

## الفضاء الافتراضي، إعادة النظر في نظرية قادة الرأي.

### Virtual space, the redefinition of leader-ship theory



د. عزوز وهيبة حنان\* (1)

azzouz.777@hotmail.com

<sup>1</sup> جامعة وهران، أحمد بن بلة 1

تاريخ الاستلام: 2019/06/30 تاريخ القبول للنشر: 2019/09/03



#### ملخص:

إن تطور تكنولوجيات الاتصال، ما كان له إلا أن ينتج عالما بديلا للعالم التقليدي الذي يعرفه الأفراد، وذلك بمحاكاة الوجود والتفاعل، هذا الواقع الجديد شكل تزاوجا بين التقنية والعلائقية، ليجد الأفراد أنفسهم تحت هوية جديدة وجسد آخر. هذا ما أعاد تمحور بعض النظريات التي ظهرت في السياق التقليدي، من أهمها نظرية قادة الرأي من خلال ظهور ما سمي بقائد الرأي 2.0. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها حاولت الإحاطة بخصائص قائد الرأي في المحيط الافتراضي المتميز بالشفافية والحركية وانعدام الحواجز المكانية، خصائص جعلت من الفضاء الافتراضي يعيد تمحور العديد من المفاهيم التي يعتبر النظر فيها حقل خصب للبحث والتنمية.

#### الكلمات المفتاحية:

الفضاء الافتراضي؛ الفايبيوك، قائد الرأي؛ الجماعات الافتراضية؛ الويب.

**Abstract:** The internet brought about changes as never before, affecting all domains of the human life. it creates an equivalent world , a new space designed by the crossing of technology and personal relationships, it gives immersion possibilities and a simulation of the outside world, which allows the user to interact and move , speed

connection helps simulate relationships , therefore the user makes links easily, restfully and anonymously.

The user managed to abandon his physical body towards a new type of body which is changeable and dynamic.

A version of the user will be made with time, including virtual body of his choice, his information, activities and all the traces he has left in various platforms and sites, will constitute his virtual identity.

This virtual space pushes to reconsider many theories like the leadership theory.

**Key words:**

Virtual space; Facebook; Leader-ship; virtual group; web.

**مقدمة:**

لقد وجدت أشكال ومظاهر الفضاء العمومي منذ أن وجدت الجماعات الإنسانية، ذلك أن التجمع والمناقشة يعتبران حتمية من حتميات عيش الأفراد في المجتمع، إلى أن جاءت مرحلة التنظير، وتسمية هذه المظاهر بالفضاء العمومي.

ولقد ساهم التطور الهائل لوسائل الإعلام والاتصال في تغيير أشكال هذا الفضاء، ذلك أن الانقلاب الجذري في الوسيلة مهد لظهور دراسات تحاول فهم الجمهور، معتمدة على إدخال الكم في التحليل، نذكر في هذا السياق المدرسة الإمبريقية التي أفرزت العديد من النظريات، منها ما تم تجاوزه أو نقده، ومنها ما شكل نظرة جديدة للعلاقة الموجودة بين المجتمع، الإعلام والفرد.

وتعتبر نظرية قادة الرأي من بين النظريات التي أحدثت ضجة، نظرا لما جاءت به من فهم للتأثير المحدث من طرف الوسيلة على الجمهور، حيث تنطلق من أهمية قيام الجماعة على أفراد لا بد لهم أن يتراضوا على قائد سواء كان ذلك شعوريا أو لا شعوريا، هذا ما يجعله يمرر أفكاره بسهولة لأنه يتحلى بثقة كبيرة، الفكرة نفسها ظهرت بشكل جديد مع ظهور الفضاء الافتراضي كفضاء عمومي بخصائص جديدة، وكحتمية للتطور في ميدان

التكنولوجيا والاتصال، حيث اختفت الخصائص المادية ليصبح محيطا افتراضيا يتفاعل فيه أفراد حقيقيون.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها حاولت الإحاطة بخصائص قائد الرأي في المحيط الافتراضي المتميز بالشفافية والحركية وانعدام الحواجز المكانية، خصائصا جعلت من الفضاء الافتراضي يعيد تمحور العديد من المفاهيم التي يعتبر النظر فيها حقلا خصبا للبحث، فعلى أي أساس يتشكل قائد الرأي وينشط في الفضاء الافتراضي؟ وهل يمكن إسقاط أفكار نظرية قادة الرأي على هذا الفضاء الجديد؟

تفرعت عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات:

- ما الفرق بين الفضاء التقليدي والفضاء الافتراضي المحاكي له؟
- ما السمات التي أعطاها السياق الافتراضي لقائد الرأي؟
- كيف أعاد الفضاء الافتراضي تمحور نظرية العلاقات الاجتماعية التي ظهرت في

سياق تقليدي لم يعرف الأنترنت؟

وقد تكونت هذه الورقة البحثية من المحور الأول الذي حاولت الدراسة من خلاله تحديد أهم أفكار نظرية قائد الرأي، أما المحور الثاني فقد خصص للإحاطة بالخصائص الأساسية للفضاء الافتراضي الذي جاء بنهاية المكان والزمن، ليأتي المحور الثالث الذي حاولنا من خلاله إسقاط لأفكار نظرية قادة الرأي على الفضاء الافتراضي.

