

الاعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية في الفضاء العمومي الافتراضي New Media and Social Media Feature in the Virtual Public Space

العبد زغلامي جامعة الجزائر 3 - الجزائر LZAGHLAMI@gmail.com	زكريا طفياني* جامعة الجزائر 3 - الجزائر Tafiani.zakaria@univ-alger3.dz
--	--

تاريخ القبول: 2020/03/14

تاريخ الاستلام: 2020/01/28

الملخص

إنّ البحث في موضوع الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ومسألة الفضاء العمومي يحيلنا حتما على الطرح الذي ذهب اليه الباحث **Serge Proulx** وهو يتحدث عن التطور الكبير الذي وصل اليه العالم اليوم في مجال تكنولوجيايات الاتصال وما تقوم عليه من تقنيات ووسائل أثرت على أنساق الحياة المختلفة وساهمت في تغيير النظريات والاطروحات التي كانت تُعنى بدراسة وسائل الإعلام التقليدية وقامت بتوجيهها نحو سياق بحثي جديد ودراستنا هذه تسلك نفس المسار البحثي القائم على الاعلام الجديد وأدواته وتحاول تفسير هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة وتفاعلاتها الافتراضية وتمثّلاتها داخل الفضاء العمومي بالتركيز على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها في حدّ ذاتها "ثورة اتصالية".

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجديد؛ شبكات التواصل الإجتماعي؛ المجتمع الافتراضي؛ الفضاء العمومي؛ الفضاء العمومي الافتراضي؛

Abstract

The research on the topic of new media, social networks and the issue of public space refers us to the idea presented by researcher **Serge Proulx**, when he talks about the great development that the world has reached today in the field of communication technologies and what it is based on techniques and means that affected the various life forms and contributed to changing theories and theses that were concerned with the study of traditional media, and directed it towards a new research context, Our study conducts the same research path based on new media and its tools and attempts to explain this new communication phenomenon and its virtual interactions and their representations within the public space by focusing on social media networks as a "communication revolution".

Keywords: : New Media ; Social Media; Virtual community ; Virtual Space ; Virtual Public Space ;

* المؤلف المرسل: زكريا طفياني، الإيميل: zakidoctorat@gmail.com

مقدمة:

لقد أضحى العصر الذي نعيشه اليوم عصر الاعلام بكل تفاصيله وجزئياته و عاد الدور الاكبر في قيام الدول وتمكّنها على الصعيد السياسي وفرضها لأيديولوجياتها وسياساتها التي تتبناها على عدة اوجه وتسعى الى بسطها على الشعوب والمجتمعات -عاد- للإعلام وقدرته على بسط نفوذ الدول والتمكين لها في مقياس الدول الظاهرة (الغالبية) التي أصبحت تلجأ الى هذه القوة الناعمة من أجل دعم أسسها ونشر ثقافتها على أوسع نطاق وتحت مسميات لبقة لا تجد لها موقعا على فوهات المدافع أو في أحشاء البنادق فلا بدّ بمكان اللجوء الى الاعلام لبيع أو هام العولمة الليبرالية وما تخفيه من مخططات صادمة تدعو الى الهيمنة و الاحتكار والاستفزاز والتدليس و القضاء على الموروثات الاجتماعية للشعوب و الغزو الثقافي وجلّ أشكال الاستعمار الجديد القائم على احلال ثقافة الغير محل الثقافة الاصلية و طمس هوية شعوب المجتمعات النامية، و إنّ المطلّع على حيثيات الامور يمكنه ان يدرك حتما أنّ ما يقدمه الاعلام الغربي من برامج ومضامين استهلكتها وسائل الاعلام العربية بنهم وأعطتها صبغة لا تختلف عن الصبغة الغربية الا في اللغة والوجوه والبيئة العربية التي تعمل في نطاقها هذه الدول هي مضامين دعائية في مجملها لا تسوّق الا للمبادئ والعقائد التي تناقض القيم العربية والمثل الاسلامية، ولا يقوم شأن هذه الدول الا بالاستمساك بما هو قويم و مثمر.

