

سمات مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في بروز البيئة الاتصالية الجديدة

Seams of social networking sites, their role in the advent of the new communication environment

خليدة البشاري

أستاذة محاضرة "أ"

جامعة الجزائر 3

khalidakhelfaoui@gmail.com

تاريخ النشر : 2020/01/14

تاريخ القبول: 2019/05/26

تاريخ الاستلام: 2019/02/09

الملخص:

استقطبت السمات الجديدة للبيئة الاتصالية اهتمامات العديد من الباحثين، حيث أفرزت عدة متغيرات جديدة طرأت على العملية الاتصالية التقليدية وأضححت لهذه البيئة تداعيات وطنية وعالمية وسط ما تعيشه الأمم من أحداث وتحديات إقليمية ودولية، إن دراسة البيئة الاتصالية الجديدة للاتصال تفرض علينا مراجعة الهيكل العام الذي تستند عليه هذه البيئة وتشتغل من خلاله فهل تعمل هذه المواقع أو البيئة الاتصالية الجديدة على خلق حاجات جديدة أم أنها مازالت تستند على الحاجات الإنسانية الاجتماعية التقليدية فقط، أم أنها أضفت على هذه الحاجات بعض السمات التي جعلتها حاجات غير واقعية بل افتراضية وتلبيتها لا تكون إلا من خلال الولوج إلى البيئة الاتصالية الجديدة، بل واعتمادها كمرجع ثقافي أساسي في مختلف التجاذبات الاجتماعية والثقافية.

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي - البيئة الاتصالية الجديدة - دراسات التلقي - سمات مواقع التواصل الاجتماعي - الحاجات النفسية والاجتماعية

Abstract :

The new seams of the communication environment attracted the interest of many researchers and giving many new variables in the process of traditional communication, with national and international implications for regional and international events and challenges. The study of these sites of the new communication environment obliges us to review the general structure on which

this environment is based and by which it operates. Do these new sites or communication environments create new needs, or are they still and always based on traditional social humanitarian needs.

Keywords: social networking sites - new communication environment - seams of social networking sites - psychological and social needs- reception studies.

1. تمهيد:

إن الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفايسبوك" في الجزائر لا ينبغي أن يكون اهتماما تقليديا عاديا، لأن البيئة الاتصالية الجديدة التي أفرزتها هذه المواقع لها أبعاد عالمية وجد خطيرة على الصعيدين الإقليمي والدولي، ويمكنها تهديد الأمن القومي في كل لحظة من اللحظات، ولن تجدي نفعا سلطة القانون والمراقبة التقليدية التي تفرضها الأجهزة الحكومية. لأنه لهذه البيئة الاتصالية سمات عديدة أبرزها الحرية الكاملة والتحرر من سلطة القانون، وأخطر من ذلك أنها متحررة من سلطة الأخلاق والثقافة.

وتجدر الإشارة إلى وجوب التفكير جديا في الآليات التي يمكنها تقنين استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، لأن بوادر بروز الأزمات كانت ولا تزال تظهر بسبب الانفلات الرهيب في البيئة الاتصالية الجديدة، لهذا فإن مسعى الجهات الرسمية في تقنين هذا النشاط يبقى محدودا ولن يجدي نفعا إلا بتكاتف الجهود وتفعيل الآليات العلمية والعملية التي بإمكانها رصد حركة ونشاط هذه البيئة لتفادي وقوع جرائم أخلاقية وإلكترونية قد يعاني منها المجتمع بصفة خطيرة جدا.

لهذا يمكننا في الأخير أن نطرح التساؤل التالي:

ما هي السمات الأساسية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، وما هي الدلالات النفسية والاجتماعية لاستخدام هذه المواقع والتي سمحت بإنتاج بيئة اتصالية جديدة أثرت في تلبية الحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد ؟

كما يمكننا التساؤل عن ما يلي:

- ما هو حجم استخدام هذه المواقع لدى الجمهور؟

- كيف تستخدم هذه المواقع من قبل الجمهور؟

2. مفهوم وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر بروز مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة حتمية للتطور المذهل الذي شهده عالم الإعلام والاتصال خاصة ما تعلق بالتكنولوجيا، حيث اكتسبت عدة مظاهر أربكت الباحثين والمستخدمين نتيجة للسلطة التي فرضتها على الجمهور مما أدى إلى بروز مفاهيم جديدة رافقت هذا التطور ومنها "مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها".