### أولا: نظرية قادة الرأي أو نظرية العلاقات الاجتماعية:

"في الأربعينات والخمسينات، حددت السيسولوجيا الوظيفية لوسائل الإعلام مسألة التجديد في اكتشاف عناصر وسيطة بين نقطة البدء ونقطة النهاية في سيرورة الاتصال، وأعدت النظر في المبدأ الآلي (للاسؤال)<sup>1</sup> حول التأثير المباشر...<sup>2</sup> بالتالي فقد شككت في فعالية نموذج الحقنة تحت الجلد، إذ توجه (لازارسفلد)<sup>3</sup> وزملاؤه (بريلسون) و(غودي) إلى دراسة أولى عام (1944) تحت عنوان (إختيار الشعب) the people

choise لقياس تأثير وسائل الإعلام على (600) ناخب من (إيري كاوتي) في (أوهايو) ، خلال حملة انتخابية، ودراسة ثانية عام (1955) تحت عنوان (التأثير الشخصي) حول سلوك المستهلك في عالم الأزياء والترفيه على عينة نسوية من (800) امرأة في مدينة (ديكاتور)<sup>4</sup> ، بهذا خلص (لازارسفلد) و(كارتر) أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تقوم بدور أساسي في تحديد الطريقة التي يستجيب بها الفرد تجاه الرسالة...<sup>5</sup> ، "كما ضمن (لازارسفلد) أبحاثه في كتابه موضحا الآثار قصيرة المدى التي تنجم عن وسائل الاتصال، وأهمها وقتئذ الراديو... بعد تحديد موقف المستمع من وسيلة الاتصال..."<sup>6</sup>.

هذا ما مثل "مرحلة ثانية من مراحل الاتصال الجماهيري..."<sup>7</sup> ونموذجا آخرًا للاتصال، تحت فكرة (انتقال المعلومة عبر مرحلتين) two step flow ليكون بذلك قادة الرأي حلقات وصل بين وسائل الإعلام وجماعاتهم<sup>8</sup> ليتطور الاتصال إلى تعدد العوامل، ولترسل الرسالة عبر عدة طرق<sup>9</sup> مستهدفة قادة الرأي الذين ينقلونها بدورهم، ليظهر فعل القيادة أو السيطرة كعامل أساسي في انتقال المعلومات، ذلك بارتباط قائد الرأي leadership بالتسلط على جماعة ما<sup>10</sup> ، مع رضا أفرادها بذلك، "من خلال تمكن فرد ما من ضبط جماعة وتنظيمها"<sup>11</sup> وذلك بصفة معلنة أو إيجابية.

ويمكن تحديد قائد الرأي<sup>12</sup> على أنه الشخص الذي وجد في حالة معينة تسمح له بالتأثير أو بتحويل سلوك الآخرين نحو هدف معين<sup>13</sup> ، على هذا الأساس تنطلق نظرية قائد الرأي أو نظرية العلاقات الاجتماعية، حيث "تعطي أهمية للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد داخل جماعة واحدة، أو حتى بين عدة جماعات أولية، ذلك أن جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين ... لكنهم مترابطين ببعضهم البعض في اتحادات وعائلات ونواد، هذا ما أكدته الدراسات التي أجريت على الانتخابات الأمريكية، بعد أن كان للمناقشات السياسية أثر كبير وأعلى على قرارات الناس من التعرض للمذيع والصحافة..."<sup>14</sup> ، "فباستقبال قادة الرأي لمعلومات ووسائل الاتصال الجماهيري، هم

يقومون بنقل المعلومات إلى الجمهور... حيث يقدمون شرح وتفصيل لهذه المعلومات، ولا يقتصرون على النقل لأنهم يقدمون آراء مغايرة ومختلفة<sup>15</sup>، كل هذا من خلال الجماعات واللقاءات غير الرسمية... هذا ما بين أن الاتصال الشخصي بين الأفراد أكثر فعالية من وسائل الاتصال الجماهيري في تغيير الاتجاهات والمعتقدات...<sup>16</sup>، "أما عن جمهور وسائل الإعلام فهو حسب النظرية "بيدي انتقائية selectivity في الاستخدام... هذا ما يحد من قوة تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية..."<sup>17</sup>.

كما بينت العديد من الدراسات أن نوع قائد الرأي في الجماعة، يحدد مجموع سلوكياتها العاطفية، الاجتماعية والرمزية<sup>18</sup> لأنه يعبر عن روحها ولو لوقت قصير. نفهم من هذا، أن وسائل الإعلام الجماهيرية (حسب نظرية قادة الرأي أو نظرية العلاقات الاجتماعية) تبث الرسائل التي تصل إلى أشخاص (لهم قدرة على الحوار والمناقشة) فيمررونها بدورهم إلى أفراد تجمعهم علاقات اجتماعية، بهذا المفهوم، كل شخص يمكنه أن يكون قائد رأي في وقت معين.

### ثانياً: الفضاء الافتراضي، فضاء عمومي بخصائص جديدة

إن الفضاء العمومي<sup>19</sup> بمفهومه المتداول هو مكان مادي (لمسوس) أو معنوي (فقط)، يتم فيه التفاعل بين الأفراد، (مناقشة، حوار...)، حيث أعتبر المفهوم إشكالا مثيرا للاهتمام منذ ثلاثون سنة، ذلك أن المفهوم الطاعني في الكتابات هو النقاش العام المبني على الكلام بواسطة حجج واضحة ومنطقية<sup>20</sup>.