وأفرز التقدم العلمي والتطور التكنولوجي في مجال تقنيات الاتصال ظاهرة جديدة تبلورت في شكل جديد من أشكال الاتصال القائم بالأساس على الانترنت وما نتيجته هذه الشبكة من خدمات وما تقوم عليه من أدوات استغلها الاعلام الجديد لتشكيل ذاته فعدى ظاهرة معقدة ألقت بضلالها على أبحاث الدارسين والمنظرين في علوم الاعلام والاتصال أمثال نيغرو بونتي، كروسبي و مان وفيثش.. وعلى الادبيات الجديدة والجدليات التي صاحبته وحاولت تفسيرها و شرح ميزاتها فولدت مداخل نظرية لفهم خصائص هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة سُميت بأسمائهم، باعتبار أنهم وبيئتهم كانوا هم السباقون لاكتشاف معالم الاعلام الجديد، ثمّ جاء بعدهم الباحثين العرب الذين حاولوا دراسة الاعلام الجديد كذلك فقدّموا مقاربة لفهمه لكن من منطلقات بحثية غربية وبخصوصية البيئة العربية، وبعدها تعددت الدراسات التي تناقش هذه المسألة بالذات وتوالت الجدليات التي تخوض فيها ومن بينها جدليتنا التي تستفسر عن التالي: ما محل الشبكات الاجتماعية في سياق الفضاء العمومي الافتراضي وما أهم تمظهراتها على الخط؟

وينبثق عن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات أهمّها :

- ما هي أهم التعريفات التي تحدد مفهوم الاعلام الجديد و الشبكات الاجتماعية؟
- ما هي خصائص الاعلام الجديد وفيما تتمثل أهم أدواته ؟
- ما هي أهم المداخل والمقاربات النظرية التي تقدم فهماً خاصاً بالإعلام الجديد ؟
- ما دور الاعلام الجديد بأدواته المختلفة في احياء وبعث الفضاء العمومي الافتراضي ؟

2 - أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها موضوع يناقش في مختلف جوانبه الاعلام الجديد وما تمخّض عنه من وسائل جديدة أهمها شبكات التواصل الاجتماعي ودور هذه الشبكات الاجتماعية في تشكيل فضاء عمومي بمعنى جديد يخالف الاطروحات الكلاسيكية فهذه الدراسة تعطي للباحثين فرصة التعرف على الاعلام الجديد وأهم وسائله والاطلاع على دورها وأهميتها في تشكّل الفضاء العمومي الافتراضي.

3- منهج الدراسة:

يتعيّن على كل باحث أن يوضّح المنهج الذي اعتمد عليه في بحثه، ويرجع تحديد المنهج الموظّف في الدراسة الى طبيعة البحث ويعتبر المنهج جواباً لسؤال كيف نصل الى الاهداف؟ في حين أنّ التقنيات تشير الى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول الى الاهداف. (أنجريس م.، 2006، صفحة 115)

3-1 المنهج الوصفي:

يعتبر هذا المنهج مظلة واسعة ومرنة قد تتضمن عدداً من المناهج والاساليب الفرعية مثل المسوح الاجتماعية ودراسات الحالات والتطويرية والميدانية وغيرها إذ ان المنهج الوصفي يقوم على اساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها واسبابها واتجاهاتها وما الى ذلك من جوانب تدور حول سبر آراء مشكلة او ظاهرة معينة والتعرف على حقيقتها في ارض الواقع، ويعتمد المنهج الوصفي على تفسير الوضع القائم اي ما هو كائن وتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات. كما يتعدى المنهج الوصفي مجرد جمع بيانات وصفية حول الظاهرة الى التحليل والربط والتفسير لهذه البيانات وتصنيفها وقياسها واستخلاص النتائج منها. (الحميد و خيري كاظم ، 1996، صفحة 173)

ويندرج بحثنا في اطار البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة وصفا دقيقا وشاملا وكافيا لاستخلاص الدلالات والنتائج من أجل الوصول الى تعميمات بشأن الظاهرة أو الموقف موضوع الدراسة، (الرفاعي، 1998، صفحة 112) كما أنّ البحوث الوصفية قائمة على تصوير وتحليل وتقويم موقف معين أو ظاهرة بهدف الحصول على معلومات حقيقية وكافية عنه، دون التدخل في أسبابها والتحكم فيها. (حسين، 1995، صفحة 131)

2- التأطير النظري للدراسة:

2-1 مفهوم الاعلام الجديد:

يقول Karol Jakubowicz و هو يتحدث عن الاعلام الجديد أنّه "في عام 1980 كان يطلق لفظ الاعلام الجديد على خدمات الكابل و التلفزيون الفضائي، و مسجّل الفيديو و الآن يتم استخدام المصطلح أحيانا للدلالة على المدونات، و مواقع الشبكات الاجتماعية ورسائل الهاتف الخليوي، و غيرها من تطبيقات التكنولوجيا الجديدة، وبشكل عام ينطبق مصطلح وسائل الاعلام الجديدة على وجه الدقة على الوسائط الرقمية". (Jakubowicz K. , 2009, p. 13)

ويشير مصطلح الاعلام الجديد الى كل أشكال الكتابة والترفيه والمتعة وطرق الاستهلاك الاعلامي عبر وسائل الاعلام وألعاب الكمبيوتر والنص التشعبي والمؤثرات السينمائية وهو شكل قائم على علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا. (Liste, 2003, p. 11)

و من بين التعريفات التي حاولت أن تبرز مفهوم الاعلام الجديد، نجد تعريف كلية شريدان للتكنولوجيا * Sheridan التي ترى أنّ الاعلام الجديد هو كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدّم في شكل رقمي وتفاعلي، و هناك حالتين يمكن أن نميّز من خلالهما الاعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتّم بها بثّ مادة الاعلام الجديد و الكيفية التي يتّم من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص، والصورة، والفيديو، والصوت مع بعضها البعض، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج و العرض.

و يعرف ابراهيم اسماعيل مصطلح الاعلام الجديد بقوله أنّه من بين المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل الاعلام التقليدي وظهور وسائل اخرى لم تعرف من قبل كشبكات الانترنت و الهاتف المحمول التي أصبحت عناصر أساسية في حياة المجتمعات وعليه فالإعلام الجديد هو ذلك الاعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر

والبث الإلكتروني، متيحا المشاركة للجميع كمنتجين و متلقين للمادة الاعلامية ووسطاء لتداولها و التفاعل معها بحرية و مرونة. (اسماعيل، 2014، صفحة 22)

بعد استعراض مجموعة التعاريف التي تحدثت عن الاعلام الجديد يمكن للباحث صاحب هذه الدراسة أن يعرّف الاعلام الجديد وفق ما يشتمل عليه هذا الاعلام من تقنيات جديدة وأسلوب جديد في عملية التواصل فالإعلام الجديد حسبنا هو " مجموعة التقنيات و الوسائل الاعلامية الرقمية التي أخذت شكلها بتطور التكنولوجيات الاتصالية و ظهور الانترنت وهو دمج بين الوسائل التقليدية للإعلام في أشكال اتصالية جديدة تجمع بين استخدامات مختلفة كالصوت والصورة والفيديو، و هو ظهور لمنابر جديدة على الخطّ و فضاءات أتاحت فرص المشاركة والنشر و الاعلام والتوجيه والتأثير في عدد كبير من المستخدمين، كما انه تغيّر في طبيعة الجمهور و موقعه من الرسالة التي كان مجرد متلقي لها ثم أصبح من صنّاعها، و لا بد أن نشير الى أنّ مسألة الجودة لا تقف عند الوسائل و التقنيات فقط، فجدة الوسائل و التقنيات مستمرة دائما و هي حتمية يفرضها العلم و التطور و الزمن، لكن ما يهم أكثر الاعلام الجديد هو الجودة في أسلوب التواصل وشكل الاتصال وطبيعة الجمهور و قيمة التفاعل والثقافة الجديدة التي صاحبت ظهور هذا الاعلام والسلوكيات الملازمة له".

2-2 أقسام الاعلام الجديد:

1.2.2 الاعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها: و هو جديد كليا بصفات

وميزات غير مسبوقه، و هو ينمو بسرعة و تتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.

2.2.2 الاعلام الجديد القائم على الاجهزة المحمولة: و تندرج ضمنه أجهزة قراءة الكتب والصحف

وهو أيضا ينمو بسرعة و تنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الادوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف و المساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

3.2.2 نوع من الاعلام الجديد قائم على منصة الوسائل التقليدية: مثل الراديو و التلفزيون التي

أضيفت اليها ميزات جديدة، مثل التفاعلية و الرقمية و الاستجابة للطلب.

