الملفات بين المستخدمين، كما أتاحت

فيسبوك للشركات المختلفة إمكانية التواصل فيما بينها بسهولة تامة، حيث يمكن لمجموعة في شركة ما الانضمام إلى مجموعة في شركة ثانية وبدء المحادثات دون مشاكل، ودون الحاجة إلى فتح حساب بمشترك بين الشركتين.⁽¹⁷⁾

التويتير: يعد تويتير أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، كونه يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال «تغريدات» بحد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة مباشرة عن طريق موقع تويتير أو تطبيق تويتير على الهواتف الذكية، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو تطبيقات المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون وتظهر التحديثات التي يكتبها المستخدم على صفحته الرئيسية ويمكن لأصدقائه والناس عموماً قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق الدخول للملف الشخصي للمستخدم.

وأنشأت شركة (Obvious)، والتي مقرها سان فرانسيسكو، تويتير كخدمة، ثم فصلتها في شركة مستقلة تحمل اسم «تويتير (Twitter)»، وذلك في شهر فبراير 2007م.

ويتميز مستخدمو تويتير أن أغلبهم من المحترفين والمختصين، بغض النظر عن نوع هذا الاحتراف أو الاختصاص، فأنت بمجرد دخولك إلى التويتير تستطيع البحث عن المواضيع التي تهم اختصاصك ومتابعة أخبار المحترفين في هذا الاختصاص من حساباتهم على التويتير، فالنسبة الأغلب من مستخدمي تويتير يستخدمونه هذا الموقع لنشر أفكارهم وأخبارهم وتعليقاتهم عن مجال عملهم أو أي موضوع آخر، هذا لا يعني أن مستخدم تويتير لا يمكنه كسب أصدقاء أو نشر شيء يخص حالته النفسية على تويتير، لكن استخدامه كطريقة أو وسيلة للتواصل الاجتماعي الفعلي و تشكيل روابط قوية مع الناس يبقى أضعف و أقل مرونة من Facebook ويوفر تويتير خدمة حماية الحساب التي تتيح للمستخدم ألا يتابعها أي شخص إلا بعد موافقته، لكن الخيار الافتراضي

عند إنشاء الحساب يكون عاما ويستطيع أي مستخدم آخر متابعة ما يكتبه المستخدمون ورؤيته، ويتميز تويتر بعده مزايا من بينها :

- سرعة إضافة الأصدقاء، فيكفي أن تنقر على زر متابعة لتكوين صداقة بشكل آني مع أي شخص.
- لا يوجد حد لعدد الأصدقاء في تويتر.
- يتيح التواصل والتعرف على أشخاص لمن نكن نعرفهم، وذلك بسبب مشاركة نفس الاهتمامات مما تتيح نقل المعرفة.
- المخاطرة الأمنية في التويتر أقل من غيره.
- التحديث السريع للأخبار والأحداث.

ويشتهر التويتر بأنه أول شبكة اجتماعية تستخدم «الهاشتاغ»، وهو وسم يتم وضعه كنص في التويته مسبقا بالرمز (#) ليدل على حدث معين، وعند الضغط عليه ستظهر كل التويتات التي تضم نفس الهاشتاغ حتى لو كانت لأشخاص لا يتابعهم المستخدم أو ليسوا من أصدقائه.⁽¹⁸⁾

اليوتيوب: تأسس موقع اليوتيوب في 2005م على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال هم «تشاد هيرلي» و «ستيف تشين» و «جاود كريم»، في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية «الادوبي فلاش» لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتواه بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، والفيديو المنتج الذي ينتجه الهواة وغيرها.

وفي عام 2006 قامت شركة جوجل، بشراء شركة اليوتيوب مقابل 1.65 دولار في صورة أسهم، وبحسب موقع اليكسا المختص في ترتيب المواقع يعتبر اليوتيوب حاليا ثاني أكبر المواقع الشعبية في العالم بعد جوجل.

ويتميز يوتيوب بإمكان مشاركة ملفات الفيديو، وإمكان البث المباشر من خلال الموقع وفق شروط معينة، بالإضافة الى توفيره خاصية التعليقات، وإنشاء صفحة خاصة بالمستخدم، و يتيح يوتيوب إمكانات أوسع بكثير من تحميل مواد الفيديو و تنزيلها و مشاهدتها، بل يعطي أيضا مؤشرات عن طبيعة الأشخاص الذين قاموا بنشر فيديو معين، مما يتيح تتبعهم و التأكد من صحة ما نشر ، بالإضافة الى ذلك يمكن التعرف على تاريخ نشر الفيديو، بالإضافة الى إمكان الاستفادة مما ينشره المستخدمون العاديون لاستخدامه في وسائل الاعلام المختلفة، كما يتيح إمكان العودة الى البرامج التي لم يستطع المستخدم مشاهدتها، ويتميز اليوتيوب بعدة مزايا هي الآتية:

أ- جعل إمكان توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة.

ب- أتاح إمكان إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب.

ت- سهولة الاستعمال والمشاهدة.

ث- إعطاء إمكان تعديل الفيديو قبل نشره.

الانستغرام: هو تطبيق من التطبيقات الحديثة التي تم تحديثها وإنشاؤها للهواتف الذكية وأطلق عام 2010م، و يتيح التطبيق للمستخدم نشر الصور المختلفة التي يرغب في عرضها بالإضافة الى تنزيل مقاطع الفيديوهات القصيرة، بالإضافة الى متابعة حسابات أخرى لديها حساب على الانستغرام.

وحقق التطبيق نجاحا كبيرا، مما فتح شهية الفيسبوك للاستحواذ عليه في أبريل 2012م بقيمة مليار دولار لجعله أكثر تلائما مع شبكتها الاجتماعية منه ماديا عبر الإعلانات التي تظهر لدى المستخدمين.

في ديسمبر عام 2010م، حصل التطبيق على مليون مستخدم، وبعد سنة أي في عام 2011م حصل التطبيق على زيادة 500 % من المستخدمين ليصل العدد

الى 5 ملايين مستخدم، وفي السنة الثالثة للتطبيق تضاعف العدد، خصوصا مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد، ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم، وفي 2016م أعلنت انستغرام أن عدد مستخدمي التطبيق على مستوى العالم، وصل الى رقم قياسي جديد هو 500 مليون مستخدم شهري. (19)

جوجل بلس: وهي شبكة اجتماعية تابعة لشركة جوجل العالمية، أنشأتها في عام 2011م، لمنافسة شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسهم فيس بوك وتويتر.

و رغم ذلك فقط كشفت دراسة بحثية أن شبكة «جوجل بلس» الاجتماعية هي أقل استخداما من رواد الشبكات الاجتماعية في مشاركة المحتوى مع الأصدقاء، وتشير الدراسة التي قامت بها شركة «gigya» أن الفيس بوك يملك أعلى نسبة استخدام لمشاركة المحتوى مع الأصدقاء و ذلك بنسبة 50% فيما يأتي التويتر في المرتبة الثانية بنسبة 24%.

وتركز جوجل بلس في خدماتها على جذب المستخدمين والعملاء المستائين من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وتعمل ضمنهم إليها واستقطابهم ليجدوا الفرق الواضح عندها عن غيرها.

وتدور فكرة الخدمة حول مفهوم الحلقات أو ما يسمى Circles التي تتيح للمستخدمين القيام بعملية تقسيم للأصدقاء والأقارب في حلقات وفقا لتصنيفاتهم، فعلى سبيل المثال يمكن وضع الأشخاص الذي تنوي مقابلتهم في حلقة معا، بينما يتم وضع الأقارب والاهل في حلقة خاصة بهم وهكذا بعد ذلك، يمكن للمستخدم أن يجدد المعلومات التي يمكن أن تراها كل مجموعة، بالإضافة الى امتلاك الشبكة الاجتماعية مساحة قصوى من الخصوصية لمستخدمي هذه الخدمة، كذلك تتميز بامتلاكها لتقنيات وأساليب وطرق عديدة و غير موجودة عند البقية من شبكات التواصل الاجتماعي، مثل التنوع في شكل عرض الصور والفيديو وإجراءات المحادثات المرئية بين المستخدمين .

ويوفر تطبيق جوجل بلس خاصية Hangouts فتضمن للمستخدم التعرف على الأشخاص الموجودين على شبكة الانترنت وهي تشبه الى حد ما خدمة المحادثة المرئية، كما أن التطبيق مزود بخاصية Instant Upload التي تقوم تلقائيا برفع كل الصور ومقاطع الفيديو الموجودة في الهاتف الشخصي للمستخدم الى ملفه الشخصي، بحيث يمكنه تحديد الأشخاص الذي يمكنهم تبادل هذا المحتوى ورؤيته.

تطبيقات التراسل الفوري: تتميز تطبيقات التراسل الفوري بأنها صممت للعمل على الهواتف الذكية، فهي تلك التطبيقات التي صممت خصيصا لتستخدم من خلال الهواتف الذكية، وتقوم فكرتها الرئيسية على أساس التواصل الفوري بين المستخدمين الذين قاموا بتنزيل التطبيق على هواتفهم، وتعتمد في الدخول الى التطبيق على رقم الهاتف او الحسابات الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها التطبيقات التالية:

الواتس أب: هو تطبيق للتراسل الفوري يستخدم من خلال الهواتف الذكية، تم إنشاؤه عام 2009م من قبل «بريان أكتون» و «جان كوم»، وفي عام 2014م استحوذت شركة فيس بوك عليه بمقدار تسعة عشر مليار دولار امريكي.

يقوم الواتس اب بارسال الرسائل النصية والصور وملفات الفيديو والصوت على الهواتف الذكية مجانا حول العالم، ويتيح التطبيق إنشاء المجموعات المشتركة ولكن المجموعة لا تزيد على 256 مشتركا، ويتزامن مع جهات الاتصال المخزنة في الهاتف، وينمو استخدامه سريعا.

بلغ عدد مستخدمي هذا التطبيق عام 2016م الى مليار شخص، ويقدم خدماته بثلاثة وخمسون لغة، وينقل حوالي 42 مليار رسالة يوميا، كما أن مستخدميه يرسلون حوالي 6.1 مليار صورة فتوغرافية و250 مليون ملف فيديو يوميا. يتميز الواتس أب بانه مجاني تماما، وسهل الاستخدام ويشفر

المحادثات الخاصة والحصول على إشعارات إن أردت حتى أثناء إغلاق صفحة الواتس أب، وسهولة التحكم في الصور لرفعها وحفظها، وكذلك مشاركة الملفات من خلال المحادثة سواء كانت خاصة أو جماعية.

فيس بوك ماسنجر: هو تطبيق دردشة فورية من فيس بوك يتيح للمستخدم الدردشة مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية وإرسال صور، ويتوفر التطبيق على الهواتف الذكية ويدعم عدة لغات.

ويتيح فيس بوك ماسنجر مراسلة المستخدمين مجاناً، من خلال الوصول إليهم على هواتفهم أو على الويب، ومعرفة الأشخاص الذين قرؤوا الرسائل المرسلة و الذين لم يقرؤوها، كما يتيح عمل محادثة جماعية ، ومشاركة الصور والفيديوهات والملصقات، كما يمكن المستخدم من الوصول الى رسائله ومحادثاته أينما سجل دخوله إلى فيسبوك، وهو ما لا يوفره أي من تطبيقات المحادثة الفورية ويقوم فيس بوك بتحديث تطبيق الدردشة الفورية بين مدة وأخرى وبدأت مؤخراً بطرح ميزة جديدة ضمن تطبيق المراسلة خاصتها فيس بوك ماسنجر وتتيح هذه الميزة للمستخدمين الاقتراح ضمن المحادثات الجماعية عبر التطبيق، كما حصل التطبيق على تحديث جديد في عام 2016 أضاف له إمكان التبديل بين حسابات الماسنجر الأخرى، بالإضافة الى إمكان التسجيل بدون أن يكون للمستخدم حساب على شبكة فيس بوك وذلك عن طريق رقم الهاتف المحمول.

التيلاجرام:هو تطبيق للتراسل الفوري، مفتوح المصدر جزئياً ومتعدد المنصات، فهو متوفر على الهواتف الذكية ومتوفر على الحواسيب أيضاً، يركز على الناحية الأمنية، ويمكن المستخدمين من تبادل الرسائل بإمكان تشفير عال بما في ذلك الصور والفيديو والوثائق، وكان قد أسسه عام 2013م الأخوان نيكولاي وبافل دروف.

وأطلقت شركة تيليجرام تحديثا لتطبيق التراسل الفوري عبر الأجهزة الذكية، في عام 2014م جلب التحديث معه عدة مزايا، حيث أصبح حذف رسائل الدردشة السرية من أحد الأطراف يتسبب بحذفها من عند الطرف الآخر، ووفر التحديث إمكان إرسال الرسائل الصوتية، بالإضافة الى تحميل الرسائل في الخلفية، مما يجلب سرعة تحميل الملفات، خاصة الكبيرة منها.⁽²⁰⁾

الفايبر: هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية، بالإضافة الى العديد من المنصات الأخرى، و يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل نصية، وصورا و فيديو، وملفات صوت، بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج، وهو من تطور شركة الفايبر ميديا، ويتوفر البرنامج ب10 لغات من بينها اللغة العربية ، ففي البداية تم إطلاق البرنامج ليعمل على جهاز آيفون في ديسمبر 2010 لينافس برنامج سكايب، وفي عام 2011م أطلقت الشركة النهائية لنظام أندرويد، وبحسب فاير 2016م فان التطبيق يمتلك أكثر من 711 مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم، وأعلنت فاير أيضا عن إطلاق ميزة لتشفير محادثات محددة من الشاشة الرئيسية بحيث لا يمكن لأي أحد أن يعلم بوجودها .

سناب شات: يقدم سناب شات فرصة مشاركة الصور و مقاطع الفيديو مع الأصدقاء دون الحاجة إلى القلق من إمتلاء ذاكرة الجهاز، فكل ما تشاركه على سناب شات يتم تخزينه بشكل مؤقت على الخدمات السحابية للتطبيق، والمحتوى لا يبقى سوى لمدة محدودة ليتم إزالته لاحقا، ويستخدم تطبيق سناب شات، الذي تم إطلاقه في عام 2011م، أكثر من 100 مليون مستخدم نشط يوميا، تنتمي الغالبية العظمى منهم إلى فئة العمرية بين 13 و 35 عاما، و يستخدم التطبيق من قبل 41 % من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 13

و 17 عاما، بحسب دراسة أجراها مركز «بيو» للأبحاث العام الماضي، مما يجعله ثالث أكثر وسائل التواصل الاجتماعي شهرة بعد الفيس بوك وإنستغرام.

ويتميز التطبيق بعدة مميزات لا توجد في تطبيقات أخرى، من بينها خدمة اكتشاف وهي طريقة لإيجاد القصص المرسله من فرق تحرير محددة، و يمكن الوصول الى قسم اكتشاف عبر الضغط على رمز اكتشاف وهو عبارة عن رمز دائري صغير موجود في الجهة اليمنى من زاوية الشاشة، كما يمكن الوصول اليه عن طريق التمرير إلى اليسار من ضمن الشاشة الرئيسة، ويعرض للمستخدم قائمة بكل فرق التحرير المحددة والموجودة ضمن البرنامج مثل قناة سناب شات الخاصة بالتطبيق وقناة سي إن إن CNN وصحيفة الديلي ميل Daily Mail والمزيد غيرها، وتقول سناب تشات ان هذه الخدمة ستقدم الأخبار للمستخدم بطريقة مختلفة.