ويعود الفضاء العمومي بصفته التنظيرية إلى (جرجان هابرماس)<sup>21</sup> بمعنى الفضاء المتكون من أفراد متجمعون، يقومون بفعل ما أو يتكلمون عن قضية ما، هذا ما يمكن من التأثير في القرار السياسي<sup>22</sup> ليندرج المفهوم ضمن إشكاليات الممارسة السياسية التشاربية<sup>23</sup>.

ولقد وصف (هابرماس) الفضاء العمومي أنه مجموعة أفراد خاصين، متجمعين للتكلم عن المصلحة العامة، الفكرة التي ولدت في أوروبا الحديثة، في تشكل الفضاءات العمومية البرجوازية التي ناهضت الحكم المتسلط، وكانت تهدف إلى إعلام المجتمع والنظام الحاكم، وجعل هذا الأخير مسؤول أمام المجتمع، هذا من خلال الإشهار النقدي الذي يقتضي الحصول على معلومات تخص النظام الحاكم وذلك لإعادة النظر فيه ونقده برؤية الرأي العام<sup>24</sup>، ليتطور التطرق إلى الفضاء العمومي عبر التاريخ، إذ خرج من نطاق السياسة ليشمل أشكالاً أخرى، كما تجاوز طابع التخطيط ليصبح بإمكانه التكون دون تفكير مسبق.

ولقد أقر البعض أهمية وجود شخص في كل فضاء يحمل بعض الصفات المعنوية، تخوله القدرة على التكلم والنقاش أكثر من بقية المجموعة وبالتالي التأثير في أفرادها، ليظهر دور قادة الرأي الذين بفضل العلاقات الاجتماعية يمارسون تأثيراً ما على بقية الأفراد سواء كان ذلك شعورياً أو لا شعورياً.

وإذا كان الفضاء التقليدي يشير إلى وسط ثلاثي الأبعاد تقيم فيه الكائنات الفيزيائية، فقد بدأ الإنسان المعاصر بالتحول من الوسط الفيزيائي الملموس إلى الوسط الرقمي ذو القوام المتخيل غير الملموس، ذلك أن امتياز هذا الفضاء المستحدث بتعدد الأبعاد يجعله بعيداً عن الفضاء الذي تعود الفرد العيش فيه، ويطرح مسألة فقدان القدرة على تحديد الموقع الحقيقي ضمن هذه البيئة الافتراضية<sup>25</sup>، ليكون الأنترنت فضاء موازياً للعالم الذي نعيش فيه<sup>26</sup>، إذ يعتبر العالم الافتراضي الذي خلقته من أعظم ما جاءت به التكنولوجيا حيث يدخل المستخدم بصفة كبيرة ضمن معالمة، بواسطة التقنيات التي تمكنه من الانخراط الكبير، "هذه العوالم الافتراضية virtual reality التي تتألف مادتها من بيئة معلوماتية ذات فضاء ثلاثي الأبعاد...تحتوي على أكثر من مستخدم، في ظل بيئة تفاعلية يمكن الانتقال بين مواقعها الخيالية من دون وجود القيود التي يفرضها الواقع التقليدي"<sup>27</sup>.

ويمكن تعريف العالم أو الفضاء الافتراضي<sup>28</sup>، على أنه (أولا) قاعدة معلومات تفاعلية قابلة للاكتشاف وللمشاهدة في الوقت ذاته، على شكل صور ثلاثية الأبعاد تعطي إحساسا بالنشاط الحقيقي<sup>29</sup> ذلك أنها محاكاة تقنية<sup>30</sup>، وأنه (ثانيا) كل النشاطات والهويات الرقمية التي يخلقها المستخدمون تعريفا لأنفسهم، حيث ينخرون بواسطتها.

ونظرا لخصائص التفاعل والتشارك، يمكن القول أن الفضاء الافتراضي هو فضاء عمومي جديد مشترك بين المستخدمين<sup>31</sup>، فهناك من يرى أن الويب ليس فضاء لمناقشة الشعب أفكارهم فحسب، ولكن هو ظهور نوع جديد من أرسطوقراطية التعبير أوسع مما هي عليه في الفضاء العمومي التقليدي<sup>32</sup>.

من تم يتجلى لنا الاختلاف بين الفضاء العمومي التقليدي والفضاء العمومي الافتراضي، فإذا كان (هابرماس) قد عرف الفضاء العمومي أنه مكان تضارب المصالح الخاصة في خدمة المصلحة العامة، فنحن نشهد اختلاط بين الخاص والعام، ذلك أن تدفق المعلومات وغزارتها ضمن شبكة الويب، جعل من الفضاء العمومي يشهد فلسفة جديدة تحتل التفاعلية مرتبة أساسية فيها، هذا ما أعطى طابع جديد للعلاقات في هذا الفضاء الذي اختفت فيه الحدود بين العام والخاص<sup>33</sup>، نظرا للتنوع والكثافة فكل موضوع أصبح قابل للمناقشة حيث يبدي آلاف المستخدمين آرائهم بكل حرية.