4.2.2 الاعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline: و يتم تداول هذا النوع، إما شبكيا، أو

بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، و ما إليها و يشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الالكترونية و غيرها. (صادق، 2008، صفحة 7)

2-3 أبرز المداخل النظرية للإعلام الجديد:

نجد أنّ هناك العديد من المداخل النظرية التي حاولت اعطاء صورة عامة حول الاعلام الجديد وحاولت تفسيره وشرح خصائصه و مبادئه العامة وقد جاءت هذه المداخل النظرية لتقدم تصوّرات حول ظاهرة الاعلام الجديد وما يتعلق به، وكيف يتم الانتقال نحو هذا الاعلام الذي يرتبط بالتكنولوجيا الجديدة التي تُعد من أهم مكوّناته ومن أبرز الوسائل و العوامل التي ظهر على أساسها الاعلام الجديد ، وعليه نذكر من بين تلك المداخل باختصار ما يلي:

2-3-1 مدخل نيغرو بونتي:

يحصّر نيكولاس نيغرو بونتي Nicholas Negroponte مميزات الاعلام الجديد في استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms، كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني، و ليس في شكل فيزيائي، (Negroponte, 1996, p. 37) و الكلمات والصور و الاصوات و البرامج و العديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل الصناديق.

2-3-2 النموذج الاتصالي الجديد لدى كروسبي:

يقول كروسبي أنّ الاشخاص بإمكانهم اجراء عملية الاتصال بينهم في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مرسلا كان أو مستقبلا، بفرص متساوية من درجات التحكم Simultaneously بفعل الانترنت وهذا يجسد قوة الاعلام الجديد. (فوزي، 2015، صفحة 236)

النموذج الاول: الاتصال الشخصي:

هذا النموذج يحمل هو الآخر مجموعة من الميزات أهمها أنّ:

• كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

• المحتوى يحمل ترميزا يؤكد حالة الفردية Individualisation، التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى، كما أنّ المنافع و الأضرار متساوية بين الطرفين.

• التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية.

النموذج الثاني: الاتصال الجمعي

هو الاتصال الجماهيري أو الجمعي "Mass Media"، وهذا النوع يخطئ فيه الكثيرون حينما يتصورون أنه يحدث نتيجة للتطور التكنولوجي، لكن في الحقيقة هذا النوع من الاتصال مثله

مثل الاتصال الشخصي فهو يسبق التكنولوجيا، و يرجع هذا النموذج الى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة و الملوك و الزعماء الدينيين، فيما وسّعت التكنولوجيا من مداه الى المستوى العالمي، و من أدواته التقليدية الاذاعة و التلفزيون والسينما، و هو يقوم على نمط الاتصال من نقطة أو فرد الى المجموعة، و يسمى ايضا الاتصال من الفرد الى المجموعة.

النموذج الثالث: الاعلام الجديد

الاعلام الجديد يتميز عن الاتصال الشخصي و الجمعي في كونه لا يحمل سلبياتهما، فلا يوجد مانع لإبلاغ رسالة معينة و التواصل مع شخص آخر، كما لا يمكن منع أي شخص من إيصال رسالة لجموع الناس أو تخصيص محتوى الرسالة لكل شخص منفردا.

2-3-3 مدخل مانوفيتش للاعلام الجديد :

يرى ليف مانوفيتش Lev Manovich، أنه من أجل فهم طبيعة الاعلام الجديد فإنه يجب علينا تجاوز الفاهم السائد الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات، و ضرورة النظر الى الدور للتكاملي للكمبيوتر في عمليات الانتاج كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، و النظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضا، فكل الاشكال الجرافيكية و انواع الرسوم والصور، و المؤثرات والاصوات، و النصوص أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر، و قد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج و الاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق، و هي استخدام الكمبيوتر ووسائل الاعلام، و نظم الاتصالات.

2-3-4 المقاربة العربية لفهم الاعلام الجديد:

يبسط الدكتور سعود كاتب مداخلته عن الاعلام الجديد من عدة مداخل يرصدها في التغيير في أنماط السلوك وفي الاندماج بين وسائل الاتصال، و يبدأ أولا بمقارنة الاعلام القديم، و يجد في التفاعلية أول مظاهر التميز عند الجديد على القديم و يصل الى أنّ تكنولوجيا الاعلام الجديد جعلت من حرية الاعلام حقيقة.