ومع استمرار التطور السريع للتكنولوجيا، لا يمكن حصر التطبيقات فهي تتطور في كل يوم، كما تظهر تطبيقات جديدة كلما ظهرت أفكار جديدة لمطوري هذه التطبيقات، ولا تعد التطبيقات السابقة هي الوحيدة التي تقدم خدمات التواصل الاجتماعي أو التراسل الفوري، فقد ظهر قبلها تطبيقات مثل سكايب والهوت ميل ماسنجر والياهو ماسنجر، والتي كانت تقدم خدمات المراسلة لكنها لم تكن فورية لعدم وجود هواتف ذكية.⁽²¹⁾

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على قيم واخلاق الفرد وخلقته للجرائم الالكترونية

- التأثيرات القيمية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي: أشار العديد من الباحثين ان شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها تتيح إمكانية التواصل، مما يجعلك تشعر دائما بانك على اتصال بمجتمع أكبر لكن هذا التواصل العرض السهل في نطاق البيئة

الالكترونية له جوانبه السلبية كذلك على الاخلاقيات والقيم واول
تأثير نذكر:

- الإدمان والعزلة الاجتماعية: فلا شك ان صفحة الفيس بوك من إبراز
مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير
جدا لينتهي الامر بالإدمان الذي يؤدي الى العزلة عن المجتمع مما يؤدي
الى هدر الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى
الذي ترك يواجه الفرع والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الامل في
مستقبله فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة، التي تتحول مع
الوقت الى الإدمان اشبه بإدمان المخدرات، لا يمكن الخلاص منه فيظل
مرابطا امام هذه الشبكة بالساعات في اليوم الواحد.

ظهور لغة جديدة بين الشباب تتميز هذه اللغة بمصطلحات خاصة لا
يعرفها الا من يعرفهم ويعرف مصطلحاتهم، حيث يتحدث الشباب في
محادثاتهم عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي اللغة العربية بحروف
فرنسية او تحويل بعض الحروف الى أرقام مثل ح=7 وء=2، ولا يخفي علينا
بان مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك اشبه بموقع تعارف وذلك
بدون رقابة. ويمكن تلخيص هذه التأثيرات في النقاط الأساسية التالية:

- الشعور الوهمي بالاتصال
- تدهور التواصل الاسري
- الإهمال بالواجبات الاسرية
- الإدمان
- البلطجة او التنمر الالكتروني
- انخفاض الإنتاجية وقتل الابداع
- التناقض في الشخصية بين online وoffline
- الخصوصية

- جرائم الانترنت
- نفاذ الصبر ومتلازمة السرعة
- الاكتئاب. (22)

بروز الجرائم الالكترونية في المجتمع:

ومن خلال ما سبق حول التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي نرى انها تؤدي بطريقة غير مباشرة الى خلق الجرائم الالكترونية والتي بدورها تؤدي الى دخول الفرد في اللاوعي من خلال سلوكاته وتصرفاته الغير ناضجة وخارجة عن القانون ومن أنواع هذه الجرائم نذكر:

- جريمة الكترونية تستهدف الافراد ويطلق عليها أيضا مسمى جرائم الانترنت الشخصية والتي تقتضي على الحصول بطريقة غير شرعية على هوية الافراد الالكترونية كالبريد الالكتروني وكلمة السر الخاصة بهم وكما تمتد لتصل الى انتحال الشخصية الالكترونية وسحب الصور والملفات المهمة من جهاز الضحية لتهديده بها واخضاعه للأوامر، كما تعتبر سرقة الاشتراك أيضا من الجرائم ضد الأفراد.

- جريمة الكترونية تستهدف الملكية يستهدف هذا النوع من الجريمة الجهات الحكومية والخاصة والشخصية ويركز على تدمير الملفات الهامة أو البرامج ذات ملكية الخاصة ويكون ذلك عبر برامج ضارة يتم نقلها الى جهاز المستخدم بعدة طرق من أبرزها الرسائل الالكترونية.

- جريمة الكترونية تستهدف الحكومات وهي هجمات يشنها القرصنة على المواقع الرسمية الحكومية وأنظمة شبكاتها والتي تركز جل اهتمامها على القضاء على البنية التحتية للمواقع او النظام الشبكي وتدميره بالكامل ومثل هذه الهجمات في الغالب يكون الهدف منها سياسيا.

- الجرائم السياسية الالكترونية والتي تركز على استهداف المواقع العسكرية لبعض الدول لسرقة المعلومات التي تتعلق بأمن الدولة.
- سرقة المعلومات المؤقتة الكترونيا ونشرها بطرق غير شرعية.
- جرائم السب والشتم والقدح.
- جرائم التشهير ويكون هدفها الإساءة لسمعة الافراد.
- جرائم الاعتداء على الأموال او الابتزاز الالكتروني.
- الوصول الى المواقع المحجوبة.
- الجرائم الجنسية الالكترونية.
- جرائم الاعتداء على الأموال المؤسسات المصرفية ومالية وبنوك. (23)

كيفية الوقاية منها:

ولهذه الجرائم المختلفة يوجد لديها أساليب لمكافحةها والوقاية منها وتتمثل هذه الأساليب فيمايلي:

الجانب الأمني للحماية:

يتعلق هذا الجانب بكل ما هو فني وتقني لحماية شبكة الانترنت والكمبيوتر وسوف نطرحه في ثلاث نقاط مسائل تتعلق بأمن المعلومات ومهددات امن المعلومات وفي الأخير الإجراءات الأمنية.

مسائل تتعلق بأمن المعلومات يتعلق امن المعلومات بالمواضيع التالية:

- المسألة الإدارية: يوجد في كل مؤسسة كمية هائلة من المعلومات تخزن الحاسوب ونظرا لأهميتها تحتاج اهتمام أمني.
- المسألة المالية: تتمثل في الكلفة المالية المصروفة قصد حماية النظم المعلوماتية والحاسوبية ذات القيمة الكبيرة.

- المسألة الوظيفية يجب ان تكون المعلومات جاهزة لاستعمالها عند الحاجة وتكون صحيحة وسرية وكاملة.
- المسألة الخصوصية: يجب حماية النظم الذاتية الخاصة بالأشخاص وإلا سوف يساء الى الحرية الفردية بإفشائها والتلاعب بها.
- مسألة تحديد مخاطر وحوادث الكمبيوتر والشبكة: هذه الحوادث قد تكون طبيعية او مفتعلة وتطور تقنيات الحاسوب وانشاء اتصالات الحاسوبية يجعل تحديد المخاطر أكثر تعقيدا. (24)
- كما توجد ثغرات بروتوكولات الاتصالات في شبكة الانترنت وكذا الثغرات الموجودة في برامج البريد الالكتروني e-mail حيث لا يوجد ما يمنع من استعمال وتغيير محتوى الرسالة البرامج الخبيثة ولها عدة أنواع مثلا:
- الفيروسات والتي يمكنها تفرغ الملفات من محتوياتها
- الباب السري: يسمح بالدخول دون المرور بأجهزة او برامج الحماية
- الدودة برنامج يؤدي الى تخريب الملفات التي يدخلها.
- هذه المهددات وغيرها هي التي تعترض امن المعلومات والتي لازلت تتطور بتطور العلم، كما ان الوقاية من مثل هذه الجرائم تأتي بمجموعة حلول تتمثل في:
- استخدام جدار الحماية firewell وهو حاجز يوضع بين شبكة الانترنت ومن اهم مهامه فحص المعلومات الداخلة والخارجة والسماح لها بالمرور في حالة مطابقتها للوصفات وتقديم تقارير عن التحركات المشبوهة ولكنه يمكن ان يعطل بعض المعلومات ويحدث عطب.
- التشفير وهو تحويل المعلومة من نص واضح الى اخر غير مفهوم وقد استحسن هذا النوع من النظام لنجاعة في عدم كشف المعلومات على شبكة الانترنت.

- التوقيع الرقمي وهي تقنية تفيد في إمكانية عدم تزوير الرسائل الالكترونية.
- استخدام أنظمة كشف الاختراقات ووضع حلول للثغرات الأمنية.
- وضع سياسة أمنية للشبكة وحشد كل الإمكانيات البشرية والمادية لتطبيقها.
- الاحتفاظ بنسخ احتياطية لكل المعلومات الحساسة في أقراص إضافية ليست مرتبطة بالشبكة.

تنصيب برامج لمنع ظهور الصور الخلاعية والاتصال بالمواقع الإرهابية.⁽²⁵⁾

أولاً: الحلول التشريعية:

تمثل هذه الحلول التشريعية في تدابير وقائية تتخذها الدولة وقوانين تسنها من اجل مكافحة هذه الجريمة وحماية المجتمع ولكن لصعوبة التعامل مع هذه الجرائم الجديدة في الوقت الراهن يتطلب الامر بداية اللجوء الى حلول قصيرة المدى وهو إعادة النظر في معظم التشريعات لان معظم الانترنت أصبح ظاهرة تمس جميع مجالات الحياة.

1- الحلول التشريعية قصيرة المدى: ان هذه الحلول تتمثل في اصدار السلطة المختصة بعض المراسيم التنظيمية لمقاهي الانترنت دون احتكار المعلومة فيمكن في إجراءات استعجالية فرض بعض الأمور على أصحاب مقاهي الانترنت.

- وضع البرامج اللازمة لمنع الدخول الى المواقع المخلة بالحياء وهذا من اهم الظواهر التي برزت في مجتمعنا في ظل غياب التربية السليمة مما يؤدي للانحلال الخلقي لشبابنا وحتى المراهقين الذي أصبح من السهل عليهم دخول أي موقع يشاءون بالإضافة الى المواقع الإباحية هناك المواقع الإرهابية ومواقع للعنف كتعليم القتل، فلا بد من تدبير عاجل لان الحرية في المعلومة لا تكمن في دخول هذه المواقع.

- وضع برامج للحماية من الفيروسات وهذا كله بمراسم تنظيمية ويمكن للدولة ان تدعم هذه العملية بتخفيض أسعار هذه البرامج.

- التوعية القانونية والتعريف بمدى خطورة الجرائم الالكترونية.
- اصدار مراسيم من اجل تنظيم تكوين محققين ورجال شرطة وقضاة على التقنية المعلوماتية والمعرفة الكافية لجرائم الانترنت.
- تعريض اشخاص او مقاهي الانترنت لغرامة مالية او حتى اغلاق المقهى اذ ثبت انه يسمح للمراهقين او حتى الشباب بالدخول للمواقع السابقة ففي المواد الجنائية لا يمكننا ذكر أكثر من هذا احتراماً لمبدأ العقوبة الا بنص قانوني. أما من ناحية المواد المدنية والتجارية فانه:
- يمكن للمحامة لعب دور مهم لتكييف بعض السلوكيات والمعلومات مع محاولة القضاة تكييف بعض المنازعات التجارية الالكترونية قياساً على التجارة العادية حين صدور التشريع المنظم للتجارة الالكترونية.
- اعتماد حرية الاثبات في المجال التجاري.
- يمكن للمحامة لعب دور مهم لتكييف بعض السلوكيات والمعلومات مع محاولة القضاة تكييف بعض المنازعات التجارية الالكترونية قياساً على التجارة العادية حين صدور التشريع المنظم للتجارة الالكترونية.
- اعتماد حرية الاثبات في المجال التجاري.
- يجب على المشرع ان يوقع بعض المعاهدات لمكافحة الجريمة الالكترونية.
- يجب على المشرع ان يوقع بعض الاتفاقيات التي تتبنى تعريف التوقيع الالكتروني والعقد الالكتروني ومسايرتها بسن قوانينها التنظيمية.⁽²⁶⁾

ثانياً: الحلول التشريعية طويلة المدى:

- ان الطابع اللامادي لشبكة الانترنت يستلزم تعديل العديد من التشريعات الحالية بالإضافة الى استحداث أخرى وهذا لا يضطرنا بالضرورة الى خلق شيء جديد بل يمكننا الاستفادة من الدول الأخرى التي سبقتنا في مجال التشريع لتجريم هذه السلوكيات ما دامت هذه التشريعات لا تخالف النظام

- العام والآداب العام وبما انه لا يمكن معاقبة شخص من دون نص قانوني الركن الشرعي اذن لابد من سن نصوص قانونية تتناسب والتطور الحالي.
- ولكننا نلاحظ انه رغم زيادة انتشار الجرائم الالكترونية وفعاليتها الا ان المشرع لم يضع لحد الان الإطار القانوني لأي من هذه الظواهر لذا على المشرع ان يعدل او يصدر قوانين جديدة ففي نطاق التشريع العام وهو القانون المدني فعلى المشرع ان يعدل فيه بسن تشريع جديد يتضمن الجرائم الالكترونية ومن بينها العقد الالكتروني والتوقيع الالكتروني وغيرها من المفاهيم في العالم الافتراضي الجديد.
 - القانون التجاري لقد ظهر في عالمنا اليوم مفهوم جديد هو التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والدفع عن طريق بطاقة الائتمان وهي مجالات خصبة للاحتيال فلا بد على المشرع ان ينظمها.
 - الاثبات وهذا في اعتقادنا من اهم الخطوات التي يجب ان يقوم بها المشرع وهذا بتبني الخبرة والمعاينة كأساليب لتحقيق واثبات الجريمة الإلكترونية.
- يمكن ان نلخص أساليب مكافحة الجرائم الالكترونية في الآتي:**
- رسم سياسات دولية تفرض عقوبات صارمة على مرتكبي جرائم الانترنت اذ يستلزم التدخل الحكومي والدولي نظرا للخطورة الجسيمة للأمر.
 - الاعتماد على أساليب وتقنيات متطورة للتمكن من الكشف عن هوية مرتكب الجريمة والاستدلال عليه بأقل وقت ممكن.
 - توعية الافراد ونصحهم لماهية الجرائم الالكترونية وكل ما يترتب عليها من مخاطر.
 - الحرص على الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالعناوين الالكترونية كالحسابات البنكية، والبطاقات الائتمانية وغيرها.
 - عدم الكشف عن كلمة السر نهائيا وتغييرها بشكل مستمر واختيار كلمات سر صعبة.
 - تجنب تحميل أي برنامج مجهول المصدر.

- استمرارية تحديث برامج الحماية الخاصة بأجهزة الحاسوب ومنها McAfee Norton
- تأسيس منظمة خاصة لمكافحة الجرائم الالكترونية.
- فصل اتصال جهاز الحاسوب بشبكة الانترنت في حال عدم الاستخدام.⁽²⁷⁾

الخاتمة:

اصبح الاعلام في عصرنا الحالي قوة رئيسية في حسم الكثير من القضايا وفي بناء الدول وترسيخ أركانها والحفاظ على هويتها ومكانتها وبالتالي اصبح قوة يحسب حسابها تماما، وقد لعب دائما أدوار كبيرة في حياة الافراد والجماعات فكان يرفع اقواما، ويضع آخرين وان كانوا لا يستحقون هذه المنازل ومع التطور التكنولوجي المذهل الذي شهد هذا العصر و انفجار المعلومات وثورة الاتصالات فقد تضاعفت أهمية الاعلام وكثرت ادواره ما طرأ على وسائله من تحسين وتطور كبير مكنه من أداء العديد من المهام إضافة الى أدواره التقليدية المعروفة، وقد اصبح من السهولة تصفح المواقع الالكترونية عبر الهواتف الجواله بسرعة ووضوح واصبح من غير الممكن الاستغناء عليها ، بل اصبح تطويرها وادخال التحديثات المستمرة عليها ضرورة قصوى لمواجهة التطور الهائل الذي شمل كافة نواحي الحياة ، كما له أثار جمة على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين حيث يعمل على خلق العزلة والإدمان من خلال الاستعمال المفرط، لها حيث ضرب بعاداتنا وتقاليدنا عرض الحائط وهذا بسبب عدم وجود الرقابة خاصة فيما يخص اللغة العربية حيث شوهدت بسبب التطور التكنولوجي الحديث والسريع.

الهوامش:

1. اسراء جبريل رشا مرعي: الجرائم الالكترونية «الأهداف – الأسباب – الطرق الجريمة ومعالجتها»، المركز الديمقراطي العربي، مجلة الدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2016، ص 5.
- فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى الطلاب الجامعة «تويتر نموذجا»، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 21، 2014، ص 203.
3. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 90-91.
4. نفس المرجع السابق، ص 91.
5. اسراء جبريل رشا مرعي، مرجع سبق ذكره، ص 9.
6. أسامة عبد الرحمن علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال، مصر، كلية التربية جامعة المنصورة، 2015، ص 60-61.
7. نفس المرجع السابق.