### - نهاية المكان والزمن:

إذا كان العالم التقليدي يحدد الظواهر والأحداث بإحداثياتها في المكان وفي زمن معين، لا بد من القول أن الواقع الافتراضي ينشط في نهاية المكان والزمن، أو في نهاية دالتهما الفعلية كما نعرفها، حيث تشوشت الحدود بين الزمن والفضاء<sup>34</sup>، "ويعد المكان الافتراضي مصطلحا حديث التداول الفكري، يقصد به كل ما له صلة بالفضاء التخيلي بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي، وبشقه الاعتباري، يضم أنشطة عاملنا الواقعي المعتاد أو بإمكانه أن يضمها مع أشياء

جديدة أخرى"<sup>35</sup>، كما يكمن البحث في ماهية المكان والزمن الافتراضي في التفرقة بينهما في الواقع الافتراضي وبين ما هما عليه في الواقع الملموس (الحقيقي)، ذلك أن محاكاة المحيط الخارجي فرضت نوعان من الأمكنة، إذ يمكن للأفراد الوجود في أمكنة افتراضية موجودة حقيقة، تمت محاكاتها عن طريق تقنيات ثلاثية الأبعاد، كما يمكنهم الوجود في أمكنة افتراضية محضة لا وجود لها في الواقع بل تستمد خصائصها من القوانين الحقيقية، لكنها غير محددة بزمن معين، ليكون الزمن الافتراضي زمنا دائما ومنسوبا إلى المجتمع الأنترناتي الذي لا ينام، لكن يبقى دائما مرتبطا بالزمن الحقيقي، لأن المستخدمون هم أفراد يعيشون هذا الزمن نوعا ما، بالرغم من ذلك، فإن صورتهم على الويب محكومة بالطابع المستمر والدائم، لتبقى موجودة على المنصات بالرغم من خروجهم من الشبكة.

**- الجماعات الافتراضية<sup>36</sup>:**

ظهر "مصطلح فضاء السايبر، الذي يصب في معنى محاكاة الفضاء التقليدي بعلاقاته المتنوعة، والتفاعلات بالاتصال الإلكتروني التفاعلي"<sup>37</sup>، والذي بلور شيء من مفهومه (دانيال بل)<sup>38</sup> مصاحبا لعباراته (من الامكنة إلى الشبكة) from places to (network) ... وكذلك مصطلحه المجال الإلكتروني الكوني (global (électrosphère) إضافة إلى مصطلحات أخرى مثل الوجود في لا شيء (being in nothingness) والوجود في مكان ما (being elsewhere) ... أو تعابير الجيرة الافتراضية (virtual neighborhood) والمجتمعات الافتراضية (virtual societies) ..."<sup>39</sup>، والمصبة في معنى البديل للمجتمع الإنساني بأفراده وجماعاته والتفاعلات التي تتم من خلالها، وإن توسيع الشبكات ينبئ بأشكال جديدة من التفاعلات الاجتماعية تميزها ذاكرة جماعية ذكية، في الفضاءات التفاعلية الافتراضية<sup>40</sup>.

ويعد (هاورد رينجولد)<sup>41</sup> أول من أشار إلى مصطلح المجتمعات الافتراضية في كتابه (الجماعات الافتراضية)، حيث يقر بحدوث فيها ما يحدث في الواقع من تفاعلات،

بالتالي "فهذا التعبير التكنولوجي التفاعلي... يحدث تفاعلا بشريا آليا من خلال هذا الفضاء، وعقلياً، نفسياً واجتماعياً، بمختلف الحواس الإنسانية وكذلك الآلية، إذ يتشكل مجتمع الأنترنت من الجماعات البشرية في علاقاتهم ببعضهم، بمختلف الخصائص التي تفرضها هذه البيئة الإنسانية الآلية..."<sup>42</sup>، ذلك أن العالم الافتراضي مفعول ومنشط من طرف مجموعة أفراد يشاركون فيه ويقومون بمختلف أنشطتهم من خلاله، "ففي مقال بعنوان - العوالم الافتراضية، دعوة لإستيطان الفضاء السايبري"<sup>43</sup> - تذكر الجماعات الافتراضية أنها مظاهر من مظاهر استيطان الفضاءات السايبرية، من خلال خبرات التواصل، من الجانب النظري ( نص، صورة...) إلى الجانب الشعوري (ثلاثي الأبعاد)..."<sup>44</sup>.

وبتغيير العلاقات الافتراضية عنصراً الزمن والمكان، اللذان تكلمنا عنهما سابقاً، شكلت مجتمعا افتراضيا متشابكا ومعقدا، حيث أشار البعض أن الجماعات الافتراضية في الأنترنت خلقت نوعا جديدا من العلاقات معدومة السياق المكاني والزمني، فإذا كانت الجماعات تتأسس على الوجود المادي في مكان معين، ففي ظل الشبكات فإنها أصبحت تتأسس على خاصية واحدة وهي التخيل (أي تخيل التجمع)<sup>45</sup>، حيث ساهمت الجماعات الافتراضية (virtual community) في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار المكاني بظهور نوع جديد من التفاعل الإنساني، "لم تعد تلعب حدود الجغرافيا والزمن دورا فيه، إذ يستطيع المستخدم أن يجد من يتواصل معه على مدار الساعة"<sup>46</sup>.