1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

ويقصد بها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهويات نفسها، فضلا على أنها شبكة من التفاعلات الاجتماعية والعلاقات الشخصية التي تمكن المستخدم من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور وما إلى ذلك زاهرراضي،(2013).

ويتراوح عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفايسبوك" في الجزائر بحسب دراسات حديثة إلى أكثر من 20 مليون مستخدم. (بهاء الدين آيت صديق 2017).
بينما تؤكد بعض الإحصاءات التي أعدت خلال العام 2018 أن 90 بالمائة من أصل 21 مليون مستخدم في الجزائر يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من هاتف نقال، أما مستخدمي انستغرام فقد بلغ عددهم 3.4 مليون (38 بالمائة منهم نساء)، وفي مقارنة بسيطة نجد أن الجزائر هي البلد الذي سجل أكبر نسبة نمو في عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الأرضيات النقالة بارتفاع بلغ 3 مليون مقابل 2 مليون في المغرب و 800 ألف في تونس. (عبد القادر زهار 2018)، حيث يعبر استخدام تلك الوسائل عن الحاجة الشديدة لمواقع التواصل الاجتماعي في كل نشاطات وتنقلات الأفراد وهذا يدل على الحالة المضطربة النفسية والاجتماعية للأفراد، والتي تجعلهم دائما على اتصال مع العالم الافتراضي عن طرق الهاتف بدل جهاز الكمبيوتر.

2.2 نهاية الجمهور وتحول المفهوم إلى "الذات الجماعية":

إن الجمهور بصفته أحد أهم ركائز عملية الإتصال يتميز بعدد الخصائص التي تجعل منه عنصرا للدراسة وللاستكشاف من خلال تواجده في البيئة الإتصالية الجديدة:

"...وبالمقابل فإن الباحثين لا ينظرون إلى هذه التكنولوجيات من زاوية ما تحدثه من متغيرات جديدة في أشكال التواصل الاجتماعي ولكنهم يهتمون أيضا بالتأثيرات المجتمعية في هذه التكنولوجيات والتي تتحدد داخل سياقات مجتمعية مخصوصة... تقول الباحثة جوزاين جواوي أن سوسيولوجيا الاستخدامات تقع على هامش الخطابات التفاوضية والكارثية لمجتمع المعلومات لأنها تقوم على ملاحظة الممارسات المجتمعية" (الصادق الهمامي، 2015).

لقد تحدث الكثير من الباحثين أيضا عن مرحلة نهاية الجمهور وبرز الذات الجماعية التي تتميز بعدة خصائص، وأهم السمات التي تميز هذه المرحلة "مرحلة نهاية الجمهور" (الصادق الهمامي 2017).

3.2 إعادة تشكل الجمهور: فرضت البيئة الإتصالية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي علاقة جديدة بين السلطة السياسية والمثقف، لذلك ونظرا للحرية المتوفرة في هذه البيئة فإن علاقة المثقف بالسلطة أضحت علاقة غير تقليدية تخضع لعوامل موضوعية : "نهاية العلاقة التقليدية بين المثقف والسلطة"

وهنا يمكننا التحدث عن شرعية التمثيل فبفضل البيئة الإتصالية الجديدة تخلصت الشعوب من سلطة المثقف والسياسي باعتبارهما من النخبة ويحق لهما تمثيل الشعوب عبر مختلف المنابر، وأصبح الشعب يعبر عن نفسه بنفسه وتقلص عمل النخبة، وأجبرت على الدخول إلى فضاءات البيئة الاتصالية الجديدة لاستقطاب الجماهير.

4.2 إعلام الفرد المغمور: ويقصد به إعلام المغمورين المتدخلين في مختلف المضامين الإعلامية، فلم يعد الصحفي ناقلا وحيدا للمعلومة بل إن هذه العملية تتخللها عدة تفاعلات ومنها سرعة التدخل من طرف المتفاعلين وإضفاءهم معنى خاص على كل المضامين التي تطرحها البيئة الاتصالية الجديدة متمثلة أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي، ويمثل المدونون هذا الجمهور المغمور الذي له سلطة التدخل والتعليق وصناعة الأحداث، وإذا اعتبر الكثير من الباحثين أن البيئة الاتصالية الجديدة أنتجت نوعا جديدا من الجماعات وهي الجماعة المؤلفة حيث تمثل "ويكيبيديا" نموذجا عن تأليف هذه الجماعات ويعتبر هذا التحول الجديد في تكوين الجماعات حاجة اجتماعية جديدة، وللجماعة التقليدية داخل البيئة الإتصالية الجديدة عدة صفات تميزها وتجعلها مختلفة تماما عن "تأليف الجماعات التقليدية".

