

التواصل الإلكتروني ، أطروحات الثقافة الرقمية وواقع الإعلام في ظل هذه الحضارة

زهية عبد العزيز*

جامعة أحمد بن بلة وهران 1 (الجزائر) zahirose84@hotmail.fr

أد/ برقان محمد

جامعة أحمد بن بلة وهران 1 (الجزائر)

تاريخ الإرسال: 2018-12-02

تاريخ القبول: 2019-12-27

تاريخ النشر: 2021/05/26

الملخص بالعربية:

تندرج الدراسة في إطار مقارنة تحليلية وصفية للواقع المعيش للفرد والمجتمع، منذ دخول الرقمنة والتكنولوجيا لحياته؛ خاصة منها ما يعرف حاليا بحضارة التواصل الإلكتروني، أو كما يسميها البعض بحضارة الضغط *civilisation de clic*، إذ تتناول الدراسة مدخلا مفاهيميا حول حضارة الرقمنة، العالم الرقمي، التواصل الإلكتروني، ثم تطرح أهم إفرازات هذه الحضارة على مستوى الفرد والمجتمع، لتعالج في الأخير واقع الإعلام المعاصر في خضم هذا العصر الإلكتروني الجديد.

الكلمات المفتاحية: التواصل الإلكتروني، الثقافة الرقمية، الإعلام الجديد.

Summary:

This study interested for the numérique practices, it named the civilization of click that present like a new phenomenon in live of human bodies at deferent aspects: sociologique, psychologique and media in the production, distribution and reception in the électronique age.

key words: Civilization click, électronique communication, new media.

تقديم:

بإلقاء نظرة على المراحل التاريخية و العصور الحضارية التي مرت بها البشرية، نجد أن أطروحات مارشال ماكلوهان *M. Macluhan*، منذ الستينيات (60) قد أشار فيها إلى جملة التحولات التي مر بها المجتمع البشري عبر مختلف مراحلها؛ من عصر الكلمة المنطوقة أو ما يعرف بـ *tribale* إلى عصر المكتوب بظهور الكتابة ثم الطباعة، وصولا إلى عصر الإعلام الإلكتروني، ثم توالي باقي الوسائل الإلكترونية فيما بعد، وقد أكد بذلك أن تطور وسائل الإعلام والاتصال أدى إلى كون أن الرسالة أصبحت هي الوسيلة لأن التكنولوجيا الحديثة هذه لوسائل الإعلام والاتصال قد أوجدت وولدت حضارة جديدة غيرت من سلوكيات الأفراد والمستخدمين، بل طرحت مفاهيم جديدة ولغة جديدة وواقعا جديدا، فانتقلوا للعيش من واقعهم الحقيقي مع الراديو والتلفزيون

*-المؤلف المرسل

و متابعتهم أخبار العالم من حولهم، إلى عالم آخر مندمجين فيه مع الآلة منغمسين في عالم افتراضي قد ينسيهم ذلك العالم الحقيقي، ويظهر ذلك خاصة مع تطور برامج الويب و شبكات التواصل الاجتماعي التي نسخت مكانا عموميا للحوار والنقاش، بحيث يشير بعض الباحثين Sylviane Topo في تصديره لكتاب *civilization de click* أننا أصبحنا نعيش في حضارة الضغط أو النقر، أو حضارة اللمس بالأصبع ¹ *civilization de touche* أين تمت تسمية المجتمع بالديجيتال غير المادي *société digital* *dematerialize* ، جيل الكمبيوتر *Generation C (computer.com) Generation(young)* ، جيل الاتصال و غيرها؛ وكما يقول ² *Negroponte* "إن المعلوماتية ليست قصة كمبيوتر فقط إنما نمط حياة *l'informatique c'est pas une histoire d'ordinateur mais c'est un stile de vie* "، ونلاحظ من خلال هذا الطرح أنها شكلت نمطا معيناً من العيش، وخلفت تبعات اجتماعية وثقافية وحضارية، خاصة وأنها تستعمل اليوم لتشغيل المؤسسات، المدارس و البنوك... إلخ بل وفي كل البنيات التحتية والفوقية للمجتمع، ويصفه البعض بأنه "السيارة التي لا تحتاج لمن يسوقها". لكن رغم أن هذه التطورات التكنولوجية التي صاحبت موجة المعلوماتية قد سهلت الحياة للناس وسخرت لهم عيشاً مريحاً إلا أنه لا أحد يستطيع أن ينفي ما خلفته من تبعات وأخطار وما طرحته من سلوكيات عدة؛ يعتبرها البعض أنها قد هددت البناء الاجتماعي و الثقافي للمجتمع؛ الذي سماه البعض بالزلزال الثقافي ³ وعلى هذا الأساس ظهرت مسألة الثقافة الرقمية و الاتصال الإلكتروني الذين ولدا عدة قضايا تتعلق بأسئلة ومجاذلات فلسفية تولدت عن هذه الثورة التكنولوجية التي عرفها المجتمع البشري. في هذا العرض سوف نحاول أن نقف على الجانب الاجتماعي والفلسفي وليس التقني أو التكنولوجي لهذه الثقافة ما يعرف بالثقافة الإلكترونية أو الرقمية ، التي صاحبت بروز الفضاء الرقمي، بحيث سنتناول أهم الظواهر، المتتاليات، المفاهيم والأنماط الثقافية والاجتماعية المتخلفة عنها والمنبثقة عن دخول المجتمع إلى هذا العالم الجديد، هذا الفضاء السيبري الذي يختلف عن العالم الواقعي، و قد يشبهه في كثير من الأحيان، خاصة وأنه قد خلق هوة تعرف عادة بالفجوة الرقمية بين الأغنياء والفقراء لكن ليس بمفهوم الغنى المالي بل المقصود هنا هو ذلك الفرق بين مالكي ومفتقدي مفاتيح الدخول لهذا العالم السيبري أو الرقمي؛ هذا إضافة إلى أنه وفي مجال الإعلام بما أنه يمثل مورداً ثقافياً فسنحاول أن نكشف عن مدى تحول هذا الإعلام إلى اتصال بفضل هذا النوع الجديد من الثقافة عكس ما كان مطروحا على مستوى الإعلام الجماهيري، أو الكلاسيكي أين كان مصطلح الثقافة الجماهيرية و مدى تأثيرها على المجتمع واردا ، في حين أننا وجدنا أنفسنا أمام إعلام جديد بثقافة جديدة تدعى الثقافة الرقمية، الإلكترونية، أو الثقافة الأتريباتية بحيث تعددت الأسماء إلا أنها جميعاً تدخل في إطار ما سمي بالاتصال الإلكتروني الذي أثر في حد ذاته على الإعلام ووضع له بعداً آخر يتمثل في التساؤل عن كونه إعلاماً أم اتصالاً أم أنه نوع هجين ومختلط قد لا يصح أن يكون إعلاماً وقد يتجاوز كونه اتصالاً.