### - تلاشي الجمهور العنصر الأساسي في البحوث الأولى

لعل من أهم التأثيرات التي جاء بها الويب التحول الجذري لمفهوم الجمهور، وانتهاء عهد المتلقي السلبي، إلى حد أن هناك من يتحدث عن نهاية الجمهور، هذا الأخير الذي وصف في أول البحوث أنه "موجود في كل مكان لكنه غير مرئي، إذ يتم تخيله قبل مخاطبته، لأنه فكرة تتمثل في اللاشيء الهائل"<sup>47</sup> لتتلاشى هذه المخاطبة مع نهاية العلاقة

العمودية، "فتكلم اليوم عن إعلام النحن، من خلال ظاهرة التدوين وهناك من يتحدث عن اعلام الجماهير كمقابل و كبديل للإعلام الجماهيري"<sup>48</sup>.

هذا ما أدى إلى انتقال البحوث الرامية إلى دراسة تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الجمهور من النظر في الأثر المرتبط بمخطط القائم بالاتصال وهدفه المحدد سابقا، إلى التنبؤ بآثار التعامل مع الوسيلة الجديدة، ذلك أن المضمون لم يعد يهم بقدر الاستخدام، إذ نظر (مارشال ماكلوهان)<sup>49</sup> إلى التاريخ بموقف "الحتمية التكنولوجية، التي ترى أن الاختراعات التكنولوجية<sup>50</sup> المهمة هي التي تؤثر تأثيرا أساسيا على المجتمعات"<sup>51</sup> وأن "الوسيلة هي التي تشكل وتتحكم في مقياس نشاط الناس وعلاقاتهم ببعضهم البعض، فمن مميزات الوسائل أن مضمونها يخفي طبيعتها، وإن فكرة الوسيلة هي الرسالة تستند إلى أن وسائل نقل المعلومات تؤدي إلى التأثير على السلوك البشري بغض النظر عن الرسالة..."<sup>52</sup>

وإن التحول البالغ الذي شهده الاستخدام جعل من التلقي والتأثير يتسم بخصائص العصر الحالي، وإذا كانت نظرية قائد الرأي قد صيغت في سياق خاص بها، حيث توسطت بحوث الاتصال الجماهيري، وشككت في القوة الحاسمة لوسائل الإعلام الجماهيري، معطية (أثناء اعتبار الراديو والتلفزة في قمة الوسائل المؤثرة على الجمهور) أهمية بالغة للعلاقات الاجتماعية القائمة بين الأفراد في الجماعات غير الرسمية، فإن التطور الكبير الذي لحقت به تكنولوجيات الإعلام والاتصال، قد غير التعرض لهذه الوسائل والتعامل معها في الفضاء الافتراضي الذي يحتوي على علاقات اجتماعية افتراضية، هذه العلاقات تستلزم وجود قادة رأي كشرط لتفاعل أفراد جماعة ما، يمكن تسميتهم (قادة الرأي 2.0).

### ثالثا : قائد الرأي في الفضاء الافتراضي

تركز نظرية قائد الرأي على العلاقات الاجتماعية غير الرسمية، هذه العلاقات تكون وجها لوجه في الفضاء المادي حيث يرى الأفراد بعضهم البعض فتلعب الحركات الجسدية والإماءات دورا هاما في الاتصال، أما في الفضاء الافتراضي فتتحول العلاقات الاجتماعية إلى الكثرة، الغزارة، الشفافية وعدم ثبوت الأفراد بهوياتهم الحقيقية، هذا ما أثر في نمط هذه العلاقات، ذلك أن الاتصال ليس نفسه في الفضائين.

كما يشير نموذج (لازارسفلد) الاتصالي إلى أن الرسالة تمر من المصدر عبر القناة، ليستقبلها قادة الرأي الذين يلتقون بجماعاتهم لينقلونها بدورهم إلى الأفراد الذين يتأثرون بهم في الفضاء المادي، ليبطل المخطط أو النموذج التقليدي للاتصال في الفضاء الافتراضي، ذلك أن الإعلام الجديد "هو إعلام غير وسيط يعتبر الكل فيه مستقبل ومرسل بعكس الإعلام التقليدي..."<sup>53</sup> فاختلاط الأدوار وغزارة المضامين وتشعبها تجعل من الصعب معرفة مراحل التأثير، ذلك أن سهولة الاستخدام مكنت الكل من النشر، كما أن فلسفة التشارك جعلت من مستخدمي الشبكات كلهم قادة رأي في زمن معين. كما تشير النظرية إلى أن قائد الرأي هو شخص له القدرة أكثر من غيره على التأثير، لتتلاشى هذه الفكرة في الشبكات الافتراضية ذلك أن السلطة لا يمتلكها شخص واحد، وقد يرجع ذلك أساسا إلى طابع الهويات المجهولة الذي ساوى بين كل المستخدمين فهم غير مهمين بقدر ما يهم ما ينشرونه.