8. أسامة عبد الرحمن علي: مرجع سبق ذكره، ص 61
9. بشير علاق: نظريات الاتصال «مدخل متكامل»، عمان، دار الباروزي العلمية للنشر والتوزيع، 2010، ص 33.
10. نفس المرجع السابق
11. ماجد الزويد: الشباب والقيم في العالم المتغير، عمان، دار الشروق، 2016، ص 33.
12. محمد عبد الرحمن الشرنوبي: الإنسان والبيئة، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1976، ص 11.
13. حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة، دار المصرية للكتاب، مصر، 2006، ص 80.
14. نفس المرجع السابق
15. علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 93.
16. سميرة الشبخاني: «الأعلام الجديد في عصر المعلومات»، مجلة جامعة دمشق، المجلد 6، العدد الأول والثاني، ص 447.
17. كمال وسام، الإعلام الإلكتروني و المحمول، القاهرة، دار الفجر لنشر و التوزيع، 2014، ص 59.
18. نفس المرجع السابق
19. مرجع سبق ذكره، ص 61.
20. نفس المرجع السابق
21. مرجع سبق ذكره ، ص 62
22. علي محمد بن فتح محمد: الأثار القيمية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، 2015، ص 08-09.
23. اسراء جبريل رشاء، مرجع سبق ذكره، ص 6.
24. عبد الرحمن: معوقات التحقيق في الجرائم الانترنت، رسالة لنيل شهادة الماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 85.
25. مصطفى سمارة: «الجريمة الإلكترونية»، مجلة المعلوماتية، العدد 29، لبنان، 2008، ص 23.
26. نفس المرجع السابق.
27. مصطفى سمارة، مرجع سبق ذكره، ص 25..

الوسائل الإعلامية الجديدة ودورها في الاتصال السياسي

دراسة ميدانية على عينة من السياسيين الجزائريين

أ. أمينة عطاء الله - جامعة بسكرة

مقدمة:

يعد الاتصال من أهم محاور الحياة البشرية ويأخذ أشكالا متعددة، وذلك راجع لمراحل تطور اللغة الأهمية، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر من عصر الرموز والعلامات والإشارات إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدئا بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين ثم اكتشاف السينما وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، تمهيدا للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت والصحافة الالكترونية.

والاتصال السياسي ظاهرة إنسانية، اجتماعية وثقافية، قديمة قدم التجمعات البشرية، وحاجة هذه الأخيرة للتنظيم السياسي والاقتصادي والاجتماعي وما سواه أمر لا بد منه. فعلى الرغم من قدمها كمارسة، إلا أن الظاهرة لم تخضع للتحليل الإستمولوجي والتدقيق المعرفي إلا أواسط القرن الماضي، لاسيما في ظل بروز الأحزاب السياسية والثقابات العمالية والتنظيمات المدنية بمختلف أشكالها وتلويقاتها. وقد ترتب على ذلك تعريفات متعددة ومتباينة أحيانا، لكنها تمحورت في معظمها حول اعتبار الاتصال السياسي كل اتصال هادف حول السياسة يتضمن كل أشكال التواصل التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة والاتصال الموجه إلى السياسيين من غير المشتغلين بالسياسة، كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم بالإضافة إلى الاتصال الذي يتناول السياسة وأنشطتهم، بما تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات، والأشكال الأخرى من تناول وسائل الإعلام

للسياسة¹، ويبدو من خلال هذا التعريف أن السياسة هي مجال الاتصال والتواصل السياسي بامتياز لا بل هي المادة الخام التي يشتغل عليها في شكله كما في جوهره، بمعنى أن الخطاب السياسي يبقى مجرداً ومحصوراً ومحدد الأثر طالما لم يخضع لعملية تلجأ لوسيط لبلوغ ذات الهدف إما الأدوات المكتوبة التقليدية، أو وسائط الاتصال الإذاعي والتلفزيوني، أو بنية وسائل الإعلام الجديدة التي حملتها الثورة الرقمية، وتمت ترجمتها على مستوى شبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية التي تفرعت عنها، بالمقابل يبقى البعد الاتصالي والتواصلية الذي يثوي خلفه الساسة غير ذي جدوى كبرى إذا لم يتم الاتكاء في ذلك على منابر إعلامية واتصالية تفسح له في المجال للشيوخ والرواج بين الجماهير، فالقناعة الثابتة إذن أن لا سياسة بدون اتصال، ولا اتصال سياسياً بدون توفر رسالة سياسية تتركب الأدوات الإعلامية والاتصالية ناصيتها لتطول الجمهور المتلقي.

ليس من القائم تصور العملية السياسية بدون عملية اتصالية موازية لها أو قائمة بصلبها والواقع أن العلاقة بين طرفي المعادلة هي علاقة جدلية بكل المقاييس، تختلف دائرة التأثير بينهما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة فالنظامان، أي الاتصال والسياسة، كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص، أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي.

من هنا تتمظهر عملية استقطاب وسائل الإعلام من لدن السلطة السياسية، إما بغرض توظيفها للدعاية، أو من أجل اعتمادها كوسيلة لتجميل صورة هذا النظام السياسي أو ذاك، مقابل ذلك أو على نقيضه، نجد أن وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية، هي التي تمارس ضغطها على النظام السياسي، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدولة، أما عندما

يتعلق الأمر بالسياسات الخارجية؛ فإن هذه الأنظمة تمارس ضغطها على وسائل الاتصال من حيث وظائفها ومضمونها وحجمها.⁽²⁾

وعلى هذا الأساس، يرى بعض الباحثين أنه ليس هناك في العديد من الدول العربية أيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام والاتصال، بل هناك أيديولوجية واحدة، تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه، فيما يرى البعض الآخر أن العلاقة ما بين الاتصال والسياسة يجب أن يُنظر إليها من زاويتين: من زاوية أن وسائل الإعلام والاتصال أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية،⁽³⁾ استناداً إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة: إن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة. ومن زاوية أن الحلقة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الإعلام والاتصال من خلال الاستخدام المتزايد خاصة لوسائل الإعلام الجديدة، لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية.

وتعتبر وسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية عبر الانترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات في مختلف المجالات، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الأفراد، بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الفرد، فعملية التواصل الاجتماعي هي عملية مفيدة لبناء شخصية الفرد من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتزاز بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع الجوانب الشخصية.

وإذا تحدثنا عن الوسط المعلوماتي فإننا بالضرورة نتحدث عن التسارع المستمر لتدفق الأحداث والقضايا السياسية والأنشطة والتفاعلات الوظيفية التي باتت مكشوفة للساحة الاجتماعية اليوم، بعد أن كانت حكرًا على الفاعلين السياسيين داخل الدوائر السياسية وعينة محدودة من النخبة الواعية بالموضوعات السياسية فاصبح من الضروري اليوم توجيه الاهتمام إلى الوسائط الالكترونية والوسائل الحديثة التي فرضت نفسها بشكل أو بآخر كبديل لوسائل الاتصال الجماهيري في رصد ونقل المعلومات بالشكل الفوري والمتسارع.

بالتالي، فإن العلاقة بين الاتصال والسياسة تبدو وثيقة ومتداخلة إلى حد بعيد، لدرجة لا يمكن أن نعزل فيها العملية السياسية عن الأنشطة الاتصالية مختلفة المشارب اللازمة لقيامها. من جهة أخرى، وبصرف النظر عن المقاربة «المجتمعية» العامة، فبالإمكان لمس العلاقة بين الاتصال والسياسة من خلال أنواع الاتصال المعتمدة: فالاتصال بين شخصين في مجال السياسة، يتيح للفرد إمكانيات اتخاذ قراراته السياسية، كالتصويت مثلاً، بناءً على المعلومات والأحاسيس والتأثيرات التي يتلقاها من الخارج، وعلى مدى تأثره بالزخم الإدراكي، والتجارب السابقة عن الأشخاص والرموز والأحداث والأفكار من حوله كما أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تلعب دوراً مهماً في التوعية والتثقيف السياسيين من خلال تلقين الأفراد السلوك المرئي والسمعي، وكيفية استجابتهم وتفاعلهم مع ما يدور حولهم من أحداث وقضايا.

والتواصل الشخصي يمكن السياسيين من الاتصال مع جمهورهم مباشرة ووجهًا لوجه؛ وهذا ما يوظفه المرشحون للانتخابات الأميركية مثلاً، والذين ورغم استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة، إلا أنهم لتدعيم حملتهم، يقومون بزيارات شخصية إلى المجمعات السكنية، وأحياناً يقومون بزيارة الناس في منازلهم، ويتحدثون معهم بالمباشر الحي.

وإذا تحدثنا عن الاتصال الجماهيري فإننا بالضرورة نتحدث عن الاتصال عبر وسائل الإعلام الجديدة الذي يتم عبر قنوات ووسائل الإعلام الجديدة وشبكة الإنترنت بكل وسائلها، والذي هو محل اهتمامنا في هذه الدراسة، وتكمن قوته في قدرته على إيصال الرسائل والخطابات في آن واحد لجمهور واسع، غير معروف، مشتت ومتباين، حيث برز ما يسمى بالاتصال التفاعلي، وذلك ضمناً لمشاركة أكثر وتأثير أقوى. ويعتبر هذا النوع من الاتصال مهماً للغاية، لأنه أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجديدة في إدارة الحملات الانتخابية، والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف، ناهيك عن قدرة هذه الوسائل على إيصال مختلف انشغالات الجمهور وآرائهم السياسية إلى الفاعلين السياسيين بالإضافة إلى نشر المعلومات والأخبار وتحليل الأحداث السياسية زمن وقوعها وبفعالية أقوى.

وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة ستحاول الاشتغال في الإشكالية التالية :

ماهي أبعاد تحول وسائل الإعلام الجديدة من وسائل تقنية اجتماعية إلى وسائل إعلامية مرتبطة بالحدث السياسي؟

2 أهداف الدراسة:

أما أهداف الدراسة فحددت كما يلي:

- معرفة عادات وأنماط استخدام السياسيين لوسائل الإعلام الجديدة لاسيما وأنها الوسيلة الأكثر ارتباطاً بالوسط المعلوماتي الذي يهتم مجتمع السياسيين من جهة والجمهور السياسي من جهة أخرى.
- الوقوف على الاستراتيجيات والأساليب التي تنتهجها وسائل الإعلام الجديدة في خلق علاقة قوية ومتطورة بين عناصر الاتصال السياسي.

- الوقوف على مدى حرص مثل هذه الفئة - عينة الدراسة - على تفعيل الاتصال السياسي وفهم الأفراد للأحداث والشخصيات السياسية من خلال تداول المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديدة.

3-أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة فيما تقدمه من إضافة علمية في مجال الإعلام والاتصال، وبصورة أدق، ما تعلق بمجال التوظيف السياسي لوسائل الإعلام الجديدة، وانعكاساتها المباشرة وغير المباشرة على تفعيل الاتصال السياسي الذي قد يكمن في المشاركة السياسية أو الاكتفاء فقط بالوعي السياسي وتعميق المعرفة السياسية وبالتالي تحديد الهدف المنشود من الاتصال السياسي .

- النجاح السياسي لهذه الوسائل حيث تمكن مستخدمو الانترنت ، خصوصا مواقع الفيسبوك والمدونات واليوتيوب من المشاركة في صنع لحظة دالة في مسيرة الإصلاح السياسي في عدة دول ، وبغض النظر عن فشل أو نجاح هذه الإصلاحات، فقد جرى تسليط الضوء على دور الوسائط التفاعلية غير التقليدية في إمكانية إحداث التغير السياسي وتفعيل الاتصال السياسي بين الساسة والجمهور.

4- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

سنحاول في هذا الجزء حصر المفاهيم المتعلقة بدراستنا، وبعض والتي ستمكننا فيما بعد من التحكم في الموضوع والوصول إلى تحقيق الأهداف، ولعل ابرز هذه المفاهيم:

1.4 وسائل الإعلام الجديدة

وسائل الإعلام الجديدة مصطلح انتشر حديثا في الدراسات الإعلامية للدلالة على اندماج وسائل الإعلام التقليدية التلفاز، الراديو، والصحف، مع

تقنيات الحاسوب والبرمجيات الالكترونية، والأترنت تمكن من الحصول على المادة الإعلامية في أي وقت ومن أي مكان، باستخدام الوسيلة المناسبة والتي قد تكون جهاز حاسوب، أو هاتفنا.⁽⁴⁾

وتعرف أيضا على أنها حرية إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي، وما يميز وسائل الإعلام الجديدة من وسائل الإعلام التقليدية هو رقمنة المحتوى، لكن عرض أي مادة إعلامية على جهاز تلفزيون عالي التقنية لا يزال مثالا على وسائل الإعلام التقليدية، في حين أن مدونة فتى مراهق مخصصة لأخبار الفن هو مثال جيد يمكن أن يساق للتعريف بوسائل الإعلام الجديدة.⁽⁵⁾

ويمكن اعتبارها على حد قول الباحث الصادق رابع نتاجا للتزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والرؤى الاجتماعية، بصبغته الديمقراطية، وانفتاحه، وتكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة، ويتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط التقليدية، والا أنه يتجاوزها الى صيغ أكثر تجديدا، وجماعية، فهو يشمل جمع المعلومات، والتحقق منها، وغربلتها، معتمدا في ذلك على صيغ جماعية الفعل، ومنها المدونات، والموسوعات، والشبكات الاجتماعية، والمنتديات.⁽⁶⁾

2.4 الاتصال السياسي:

يتبين لنا عند اطلاعنا على مختلف المراجع في الاتصال السياسي أن مفهوم الاتصال السياسي يمتلك سمعة سيئة من حيث التعريف الدقيق والموحد.

سنحاول أن نقدم جملة من التعاريف لنقف على مدى الاختلاف الكامن وراء تعريف مصطلح الاتصال السياسي، حيث تعود أولى محاولات تعريف الاتصال السياسي إلى سنة 1956، عندما اقترح علماء السياسة السلوكيون (Behavioriste) النظر إلى الاتصال على أنه واحدة من السيرورات الثلاثة إلى

جانب القيادة وبنيات الجماعة الذي من خلاله تجند الوسائل وتتمرر التأثيرات السياسية فيما بين المؤسسات الحكومية والسلوك الانتخابي للمواطنين،⁽⁷⁾ وهكذا تم دحض نظرية الحقنة تحت الجلد التي طبعت بحوث الاتصال في الثلاثينيات والأربعينيات مع كل من هارولد لاسويل (Harold Laswell) وبول لازارد سفيلد (Paul Lasardsfeld)، وفي نفس السياق يعرف دويول زولا (Depaul Zola) الاتصال السياسي كنوع من نشاط بعض المؤسسات المكلفة بتوزيع الإعلام والاتجاهات المتعلقة بالشؤون الحكومية،⁽⁸⁾ ويرى الكثير من المهتمين بالاتصال السياسي أنه إحدى ثلاث عمليات سياسية متداخلة (القيادة السياسية، والتنظيمات السياسية، والاتصال السياسي)، ويقصد بذلك الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية والتفاعل ما بين المؤسسات الحكومية والسلوك السياسي لدى المواطنين، فالاتصال السياسي هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يزاؤها القائمون بالعملية الاتصالية من أجل تحقيق أهداف سياسية، وينصب جوهره على إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات والآراء لدى الجمهور المستقبل لتحقيق أهداف محددة يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية.⁽⁹⁾ وبخصوص تعريف الاتصال السياسي على أنه نشاط اتصالي فقد تعددت التعريفات والآراء بشأنه ف «جون ميدو» (Jean Mideau) يرى بأنه الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال، أو الطريقة التي تقوم فيها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة، ويعرفه بأنه "الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه".⁽¹⁰⁾

عند تحليلنا لهذا التعريف نجد أن ميدو لم يركز فقط على الاتصال اللفظي أو ما يمكن تسميته الخطاب السياسي الشفهي أو المكتوب، بل فسح المجال لكل الأنواع والأشكال الاتصالية الأخرى التي قد تدخل ضمن الرموز

والرسائل مهما كان شكلها في عملية الاتصال السياسي عكس ما قدمه دانتون (Denton) الذي حصر التعريف في " المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع"،⁽¹¹⁾ ولم يتطرق إطلاقاً إلى الأشكال أو الأنواع الاتصالية الأخرى رغم أنها تكتسي أهمية كبيرة في فهم واستيعاب العملية السياسية بشكل عام.