5.2 من الزعامة إلى الوساطة: لم تعد تملك وسائل الاتصال والإعلام التقليدية من خلال عملها مع الجمهور تلك الصفة الأساسية التي ميزها منذ عقود من الزمن ألا وهي "الزعامة"، فالبيئة الاتصالية الجديدة فرضت نوعا جديدا من العلاقة بين المرسل والمستقبل وهي صفة "الوساطة"، فوسائل الاتصال الحديثة ووساطة تؤديها داخل البيئة الاتصالية الجديدة، لذلك فإن صنع الأحداث والتحكم في خلفيات بات من عمل وسائل الاتصال الحديثة وليس وسائل الإعلام، فكل الفعاليات الكبرى التي يتوقع منها أن تشهد الجمهور تحدث الآن عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مظهرا من مظاهر بروز البيئة الاتصالية الجديدة، ووسائل الإعلام والاتصال التقليدية أصبحت مرافقا فقط ومراقبا لهذه البيئة وأحداثها، ولا يمكنها التحكم فيها بشكل مطلق لأنها بيئة مكشوفة ولا يمكن التلاعب بحقائقها فالكل مشارك والكل يفرض خلفيته في بناء الأحداث، لذلك فإن الحقيقة ستكون مكشوفة ولا تستدعي الكثير من الجهود للوصول إليها.

6.2 إلغاء المفهوم التقليدي لعناصر العملية الاتصالية: تقوم فضاءات الاتصال على التبادل الحر في المناقشة، أي أنها ألغت السلطة القديمة للإعلام والاتصال التي كانت تفرض على الجمهور وجود مرسل ومستقبل، ويتمثل الهدف العام الذي يجمع الجمهور في هذه الفضاءات في "هواجس واهتمامات مشتركة"

"كما أن المتلقي العربي لم يستفد وفقا للتقارير العربية للتنمية الثقافية من تلك الفضاءات من التوعية السياسية والديمقراطية، إذ تشير الإحصاءات المتعلقة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الترفيه والتسلية جاء في المراتب الأولى بنسبة 46 بالمائة، أما غرض البحث عن المعلومات فقد ربنسبة 27 بالمائة، (انصار عبد الرزاق، حسام اليرموك 2011).

3. خلفية استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي: تلبية حاجات نفسية واجتماعية، أم خلق حاجات أخرى:

إن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد هي استخدامات متنوعة ومختلفة وتلبي حاجات متنوعة أيضا، ورغم أن هذه البيئة استطاعت خلق حاجات جديدة عند الجمهور إلا أنها لن تستطيع تغيير بعض الحاجات والضوابط الإنسانية والتي تمثلها السلطة الأخلاقية والموروث الديني والثقافي للشعوب، لذلك يمكننا وباختصار تقسيم الحاجات التي تلبيها مواقع

التواصل الإجتماعي إلى قسمين: حاجات تقليدية أو عادية وحاجات جديدة أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة، ولعل أهم سؤال يمكن طرحه اليوم هو هل فعلا أفرزت مواقع التواصل الإجتماعي حاجات جديدة للإنسان نفسية وإجتماعية أم أنها لازالت تحافظ على الحاجات التقليدية للإنسان لكنها كيفتها مع معطيات

البيئة الجديدة وجعلتها أكثر بروزا واختلافا عن ما كان سابقا، ثم هل أن تلبية تلك الحاجات عن طريق البيئة الاتصالية الجديدة لازال محافظا على الأسس التقليدية أم أن عملية التلبية تخللتها إضافات جديدة جعلتها تبدو في كثير من الأحيان مختلفة تماما عن ما كان سابقا.

1.3 الحاجات التقليدية النفسية والإجتماعية للإنسان:

كل الأفراد في المجتمع لهم حاجات نفسية واجتماعية ، وبناء على هذه الحاجات يتم تصميم المنتجات الإعلامية والثقافية التي بإمكانها التأثير في الإنسان ومن بين أبرز هذه الحاجات التي بنيت عليها أيضا الدراسات النفسية والإجتماعية نجد:

حاجة بيولوجية وإجتماعية متمثلة أساسا في : الغذاء والنوم والجنس و تكوين العلاقات الإجتماعية والتعلم، والحب... الخ، وقد اهتم هرم الحاجات الإنسانية لأبراهام ماسلوا بالتركيز على كل ما ينشده الفرد في حياته من حاجات بيولوجية إلى حاجات اجتماعية، وقد جلبت هذه الدراسة اهتمام الباحثين وعززت من قدرتهم على اكتشاف الذات الإنسانية وميولاتها المختلفة.