التفاعلية أهم مظاهر التميز : الاعلام الجديد قادر على اضافة خاصية لا يوفرها الاعلام القديم وهي التفاعل، أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مهماً لأنماط وسائل الاعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم ارسالها من

مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو الى المستهلك. ويطلق لفظ التفاعلية على درجة المشاركة في عملية الاتصال و تأثيرها على أدوار الاخرين حيث يكون باستطاعتهم تبادل الافكار و الآراء، و يطلق على ذلك الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، و هي العملية التي تمكن المرسل من استقبال و ارسال الرسائل في الوقت نفسه وتدخل في هذه العملية جملة من الاجراءات التي تحدث أثرا أو تفاعلا ما. (مكاوي و سليمان، 2002، صفحة 320)

التغير في أنماط السلوك: غيرت تكنولوجيا الاعلام الجديد بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل Active يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه، وكما اشارت العديد من الابحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الاعلام الجماهيري توضح أنّ معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباها كبيرا لوسائل الاعلام التي يتعرضون لها، كما أنهم لا يتعلمون منها الكثير، فهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر عليهم مروراً سطحياً دون تركيز منهم لفحواها فمشاهدو التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون لكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية Passive بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإنّ قليلاً منهم سينتذكر ذلك، لكن الاعلام الجديد غير من تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

اندماج الوسائل: يشير الى حالة التماهي بين وسائل الاعلام الجديد فتكنولوجيا الاعلام الجديد أدت الى اندماج وسائل الاعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لها بالأخرى، فالجرائد اليوم أصبحت الكترونية تستخدم الاقمار الصناعية لإرسال صفحاتها وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها ويمكن قراءتها بشكل مباشر على الانترنت، والتلفزيون كذلك اندمج مع الانترنت بشكل شبه كامل فالتلفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة البرامج وفي الوقت نفسه للإبحار في الانترنت، وارسال رسائل البريد الالكتروني.

حرية الاعلام الجديد: ترى المقاربة العربية نتيجة أخرى مهمة لتكنولوجيا الاعلام الجديد وهي أنها جعلت من حرية الاعلام حقيقة لا مفرّ منها، فشبكة الويب جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالانترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته الى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر هناك أيضاً على الانترنت عشرات الآلاف من مجموعات الاخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة

أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم. (صادق، 2011، صفحة 49)

2-4 شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها:

باعتبار أنّ شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، ..) ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية Web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية و منصة انطلاق ووجود الالكتروني و شخصية افتراضية Profile، لنشر البيانات والتعليقات و الوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، و من ثمّ الانطلاق لمرحلة التشبيك و التشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الاصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب الى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين، وتبدأ بمجموعات الاصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحيّ أو زملاء المهنة أو أفراد الاسرة و العائلة الواحدة، و تبادل التعليقات و الآراء و المواد الاعلامية معهم، وتتم عمليات التّواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة بلحظة وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة، (للدراسات، 2016، الصفحات 25-26) فإنّها تمتاز بمجموعة من الخصائص أهمّها: (الفتاح، 2013، الصفحات 40-41)

1.4.2 الشمولية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية وتلغي كذلك الحدود التي تجمع بين الدول حيث يستطيع الفرد أينما كان موقعه أن يتواصل مع الآخرين من خلال الشبكة بكل سهولة.

2.4.2 التفاعلية: هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الاعلام الأخرى، لذا فإنّ التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للانترنت، و التفاعلية ليست مفهوما متناغما فهي قد تكون بين المرسلين والمستقبلين، بين الانسان و الآلة، أو بين الرسالة و قراءها. (شفيق، 2007، صفحة 29)

3.4.2 تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها في ميادين متعددة من بين ذلك أنه يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لنشر علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل فيما بينهم.

4.4.2 سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية الى جانب استخدامها للحروف واعتمادها على اللغة البسيطة، فهي كذلك تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

5.4.2 اقتصادية الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فجميع الاشخاص باستطاعتهم امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وذلك ليس حكرا على من يمتلك الاموال او حكرا على جماعة معينة دون أخرى.