كما يعرفه ماكنير (Maknir) بأنه اتصال هادف حول السياسة،⁽¹²⁾ ويشير إلى أن هذا التعريف يتضمن:

- كل أشكال الاتصال التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة.

- الاتصال الموجه إلى غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

- الاتصال الذي يهتم برجال السياسة وأنشطتهم كما تبرزها التقارير الإخبارية والافتتاحيات والأحاديث الصحفية والحوارات الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام.

وهذا التعريف يشمل جميع أنواع الخطاب السياسي حيث يؤكد ماكنير (Maknir) أنه عند تعريفه للاتصال السياسي لم يأخذ في الاعتبار فقط الرسائل المكتوبة أو المنطوقة ولكن أيضاً المظاهر المرئية التي تعطي دلالة مثل قصة الشعر، شكل الوجه، اللباس، الماكياج، وجميع العناصر السياسية التي تستخدم من أجل تكوين الصورة السياسية أو الهوية السياسية (Political Image or Identity).⁽¹³⁾

ويعرفه شودسو (Shoudso) على أنه عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع.⁽¹⁴⁾ ويقصد من هذا

التعريف أن عملية الاتصال السياسي تخضع لعمليات التسويق والترويج لمختلف أساليب استخدام السلطة في الحياة السياسية لكسب تأييد الجمهور أو المواطنين.

يثبت لنا تعدد التعاريف المتعلقة بالاتصال السياسي غموض وتشعب هذا المفهوم وعليه وجب علينا من أجل التقدم في سير الدراسة أن نقدم تعريفاً نتبناه في تعاملنا مع المفهوم، ويمكننا تبني التعريف على ضبط المفهوم بشكل دقيق، وبناءً على ماسبق وبالاعتماد على تعريف ماكنير (Maknir) بأنه اتصال هادف حول السياسية كما ذكرنا أعلاه، بمعنى المتعلق بالمقصدية السياسية ويمكننا أن نعرف الاتصال السياسي بأنه كل اتصال مقاصدي يكون مضمونه سياسي. هذا التعريف يتضمن العديد الأوجه والزوايا فهو يشير إلى الأشكال الاتصالية التي يؤديها رجال السياسة وجميع الفاعلين السياسيين من أجل تحقيق هدف سياسي محدد (التجمعات الشعبية...) كما يشير أيضاً إلى الاتصال الذي يستهدف الفاعلين السياسيين من طرف الفاعلين غير السياسيين (الناخبين، المواطنين، الجمهور...) فالانتخابات مثلاً تمثل مرحلة واحدة من الاتصال السياسي وهي مرحلة العودة وبالتالي فإنها وسيلة متاحة للناخبين تمكنهم من إسماع أصواتهم حتى قبل عملية الاقتراع وقد يتم هذا في أماكن التجمعات الشعبية (المكاتب...) أو عبر المواقع الافتراضية (مواقع التواصل الاجتماعي...) للإجابة على سياسات يقوم بها فريق معين موجود في السلطة أو في الأجهزة الحكومية والإدارية،⁽¹⁵⁾ بالإضافة إلى الاتصال الذي يتم حول هؤلاء الفاعلين السياسيين وأنشطتهم مثل ماتتضمنه التقارير الإخبارية والافتتاحيات الصحفية والتعليقات وكل الأشكال الاتصالية والإعلامية المختلفة التي تناقش القضايا السياسية وهو محل دراستنا هذه.

إذ يمكن القول أن جميع أشكال الاتصال تندرج ضمن هذا التعريف كما أنه لا يجب أن نغفل عن الاتصال السياسي الشخصي، فكل من النقاشات

والأحاديث السياسية التي تتم بينهم الأشخاص في المقاهي والأسواق والحفلات والأعراس وأيضا المفاوضات السرية التي تتم بين الأنظمة والحكومات وأيضا استقصاء الصحفيين للمعلومة من خلال لقاءات مع مصادر سياسية رفيعة المستوى.

5- النظريات المؤثرة للدراسة:

تعددت المدخلات النظرية لدراسة الاتصال السياسي تأثراً بعواملنا أساسين:

تعقد الظاهرة السياسية وارتباطها القوي بالعديد من الأنشطة والظواهر الأخرى في المجتمع.

- اختلاف المنظور البحثي للظاهرة السياسية بين الباحثين، حيث تركت الخلفيات العلمية تأثيراتها على الكيفية التي ينظر بها الباحثون إلى الظاهرة السياسية بوجه عام والاتصال السياسي بوجه خاص.

ونذكر هنا مدخلين رئيسيين لدراسة الاتصال السياسي:

1.5- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تهتم هذه النظرية بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي والجمهور، حيث ركزت نظرية الاعتماد على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث،⁽¹⁶⁾ إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الأزمات والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على

وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي،⁽¹⁷⁾ هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى دي فلور أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكدته هلبرت شيلر الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.⁽¹⁸⁾

2.5. نظرية الاستخدامات والإشباع:

ينتمي هذا المدخل إلى النظرية الوظيفية في علم الاجتماع، التي تطورت في القرن التاسع عشر في فرنسا في مواجهة نظريات المنفعة الاقتصادية،⁽¹⁹⁾ ويولي هذا المدخل أهمية خاصة للوظائف التي يؤديها الاتصال السياسي بالنسبة للجمهور المشارك في عملية الاتصال في ضوء مآله من دوافع أو توقعات أو إشباعات.

وعلى الرغم من أن هذا المدخل لقد تطور تاريخياً في إطار البحوث السياسية وبحوث الرأي العام، إلا أنه تحول سريعاً من القضايا السياسية إلى القضايا التجارية والترفيهية.

حيث تعنى نظرية الاستخدامات والإشباع في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل له غاية محددة

من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، فكلما كان مضموننا معيناً قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (الجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين) ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته.⁽²⁰⁾

6- الإجراءات المنهجية:

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة.⁽²¹⁾ وهذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية والتطبيقية لموضوع الدراسة وتم الاعتماد على المنهج المسحي، وهذا ما ينطبق على دراستنا وقبل التعرض إلى تعريف المنهج المعتمد في هذه الدراسة وجب علينا تعريف المنهج وهو ضروري في أي بحث ويعرف بأنه: «مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة».⁽²²⁾ وهو «الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة».⁽²³⁾

وبعد التعريفين السابقين يتبين لنا أن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة يتبعها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة في بحثه.

6.1- منهج الدراسة:

يعتبر منهج المسح هو الأنسب في مثل دراستنا لأنها تستهدف وصف الظاهرة المبحوثة وواقعها، ويعرف منهج المسح بأنه: «أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، أو موضوع محدد من

خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية تم تعبيرها بطريقة موضوعية ولما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.²⁴

2.6- أدوات الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة التي تعتمد على منهج المسح، وفي إطار هذا المنهج اعتمدنا على بعض الأدوات التي تستخدم عادة في مثل هذه الدراسات للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي الملاحظة والاستبيان.

يعتبر الاستبيان أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات الملائمة لدراسة جمهور الأفراد المتلقين، وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات وهذا لصعوبة مقابلة الأشخاص المبحوثين لكثرة عددهم، وكذا لان أعضاء العينة من الأساتذة الجامعيين يسهل عليهم ملاءمة استمارة الاستبيان، حيث يعرف الاستبيان «بأنه احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع أنها شافية بالتمام مما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على الآخرين لم يشتركوا في هذا الاستنطاق الاستبيان»،⁽²⁵⁾ كما يعرف أيضا بأنه «مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وأراء المبحوثين حول الظاهرة أو موقف معين». ⁽²⁶⁾

وتستهدف هذه الأداة استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق وأراء و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين، ومن أهم خصائص الاستبيان انه بالإمكان استخدامه مع عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في منطقة جغرافية واحدة أو مناطق متعددة دون تكلفة مالية.⁽²⁷⁾

ولغرض قياس مدى استخدام السياسيين الجزائريين لوسائل الإعلام الجديدة في الاتصال السياسي وتداول المعلومات السياسية، استخدمنا أداة استمارة الاستبيان تتضمن أسئلة حول الموضوع تختلف باختلاف الحاجة إليها.

7- مجتمع البحث والعينة

1.7 مجتمع البحث

تعرف هذه الجزئية بمجتمع البحث، إذا تقدم عنه لمحة بشرية وتحدد المجال الزمني الذي تمت دراسته فيه كما توصف العينة وتبين طريقة اختيارها وهو المجتمع المستهدف، الذي يصعب الوصول إليه بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات.⁽²⁸⁾

يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة الأفراد التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته⁽²⁹⁾ إذ يمثل جميع الأفراد التي يستهدف الباحث دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر إذا تمثل موضوع البحث في دراسة حجم الأسرة وعلاقتها مثلا بمستوى الدخل، أو قد يمثل سكان مدينة أو قرية ما ويتم الوصول إليه من خلال المجتمع المتاح الذي قد تمثله قائمة، خريطة، أو أي وسيلة أخرى تشمل كل وحدات المعاينة للمجتمع المستهدف.⁽³⁰⁾

في هذه الدراسة «الوسائل الإعلامية الجديدة ودورها في الاتصال السياسي» يمثل الفاعل السياسي سواء كان (رجل السياسة الممثل في رئيس الدولة أو الوزير الأول بالإضافة إلى الوزراء ورؤساء الأحزاب أو نواب البرلمان أو أعضاء المجالس الشعبية الوطنية والولائية والبلدية وأعضاء المجتمع المدني بالإضافة إلى الجمهور السياسي الذي قد يعتبر فاعل سياسي باعتباره عنصر أساسي في العملية الاتصالية السياسية) المجتمع الكلي بالنسبة للدراسة

الميدانية، في حين يتحدد المستهدف في عينة السياسيين الجزائريين الممكن إجراء الدراسة عليها.

2.7. العينة:

هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته تمثلها نسبة مئوية تحسب وفقا للمعايير، طبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته، وتعرف في الدراسة الميدانية بأنها المجتمع الذي تجمع منه البيانات الميدانية فهي جزء من كل أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي³¹ تتلخص هذه النسبة في عدد محدود من المفردات التي سيتعامل معها الباحث تعاملًا منهجيًا ويجمع البيانات الأولية المطلوبة بغية تعميم النتائج الدراسة على المجتمع كله. بيد أن هذا التعميم لا يتم إلا بعد التأكد بأن مجتمع البحث تمثله الخصائص وسمات التي يوصف من خلالها.

حيث تم اختيار العينة القصدية نظرا لكبر حجم مجتمع البحث وصعوبة إجراء المسح الشامل عليه بالإضافة إلى رغبتنا في أن تكون العينة المختارة ممثلة للفئة المستهدفة من البحث وتطبيق الاختيار القصدية لكي تفي العينة بجميع أغراض البحث وهذا لغرض الوصول إلى نتائج سليمة ودقيقة مع إمكانية تعميمها على باقي مجتمع البحث، حيث تحمل العينة المختارة جميع صفات مجتمع البحث بجنسيه الذكر والأنثى وبجميع تخصصاته وقد استهدفنا 70 سياسي من ولاية خنشلة وتبسة مستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي لامكانية إجراء الدراسة عليهم.

أما بالنسبة لسبب اختيار السياسي الجزائري كعينة لدراسة مشكلة بحثنا فانه يعود إلى أن هذه الفئة هي الأكثر ارتباطا بالموضوع السياسي وإمكانية تفسيره وتحليله وبالتالي إمكانية تداوله وتشكيل رأي عام حوله.

8- المعطى الواقعي للبحث وأهم النتائج المتوصل اليها:

المحور الأول: البيانات الشخصية

- أن جنس أغلب المبحوثين هم ذكور بنسبة 75.71% في حين أن نسبة 24.29% تمثل الاناث رغم محاولتنا للحصول على نسب متساوية في جنس المبحوثين وقد يرتبط ذلك بطبيعة المهنة والمنصب السياسي من جهة وطبيعة الموضوع في حد ذاته من جهة اخرى فالذكور الأكثر حصولا على المناصب السياسية لارتباطهم المباشر بالموضوع السياسي كما أنهم الأكثر تقبلا لمصاعب المهنة، ولأن الالتزامات الاجتماعية والأسرية في اعتقادنا لا تعطيهما نفس الدرجة ولا نفس هامش الحرية مثل الذكور.

- أن أغلب المبحوثين ينتمون للفئة العمرية 36 الى 45 سنة بنسبة 47.14% تليها الفئة العمرية 46 فما فوق بنسبة 44.28% وأخيرا نسبة 8.57% تمثل الفئة العمرية 25 الى 35 سنة، وهو أمر طبيعي باعتبار أن المنصب السياسي يشغله أصحاب السن المتقدم وهؤلاء الأفراد هم الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم قدرة معرفية واستيعابية كبيرة بحكم اقدميتهم وخبرتهم.

- أن اغلب المبحوثين يعتبرون منتخين محليين بنسبة 60% تليها نسبة 38% لعضو في حزب وأخيرا نسبة 2% لنائب في البرلمان، ويمكن تفسير ذلك بصعوبة امكانية الحصول على اعداد متساوية للمبحوثين خاصة اذا تعلق الأمر بنواب البرلمان اللذين يقل عددهم اذا تم تقسيمهم على الولايات كما يرجع ذلك للعامل الجغرافي الذي حال دون الوصول الى ذلك، كما أن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين ينتمون الى منتخب محلي يعود الى أن هؤلاء الأفراد يتواجدون على مجلسين المجلس الشعبي الولائي والمجلس الشعبي البلدي المتوفران في كل ولاية عكس البرلمان الذي لديه مقر واحد وهو عاصمة البلاد.

المحور الثاني: السياسي الجزائري واستخداماته للشبكات الاجتماعية الرقمية

-يستخدم أغلب المبحوثين الشبكات الاجتماعية الرقمية دائما بنسبة 81.42%، ويقضون من ساعتين الى اربع ساعات في استخدامها بنسبة 65.71%.

لعل هذا الاستخدام يرتبط أساسا بفكرة أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تتلخص في إمكانية تداول المعلومات السياسية و آخر الأخبار والتطورات بشكل سهل دون الحاجة إلى الوسائل الإعلامية التقليدية المكلفة، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها وبالاستطاعة القول أن الشبكات الاجتماعية تقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لمستخدميها السياسيين تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل والتواصل مع الأصدقاء سواء كانوا سياسيين أو لا، وفي خاصية يتيحها بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء المستخدمين هذه الخدمات الأساسية وغيرها تجعل الكثيرين لاسيما السياسيين يقبلون على الشبكات الاجتماعية لساعات.

ولعل التحليل العلمي الذي قدمه كل من ماثيور فريزر وسوميترا دوتا أكثر علمية حيث أكدوا على أن دوافع الإقبال الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي هي حوافز تقسم مستخدميها إلى فئتين واسعتين هما الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية، المهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل (LINKDIN)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية، وفي بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيودا على حرية التعبير السياسي أصبحت مواقع مثل الفيس بوك مجتمعات مدنية افتراضية يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات اجتماعية أفقية.. باختصار يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال. (32)

-أغلب المبحوثين يفصحون عن هوياتهم في الفايسبوك ونسبة 87.14% وذلك قصد شفافية الممارسة السياسية السليمة.

حيث تجمع الشبكات الاجتماعية الرقمية بين العلاقات المهنية والعلاقات الاجتماعية، والفرضية الأساسية التي تتوكل مع تكوين علاقات مهنية هي مشاركة الاهتمامات، فقد نجح الفايسبوك في الجزائر في الجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة مثل سياسيين، أساتذة مهندسين، أطباء، طلبة وإمكانية تفعيل هذه العلاقات واردة، ويمكن بلورتها في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص يتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح الفرصة للتواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية ولكن أيضا على الصعيد الدولي.⁽³³⁾

المحور الثالث: الشبكات الاجتماعية الرقمية ودورها في خلق علاقة قوية بين عناصر الاتصال السياسي.