وإن أهم ما يجب الإشارة إليه اليوم هو ما مدى تأثير البيئة الاتصالية الجديدة على تغيير أو تعديل الحاجات الأساسية للإنسان باعتبار أن الولوج إلى هذه البيئة والعمل من خلالها أصبح شكلا من أشكال التفاعل الإنساني الفريد من نوعه والذي لم تشهده البشرية من قبل.

2.3 الحاجات الحديثة النفسية والإجتماعية للإنسان أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة:

يركز الكثير من الباحثين على أن لمواقع التواصل الإجتماعي عدة استخدامات تلبى معظمها حاجات قديمة للإنسان بطريقة حديثة وغير مملة بفضل الخصائص المنفردة التي جعلت هذه المواقع تحظى بمكانة اجتماعية ونفسية مرموقة لدى الجماهير:

يتحدث الباحث باسم الجعبري عن هذه المميزات فيقول أن أبرزها ملئ وقت الفراغ، والفضول، وتكوين الصداقات، لذلك سنشرح هذه النقاط ناقدين لها وفق خلفيات عملها في وقتنا الراهن(بسام الجعبري 2009):

- 1- حاجة ملئ وقت الفراغ: بسبب عدم وجود فرص عمل نتيجة التطورات الهائلة في مجال الصناعة والتطور المستمر لنسب النمو السكاني ظهرت حاجة جديدة لدى الجماهير وهي حاجة مهمة جدا لأنها سبب استقرار الشعوب ويمكنها أن تكون سببا لبروز أزمات فيه.
- 2- الفضول: يشكل الفضول حاجة نفسية ملحة عند الأفراد وقد تتحول هذه الحاجة إلى إدمان، وهذا هو واقع ما يحصل في البيئة الإتصالية الجديدة من خلال مواقع التواصل الإجتماعي.
- 3- تكوين الصداقات الافتراضية: سهلت مواقع التواصل الإجتماعي من تكوين الصداقات وهي حاجة إنسانية " الانتماء للجماعة بمفهوم جديد" والصداقات الافتراضية هي علاقات افتراضية يكونها الأفراد داخل البيئة الإتصالية الجديدة، حيث تتميز هذه الصداقات بامتدادها الجغرافي وتنوعها وقد لا تكون صداقات بالمفهوم الحقيقي، فالصداقات عبر مواقع التواصل الإجتماعي هي صداقات افتراضية وليست حقيقية.
- 4- العزلة الإجتماعية: تحدث نظرية الاغتراب الثقافي عن مفهوم العزلة الذي تفرضه سلطة البيئة الإتصالية الجديدة، والمفارقة المهمة هي كيف يمكن لأفراد يكونون صداقات واسعة أن يتميز بالعزلة بالاجتماعية. وللإشارة فإن مفهوم العزلة في البيئة الإتصالية الجديدة هو مفهوم حديث أفرزته التطورات التكنولوجية، وقد نلاحظ اليوم على أن الأفراد يفضلون قضاء ساعات طويلة داخل هذه البيئة دون الإكتراث لما يحدث خارجا. فالبيئة الإتصالية الجديدة تمجد العزلة الافتراضية. لكل زاويته الخاصة وحيزه الجغرافي عند ولوج البيئة الإتصالية الجديدة.
- 5- الإدمان الإلكتروني: يعاني معظم المستخدمين لمواقع التواصل الإجتماعي من إدمان مستمر وقاهر، حيث تميزت البيئة الإتصالية الجديدة باستقطاب مستمر وغير مقنن للاستخدام وجلبت محتوياتها وصفاتها كل فئات الجمهور وجعلتهم يستغنون عن بقية الأدوار الأساسية في الحياة ليركزوا اهتماماتهم على البيئة الإتصالية الجديدة، بل ويتفاعلون ويعيشون من خلالها في جو فريد من نوعه لم تعرفه البشرية من قبل، ويبقى الإدمان صفة سلبية شغلت

الباحثين ما جعل بعضا من الأجهزة الحكومية في بعض البلدان تكافح هذه الظاهرة بتخصيص مراكز لمعالجة " الإدمان الإلكتروني"، كالمركز الذي أنشأته الجزائر في ولاية قسنطينة ويستقبل العديد من حالات الإدمان الإلكتروني عبر الوطن كحالات مرضية وجب معالجتها بأحدث ما توصل إليه علم النفس من مناهج للمعالجة.