2-5 المجتمع الافتراضي و ميزاته :

ذهب Shramm في تحديده لمفهوم المجتمع الافتراضي الى القول بأن المجتمع الافتراضي هو "عملية تقاسم فضاء للاتصال مع أفراد لا نعرفهم، وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي وهو عبارة عن انعكاس للمجتمع الواقعي، لكن لا يوجد فيه اناس فعليون واتصالات حقيقية كما في الواقع، (حمادة، 2001، صفحة 53) ويرى أيضا هارولد راينغولد بأنه تجمع اجتماعي ينشأ من شبكة الانترنت حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشاتهم بشكل علني لوقت كاف من الزمن بمشاعر انسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبرني، (رحومة، 2008، صفحة 65) ويشير محمد منير حجاب للمجتمع الافتراضي بأنه مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الالكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الاحساس وبالولاء والمشاركة، (حجاب، 2004، صفحة 47) ويتميز المجتمع الافتراضي غالبا بمجموعة من الخصائص أهمها: (السيد، 2015، الصفحات 55-56)

1.5.2 المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا، بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كلّ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.

2.5.2 لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنتم استطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة. (الراوي، 2012، صفحة 100)

3.5.2 من سمات المجتمعات الافتراضية أنها تنتهي الى عزلة على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، وهذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لشيري تيركل Sherry turkle

(Turkle S. , 2011, p. 334) نحن معا لكننا وحيدان: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ننتظر بعضنا من بعض؟ (مزيد، 2012، صفحة 22) فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفايبيوك عن الزيارات، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.

4.5.2 لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار. 5.5.2 في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

6.5.2 إنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الانظمة السياسية، (السيد، 2015، صفحة 56) فالفرد داخل هذه الفضاءات بإمكانه أن يقول ما يشاء بعيدا عن الضوابط التقليدية للمجتمعات وخاصة في المجتمعات السلطوية فالإنترنت فتح مجالا جديدا للتفاعلات القائمة على الحرية وهي تخرج عن سيطرة الدولة فالمجتمع الافتراضي يشكل آلية رئيسية في مناهضة بعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق وذلك من خلال تقريب المسافات والاهتمامات.

7.5.2 تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالندرج الى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها الى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب، وتوجد أمثلة مهمة على ظواهر تحوّل الهوية تُدرّس دراسة جادة ضمن مفاهيم عدة مثل "التبديل العنصري"، و"سياحة الهوية".

2-6 شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي الافتراضي:

إنّ الفضاء العمومي حسب ما ذهب إليه يورغن هابرماس في اطروحته التي نشرت عام 1960 والتي حملت عنوان "الفضاء العمومي اركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكوّن بنيوي للمجتمع البرجوازي" وتطرّق في محتواها الى فكرة ميلاد الفضاء العمومي البرجوازي خلال القرن 18 الذي شهد ميلاد الصحافة التي كانت عبارة عن وسيلة تستخدمها السلطة لنشر أخبار المحاكم والامن وأسعار المنتجات، كما ظهرت فضاءات عامة كالمقاهي والمكتبات والنوادي العامة أين كان

البرجوازيون يطرحون فيها أفكارهم ويتناقشون حول قضايا الفن والمسرح والادب. (Gingras, 2009, p. 14)

لكنه يبدو جلياً أنّ التصورات الكلاسيكية حسب الطرح الذي قدمه هابرماس و حنة أرندت لمفهوم الفضاء العمومي لم تعد مستصاغة اليوم بظهور تصورات جديدة أضفت معنى جديد للفضاء العمومي، وهنا نجد كل من مقاربة Nancy Fraser و Sonja Livingston تقدم قراءات جديدة لهذا المفهوم في خضم التطور التكنولوجي و الاتصالي الذي أفرز مجالا عموميا قائما على الخط و مجموعات للنقاش والحوار كشكل جديد "لأغورا" افتراضية.