- يعتمد السياسي الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في نقل واستقاء المعلومات السياسية لدرجة متوسطة بنسبة 45.23% تليها درجة ضعيفة بنسبة 33.33% وأخيرا درجة كبيرة بنسبة 21.44%، ويمكن تفسير ذلك أن السياسي الجزائري لديه مصادر أخرى يستقي منها المعلومات السياسية التي تهتمه كاللجوء للزملاء والشخصيات السياسية التي قد تزوده بمعلومات لا تتوفر في الشبكات الاجتماعية على الانترنت بالإضافة إلى إمكانية لجوئه إلى المصادر الإعلامية التقليدية.

- يشارك أغلب المبحوثين بأرائهم السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشر المواضيع السياسية، التعليق على المنشورات والفيديوهات بنسبة 94.28%. وترى نسبة 74.28% أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تعريف الجمهور بالشخصيات السياسية، أما عن مدى فاعلية هذه

الشبكات فان نسبة 78.57% من المبحوثين يعتقدون أن الاتصال السياسي فعال من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه في تقدم مستمر.

لقد فتحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال أمام الممارسة السياسية والاتصال السياسي، وعند الحديث عن السياسة لا يغيب الحديث عن الاتصال السياسي إذا ارتبط بحقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة، وإذا كان الاستقرار على خاصية محددة الأبعاد والملامح الجزائرية أمر قد يبدو صعبا في أفق الملمح الثقافي للممارسة السياسية الافتراضية فقد يبدو أكثر قبولا على المستوى السياسي.

إن الملاحظ أن التحولات التكنولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية التي أخذت طابعا كونيا، يتخطى حدود الدولة القومية، أدت إلى حدوث تحول كمي ونوعي في الاتصال السياسي الخارجي والداخلي، حيث أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، إمكانية التوسع في هذا المجال، كما أن نوعية الاتصال السياسي وأهدافه ونطاقه قد تغير، فقد أصبح يتم متخطيا الحدود القومية للدول، وخالقا روابط اتصالية هامة بين أفراد وجماعات تنتشر في جميع أنحاء العالم، كما أنه قد صار منبرا للتعبير عن القضايا ذات الأهمية المشتركة بين كل إنسان يعيش على كوكب الأرض، وبهذا تحول الاتصال السياسي إلى التعامل مع بيئة كونية ذات خصائص نوعية وكمية مغايرة لما كان قائما في المراحل السابقة الأمر الذي ركزت عليه بعض دراسات التحولات التقنية الهامة في مجال تكنولوجيا الاتصالات وتأثيرها على العالم، وبينت طبيعة التحولات التي طرأت على التفاعلات السياسية المعاصرة، سواء من حيث أطرافها وطبيعتها وأساليب إدارتها، وهناك تحليل معاصر في هذا الاتجاه يبين فيه كيف أدى انتشار وسائل الإعلام الجديدة والتوسع في استخدامها إلى إحداث تحول في طبيعة التفاعلات السياسية في العالم، وتحول الاتصالات إلى اتصالات متخطية

حواجز وحدود الدولة القومية كالخطاب السياسي الكوني الذي يشمل العالم كله، ويركز على العامل المشترك الإنساني ويقلل من أهمية التمايزات أو الخصوصيات الإنسانية، وذلك استنادا إلى أن ما يجمع بين البشر يفوق ما يفرق بينهم.

وفي ربط العلاقة القائمة بين التحول الذي شهده الاتصال السياسي بفعل الاستخدام المستمر لوسائل الإعلام الجديدة وطبيعة العملية السياسية الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بالرأي العام وكيفية رصد من خلال هذه الوسائط التي يصعب تحديد اتجاه معين فيها وذلك لأسباب عديدة ولكن أهمها عدم القدرة على معاينة رأي عام حقيقي أو تمثيل حقيقي على الفضاء العام، حيث تبقى مجرد مناقشات عامة لمختلف القضايا السياسية، نجد أن الرأي العام الجزائري اليوم أقل غموضا وركودا بعد أن كان يشكل الحلقة الصامتة لفترات طويلة خاصة في مراحل عدم الاستقرار، وقد أثبتت نتائج الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي أجريت في السنوات الأخيرة حالة التطور والتحول التي يعرفها الرأي العام تجاه مختلف القضايا، ومنها القضايا السياسية التي عرفت تداولا ونقاشا واسعا من قبل الشعب ووسائل الإعلام الجديدة، وكمثال على هذه القضايا لا الحصر نجد مسار الانفتاح الديمقراطي على السلطة والمجتمع المدني ووسائل الإعلام الجديدة، وأيضا مسألة شرعية النظام السياسي في ظل المتغيرات الجديدة والتحديات المتزايدة، ومسألة تعديل الدستور الذي تمت المصادقة عليه في فيفري 2016 بعد نقاش وجدل كبيرين استمر لأربع سنوات، كما اهتم الرأي العام الجزائري بقضايا الفساد التي تنخر أجهزة ومؤسسات الدولة وكذلك انهيار أسعار البترول في البورصات العالمية بداية من صيف 2015 وما يخلفه من أزمات متتالية وخانقة للاقتصاد الوطني والتي توتر بشكل مباشر على المستوى المعيشي للمواطن الجزائري خاصة بعد قرار تجميد التوظيف نتيجة لما يسمى بسياسة

ترشيد النفقات (التقشف)، فلم يجد إلا ساحة وسائل الإعلام الجديدة لمناقشة كل هذه القضايا لمحاولة التأثير في القرارات السياسية.

كما امتد الرأي العام السياسي الجزائري عبر وسائل الإعلام الجديدة ليتخطى حواجز وحدود الدولة، ونذكر هنا على سبيل المثال القرار المفاجئ مؤخرا الصادر عن رئيس الولايات المتحدة الأمريكية دونالد ترامب، والذي يقر باعتبار القدس عاصمة لإسرائيل، الأمر الذي دفع بسير موجة الغضب واكتساحها مختلف المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية الجزائرية على غرار معظم دول العالم، حيث عبرت مختلف صفحات الفيسبوك وقنوات اليوتيوب عن تنديدها لمضمون القرار الظالم حسب تعبيرهم بمختلف الرسائل والأساليب المعبرة مطالبين الجهات المعنية للتحرك ورفع التحدي، وبناء على وجود هذا الحس الجماهيري لدى المواطن ورغبة وسائل الإعلام الجديدة في التعبير عن الاتجاهات وتغييرها وصناعة مواقف وقرارات غمطية فان الرأي العام يبقى حليفا لمختلف القضايا خاصة السياسية منها ما دام هناك فضاء عمومي يسمح بممارسة و ربط حلقة الاتصال السياسي.

إن قوة وسائل الإعلام الجديدة تكمن في منع انغلاق النظام السياسي على نفسه مرة أخرى، لأنه وعلى الرغم من المدح الكلاسيكي الذي خص به الإعلام الجزائري فان كل فرد مطلع بإمكانه رؤية كم من الفاعلين السياسيين الذين يلمون بتحديد دور الإعلام عندما تكون الأحداث في غير صالحهم. فنمو وسائل الإعلام الجديدة يشكل نهضة لأنه يفسر دسترة الحياة السياسية لأن هذه الأخيرة لا يمكن أن تقتلص إلى لعبة قوى تمثيلية، فقد سمح الدور السياسي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة في التوازن بين الرأي العام ورجال السياسة وتعويضها الطبيعي للإعلام التمثيلي، وذلك عن طريق التنبؤ بقوتها وضعفها. وتعد وسائل الإعلام الجديدة في الوقت

الراهن في أفضل أحوالها لفتح نقاش عام حول كل القضايا الراهنة التي تهم الجزائر باعتبارها المنبر الوحيد للنقد العام والحر والحلول الوسط.

الخاتمة:

أظهرت التوجهات العالمية والعربية في مجال استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة في المجال السياسي، رغم حداثة هذا الاستخدام، على أنها تكنولوجيا ساهمت إلى حد ما في ديناميكية جديدة للنشاط السياسي، إذ صارت الحواسيب وشبكة الانترنت والهواتف النقالة... الخ وبشكل سريع احد مستويات والمجالات الجديدة للممارسة السياسية ومن دون شك فان ذلك سيتعزز تدريجيا خلال السنوات القادمة مع انتشارات تلك التكنولوجيا في المجتمعات وازدياد تقبل الأفراد لاعتمادها في مختلف أنشطتهم اليومية. ورغم أهمية هذه التوجهات العميقة التي تحترق كافة المجتمعات.

ومع الإقرار بدورها في الرفع من قدرات الفاعلين السياسيين والممارسة السياسية، فلا ينبغي المبالغة الكبيرة في تلك الأدوار، أو الاعتقاد على الأقل في الوقت الحالي بأنها ستعوض الاتصال السياسي التقليدي، المجال الحيوي للكائنات السياسية والتي تستخدم التكنولوجيا الجديدة لخدمة أجندتها وتطبيق برامجها. ولهذا فان نفس الأسئلة القديمة تكرر في حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، أسئلة الحرية، إطارها القانوني، التوازن بين حقوق وحرية الأفراد والنظام العام... الخ. إن مجوئ تفصيلية لاستخدام هذه التكنولوجيا في التنظيمات السياسية، وفي كافة مجالات تدخلها (الانتخابات، الصحافة، التنظيم والإدارة الداخلية، التواصل بين الأعضاء ومع العالم الخارجي... الخ.) يمكن أن يوصل إلى فهم أعمق للاستخدامات التي تؤدي إلى فعالية أكبر وإلى المعوقات التي تحول دون الاستفادة من إمكانياتها، فالجاذبية التي تمارسها تلك التكنولوجيا على البحث الاجتماعي والسياسي تنبع بشكل متصاعد من المجالات التي تدرج فيها: الإنتاج، التعليم، التدبير

..الخ وهو الأمر الذي يطرح على الدول العربية إعداد خطط البحث وتكوين فرق متعددة التخصصات بهدف دراسة أثارها في المجالات السالفة وتوظيف خلاصات تلك الدراسة في مجال السياسة والاقتصاد والمجتمع.

الهوامش :

- (1) عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 179.
- (2) المرجع نفسه، ص 179.
- (3) المرجع نفسه، ص 179، 180.
- (4) Flew Terry, New Media, An Introduction, Oxford University Press, UK, p 13.
- (5) New Media, Condensed Net Glossary, <http://www.saila.com/usage/glossary/Accessed/2017>.
- (6) المصادق رايح: «إعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات»، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد 08، السنة 2010، ص 226.
- (7) الطاهر بن خرف الله: في بعض مقاربات الاتصال السياسي، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزء الخامس، ص 62.
- (8) المرجع نفسه، ص 62.
- (9) محمد حمدان المصالحه: الاتصال السياسي، مقترح نظري تطبيقي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص 13.
- (10) محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان، ص 15.
- (11) المرجع نفسه، ص 16.
- (12) Mc Nair Brian, An introduction to political communication, New York, 1999, p4.
- (13) Ibid; p4.
- (14) محمد بن سعود البشر: «إسهامات وسائل الاعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي»، مجلة الحرس الوطني، العدد 198، 1998، ص 16.
- (15) Cotteret Jean-Marie, Gouverner c est paraître, Paris, Puf, 2002, p80.
- (16) حسن عماد مكوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظريته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 314.
- (17) المرجع نفسه، ص 316.
- (18) المرجع نفسه، ص 317.
- (19) المرجع نفسه، ص 323.
- (20) المرجع نفسه، ص 326.
- (21) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ص 13.
- (22) احمد بن مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 282.
- (23) عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، الكويت، وكالة المطبوعات، ص 152.
- (24) محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، عمان، دار وائل للنشر والطباعة، ص 47.
- (25) عقيل حسين عقيل: فلسفة ومناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة مدبولي، ص 148.
- (26) محمد عبيدات وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 63.
- (27) أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، الشارقة، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع، ص 303.
- (28) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 130.
- (29) المرجع نفسه، ص 130.
- (30) عاطف عدلي العبد وزكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 157.
- (31) رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الشهاب، ص 118.
- (32) ماثيور فريزر وسوميترا دوتا: ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية على الانترنت: قسوة الروابط الضعيفة، الاقتصادية، 1 ديسمبر 2008 العدد 5530. متوفر على الرابط <http://www.aleqt.com/2008/12/01/article-169885.html>.
- (33) سامي سفيان: «شبكة التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري»، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، عدد 6، 2014، ص 229.

واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي

- الفيسبوك نموذجاً -

أ. ياسمين شنية - جامعة بسكرة

مقدمة:

تهدف هذه الورقة إلى الكشف عن واقع استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك كنموذج كونه أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً، حيث يكشف تتبع عادات المستخدمين في الرسائل النصية والنشاطات الاجتماعية داخل الفيسبوك، وكيف يفضل المستخدمون استخدام العامية على الفصحى، وتبيان أهم الأسباب التي جعلت من لغة الشات تظهر وتصبح رائجة في أوساط مواقع التواصل الاجتماعي، حتى قضت على روح اللغة العربية ومعالمها الأساسية، وانطلاقاً من هنا تتمحور اشكالية الدراسة في البحث عن واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي؟ .

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

1.1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي (Social network)

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ضجة كبيرة في ميدان التواصل بين الأشخاص، وتعرف هذه الأخيرة بالشبكات الاجتماعية «وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية».⁽¹⁾

وهي أيضاً «مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الانضمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات».⁽²⁾

فقولنا أن المجتمع الذي ينشأ من هذه المواقع هو افتراضي يعني أن العلاقات التي تقام داخله بين الأشخاص ليست بالضرورة علاقات على أرض الواقع؛ إنما يفترض أنهم أصدقاء تجمعهم صفات مشتركة أو هوايات، أو ينتمون إلى المجتمعات الافتراضية ذاتها، كما تسمح هذه المواقع بالتواصل مع الأقارب والمعارف والأصدقاء الحقيقيين للأفراد، والمستخدم لها يملك مساحة كبيرة من الحرية؛ تبدأ أولاً بالخصوصية في إنشاء الصفحات (الحائط)، وتتمظهر أيضاً في العلاقات التي تنشأ من هذه المواقع مثل إرسال طلبات الصداقة وقبول الطلبات، أو مراسلة الأشخاص وقبول رسائلهم، ومتابعة الصفحات وطلب العضوية في المجموعات... وغيرها من الأمور التي تملئها شروط هذه المواقع ذاتها.

ويمكننا القول عنها أيضاً أنها مواقع إلكترونية اجتماعية على الانترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عزّ التواصل في العالم الحقيقي.⁽³⁾

تعمل هذه المواقع بطريقة تتيح للأفراد إنشاء صورة / حائط (profile) لأنفسهم، تحمل معلومات خاصة بالمستخدم، ويتمكن الأفراد فيها بنشر أشياء من اهتماماتهم لإنشاء فضاء خاص بكل فرد، يمكنه حتى التحكم في ممن يستطيع الاطلاع عليه من الأفراد المستخدمين الآخرين، كما تتيح له أيضاً إمكانية مشاركة المنشورات، وإبداء الرأي فيما ينشره الأصدقاء بطريقة التعليق، وغيرها من الخدمات الأخرى التي تتصف بها مواقع التواصل الاجتماعي.

إذا تتيح هذه المواقع «عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء)، أو كل ما سبق عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك،

وبذلك تكون أسلوبا لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت⁽⁴⁾.

فهي إذا عبارة عن شبكات اجتماعية ظهرت على شبكة الأنترنت من أجل تعزيز التواصل بين البشر، وتسهيله حيث تمكن الأفراد من التواصل الحي وتبادل الرسائل والصور مهما كانت المسافات التي تبعدهم.

2.1- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

عديدة هي الشبكات التي أنشئت لغرض التواصل، أشهرها: الفيسبوك (facebook)، التويتر (twitter)، الانستغرام (instagram)، الواتساب (whats app)، الفاير (viber)، أصبحت _ بعد انتشار الهواتف الذكية _ على شكل تطبيقات (application)، يشترط في استخدامها ربط بالشبكة، وتختلف في تصاميمها مع محافظتها على صفة إقامة التواصل الاجتماعي.