وعليه نقول: ماذا نقصد بالثقافة الإلكترونية؟ ما هي أهم المخلفات والتبعات والمفاهيم التي طرحتها على المستوى الاجتماعي و الثقافي للمجتمع؟ وما هو واقع المشهد الإعلامي من كل ذلك؟

أولاً: مدخل مفاهيمي :

أ- مفهوم الاتصال الرقمي والعالم الرقمي:

- الاتصال الرقمي:

من خلال تلفظ المصطلح يظهر جلياً أنه اتصال من نوع جديد، أو هو اتصال اجتاحتته موجة التكنولوجيا الرقمية التي عرفت البشرية كثرة رابعة بعد الزراعة، الطباعة و الصناعة كما عبر عن ذلك كثير من العلماء والمفكرين الذي درسوا تطورات البشرية منذ القدم ، إذن هو اتصال غلب عليه التعامل بالوسائل الرقمية والنظام الرقمي المختلف عن النظام التماثلي، أين بدأ الأفراد يتواصلون ويتحدثون ويتناقلون المعلومات في مختلف ميادين حياتهم عبر الوسائط الرقمية، وقد ورد تعريف المصطلح على أنه يمثل "نوعاً تنتقل فيه مواد الاتصال باستخدام الإشارات التلغرافية بطريقة التشغيل والإيقاف"⁴، وعموماً يدخل الاتصال الرقمي في عملية التحكم عبر الشبكة الرقمية في عملية إرسال واستقبال الرسائل عن طريق النظام الرقمي الذي يعرف بأنه "يمثل لغة الحواسيب الآلية لكنه كذلك بالمعنى الواسع تكنولوجيا كل وسائل الاتصال الحديثة"⁵.

- العالم الرقمي: *cyber monde*

الفضاء الرقمي *cyberspace* هو ذلك العالم غير المادي لشبكات الاتصال الآلي والمعلوماتية

إن الفضاء كلمة قد حدد مفهومها فلسفياً منذ القرون القديمة مع *Leibnitz* و *Kant* وغيرهما؛ وقد اتفق على أنه المكان الذي لا يمت بصلة للأشياء المادية ولا يمكن أن يكون حاملاً أو محملاً بل إنه ينتمي للفضاء الذي نعيشه المكون من فضاءات مادية وغير مادية، كما تداول المصطلح لأول مرة في اللغة الإنجليزية مع بداية 80 في رواية علم الخيال ل كاتبها *William Gibson* والذي عرفه كما يلي:

"هو نوع من الهلوسة الواعية *hallucination consensuelle* مما يعيشه يومياً ملايين المستخدمين في كل البلدان... تمثيل جرافيكي للمعطيات المستخلصة لذاكرات كل الحواسيب الآلية للنظام الإنساني"⁶، و يتضح من خلال هذا التعريف أن هذا الفضاء الرقمي يلخص كل المعارف الإنسانية للمستخدمين الذين ينشطون عبر حواسيبهم الآلية.