يتشكل بواسطة الميديا الجديدة فضاء عمومي افتراضي، و يقتضي فهم هذا الفضاء الافتراضي رؤية مختلفة للميديا الجديدة تقطع مع التصور "الأداتي" فالميديا الجديدة ليست وسائل تقوم بالنقل والتوصيل والابلاغ والتبليغ والتأثير، والقطع مع هذا التصور الأداتي يفضي الى التأكيد على الطابع المركب لوسائل الاعلام المؤسسي والتقني في آن واحد والانتقال من إشكالية النقل والتوصيل الى اشكالية الوساطة، فالميديا الجديدة تؤسس فضاء متنوع الابعاد يحتضن أنماطا متعددة من التفاعل (ما بين ذاتية وجمعية) وأنماطا من الكتابة الجديدة (التدوين) وانماطا من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء الافتراضي كالإعلان والتسويق، إذن الميديا الجديدة ذات طبيعة مركبة تكنولوجية وسياسية وثقافية وهي ذات حضور شامل في الحياة الاجتماعية، وبالتالي فالميديا الجديدة ليست ظاهرة تكنولوجية فقط وانما هي قائمة على امكانات وتطبيقات يمكن أن يفعلها المستخدم في سياقه الاجتماعي والثقافي، أو يتجاهلها ، فنظرتنا للفيسبوك مثلا في العالم العربي تمكّنا من ملاحظة التأثير المتبادل بينه وبين السياقات التي ينخرط فيها كشبكة، فالشبكة تؤثر في سياقها الثقافي لأنها تتيح أشكالا مخصوصة من التعبير ومن الفعل ومن التنظيم، وبالمقابل فإنّ هذا السياق الثقافي يؤثر فيها، لان هذه الاشكال الجديدة من التعبير و الفعل و التنظيم مخصوصة، أي أنّ دلالاتها وأبعادها مرتبطة بسياقات محدّدة. (الحمامي، 2011، صفحة 20) وقد ناقش الباحث التونسي جمال الزرن اشكالية الكتابة على الجدران أو فيما أطلق عليه مسمى الفضاءات الاتصالية المهمّشة وظاهرة التدوين الالكتروني، فظاهرة " الجرافيتي" المنتشرة في دول العالم والتي تعتبر وجها من أوجه التواصل للتعبير عن الافكار وطرح الآراء التي تعاني من التضييق أو التعسف أو المنع، أو التي لا تستطيع مناقشة بعض الموضوعات السياسية الحساسة بصفة معلنة أو لا تجد لها منابر للتعبير الحر... -هذه

الظاهرة- أصبح لها الان واجهة أخرى في الفضاء الافتراضي بالقياس وهي المدونات الالكترونية، ويقول الباحث "الانخراط في الكتابة على الجدران هو دخول الفضاء الاتصالي الذي بدوره يعتبر جزء محدد في تشكيل الفضاء العام الذي يعني رفع أداء الصالح العامّ و الشأن العام". (الزرن)

الخاتمة:

يمكننا أن نستنتج أخيرا مدى فاعلية و قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الفضاء العمومي الافتراضي، ونقل تفاعلاته الى الفضاء الواقعي مما يؤدي الى التأثير في البيئة الحياتية للأفراد من جميع جوانبها، فلا أحد يمكنه أن يدرك أنّ ثورة الشبكات الاجتماعية سرّعت من الأحداث في فترة زمنية وجيزة انتشرت خلالها هذه المواقع وشاع استخدامها في المجتمعات وتغيّرت معها طبيعة العلاقات بين مركّب السلطة، المجتمع، وأنماط التواصل بينها، إلّا حينما يرى ويدرك فعلاً تأثيراتها الثقافية والسلوكية والاجتماعية فضلا عن تداعياتها الواضحة على المجال السياسي الذي تعرّض الى صدمات و انتعاشات في نفس الوقت، ففي الأولى (أي عن الصدمات): أدّت الى ظهور بعض الثورات التي ساهمت في اطاحة بعض الأنظمة السياسية وتلاشي بعض رموزها (بن علي في تونس على سبيل المثال)، و بخصوص الثانية (أي عن الانتعاشات): فقد ساعدت على ديمقراطية العمل السياسي وتوسيع مجال الحرية و زيادة المشاركة السياسية، وتعزيز قيمة الجمهور، و بروز شخصيات سياسية جديدة على الساحة ذات كفاءة واستقلالية، وتتمتع بقبول شعبي و لديها شرعية فعلية (قيس سعيد* في تونس على سبيل المثال) وهذا يعود حتما الى قوّة شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على إحداث الأثر.