3.1- تطور شبكات التواصل الاجتماعي:

جاءت الشبكات الاجتماعية لتحقيق التواصل الاجتماعي من خلال شتى أنواع احتياجات المستخدمين طيلة أوقات تواصلهم، لذا فإن أول ظهور لهذه الشبكات يرجع على عام 1995م حيث عكف مجموعة من تلاميذ إحدى المدارس الأمريكية على التواصل مع زملائه بإطلاق أول موقع لهم على شبكة الانترنت تحت تسمية classmates.com لتبدأ بعد ذلك هذه الشبكة بالانتشار والتوسع، وتقسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات تشمل كل ولاية المناطق الداخلية التي تضم بدورها العديد من المدارس المشتركة في هذا الموقع، الذي يتيح للمواطن الأمريكي أينما كان، فرصة التعرف على مدرسته والتواصل مع زملائه⁽⁵⁾.

وفي عام 1997م ظهرت شبكة sixdegrees.com التي توقف نشاطها عام 2001م لعدم تحقيقها للربح المادي، رغم استخدامها لأحدث التقنيات

الفنية، وتطور ظهور ما يماثل تلك التطبيقات فيما بين (2002 م / 2004م) حيث أصبح المستخدم يسجل على أحدها ويصنع لنفسه ملفا خاصا به يمكن أن يطلع عليه كل من يسجل على هذه المواقع، ويطلب عقد صداقات معه.⁽⁶⁾

تعتبر الانترنت المساهم الأكبر في تطوير عمل هذه الشبكات الاجتماعية التي تعرف إقبالا منقطع النظير من قبل مستخدميها، ولعلها أكثر الأشياء استخداما من طرف مستعملي الانترنت «حيث تكثر نسبة مستخدمي الانترنت الذين فتحوا صفحة شخصية على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يعدّ الفيسبوك من أشهرها لما يؤديه من أدوار مهمة في التقريب بين الشعوب على اختلاف ثقافتهم وأعرافهم، حيث لم تعد اللغة حاجزا بين تواصل مستخدميها، بالأخص بعد ظهور ذلك الخليط اللغوي الجديد الذي يجمع بين الرموز والأحرف والأرقام مشكلة لغة أنترنتية جديدة يراها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي جد سهلة وسريعة».⁽⁷⁾

انتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة، وتطورت هذه المواقع شيئا فشيئا لتصبح الأشهر استخداما بين مرتادي بين مرتادي الانترنت، ومع التطور الذي شهده العالم في مجال التقنية والاتصالات ذاع صيت هذه المواقع بين المجتمعات والشباب.⁽⁸⁾

4.1_ خصائص الشبكات الاجتماعية:⁽⁹⁾

1_ الملفات الشخصية (الصفحات الشخصية) profile page: من خلال

الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي

يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومن هم أصدقاؤه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات.

2_ الأصدقاء / العلاقات / friends / connections: وهم بمثابة

الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى « صديق » على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤه، بينما تطلق بعض الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى « اتصال أو علاقة » على هذا الشخص المضاف إلى قائمتك.

3_ إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية رسالة مباشرة إلى الشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أم لم يكن.

4_ ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

5_ المجموعات: تتيح كثيرا من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما يتكون بمنتدى حوار مصغر، وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين.

6_ الصفحات: تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن منتج أو شخصية أو حدث ويقوم المستخدمون بتصفحها.

2. الفيسبوك ولغة الدردشة:

1. الفيسبوك (الفضاء الأزرق):

يعرف الفيسبوك بأنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسسه (مارك زكربيرج) في فيفري 2004م، حيث كان طالبا جامعيا في جامعة (هارفارد)،

وكان الموقع في البداية مخصصاً فقط لطلبة الجامعة، لكن تم تطويره لاحقاً ليسمح لكل شخص يتعدى 13 سنة من استخدامه.⁽¹⁰⁾

هو موقع تواصل اجتماعي على الشبكة العالمية يتيح فتح صفحة خاصة أو عامة لكل من يملك بريداً إلكترونياً، حيث يتيح له نشر ما يشاء ولإضافة من يشاء من الأصدقاء، كما يمكنه إنشاء مجموعات أو الانضمام إليها، يعتمد على بعض الممارسات التفاعلية على غرار الإعجاب بمحتوى معين، ومشاركته والتعليق عليه، والرد على تعليق معين، والإشارة لصديق أو عدة أشخاص في منشور معين، أو القيام بالنكز وإرسال رسائل على الخاص، كما يتيح المحادثة الفورية المكتوبة والمسموعة.⁽¹¹⁾ كما يسمح بتبادل الصور ومكالمات الفيديو وغيرها من الخدمات المميزة التي تزداد تطوراً يوماً بعد يوم.

إن أهم ما يميز الفيسبوك بصفته أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً في أوساط المستخدمين باختلاف مستوياتهم ما يلي:⁽¹²⁾

ـ العالمية: استطاع الفيسبوك بحركيته أن يمنع إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد في الشرق التواصل مع الأفراد في الغرب ببساطة وسهولة.

ـ التفاعلية: إن الفرد في الفيسبوك يظل يكتب ويستقبل، يقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة، ويعتبر الفيسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات، فبعدما كانت اتصالات خطية مباشرة (مرسل - متلقي)، أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها الفيسبوك ثورة غيرت مسار الاتصالات، وهذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على إن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً أو تعليقا.

ـ التنوع وسهولة الاستخدام: أتاحت التحديات التي قام بها الفيسبوك الفرصة أمام المشتركين فيه، للكثير من العروض والأنشطة، والفيسبوك أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف والصور التي تشير للمستخدم التفاعل.

ـ التوفير والاقتصادية: مجانية الاشتراك أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على الفيسبوك، ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال.

3- اللغة العربية في شبكات التواصل:

تنقسم اللغة العربية من حيث الاستعمال إلى فصحي وعامية، وإذا ما نظرنا إلى اللغة المستعملة في مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وجدناها قريبة للعامية أكثر من قريبا للفصحي، لأن غرض التواصل يطغى على هذه المواقع والذي تعتبر الفصحي أكثر تحقيرا له لما تحمله من سهولة في الاستخدام وعد تكلف، ويقتصر استخدام الفصحي في التواصل الاجتماعي على بعض أفراد الطبقة المثقفة، وهو يقل يوما بعد يوم؛ إذ حتى هذه الفئة أصبحت تميل إلى التواصل بالعامية.

أما عن بقية أفراد المجتمع المشتركين في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي الذين وجدوا طريقة في التواصل أكسبها الاستعمال صفات خاصة تظهر أكثر في التواصل بالكتابة، أو أثناء التعليق والتفاعل، لتختفي تدريجيا معالم العربية في ظل التهجين، والاختصار والاستبدال بطغيان تعويض الكلمات بصور تعبيرية وملصقات.

1.3- لغة التواصل الاجتماعي:

تسمى بلغة الشات ولغة الدردشة، وهي اللغة التي يستخدمها المنتسبون لمواقع التواصل الاجتماعي في رسائلهم وتعليقاتهم ومنشوراتهم، وقد عرفت هذه اللغة تغيرات كبيرة على اللغة العادية في التواصل الواقعي، حتى أصبحت لها مميزات خاصة بها ساعدتها في بعضها التطور الهائل الذي تشهده فضاءات

التواصل في حد ذاتها وما يضاف إليها من تقنيات جديدة تساعد على تسهيل إقامة التواصل وما يتطلبه عصر السرعة.

يوظف مصطلح لغة الدردشة للتعبير عن اللغة التي يستخدمها الشباب أثناء تواجدهم على الشبكات الاجتماعية، وتتميز بالاختصار، ويتم خلالها استبدال الحروف بالأرقام وما إلى ذلك، وهي لغة متداولة لدى الشباب ويقومون بتعديلها حسب إرادتهم، وتعتمد على العامية الهجين.

بدأ مصطلح جديد للغة التواصل يطفو على سطح المواقع الاجتماعية أطلقت عليه العديد من التسميات، حيث «تعد امتدادا لدعوة كتابة العربية بالعامية المختلطة بالأجنبية وبالأحرف اللاتينية، ومن أسمائها (لغة الانترنت) (لغة الشات) أو (الفرانكوأراب)، وهي لغة هجينة مكونة من كلمات عربية عامية وأخرى إنجليزية مكتوبة بأحرف إنجليزية وأرقام تعبر عن أصوات عربية لا وجود لها في الإنجليزية⁽¹³⁾، وتسمى أيضا (بالعريزي) و(الأرايش) و(اللغة الفيسبوكية)، تتميز بأنها أشبه بمصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشرهم بصفة مستمرة». (14)

على الرغم من أن لغة الشات ليست جديدة إلا أن السبب الرئيس في انتشارها في الفترة الأخيرة اقترن مع ظهور خدمة الهاتف الذكي المحمول وتطبيقات الدردشة المجانية التي حلت مكان خدمة الرسائل القصيرة، هنا بدأ ظهور لغة الشات حين انتقل الشباب إلى استخدام الوسائل التكنولوجية في المحادثة والدردشة. (15)

2.3. تواضعات لغة الدردشة:

- كتابة العامية العربية بالأحرف الأجنبية: وهي أهم مميزاتها، حيث يعمد المستخدمون على كتابة الكلمات العربية بالأبجدية الأجنبية؛ فبدل أن يكتب مثلا: السلام عليكم، يكتبها salam alikom.

قد يتساءل البعض عن السبب الذي جعل من المتواصلين يستخدمون الحروف الأجنبية بدل الحروف العربية على الرغم من أن الألفاظ المستخدمة عربية ليست أجنبية، ومع ذلك فهم يفضلون كتابتها بالحرف الأجنبي؛ أعتقد أن نظرة ميدانية خاطفة على هؤلاء المستخدمين تبين أنهم يجعلون من ممارسة التواصل كتابة وتلفظاً بالأجنبي هو من علامات التطور والحضارة، وأن الكتابة بالعربية يجعل الفرد يبدو غير مثقف أمام الغير، وعليه فالمسألة لا تقتصر على مواقع التواصل على الشبكة بل هي أيضاً على أرض الواقع، وإنما سمحت لها هذه المواقع بالظهور أكثر حتى أصبحت حديث العصر.

- تعويض بعض الحروف بالأرقام بحجة عدم إيجاد مايقابلها في الهجائية الأجنبية، نختصرها في الجدول الآتي:

| الحرف | الرقم الذي يقابله | مثال |
|-------|-------------------|--------------|
| ح | 7 | A7lam_ أحلام |
| خ | 5 | 5alid_ خالد |
| ق | 9 | 9amar_ قمر |
| ط | 6 | 6ark_ طارق |
| ع | 3 | 3abir_ عبير |

وبهذا يكون لكل حرف عربي ما يقابله بالأجنبي ، ويعوضه في لغة الشات، فكان أن استحدث المتكلمون بها مقابلات للحروف التي لا نظير لها في الأجنبية وهي موضحة في الجدول التالي:

| الحرف العربي | ما يقابله بلغة الشات |
|--------------|----------------------|
| ث | th |
| ذ_ظ | d |
| ض | dh |

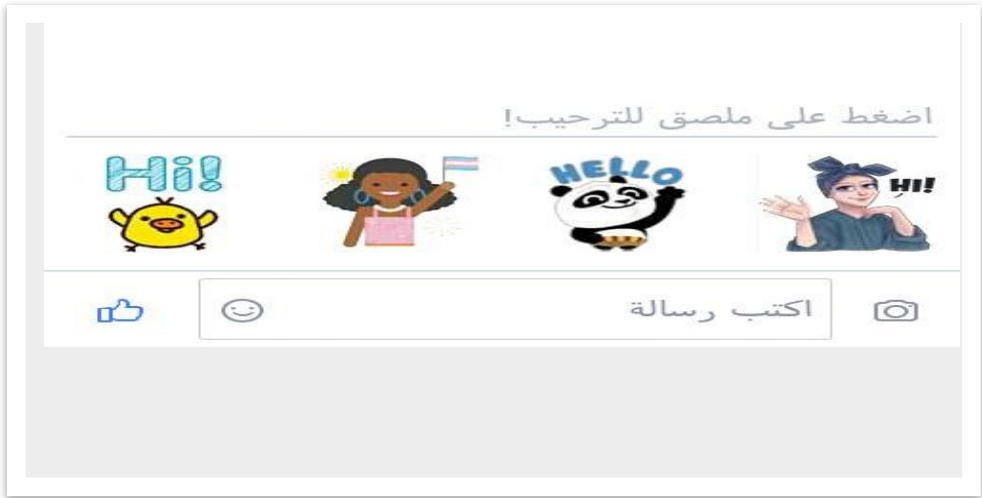
| | |
|-------|----|
| Sh_ch | ش |
| gh | غ |
| h | هـ |
| w | و |

- الاختصارات: وهي اختصار الكلمات بذكر بعض حروفها، تكون مفهومة من التداول والاستعمال، حيث أصبحت متعارف عليها في مجتمع الشات، منها ما يبينه الجدول التالي:

| | |
|------------|--------------|
| اختصاراتها | العبارات |
| S l m | السلام عليكم |
| H m d | الحمد لله |
| N sh | إن شاء الله |
| H f d | ربي يحفظك |

- استخدام الصور التعبيرية والملصقات: تعتمد الدردشة على إدراج بعض الصور التي تحمل تعبيرات تعوض الألفاظ، تأتي على شكل باقات تحمل كل باقة منها وصفا معينا قصد تحديد استخداماتها ، ولها علاقة وطيدة بلغة التواصل حيث أنه من مزاياها بلاغة التعبير بالصورة وسهولة إيصال الفكرة باعتمادها على التعبير بالرسم أو الصورة بدل اللغة .

ويعتمد المطورون لتطبيق ماسنجر الخاص بالدردشة الفيسبوكية بتطوير باقات الملصقات التعبيرية واعتماد الإضافات الجديدة والمستمرة، ويظهر ذلك منذ فتح نافذة دردشة مع صديق لأول مرة حيث يجد المستخدم مجموعة من الملصقات بجانب مكان كتابة الرسائل، كاقتراح من أجل إرسالها في بداية الاتصال تسمى بالإشارات الترحيبية، كما تبينه الصورة التالية:



كما يكفي الضغط على صورة الوجه الموجودة في مربع كتابة الرسالة حتى تظهر لك مجموعة الباقات التعبيرية التي تسمح بتعويض اللغة.



لا تقتصر هذه المميزات على الرسائل المتبادلة بين المتحدثين فحسب بل هي كذلك موجودة في نشاطات المستخدمين الأخرى، فمثلا لغة التعليقات تختصر في بعض الملصقات يكفي المعلق الضغط عليها حتى تعوض ما كان سيكتبه بالأحرف كما هو مبين في الصورة:



إذا فالتطور الذي تشهده هذه المواقع وعلى رأسها الفيسبوك جعلت من واقع استخدام اللغة في التواصل بين الأشخاص يزداد سوءاً، لأن ما يميز اللغة العربية هو الكتابة بالأحرف العربية، وأن كتابتها بأحرف لاتينية ممزوجة بالأرقام لا يوصل المعنى الحقيقي، بل قد يتعثر القارئ أكثر في فهم اللفظة، وما ذلك إلا تشويه للغة لا أكثر، لأن التقييم الوضع ميدانيا يجعلنا نقول أن حتى المتعاملين بهذه اللغة الهجين هم أنفسهم من يتعثرون في كثير من المواقع في فهم ألفاظها؛ وهي بذلك تعرق تواصلهم ولا تيسره.

الخاتمة:

قد يتساءل البعض لماذا إذا التمسك بهذه اللغة إذا كانت لا تؤدي غرض التواصل السريع؟ إن عوالم التواصل الاجتماعي خلقت لكثير من الفئات التي لم تكن لها قدرة فرض وجودها في الواقع كونها تعتمد على العالم الافتراضي والخصوصية، لذلك كان لابد لهذه الفئات من البحث عن التميز وأعتقد أنه أحد الأسباب الرئيسة لظهور مثل هذه اللغة في التعامل، إضافة إلى الإحساس بالنقص تجاه الفئة المثقفة ومحاولة الظهور في المجتمع بصورة الفرد المثقف، لذلك نجد أن أكثر من يتقن هذه اللغة هم الفئة الأمية في المجتمع، بل تجده حتى لا يتقن الكتابة بالحروف العربية، لكنه يعرف جيداً لغة الشات.