6- **الولوج إلى المواقع الإباحية:** وتحول الرغبة الجنسية التقليدية إلى إدمان الكتروني جنسي، ولعل مواقع التواصل الاجتماعي تركز اهتمامها على هذه الحاجة البيولوجية لدى الإنسان خاصة لدى الشباب، وتستقطبه بشتى أنواع الوسائل والطرق خاصة الشباب العربي الذي يعاني من كبت لهذه الرغبة بسبب الوازع الديني والأخلاقي، وقد أصبحت شبكات الدعارة العالمية تستغل هؤلاء الشباب للابتزاز وبيع المزيد من الأموال.

7- **الرغبة الملحة في المشاركة:** إن الرغبة الإجتماعية والنفسية الجامعة في الفعاليات الوطنية والدولية، والمشاركة في الشؤون السياسية أصبحت أولوية جامعة للجماهير التي ما فتئت تعبر عن رأيها في كل الموضوعات التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي، وعلينا أن نفهم بأن وسائل الإعلام والإنصال ازداد جموحها في الخوض في غمار لعبة مواقع التواصل الاجتماعي فراحت تليبي رغباته البسيطة المبنية على أسس نفسية واجتماعية والرغبة في كل ما هو غير مألوف، ففي حين زادت الحريات عبر هذه المواقع ازدادت بالمقابل الرهانات والتحديات الإقليمية والدولية، فحطمت صورة الرؤساء وصورة الزعماء ورجال الدين وقادة الأمم عنوة حتى يفسح المجال لسلطة هذه المواقع لتفعل ما تشاء في البلاد دون وعي ودون الاهتمام "بالقائد التقليدي" الذي لا طالما هذب الأمة وكبح جماح ضعاف النفوس وفرض سلطة أخلاقية وتربوية معينة.

"...اعتبر الباحثون الإيطاليون هجوم الجماهير على مسرح الأحداث بمثابة عودة أوروبا الحضارية إلى مرحلة البربرية والهمجية... وكان الحل هو عدم الرجوع إلى الوراء بل بإصلاح النظام الديمقراطي وفهم الجمهور الذي يتكون أساسا من الروح المكونة من الانفعالات البدائية، ومكرسة بواسطة العقائد الإيمانية القوية..وهذه الروح تخضع لتحريضات وايعازات أحد المحركين... لذلك يقول الباحث غوستاف أن كل كوارث الماضي التي عاشتها

فرنسا كانت بسبب هجوم الجماهير على المسرح وعدم تمكن النظام من فهم الحاجات النفسية والإجتماعية الجديدة للجمهور". (غوستاف لوبون 1991).

8- البحث عن الذات: تحدثت نظريات الحداثة عن أن الإنسان في عالم الماديات وسلطة القنوات الاتصالية والإعلامية سيبحث عن ذاته، لأنه وسط التدفق الهائل للمعلومات والأفكار والصور النمطية سيكون الإنسان مشابهاً للأشياء وستفرض علينا البيئة الاتصالية الجديدة أنموذجا واحدا للعيش وهو أنموذج الرفاهية والبذخ و الكسب السريع والمطالبة أكثر بالحقوق وتناسي الواجبات، كما سيطفوا على السطح أولئك الشواذ وضعاف النفوس الذين يحاولون من خلال سلطة البيئة الاتصالية الجديدة فرض آرائهم وميولاتهم على الجمهور، وفي حين أن هؤلاء هم شواذ لا يقاس عليهم لكن استغلالهم للسلطة الافتراضية (الحرية العالمية) الجديدة تمكنهم من البروز وصناعة رأي عام تجاه قضاياهم المختلفة.

9- الهروب من المشاكل والاضطرابات النفسية والإجتماعية: ولابد من الإشارة إن الولوج إلى هذه المواقع واستخدامها بطريقة مفرطة وعشوائية يمكن الشباب والجمهور من الهروب من الواقع المعيش المضطرب للوصول إلى محاولة تحقيق الرضى عن الذات وعن المحيط الافتراضي، لكن المرض الذي قد يصيب الجمهور من وراء الإدمان الإلكتروني قد يشكل أخطارا أكثر من تلك الموجودة في العالم الحقيقي.