أما عن مهمة التوجيه التي يتميز بها قائد الرأي، فقد تلاشت كذلك في الشبكات الرقمية، حيث يقوم البعض بخلق صفحات على شبكة الويب، كما يعطوها إسما ووصفا دقيقا يمكنهم من استقطاب المستخدمين الذين يشاركونهم بعض الاهتمامات حيث يلتحقون بالجماعة ليكون لهم الحرية في المناقشة والرد، هذا ما يجعل من سيطرة القائمين بالجماعات نسبية أو منعدمة.

إضافة إلى ذلك، تشير النظرية إلى الفترة المحدودة التي يتميز بها قائد الرأي قبل أن تتنحى سيطرته الفكرية على الجماعة في الفضاء العادي، أما في الشبكات الافتراضية التي

تمثل فضاء موازيا، فتزيد سرعة تلاشي قائد الرأي، حيث يمكن لأي مستخدم أن يكون قائد رأي خلال دقائق ، لأنه نشر موضوعا استقطب به مهتمين ليخلق في تلك اللحظة فضاء عموميا يعلقون ويناقشون فيه، لكن التلف السريع الذي يميز المعلومة في الويب يجعل من الموضوع سريع النسيان، ليحل محله موضوع آخر نشره مستخدم آخر مما يستلزم فضاء عموميا آخر.

جاءت نظرية قائد الرأي في سياق يختلف تماما عن السياق الحاضر، أين كان قائد الرأي يتشكل في الفضاء العمومي على أساس الثقة التي يحس بها الأفراد تجاهه أما في السياق الافتراضي ونظرا للهوية الجديدة، تتلاشى الثقة لتحل محلها الصدفة فقط، فعندما يعلق المستخدمون على موضوع نشره أحد أصدقاءهم، هذا لا يعني أنهم يثقون به، بل يهتمون ويعجبون بالموضوع، أو صادفهم فقط لذلك فقد شكلوا فضاء عموميا سوف ينتهي بسرعة.

إن الفضاء الافتراضي يمكن المستخدم من الحضور في عدة جماعات في الوقت ذاته، لتكون الجماعة الافتراضية فضاء عموميا، وكل ما ينشر فيها فضاءات جديدة يشارك فيها المستخدم ويناقش بصفة مختلفة، لتخلق فضاءات عمومية محتواة في فضاءات عمومية أخرى. وإن مناقشة محتوى ومضامين وسائل الإعلام بين الأفراد الذي تكلمت عنه النظرية، فنلمسه في الفضاء الافتراضي بشكل آخر، حيث ينشر المستخدمون المواضيع والصور المأخوذة من الصفحات الرسمية للوسائل الإعلامية ويتم مناقشتها ونقدها، هذا ما يعزز هذه الرسائل في بعض الأحيان.

### خلاصة:

بعد أن حاولنا إسقاط أفكار نظرية قادة الرأي على مجموعة افتراضية تنشط في محيط افتراضي متميز باللامادية، يمكن القول أن الفضاء الافتراضي يبقى امتدادا للفضاء العمومي التقليدي، لأنه يشاركه العديد من النقاط، فالأفراد المتفاعلين في الأنترنت هم

أفراد حقيقيون لكنهم متباعدون، والعلاقات التي يربطونها مبنية على أسس مختلفة تشبه العلاقات الحقيقية في الفضاء العمومي.

كما أن الجماعة مهما كان نوعها (افتراضية أو حقيقية) تستلزم وجود قائد رأي، هذا الأخير يختلف مظهره في الفضاء الافتراضي لأنه شفاف، لا يهم بقدر ما تحم المعلومات التي ينشرها، ونظرا لطابع السرعة والكثافة، فقائد الرأي هو سريع التلاشي محدود التأثير والمهيمنة، أما عن تدفق المعلومات عبر مرحلتين التي اقترحتها النظرية، فهي فكرة متجاوزة، ذلك أن اختلاط الأدوار بين المرسل والمستقبل أنتج مراحل عدة لتدفق المعلومات دون نفي أنه من يمتلك مكانة على الشبكات الرقمية الاجتماعية له القدرة على التأثير أكثر من غيره.

ولقد ظهرت نظرية قادة الرأي في وقت كان الجمهور فيه متماسكا، حيث كان يعتقد أن وسائل الإعلام الجماهيري لها القدرة التامة في التأثير، بالتالي أعطت نظرة جديدة مفادها أن الجمهور يتكون من جماعات تتميز عن بعضها، هذه الجماعات تستهدف كل واحدة على حدى.

أما في عصر التكنولوجيا الجديدة، فتراجعت فكرة الجماهيرية، ومال المجتمع إلى اللامهجرة، لتبدأ الجماعات في التفتت إلى جماعات أصغر وحتى إلى أفراد منعزلين، حيث أصبح كل مستخدم فريدا في تعامله مع المعلومات، هذا ما حول مفهوم قائد الرأي إلى سياق آخر، في ظل مجتمع تسوده العالمية، هذا المجتمع أصبح عالميا ليس لأن العلاقات تدور في (قرية عالمية) لكن لأن كل مستخدم أصبح (عالما) لنفسه<sup>54</sup>.

## الهوامش:

<sup>1</sup> Harold Lasswell (1902 - 1978) باحث أمريكي ومنظر في الاتصال السياسي.

<sup>2</sup> أرماني، ميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي، الصادق رابح، دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 58.