لذلك فإن مثل هذه اللغة التي استطاعت أن تجذب إليها الكثير من الأميين وغيرهم لتعلمها فقد ساهمت ولو بالقدر اليسير في التخفيف من حجم الأمية من منظور عدم القدرة على القراءة والكتابة، ومن جهة أخرى خلقت أمية من نوع آخر، أمية تجاه اللغة العربية في ذاتها، فأصبحنا نتكلم عن لغة تواصل العرب فيما بينهم وليس عن اللغة العربية.

الهوامش:

- 1_ وائل مبارك، حضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، السودان: المكتبة الوطنية، 2011، ص (9)
- 2_ سلطان مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، شبكة الألوكة، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 1432هـ، ص (09).
- 3_ ينظر: استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا دراسة ميدانية تحليلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، إعداد الطالبة: قناوي منال، إشراف الدكتور: فضيل دليو، جامعة العربي بن لهيدي، أم البواقي، 2014 / 2015، ص (24).
- 4_ نصر الدين عبد القادر عثمان، مريم محمد صالح، إشكالية اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الفترة ما بين (فيفري 2012 / فيفري 2013)، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية (اللغة العربية في خطر... الجميع شركاء في حمايتها) المجلس الدولي للغة العربية ، فيفري 2013، ص (15).
- 5_ ينظر: نصر الدين عبد القادر عثمان، مريم محمد صالح، إشكالية اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، ص(12)
- 6_ المرجع نفسه.
- 7_ الدكتورة: فطيمة بوهاني، والباحثان: حميدة خذري، وحمزة هريدي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لكيفية مساهمة استخدام الفيسبوك في اندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين، قسم العلوم الإنسانية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، ص(2).
- 8_ ينظر: واقع استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي « الفيسبوك نموذجا » مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، إعداد الطالبة: خلدون اسمهان، إشراف الدكتور: سلامي اسعيدان، المسيلة: جامعة محمد بوضياف، قسم علوم الإعلام والاتصال، (2015/2016)، ص (18).
- 9_ المرجع نفسه، ص (20).
- 10_ ينظر: وائل مبارك حضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ص (12).
- 11_ ينظر: قناوي منال، استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، ص (25)
- 12_ ينظر: بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، شهادة لنيل رسالة ماجستير علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة بسكرة، ص (55)(58).

¹³ _ محمود أنس السرميني، لغة الدردشة ..ظاهرة تستحق التوعية، الموقع: <https://www.alukah.net/literature-language/0/51072/>، تاريخ الإضافة: 2013/2/27، تاريخ الاطلاع : 2019/4/16 .

¹⁴ _ رحيمة الطيب عيساني، اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديدة، الأنترنت وتطبيقاتها نموذجا، جامعة الشارقة كلية الاتصال، ورقة في مؤتمر دبي المنعقد في: 7/10ماي 2013،

¹⁵ _ شادي عواد، لغة ال chat ... حروف وأرقام تخط العربي بالأجنبي، الموقع : <https://www.lebanese-forces.com/2015/09/30/chating-in-our-society/> ، تاريخ: 30 أيلول 2015.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية في ظل البيئة الرقمية.

أ. إسمهان حليس - جامعة بسكرة

مقدمة:

تعتبر قضية الهوية الوطنية من المشكلات الفكرية المستعصية في عالم العربي المعاصر في خضم الثورة الرقمية فالهوية تمثل المرجع والخصوصية والإرث التي تركه الأسلاف فهي تمثل الانتماء الروحي للأرض المستقلة المحرر التي تعني الوطن ووفقا للتعريف التاريخية والاجتماعية القديمة والحديثة أنها ذلك القلب الذي يجمع كل هاهو مشترك في مجتمع ما من قيم وعادات وتقاليده تميزه عن غير وتضمن تآزر أفرادها في منظومة تحافظ على وحدتهم وترابطهم، هذه المنظومة التي تعاني مشكلة الانفتاح العالمي في ظل البيئة الرقمية التي عملت بواسطة جملة من الوسائط التكنولوجية على هدم الحواجز التي تفصل بين الدول، وهنا نطرح التساؤل التالي: هل المجتمع الرقمي العابر للحواجز الجغرافية المفاهيمية يؤثر سلبا على الحفاظ على الهوية الوطنية للشعوب؟ وهل انفتاح الشعوب على بعض يلغي بضرورة خصوصية الهوية للمجتمعات؟ وهذا ما سنحاول معالجته في هذه الورقة البحثية.

1. مفهوم البيئة الرقمية:

لقد خلق الإعلام الجديد بتنوع أشكاله (مواقع إعلامية، صحافة إلكترونية، إذاعات وتلفزيونات، مدونات....) خصائص مميزة داخل هاته المنظومة البيئية حيث تم فيها تجاوز المساحات الجغرافية الشاسعة، وإمكانية الوصول إلي جميع أنحاء العالم بدون حواجز، كما تم تجاوز عامل الوقت في إيصال المعلومة، كما خلق مجتمع بدأت فيه الخصوصية المميزة للأفراد تتلاشى شيئا فشيئا، أدى إلي ظهور ما يعرف اليوم بالقرية الكونية داخل منظومة العولمة التي فرضتها وسائل الاتصال الجديدة والمرتبطة أساسا بشبكة الانترنت.

لقد تعددت التسميات للحالة الراهنة التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة منها البيئة الرقمية أو المجتمع الرقمي، العالم الافتراضي.

ولنا أن نقف على تعريف كلمة البيئة فهي مشتقة من اللفظ العربي «بواً» ويقال تبوأ منزلًا بمعنى نزلته فالبيئة هي المنزل أو الحال وهنا يتطابق مفهوم البيئة مع المفهوم العربي لعلم التبيؤ وهو العلم الذي يبحث في علاقات الكائنات الحية بعضها مع بعض ومع المحيط أو الوسط الذي تعيش فيه.⁽¹⁾

أما «الرقمي»: فتعني من الناحية التقنية هي مجموعة الحروف والصور والأصوات التي تحول إلي بيانات رقمية في صيغة أحاد وأصفار يمكن تخزينها ومعالجتها وإرسالها بواسطة أجهزة الحواسيب المتصلة بشبكة الانترنت.⁽²⁾

وسنحاول أن نحدد المفهوم الاصطلاحي للبيئة الرقمية:

البيئة الرقمية هو مجتمع حديث ومتطور نجم عن دخول وتبني تقنية المعلومات والاتصال إلي كافة الأنشطة الحياتية للإنسان، فالمجتمع الرقمي يتضمن جميع الأنشطة والموارد والتدابير والممارسات المرتبطة بالمعلومات إنتاجا ونشرا وتنظيما واستثمارا، وهي بيئة يكون الاتصال فيها بواسطة الحواسيب عبر شبكة الانترنت

ويكون الاتصال في البيئة الرقمية من أي مكان ومن أي حاسوب أو وسيطة أخرى تتصل بالانترنت وللبيئة الرقمية مكونات أساسية هي:

- التكنولوجيات الحديثة لنقل المعلومات والتخزين والاتصال (حواسيب، هواتف ذكية...)

- الوسائل التقنية المستعملة من قبل المستخدم للوصول إلي المعلومة.

- الأدوات البحثية في الرقمية.⁽³⁾

لعل البيئة الرقمية كما أشرنا سابقا مجتمعنا من نوع آخر يطلق عليه «المجتمع الرقمي» ويعرف هذا المجتمع حراكا واسعا وتواجد كبير من طرف المستخدمين، فماهيته تنصب في تبادل المعلومات ونقلها بصورة غير محدودة لتكون في النهاية مجتمعا ما يسمى مجتمع المعلومات وهو مجتمع يعتمد في حركته وتطوره على المعلومات وشبكات الاتصال والحواسيب والهواتف الرقمية وآليات التكنولوجيا الأخرى أي تعتمد على ماتسمية «التقنية الفكرية».

2. خصائص البيئة الرقمية:

تتميز البيئة الرقمية بالعديد من الخصائص التي ساهمت في ربط العالم ببعض وسهولة الولوج داخل هذا العالم الرقمي ومن أهمها:

- التفاعلية: هذه الميزة خاصة يتمتع بها المجتمع الافتراضي أو الرقمي، فهي تعني انتهاء الاتصال الخطي في اتجاه واحد من المرسل للمستقبل بحيث يصبح الاتصال باتجاهين وتبادل فيه الأطراف الوظائف الاتصالية ويكون لكل طرف الحرية والقدرة على التحكم في العملية الاتصالية.⁽⁴⁾

- الحرية: كانت وسائل الإعلام التقليدية عرضة لتحكم من قبل السلطات واستخدمتها كسلطة رابعة لتحكم في المجتمعات وبيث كل ما يخدم مصالح معينة لأطراف معينة وحكومات خاصة في بلدان العلم الثالث، بينما نجد في المجتمع الرقمي أصبح بواسطة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وكذا القنوات الفضائية يتمكن المستخدم من معرفة كل ما يرغب فيه، عن طريق وسائل الإعلام التي تخضع للرقابة من قبل السلطات.⁽⁵⁾

- التنوع والشمول: إذ كانت تعاني وسائل الاتصال القديمة في البيئة العادية من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين، لكن عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة في الأحداث، كذلك أصبح بإمكان المتابع

أن يستفيد في الكثير من الروابط والمواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله.

- التوفير والتحديث المستمر: إذ أصبح بإمكان أي فرد من أي مجتمع الاطلاع على ما يحدث في بقية البلدان بغض النظر عن مكانه وزمانه، كما وفرت البيئة الرقمية قدرة البث المباشر والمستمر للأحداث فلم يعد مربوطا بانتظار الجرائد الورقية ولا النشرات الإخبارية.

- المرونة: حيث يمكن للمستخدم في البيئة الرقمية الوصول للكثير من مصادر المعلومات بكل سهولة وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يمكنه ذلك من زيادة القدرة على الحصول على المعلومات مختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب.⁽⁶⁾

3. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذات التأثير داخل البيئة الرقمية:

تعرفها الدكتورة فائزة الشهري «على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص به، من ثم ربطه خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعة أصدقاء جامعية أو غير ذلك». ومن أهم شبكات التواصل فاعلية وتأثير وتستقطب عدد هائل من المستخدمين نجد موقع فيس بوك، تويتر، يوتوب.

1.3- الفيس بوك:

أنشئ هذا الموقع عام 2004م على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طابا في جامعة هارفارد حينها، وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ماكان يسمى بكتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة فرصة التعرف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد التخرج.

والفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا واسعا قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث وصل معدل الاشتراكات الجديدة به معدل 150 الف مشترك جديد يوميا.

يؤدي هذا الموقع خدمات إلي مستخدميه تسهيل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء والمشاركين في هذا الموقع.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال.
- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور .
- التواصل مع مجتمعات افتراضية.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات .
- إمكانية تثبيت أي خبر أو صور ومقاطع فيديو.

2.3- توتير:

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة، وظهر موقع التوتير عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة أوب فيوس الأمريكية، ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام.⁽⁷⁾ يختلف هذا الموقع عن الفيس بوك لأن الرسائل مثلما اشرنا سابقا محدودة الحجم فهو يسمح بالثرثرة والأحاديث الطويلة بل يعلم مستخدميه الدخول في الفكرة مباشرة، فهو موقع يسمح بنقل فكرة أو خبر بسرعة وسهولة وتركيز. والميزة الثانية للتوتير هو سرعة نشر الخبر فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح الملايين من الناس سواء المشتركين في توتير او غير المشتركين باستطاعتهم الاطلاع عليه.

- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل الاساماس حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك بعد تفعيل رقم الهاتف من خلال الموقع.

- متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية دون الحاجة إلي زيارة كل موقع على حدا.

3.3 اليوتوب:

هو الموقع الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة، الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل، يتيح إمكانية التجميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو⁽⁸⁾ وقد منع موقع «يوتوب» في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح أو اسائة لشخصيات مهمة أو الحكومات في هذه البلدان، لكن هذا لم يمنع تزايد عدد خلال ذكرى تأسيسه السادسة عن من إحصائيات اليوتوب مستخدميه، حيث كشف موقع يوتوب عن ارتفاع عدد ساعات الفيديوهات التي يتم تنزيلها على الموقع إلى 48 ساعة، هذا ما أدى إلى ارتفاع عدد مشاهدي الموقع إلى 3 بليون مشاهدة في اليوم.⁽⁹⁾

مميزات اليوتوب:

يتمتع موقع اليوتوب بعدة مميزات يستفيد منها مستخدميه أهمها:

- 1- يساعد اليوتوب التوثيق للأحداث بتفاصيلها ممكنة.
- 2- يتيح اليوتوب إمكانية إعادة المشاهدات لعدة مرات وحسب الطلب.
- 3- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة.
- 4- إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتوب.
- 5- سهولة الاستخدام والمشاهدة.

- 6- موقع اليوتوب متاح للجميع ومجاني.
7- توفر إمكانية ترجمة ماينشر على اليوتوب.

سلبيات موقع اليوتوب:

بالرغم مايتوفر عليه موقع اليوتوب من ميزات كثيرة يوفرها لمستخدميه، إلا أن هنالك بعض السلبيات التي تواجه مستخدميه منها:

- 1- إمكانية الاختراق.
2- قيام بعض الدول بحجب الموقع.

4.3. البريد الإلكتروني:

يسمى أيضا بالايمايل وهو برنامج لتبادل الرسائل عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشبكة الانترنت أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات معينة.

ولكي تتاح لك الفرصة لاستخدام هذا التطبيق لابد أن يكون لديك عنوان بريد يحدد يميز العنوان البريدي علامة @ وتقرأ (آت).

ويوجد ثلاث أنواع من البريد الإلكتروني:

1. ويب ميل يمكن استخدامه من خلال أي متصفح ومن أي مكان في العالم.
2. بريد for warding ويمكن عن طريقه المراسلة بدون أن يعرف احد بريد المرسل إليه الشخصي.
3. بريد pop3 يشبه بريد الويب ولكن في حالة البريد يجب استخدام برنامج مساعد مثل M Soutlok ثم تقوم بتجهيز هذه البرامج للإرسال واستقبال الرسائل.

إيجابيات البريد الإلكتروني:

- سرعة الإرسال.
- سهولة فتح البريد الإلكتروني.
- سهولة تغيير كلمة السر.
- عدم وجود تكلفة .
- توفير إمكانية إرسال رسائل إلي عدة عناوين في نفس الوقت والسرعة.
- عدم وجود وسيط بين المرسل والمرسل إليه.
- إمكانية تخزين ضغط الرسائل وأرشفتها.
- إمكانية وضع فلتر للبريد الإلكتروني.

أما سلبيات البريد الإلكتروني:

- الخصوصية التي تميز هذا التطبيق ساهمت في زيادة العزلة بين الأفراد.
- خطورة التعرض للفيروسات.
- احتمالية تعرض صاحب البريد الإلكتروني لعملية احتيال الكترونية.
- خطورة اختراق البريد الإلكتروني.

5.3_ المدونات:

تعتبر المدونات إحدى أهم تطبيقات الانترنت نموا في شبكات التواصل الاجتماعي اذ تعرف المدونة الالكترونية «منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، تكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبا زمنيا معكوسا...»

تعتبر المدونات وسيلة فعالة للتعبير عما يريده المدون من يوميات وخواطر... فالمدونة وسيلة للنشر أدت إلي زيادة دور الشبكة العالمية كوسيلة للتعبير والتواصل ن بالإضافة لكونها وسيلة للنشر والدعاية والترويج وللمدونات عدة أشكال منها مدونات الفيديو، مدونات الصور، مدونات

المعلومات، وتهتم هذا النوع الأخير بالمدونات الخاصة بالعلوم الإنسانية بمختلف فروعها، المدونات الشخصية.

اجابيات المدونات:

- الحرية والصراحة في تداول الموضوعات.
- تعتبر المدونات مصدرا هاما لتنمية المعلومات وتوسيع المعارف.
- سهولة إنشاء مدونة وإدارتها.
- إتاحة الفرصة للكثير من الباحثين إلي نشر ما حققوه من نجاحات والتقدم في مجال الأبحاث والدراسات.
- إمكانية القيام والتعبير عما يريده المدون كتابة بالنص الحر في أو عن طريق مقاطع البث الإذاعي والتي تتيح إمكانية تحميلها.