4- أهمية دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة "الفيسبوك" كواقع مؤثر في البيئة الاتصالية الجديدة:

وقد أشار كثير من الباحثين إلى مصطلح "البيئة الاتصالية الجديدة" على غرار الدكتورة "ليلي أحمد جرار"، حيث عرفتها أنها تتيح للجمهور واقع يجمعهم:

"... والتواصل الإجتماعي يحدث في بيئة المجتمع الافتراضي حسب مجموعات اهتمام شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (ليلي جرار 2012م).

رغم أنه ومن المستحيل التحكم في واقع البيئة الافتراضية التي فرضتها التطورات السريعة، إلا أنه على الباحثين مرافقة هذا التطور الرهيب وتأطيره عن طريق مختلف الآليات العلمية الكفيلة بالخروج بمكانزمات مضبوطة قانونية وأخلاقية لتفادي الوقوع في أزمات مستقبلية بسبب هذا التطور وهذا الانتشار الواسع والمذهل لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد شهدت السنوات الأخيرة اهتماما بالغا بـ "مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف تأثيراتها على الواقع المعيش للأفراد، ولقد كانت الدراسات المسحية الاستطلاعية هي الأداة المناسبة التي استخدمها العديد من الباحثين، على عكس البروفيسور علي قسايسية الذي يرى أن مثل هذه الدراسات تستدعي " المنهج الإثنوغرافية كونها مرتبطة بالعديد من العوامل المتداخلة التي لا يمكن معرفتها بالتحليلات الإحصائية الكمية:

"يتمثل التوجه الجديد في المنهج الإثنوغرافي في دراسة السلوك الاتصالي للجماهير والتفاعلات الممكنة مع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها من مختلف الوسائط المتوفرة في الفضاء الاتصالي الجديد الذي تشكل الإنترنت أهم وسائطه على الإطلاق، وأوسع مجال الثقافة التفاعلية بين الإنسان والمحيط التكنولوجي". ومن بين أهم الدراسات نجد: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، وعلى الطلبة وعلى النساء، وعلى مختلف الفئات داخل المجتمع. في حين أن دراسة المواقع (علي قسايسية 2010).

داخل البيئة الاتصالية الجديدة لدى النخبة تستدعي معرفة الكيفية التي يستخدمونها بها. عكس الدراسات التي تعنى بالتفاعل الاجتماعي فقط.

لكن المنهج الإثنوغرافي يحتاج في حد ذاته إلى تحديد الأدوات المناسبة والطريقة المثلى التي يمكن بفضلها البحث في مثل هذه الموضوعات، حيث إن العديد من الباحثين يعتمدون طرق تقليدية ومناهج مألوفة عند البحث في موضوعات البيئة الاتصالية الجديدة، ولعل أهم ما يمكن الإشارة إليه هو أن الدراسات والبحوث لها مكانة خاصة واستراتيجيات متعددة، فهي أهم آلية يمكن بها التوعية وتقنين نشاط هذه البيئة، والحد من الجرائم الإلكترونية ودحض الأخطار الخارجية والتهديدات الأمنية الإقليمية والعالمية على حد سواء.

فبعد أنموذج التأثير والتلقي جاءت مرحلة جديدة من الدراسات وهي دراسات الأنموذج الجديد ويقصد به الباحثون مرحلة الولوج إلى الدراسات التي تعنى بالجماهير عن بعد، أو مرحلة الجيل الثالث لدراسات التلقي بعد مرحلتها التأثير والتلقي:

"شهدت دراسات التلقي في بدايات هذا العقد الأول من الألفين تطورا كبيرا سماه مورلي (morly1999) الجيل الثالث من دراسات التلقي في سياق إعادة التفكير في جمهور وسائل الإعلام، في إشارة ملخصة لمرحلتين آليتين للزوال...لقد أصبحت بعض مظاهر هذا الجيل الثالث من دراسات التلقي الذي يركز على منهج المنظور الإثنوغرافي ولكنها ليست واضحة...مرحلة ما بعد الجمهور".(علي قسايسة 2006)، حيث يعتبر التوجه نحو هذه الدراسة آلية جديدة بالاهتمام لدى الباحثين عند محاولتهم تشخيص " واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي".