بالمقابل، و "للأمانة العلمية"، لا بد أن لا نقف موقفا ذاتياً في تفسير هذه العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي ومسألة الفضاء العمومي، بل علينا أن نقدّم الطرح ونقيضه بالوقوف على اختلافات الباحثين و تحليلاتهم في هذا السياق، ونشير الى ما ذهب اليه هؤلاء، وبالتحديد في "نسبية" تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي، ووجود فواعل أخرى أدت الى بها الى تحقيق ما حققته الشبكات الاجتماعية من مكاسب.

قائمة المراجع:

- جابر السيد, ا. (2015). *الاعلام والمجتمع (1 ط, م 1)*. مصر: دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع.
- ابراهيم , ا. (2014). *الاعلام المعاصر: وسائله، مهاراته، تأثيراته، اخلاقياته*. الدوحة : وزارة الثقافة والفنون.
- بسيوني, ا. ح. (2001). *حرية الاعلام الالكتروني الدولي والسيادة الدولية (1 ط, م 1)*. مركز الدراسات وبحوث الدول النامية.
- lister , marlin. (2003). *New Media: a Critical Introduction*. london : Routledge.
- شروق, س. ف. (2015). *تكنولوجيا الاعلام الحديث (1 ط, م 1)*. القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- الزرن , ج. الكتابة على الجدران والفضاءات الاتصالية المهمشة . استرجع في 7 نوفمبر، 2019, من www.jamelzran.jeeran.com
- عباس , م. ص. (2011). *الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات*. الاردن: عمان.
- محمد حسين, س. (1995). *دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الاعلام (2 ط, م 2)*. بيروت : عالم الكتاب .
- Turkle, S. (2011). *a Lone Together: Why we Expect More From Technology and Less From Each Other*. New York: basic books.
- Jakubowicz, karol. (2009). *A New Notion of Media*. 1 st قدم في Consil of Europe Conference of Ministers Responsible fo Media and New Communication Services, Reykjavik.
- جميل الراوي, ب. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري. *مجلة العلوم السياسية*, (44).
- رحومة, ع. م. (2008). علم الاجتماع الآلي . علم المعرفة, 347.
- جابر , ع. ا., & خيرى كاظم , أ. (1996). *مناهج البحث في التربية وعلم النفس*. القاهرة : دار النهضة العربية .
- مصطفى صادق, . ع. (2011). *الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة*. م.س.ذ.
- موريس , ا. (2006). *منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (1 ط, م 1)*. الجزائر: دار القصبة للنشر.

- مكاوي, ح. ع., & سليمان, م. (2002). *تكنولوجيا المعلومات والاتصال (1 ط, م 1)*. الجيزة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- مركز , ا. ا. ل. (2011). *شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية*. بيروت: مؤمن قريش للنشر والتوزيع.
- Anne Marie, G. (2009). *Media et Démocratie: le grand Malentendu*. Québec : Pu Quebec .
- الرفاعي , أ. ح. (1998). *مناهج البحث العلمي (1 ط, م 1)*. مصر: دار وائل للنشر والتوزيع.
- Negroponte, N. (1996). *Being Digital*. Publisher Vintage.
- حجاب, م. م. (2004). *المعجم الاعلامي (1 ط, م 1)*. القاهرة : دار الفجر.
- فرج عبد الفتاح, س. (2013). *الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم*. بيروت: سلسلة كتب المستقبل العربي 69.
- الحمامي, ا. (2011). *الميديا الجديدة والمجال العمومي: الاحياء والانبعاث*. مجلة *الاذاعات العربية*.

*. قيس سعيد: الرئيس التونسي المنتخب الذي جاء عن طريق انتخابات ديموقراطية نزيهة، قام بها الشعب التونسي بصورة حضارية راقية، يعتبر مثالا مناسباً في سياق التحليل، حتى لا ينكر علينا أحد اختيار هذا النموذج باعتباره ليس أول رئيس بعد الثورة التونسية، لكن نحن ناسَبنا هذا المثال للاعتبارات التالية: أولاً شخصية الرئيس وملائمته وكفاءته والتفاف الشعب التونسي حوله، وثانياً (و هو الأهم)، فلأننا نعتبر قيس سعيد هو نتاج حقيقي للثورة التونسية، وتعبير واقعي عن نجاحها.