أما سلبياتها:

- قيام بعض الدول باعتقال المدونين وحظر نشاطهم وذلك لما تناقشه المدونات من عمليات فساد ونهب وكبت للحرريات.
- افتقار الكثير من المدونين إلي التخصص والقدرة على التحليل السليم للموضوعات التي يطرحونها.

6.3 - سكايب:

سكايب برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاي زينشتروم والدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات، يمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيا عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.

وقد اشترت شركة مايكروسوفت البرنامج وقامت بتطوير برنامج سكايب واستحدثت خدمة جديدة تدعى «سكايب في مساحة العمل» وهي

خدمة خاصة برجال الأعمال والشركات صغيرة الحجم إذ تتيح هذه الخدمة لهم إعلان عن منتجاتهم والترويج لها، كما تتيح لهم خدمة الاتصال والتفاعل مع عملائهم بالإضافة إلي الكثيرين ممن يتوقع التعامل معهم.

ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات بالإضافة إلي نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ...

من مزايا برنامج السكايب:

- 1- مجانية التحميل على جهاز الهاتف وسهولته.
 - 2- انخفاض تكلفة الاتصال عبر هذا البرنامج على الخطوط الأرضية أو المحمولة قياسا بتكلفة الهاتف الأرضي.
 - 3- يمكن البرنامج مستخدميه من ميزة الاتصال بواسطة الصوت والصورة والكتابة، إذ تتيح هاته الخدمة التحدث في البث المباشر.
- أما سبببات سكايب فيمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1- اختراق الملف الشخصي ببرنامج سكايب وتغيير كلمة السر وتشفير كل الملفات ، بحيث يستحيل على صاحب الحساب الوصول إليه مجددا.
- 2- قيام بعض الدول بحظر برنامج السكايب بحجة انه تخالف القوانين و احتوائه على مايعارض الأمن القومي.
- 3.7- ماي سبييس:

موقع سيس يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، إذ تتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلي تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو .

يعتبر ماي سبيس أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية قد حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006م، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد إن قامت شركة نيوزكويب بشرائها.

4_ تعريف الهوية الوطنية:

يشق المعنى اللغوي لمصطلح الهوية المركب من تكرر (هو) فقد وضعه كاسم معرف بـ «أل» ومعناه «الاتحاد بالذات»، ويشير مفهوم الهوية إلي ما يكون به الشيء هو هو، أي من حيث تشخصه وتحققه في ذاته تمييز عن غيره، مفهوم الهوية يشكل وعاد الضمير الجمعي لأي تكتل بشري ومحتوى هذا الضمير في ذات ألان، بما يشمل من قيم وعادات ومقومات تكيف وعي الجماعة وإرادتها في الوجود والحياة داخل نطاق الحفاظ على كيانها (الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية،....)

وتعرف الهوية الوطنية اصطلاحا كما يلي:

يمكن تعريف الهوية في المفهوم الفلسفي على أنها عبارة عن حقيقة الشيء المطلقة التي تتضمن صفاته الجوهرية التي تميزه عن غير، وتعد خاصية مطابقة الشيء لما يشبهه أو نفسه. ومن التعريفات التاريخية للهوية الوطنية نجد التعريف التالي:

الهوية الوطنية هي ذلك الانتماء للأرض المستقلة المحررة التي تعني الأرض، كما أنها تعني الانتظار العام في المجتمع وفق معتقده ووجهة نظره إن لم تحس القيم والانتظار العام وسيادة الوطن والأسرة والبيئة والتمسك بالقيم الدينية والسائدة واحترام الرأي العام.

وفي تعريف آخر للهوية الوطنية: هي عنوان أمة تتمايز اجتماعيا وثقافيا ولغة ودينا وسياسة وتاريخ، أي أن الهوية تكون خدمة للإنسان وموقعا له في

شبكة المواقع العالمية، بها يتميز عن غيره، ومنها يتحاور مع الهويات الأخرى، وبها يكون الدفع إلي علمية متعددة⁽¹⁰⁾ وللهوية نوعان:

- فردية: تعتمد أساسا على مميزات «الجسدية» والتي تميز كل كائن بشري عن الآخرين ومن أبرزها بصمة الأصابع.

- وطنية أو قومية: نسبة إلى الوطن إلى الأمة التي ينتسب إليها شعب متميز بخصائص هويته.⁽¹¹⁾

هناك العديد من المصطلحات والمفاهيم التي ارتبطت بمفهوم الهوية الوطنية أهمها الهوية الثقافية، التي نجد تداخل كبير بين المفهومين إذ تعتبر الهوية الثقافية «بأنها القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هاته الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية والقومية طابعا مميزا».

كما تعرف على أنها «ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات و الإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة او فيما معناها بهويتها الحضارية في إطار ماتعرف من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية»، بعبارة أخرى هي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم.

وهناك من يرى «إن الهوية معناها في الأساس التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ماتتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك وقيم».

5. تأثير البيئة الرقمية على الهوية الوطنية:

انطلاقا من اعتبار الهوية الوطنية تبين الثقافية مجتمع معين هذه الأخيرة التي وصفها العلماء في المؤتمر العالمي لوزراء الثقافة بمكسيكو سنة 1982م بأنها جملة

السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمع معين عن غيره، أن المبادلة الثقافية بين المجتمعات يؤثر بصفة خاصة على السلوك الفردي والجماعي.

وقد ساهمت البيئة الرقمية التي فتحت الأبواب أمام هذا التبادل الثقافي الكبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت عبارة عن نافذة على المجتمعات لتعرف على عاداتها وتقاليدها وقيمها سواء الأخلاقية أو الدينية وكذا تاريخها.

فحسب تقارير اليونيسكو 2009م فإن البيئة الرقمية تساهم في التنوع الثقافي للمجتمعات،⁽¹²⁾ لكن هذا التنوع الذي سيحدث بقدر ما يساهم في التقارب بينها إلا أنه يستحمل معه الكثير من المفاهيم الدخيلة التي في الكثير من الأحيان تمس بالهوية الوطنية للشعوب، فمثلا نرى اليوم في المجتمعات العربية دخول العديد من التصرفات الدخيلة سواء في اللباس أو الأكل أو التصرفات خاصة في فئة الشباب، إذ في دراسة استطلاعية لبعض الطلبة في جامعة محمد خيضر بسكرة في موقع فيس بوك نجد أن 76 بالمائة منهم يتابعون نمط اللباس الغربي من خلال ما يتم بثه في مواقع اليوتوب أو الفيس بوك ويتم تقليد اللباس بشكل إلى دون محاولة للحفاظ على هوياتهم، فالكثير من الألبسة المتداولة تتنافى والقيم والعادات للمجتمع.

مع تراجع دور الدولة وتقدم جحافل العولمة وسقطت الحدود التي تشكل احد إبعاد الدولة والهوية القومية وأصبحت الفضاءات الثقافية المفتوحة لتدفق تأثيرات العولمة التي اتجهت إلى إعادة صياغة كل شيء حسب طبيعتها وحتى تحقق العولمة.⁽¹³⁾ هدفها كانت الوسيلة لذلك هي البيئة الرقمية التي أتاحت المنافذ لخلق القرية الكونية تتشابه فيها القيم والهويات في نمط نسقي موحد.

وقد أثبت التواجد في الساحة الرقمية على الاحتكاك الكبير بين الأفراد أدى التأثير والتأثير خاصة في المجتمعات العربية المولعة بتقليد الغرب (تقليد الأعمى للأقوى) والابتعاد عن خصوصية الهوية العربية، فمثلا نرى اليوم

تسابق البلدان العربية للاحتفال برأس السنة الميلادي في جو من الاحتفال يتعد تماما عن القيم العربية والدينية، كما حدث في 2016 في دبي.

إلا أنه من جانب آخر يوجد للبيئة الرقمية ايجابية مثلا ماها سلبية، فقد أصبح هناك انفتاح حول الثقافات المختلفة فأصبح بمقدور الجميع التعريف بعاداتهم وتقاليدهم وتوضيح هاته العادات للعالم والتي في الكثير من الأحيان ساعدت في تنشيط الجانب السياحي في بعض الدول مثلا مصر نرى يوميا شباب يقومون ببث فيديوهات حول المواقع التاريخية والبعض العادات والتقاليد واللباس ما ساعد في التعريف بالموروث الثقافي والحضاري الذي هو جزء من الهوية الوطنية، كما نجد في موقع الفيس بوك العديد من الصفحات الثقافية التي تهدف لتعريف بالهوية الوطنية للدول مثل صفحة «بلادي» الجزائرية التي تهتم بنشر صور وفيديوهات حول العادات والتقاليد والأماكن والمعالم التاريخية الخاصة بالجزائر وكما تبث بث مباشر من الاحتفالات الوطنية، وتتلقى هذه الصفحة العديد من المشاهدات التعليقات لأشخاص من خارج الجزائر ومن الدول الأجنبية ما فتحت مجال لتعريف بالهوية الوطنية حتى بين الشباب الجزائري في حد ذاته.

الخاتمة:

إن ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي شهدها العالم في عصرنا هذا أدت إلي خلق نوع جديد من المجتمعات الذي عرف بالمجتمع الرقمي أو البيئة الرقمية التي جعلت الحدود بين الدول شبه معدومة وأصبح الكل قابل لتأثير والتأثر داخلها، كما شكلت وسائل الاتصال الرقمي نافذة أساسية يطل منها الإنسان هذا العصر ويرى ثقافته وحضارته وأصالته وكذا تقدمه كما أصبحت البيئة الرقمية أداة فعالة في تكوين الاتجاهات والمواقف للأفراد باعتبارها أداة فعالة في التنمية وتطوير الوعي، وكان لهوية الوطنية نصيب كبير في هذا العالم الرقمي والتي عملت على إذابة الهوية للمجتمعات وصهرها في قالب

واحد تحت مصطلح حوار الحضارات أو خلق قرية كونية لها نفس الخصوصيات، هذا مايشكل خطرا على قضية الهوية الوطنية التي ما تزال تعاني من مخلفات الاستعمار التقليدي التي تسعى إلى اكتساح الخصوصيات الثقافية والاجتماعية للمجتمعات وطمس هوياتها القومية والوطنية وعدم السماح لأي امة أن تتميز بدينها وهويتها وقيمها تميزا يتعارض مع متطلبات العولمة، وهذا ما وفرته وسائل الاتصال الحديثة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي وهنا وجب على الدول العمل على المحافظة على هوياتها أمام هذا السيل من الانفتاح الخارجي واكتساح العادات المفاهيم الدخيلة للمجتمعات⁽¹⁴⁾ وهنا سنقدم بعض المقترحات للحفاظ على الهوية الوطنية وسط هذا المجتمع الرقمي الغير مراقب:

- الصراع اليوم يختلف عن قبل أين كانت الشعوب تشن الحروب الضارية للحفاظ على هوياتها، فالصراع اليوم سلاحه وسائل الاتصال الرقمية فعلى الشعوب تقوية منظوماتها الإعلامية والتكنولوجية للوقوف في وجه هذا التدفق السريع للمفاهيم والقيم الدخيلة.

- العمل على تقوية قيم الهوية الوطنية داخل البلدان خاصة لدى فئة الشباب الأكثر عرضة للوسائل الرقمية والتكنولوجية لأنهم أكثر مستخدميها.

- في ظل هذا الانفتاح لاجمال مهما حاولت الدول أن تبقى في معزل عنه، لذا يجب العمل على تربية النشء تربية صحيحة وغرس حب الوطن والقيم وشرحها منذ الصغر لترسيخ داخل العقول.

- العمل على التعريف بالموروث الثقافي الوطني على المستوى العالمي وجعل الأفراد يشعرون بالفخر لانتمائهم له حتى نعمل على تحطيم فكرة تقليد الأقرى (الغرب حسب مفهوم الشباب العربي خاصة).

وفي الأخير نستخلص أننا نسير في مجتمع يسير وفق وتيرة سريعة جدا، ونعني خطورة الوضع الذي نحن فيه وبدل أن نلقي اللوم على العولمة والتكنولوجيا الحديثة والغرب، وجب استغلالها فلكل شيء له جانب سلبي

وأخر إيجابي فيجب تطوير من منظوماتنا الرقمية واستغلالها لتأثير بها بدل التأثير بها وكذا العمل على نشر الوعي الوطني والقومي من خلالها لترسيخ حب الوطن وتدعيم الهوية الوطنية.

الهوامش:

- ¹ إيمان نوي: البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، جامعة محمدخضير، بسكرة، 2015، ص62.
- ² عبد الكريم على جبر الديبسي، زهير ياسين الطاهات: دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد2، تشرين الأول، دار النهضة، بيروت، 2012، ص4.
- ³ TELLIER :la bibliothèque virtuelle l'information au bout des doigts informatique 14 nov 1993, vol1,n1, p14.
- ⁴ ماهر عودة، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، دار الاقاصيص العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص73.
- ⁵ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص56.
- ⁶ علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص57.
- ⁷ معز بن مسعود: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة_دروس من العالم العربي، معهد الصداقة وعلوم الإخبار وحدة البحث في الاتصال، تونس، 2015، ص6.
- ⁸ محمد منصور: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية «العربية أنموذجاً»، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص13.
- ⁹ بوشعالة أمال: اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي -دراسة في التأثيرات على التواصل الأسري، جامعة مسيلة، سبتمبر 2013، ص59.
- ¹⁰ حميدة عمير اوي: قضايا مختصرة في تاريخ الجزائر، دار الهدى للنشر والطباعة والتوزيع، عين مليلة، 2005، ص22.
- ¹¹ جنة أسماء وآخرون: الدفاع عن الهوية الوطنية في كتابات بعض أعضاء جمعية العلماء المسلمين الجزائريين (1931-1939)، شهادة ليسانس، جامعة العربي التبسي، تبسه، 2009، ص11.
- ¹² عبد الكريم على جبر الديبسي، زهير ياسين الطاهات، مرجع سابق، ص15.
- ¹³ علي ليلية: «تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني»، -جامعة عين الشمس، مصر، 2009، ص2.
- ¹⁴ نور الدين بن نعيمة: الهوية الوطنية بين الموروث التاريخي وتحديات العولمة والرقمنة، مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة، الأغواط، 2016، ص15.

الخاتمة:

في آخر هذا الكتاب «دراسات وأبحاث في الإعلام والإعلام الجديد، وبناء على مفاهيم الكتاب والباحثين في مجال الدراسات الإعلامية وابستمولوجيات الإعلام، واعتمادا على ما انتهت إليه الأبحاث حول الإعلام الجديد؛ يمكننا الوقوف على النتائج التالية:

- يُعدّ التحوّل عبر التطوّر التكنولوجي هوّ جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، أليكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون كلّ ذلك كل أن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، فيبعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسمّيه ماكلوهاناب الحتمية التكنولوجية. إذن مفهوم الإعلام الجديد هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل.

- يمكن تحديد الإعلام الجديد «الاجتماعي» كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال. ويبدو أنّ الإعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل.

- على الرغم مما قدم من تعريفات فإن الإعلام الجديد يفتقر إلى الوضوح، بالنسبة إلى مجاله ومداه، ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة، وكما يؤكد امبرتو ايكو: «في كل قرن، تعكس الطريقة التي تقوم عليها الأشكال الإعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع». وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك والنسبية والفوضى، الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.

- ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسمُ إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

- لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي «الإعلام البديل» يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظريا وفكريا لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد.

- تطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم New Media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية. إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول

إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل انطلاقاً من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس انطلاقاً مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه انطلاقاً من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة.

- إن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائلة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضاً لثقافة اتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة، فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع، ويعدّ مواقع التواصل الاجتماعي، أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة.

- قد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيات لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملاً لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية. أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية

الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المألوفة للإعلام هي التي تحدد محتواها. وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقنياً اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.