<sup>3</sup> Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976) سسيولوجي أمريكي من أصل نمساوي وعالم رياضيات ، ولد في فيينا، شارك في أول مسح علمي على مستمعي الراديو عام 1930، اشتغل في الأبحاث الاجتماعية في جامعة نيويورك وكولومبيا.

<sup>4</sup> أرمان، ميشال ماتلار، مرجع سابق ، ص 47 .

<sup>5</sup> محمود خوالدة، حسين العموش، علم النفس السياسي والإعلامي، ط1، الحامد ، الأردن ، 2009، ص 47.

<sup>6</sup> عبد العزيز شرف، نماذج الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، مصر ، 2003، ص25 .

<sup>7</sup> عطا الله الرحيم، محمد العدوان، الإعلام والنظريات الاجتماعية، الحامد ، الأردن، 2014، ص 35.

<sup>8</sup> Gustave Ficher, les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Dunod, Paris, 2005, p 176.

<sup>9</sup> Thierry Paquot , l'espace public , la découverte , Paris, 2009, p 6.

<sup>10</sup> Le petit Larousse 2010 , Hachette, Paris, 2009, p 582.

<sup>11</sup> خليل أحمد ، مفاتيح العلوم الإنسانية، دار الطليعة، بيروت، 1989، دون صفحة.

<sup>12</sup> القائد في الفرنسية leader (كلمة مأخوذة من الإنجليزية) تعني شخص على رأس حركة، حزب أو جماعة.

(Le petit Larousse 2010, op.cit, p 582).

وتعني كلمة lead (القيادة) ممارسة سيطرة ما أو تأثير ما.

(Websters ninth new collegiate dictionary, Springfield, USA, 1982, p 679).

قائد الرأي leader d'opinion- leadership شخص يقود الأتباع، القابلين بوحى إرادتهم لدوره كزعيم.

(Zaki Badawi, dictionary of mass communication, Dar el kitab, Beirut, 1975, p 94).

وفي هذه الدراسة (قائد الرأي) هو مستخدم يمارس تأثيرا ولو قصير المدى عبر الشبكات الرقمية الاجتماعية، ويوجه رأي البقية في الفضاء الافتراضي.

<sup>13</sup> Ahmed Channouf, les influences inconscientes, Armand Colin, Paris, 2005, p184.

<sup>14</sup> سامي ختاتنة، أحمد عبد اللطيف، علم النفس الإعلامي، دار المسيرة، عمان، 2010، ص92 .

<sup>15</sup> مجد الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، دار المناهج، الأردن، 2016، ص ص 20 ، 21 .

<sup>16</sup> عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال ، ط1، عالم الكتاب، مصر، 2012، ص194.

<sup>17</sup> المرجع نفسه، ص 195.

<sup>18</sup> Jean Claude Abric, psychologie de la communication, 3 ed, Armand Colin, Paris, 2008, p 85

<sup>19</sup> الفضاء في الفرنسية espace من اللاتينية spartium مساحة غير محددة تحتوي على الأشياء وتحيط بها.

(Le petit Larousse, op.cit, p 385).

أما العمومي هو في الفرنسية publique من اللاتينية publicus يعني ملك للجميع، أو يخص الكل.  
(Le Littré, Hachette, Paris, 2000, p 1337).

بالتالي الفضاء العمومي هو مكان لمناقشة وتقابل الآراء.

(Thierry Paquot, op.cit, p3).

<sup>20</sup> Vincent Berdoulay, l'espace public à l'épreuve, MSHA, France, 2004, p 9,11

<sup>21</sup> Jürgen Habermas (1929) فيلسوف وباحث ألماني، من رواد مدرسة فرانكفورت.

<sup>22</sup> Peter Dehlgren, l'espace public à l'heure d'internet, réseaux, Hermès, Paris, n 32, 2001, p 74.

<sup>23</sup> Catherine Neveu, espace public et engagement politique, l'harmattan, Paris, 1999, p 20.

<sup>24</sup> لخص (آلان لوتورنو) كتابات (هايرماس) حول الفضاء العمومي، أنظر:

( <http://agora.qc/dossiers/espace-public> -04/09/2018- 20 :00).

<sup>25</sup> حسن الرزوي، مرجع سابق، ص ص 81،86 .

<sup>26</sup> Boris Beaude, internet , changer l'espace, changer la société, FYP , France, 2012, p 209.

<sup>27</sup> حسن الرزوي، مرجع سابق ، ص 87.

<sup>28</sup> "كانت المحاولة الأولى لإبداع اصطلاح الفضاء المعلوماتي cyberspace ، في المعجم على يد أحد كتاب الخيال العلمي ( وليام جيبسون) عام 1994".

(حسن الرزوي، الفضاء المعلوماتي، ط1، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص 86).

كما يرجع لفظ virtual إلى اليوناني virtualis المستعمل من طرف (أرسطو) لأول مرة، للدلالة على حالة غير مادية وغير ملموسة بإمكانها التحقق.

(Stéphane Vial, l'être et l'écran, 1ed, PUF, France, 2013, p 152).

والفضاء الافتراضي هو المكان الذي يقوم على المناقشة والتواصل بطريقة غير ملموسة، يعتمد على الأنترنت ومواقعها التفاعلية.