1- الجمهور عن بعد: ظهر هذا المفهوم نتيجة تطور الجمهور في دراسات الباحثين من مرحلة الجمهور السلبي والتأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال إلى مرحلة التلقي وبروز مفاهيم رافقت هذه المرحلة كالجمهور الإنتقائي.

2- الالتزامية: بمعنى أن الزمان ليس له قيمة في البيئة الاتصالية الجديدة، حيث أن كل المضامين المقدمة يعاد مشاهدتها في كل زمان ومكان.

3- التشاركية: كما سبق وأشرنا تعتبر موسوعة ويكيبيديا أبرز مثال عن التشاركية فهي ظاهرة تشاركية فريدة من نوعها،

كما أن نظرية المشاركة الديمقراطية من النظريات التي عالجت عملية مشاركة الأفراد في الإتصال كأطراف فاعلين، واعتبرت عامل المشاركة شرطا ضروريا ليس فقط لوجود إعلام ديمقراطي، وإنما لوجود مجتمع ديمقراطي يتيح لأفراده المشاركة السياسية عبر تقنيات الإتصال الجديدة(إبراهيم بعزیز).

4- الجمهور المؤثر: للبيئة الاتصالية الجديدة ميزة أساسية جعلت الأفراد يمارسون دورا مؤثرا ومهما داخل هذه البيئة ألا وهو "التأثير" في حين أن هذا الدور كان مقتصرًا ومنذ زمن بعيد على وسائل الإعلام والاتصال التقليدية وعلى النخبة والسياسيين ..إلخ.

ويتجلى هذا التأثير بوضوح عند عملية استقطاب جماهير واسعة بمنتشور إلكتروني أو بتغريدة أو تعليق، أو ببث خبر أو صور أو أحداث متميزة، وقد يشعر الأفراد من خلال عملية الاستقطاب بأنهم مؤثرون ولديهم اهتمام وشعبية مما يعزز انتماءهم للبيئة الاتصالية الجديدة ويعزز كذلك إدمانهم على ممارسة دور التأثير والاستقطاب بزيادة نسبة التفاعل الإلكتروني.

- 5- فوضى الإتصال و سلطة الرقابة: رغم كل الصفات الإيجابية التي ميزت البيئة الإتصالية الجديدة، إلا أنها خلقت نوعا من الفوضى في العملية الإتصالي ويمكن ذكر بعض المحاور الاساسية التي يمكنها دعم فرضيتنا هذه:
- 6- الجميع يؤثر: ولا يحق ممارسة التأثير إلا من قبل النخبة أو على الأقل الأفراد المثقفين، حيث أن للتأثير نتائج وخيمة خاصة وأننا لا نعلم الخلفيات الأساسية التي يعمل بها بعض الأفراد، ففي البيئة الإتصالية الجديدة : الشاذ يؤثر، والمنحرف يؤثر والأفراد ذوا المصالح السياسية يؤثرون...الخ.
- 7- غياب العناصر الأساسية للإتصال ودورها المهم لترسيخ القيم في المجتمع، فلا تربية ولا أخلاق تفرض في البيئة الإتصالية الجديدة كون الأب الروحي غير موجود ولا يمكنه ممارسة دور "السلطة الأخلاقية".
- 8- غياب الأب الروحي أو الإتصال التقليدي ولد بروز جرائم أخلاقية في المجتمع دون العلم بانعكاساتها الإجتماعية والنفسية.
- 9- عدم الاهتمام بعملية التوعية داخل هذه البيئة جعل منها بيئة تجمع بين المتناقضات: المثقف والأمي، الأمني والمجرم، المحترف والهاوي، رغم التحديات الكبرى التي نجمت عن هذا التفاعل.
- 10- عدم ولوج هذه البيئة من طرف الناشطين المثقفين وتكليفهم لمحتواياتهم الراقية مع خلفيات نشاط البيئة الإتصالية الجديدة عزز من سوء استخدام مواقعها وساهم في انعدام الحس الوطني والثقافي والديني فيها.
- (من بين خلفيات نشاط هذه البيئة نجد: التجديد في الأفكار، الإبداع في اختيار الصور والومضات، والاختصار والسرعة في بث المحتوى.. الاهتمام بالجوانب الشكلية في بث المحتوى أكثر من الجوانب الأخرى لأن المنافسة داخل هذه البيئة قوية جدا).
- 11- أنت موجود في البيئة الإتصالية الجديدة إذن أنت مراقب: لقد استطاع علماء الكمبيوتر تحويل حياتنا إلى رموز، واستطاعت هذه الرموز أن تعبر عنا بشكل حقيقي فنحن مكشوف في الرغبات والطلبات والميولات:
- "إن الأشخاص الوحيدين الذين يستطيعون فهم المعطيات التي نخلفها وراءنا هم علماء الرياضيات المتفوقون، وعلماء الكمبيوتر والمهندسون إنهم يعرفون كيف يحولون حياتنا إلى