<sup>29</sup> Titiou Lecoq, Diane Lisarelli, encyclopedie de la web culture, Robert Laffont, France, 2011, p 104

<sup>30</sup> Stéphane Vial, op.cit, p 159

<sup>31</sup> Jean Paul Lafrance, Dominique Wolton, critique de la société de l'information, Hermès, Paris, 2009, p 106.

<sup>32</sup> Ghillaume Gazeaux, odyssée 2.0, Armand Colin, Paris, 2014, p 119.

<sup>33</sup> Jean Paul Lafrance, op.cit, p 108.

<sup>34</sup> Isabelle Jonveaux, dieu en ligne, expériences et pratiques religieuses sur internet, Bayard, France, 2011, p 221.

<sup>35</sup> رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم، الوسائل والتطبيقات، ط1، جسور، الجزائر، 2014، ص 29.

<sup>36</sup> يشير مصطلح المجتمع المحلي (community) إلى جماعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة، وبينهم قدر ملحوظ من التفاعل الاجتماعي، ولديهم إحساس بالعضوية المشتركة أو بالانتماء المشترك، الذي لا يقوم على مجرد روابط القرابة الدموية فحسب، وقد يركز الإحساس بالعضوية عندهم على رابطة روحية تضم مجموعة من القيم أو المعتقدات، الأمر الذي يشير إلى أن المجتمع المحلي يمكن أن يقوم دون وجود مكان إقامة مشترك. ( طلعت إبراهيم لطفى، مدخل إلى علم الاجتماع ، ط3، دار غريب، القاهرة، 2008، ص 257).

ومع القضاء على الحدود الجغرافية أصبحت المجتمعات المحلية الافتراضية (virtual community) تعني المجموعات التي تنشأ على الشبكات والتي يشترك أفرادها في فكرة أو هدف معين.

<sup>37</sup> حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والأمنية في العالم العربي، ط 1، أمواج، عمان، 2014، ص 23.

<sup>38</sup> Daniel Bell (1919-2011) سسيولوجي أمريكي.

<sup>39</sup> علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، ط1، دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 244.

<sup>40</sup> T. Rist, J. Martin, on the signe of intelligent memory function for virtual meeting places, examining potential benefits and requirements, le travail humain, tome 63, n 3, France, 2000, p 203.

<sup>41</sup> Haward Rhingold (1947) ناقد وكاتب أمريكي، إختص في دراسة علاقة الإنسان بالتكنولوجيا الجديدة للاتصال.

<sup>42</sup> علي محمد رحومة، مرجع سابق، ص 242.

<sup>43</sup> مقال لسهيل زخور- أنظر:

( صالح أبو أصعب، إستراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، دار مجدلاوي، عمان، 2005، ص 217).

<sup>44</sup> المرجع نفسه، ص ص 217، 218.

<sup>45</sup> Franck Rebillard, le web 2.0 en perspective, une analyse socio-économique de l'internet, l'harmattan, Paris, 2007, p 24.

<sup>46</sup> رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 30.

<sup>47</sup> ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة صباح حسن، عادل يوسف، ط 1، دار الفجر، مصر، 2012، ص ص 17، 18.

<sup>48</sup> عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، ط 1، دار يافا، الأردن، 2014، ص 73.

<sup>49</sup> Marshall McLuhan (1911-1980) مفكر كندي وسسيولوجي، منظر في علوم الاتصال، من

مؤسسي الأبحاث المعاصرة حول وسائل الإعلام.

<sup>50</sup> "يرجع أصل لفظ تكنولوجيا إلى (technology) المشتقة من اللاتينية (techne) لتعني فن أو مهارة، و (logy) المأخوذة من (logos) وهي العلم أو الدراسة... معنى الكلمة كلها: علم الوسيلة... وهي توظيف العلم لخدمة مختلف نواحي الحياة التطبيقية..."

(عمر عباس ابن تاج، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، سلسلة الأطروحات، مصر، 2014، ص 13).

وتعرف أهما " العلوم التطبيقية، علم التقنية".

(The Alkilani dictionary of computer and internet terminology, led, library of Lebanon, Lebanon, 2004, p 747).

ويشير قاموس (لاروس) أن (technologie) هي علم الأدوات والآلات والتقنيات. أو مجموع المعارف والممارسات المبنية على أسس علمية.

(Le petit Larousse, op.cit, p 995).

بالتالي فالتكنولوجيا هي الأدوات والآلات (الحديثة خاصة) التي تستعمل في مجال معين، مثلا النانو-تكنولوجيا أي تكنولوجيا كل ما هو غير مرئي بالعين المجردة.

ونعني بالتكنولوجيا في هذه الدراسة كل ما يتعلق بالأجهزة التفاعلية ومتعددة الاستخدامات ومختلف الأدوات والتطبيقات التي قربت المستخدم من الواقع الافتراضي في جانبه العلائقي.

<sup>51</sup> علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال الحديثة، دار الأيام، عمان، 2015، ص 62.

<sup>52</sup> برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي، عمان، 2014، ص 201.

<sup>53</sup> مالفى عبد القادر، تواتي فاطمة، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، الصورة والاتصال، عدد 5، 6، الجزائر،

2013، ص 30.

<sup>54</sup> Philippe Breton, le culte d'internet, ed Casbah, Alger, 2004, p 105.