رموز ومعطيات رقمية... فيكتشفون الأنماط وأوجه التشابه والاختلاف بين البشر" (ستيفن بايكر 2011م).

5. خاتمة:

سلطة البيئة الجديدة وتحدياتها: يشير العديد من الباحثين إلى أن للبيئة الإتصالية الجديدة سلطة أفرزها التفاعل الموجود داخلها وبين أفرادها فبحين تراجعت السلطة التقليدية لمختلف الأجهزة القانونية والحكومية والإعلامية، زادت قوة سلطة هذه البيئة لأنها تستمد شرعيتها من الجماهير أنفسهم ومن السمات التي تميزت بها: أهمها السرعة والتجديد والحق في المشاركة للجميع، لذلك فالسلطة للجميع أيضا، وقد أشار البروفيسور علي قسايسة إلى ضرورة التوجه إلى الدراسات الإثنوغرافية في مجال دراسة هذه البيئة الإتصالية الجديدة لمعرفة تفاصيل أوفر عن هذه البيئة.

كما لا بد من الإهتمام بعملية التوعية الإلكترونية التي تتضمن العديد من الآليات التي من شأنها توعية الأفراد بالأخطار الناجمة عن الاستخدامات العشوائية لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة من الناحية النفسية والاجتماعية، وتحتاج عملية التوعية سواء التقليدية أو الإلكترونية إلى دعائم إتصالية وإعلامية وقانونية.

إن الإهتمام بمكونات البيئة الإتصالية الجديدة وتقنيها بات واجبا علميا وأخلاقيا حتى نتمكن من دحر بعض الجرائم التي أصبحت تنخر الكيان الأخلاقي للمجتمع وساهمت في نشر الفساد بشكل غير مسبوق فيه، لذلك علينا العودة إلى أبجديات الإتصال التقليدي حتى نضع المقارنات ونحدد الآليات الواجب العمل بها لحماية المجتمع، كما قال الباحث غوستوف لوبون: "لا للرجوع إلى الوراء... لا بد علينا من فهم الجمهور"

قائمة المراجع:

المؤلفات:

- إتصار عبد الرزاق، حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطبع والنشر (بغداد، الدار الجامعية للنشر 2011) ص 35.
- باسم الجعبري، الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، (الدار الجامعية للطبع والنشر 2009) ص 121.

- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر، (جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه 2006) ص 89.

- غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، دار الساقى(لبنان، دار الساقى 1991) ص 17، 18، 19.6- ستيفن بايكر، الرقميون.. أنت مراقب، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر(لبنان، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر 2011) ص 17.

- ليلى أحمد جزار، الفايستوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، (عمان، مكتبة الفلاح 2012) ص 37.

المقالات:

- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، 2013، ص 23.

- الصادق الهمامي، المساءلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات، مجلة إذاعات الدول العربية العدد(3) 2015 ص 17.

المواقع الإلكترونية:

--بهاء الدين آيت صديق (2017)

استرجع بتاريخ 5 جانفي 2019، س 10.30

<http://www.android-dz.com/ar/facebook-dz>

- عبد القادر زهار (2018) المؤشرات الرقمية لـ 2018 للمنطقة المغاربية، استرجع بتاريخ 18 ديسمبر 2019.

<http://aljazairlyoum.com>

- الصادق الحمامي(2017)، نهاية الجمهور

استرجع بتاريخ 20 جانفي 2019 س 10 صباحا.

<http://www.ingdz.net>

- علي قسايسية (2014)، نحو آفاق إثنوغرافية في دراسات الجمهور،

استرجع بتاريخ 13 جانفي 2019 س 11 صباحا.

<http://www.alikspace.weebly.com>

- إبراهيم بعزيز (2012)، دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة الديمقراطية للأفراد،

استرجع بتاريخ 18 ديسمبر 2018 س 10 صباحا.

<http://www.manifest.univ-ouargla>