بينما يعرف المصطلح في اللغة الفرنسية في قاموس *le Petit Robert* بأنه "مجموع المعطيات الرقمية التي تبني عالم أو محيط معلوماتي، ومكان للاتصال موصول بشبكات عالمية من الحواسيب". ونلاحظ من التعريف

والتشخيص للعالم الرقمي أنه يتصل بشبكة الحواسيب وليس بالويب لكنه تطور واستفاد منه وأصبحنا نتمتع بالقدرة بالاتصال في كل مكان.

ونخلص القول بأنه عالم يجتمع فيه الأفراد افتراضيا ويتصلون مع بعضهم البعض، وصار مكانا للمبادلات التجارية والألعاب ونوادي التعارف والحوار والدردشة عبر الشبكة، ويعبر عن بنية أو تشكيلة تكنولوجية... وهو نتيجة لمجتمع المعلومات الذي ربطه مارشال ماكلوهان *M. MacLuhan* بأهمية الحامل على المحمول (الوسيلة أهم من الرسالة)⁷؛ ففي زمن الرقمنة أصبحت الوسيلة أهم من الرسالة بل هي من تحدد قيمتها، ويمكن أن نطرح مثالا عما حدث في أحداث الثورات العربية، كيف أن المعلومات التي كانت تتداول على صعيد شبكات التواصل الاجتماعي هي سبب الحراك السياسي و تكاثف الرأي العام.

ب- خصائص الفضاء الرقمي:

تتميز هذا الفضاء الرقمي ببعض الخصائص التي تحدده عن غيره سنختصرها في ما يلي:

1- أهم ميزة طرحها العالم الرقمي أو الفضاء الرقمي تتمثل في أنه خلق نخبة اجتماعية جديدة أو جيل جديد يميل إلى بناء هوية رقمية مستثمرا ما أتيح له من آليات تكنولوجية رقمية والفضاء الإلكتروني الذي شكلته؛ يحمل ثقافة جديدة قائمة على الاتصال، الترابط، التفاعل والشبكية أو ما يسمى بالاتصال الحلقي بفضل التطبيقات التكنولوجية والبرامج التي أصبحت تتمتع بها شبكة الويب، وبالتالي نقول انه أتاح ثقافة من جيل جديد أو نمط جديد *culture of new age*؛ وجب البحث في سياقاتها البحثية وفي الخطابات والممارسات الرقمية لهذا الجيل؛ ومعرفة آليات اشتغالها بدل التحديق لها كوسيط تكنولوجي جديد فقط .

2- تجاوز ثنائية الزمكانية وإتاحة الفرصة للجميع أينما وجدوا ومتى أرادوا من الاتصال والحصول على المعطيات بفضل شبكة الانترنت ثم تبادلا عبر الويب لاحقا.

3- لامادية المحتويات *la dematerialization* إذ أننا تجاوزنا وجود الحوامل المادية للمحتويات وكما يقال أصبحنا نعيش في عالم النهايات نهاية الورق، الكتاب، الحبر والتسجيلات الصوتية... الخ، مما أتاح لنا إمكانية التعديل، الإضافة والتغيير في المحتوى الخ.

4- الاتجاه نحو الفردنة *Individualisme* وتشكل الجماعات الافتراضية *communauté virtuelle* والتي قد تحمل ذلك من التناقض الكثير لأن الطرح الجديد للانتماء قد تغير من حيث كون الجماعة تحمل نفس الخصائص والسمات بل و اكتفي بكون هذه الجماعة تتمتع بالاهتمام المشترك مع حفظ الخصوصية وعدم ذوبان الفرد في الجماعة بالمنظور السوسيولوجي.

5- الافتراضية *Virtualité* والواقع الافتراضي الذي أتاح من الخصائص الكثير كالتواجد المكاني للأشياء والأفراد والممارسات ليس في واقعها المعيش أو الحقيقي بل في فضاء محتمل يناقض الواقع ويمتد إليه وتبقى هذه جدلية فلسفية أخرى تجمع بين الخيال البشري وواقعها المعيش ما زالت محل بحث ودراسة.

6- الواجهات الاتصالية الجديدة *Interfaces communicationnelles* التي طرحها هذا الفضاء الجديد بعدما كان الفرد لا يحقق اتصالا مواجهيا إلا بتواجد فرد آخر، لكن وعبر تطور الذكاء الاصطناعي خلقت واجهات جديدة للتفاعل بدءا بشاشة الحاسوب ووصولاً إلى النص المتشعب المرتبط بروابط مختلفة تساعد كلها على الإبحار والتفاعل عبر واجهات جديدة قد تعوض أو تقترب من معنى الاتصال الشخصي كنمط تقليدي للاتصال بسبب ميزة التفاعلية التي طرحتها.

7- تنوع هذه الواجهات الاتصالية الجديدة عبر خاصية الوسائط المتعددة *Multi media* التي حاكت حواس الإنسان (البصرية، السمعية و اللمسية مع آخر تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال) لتجلب المستخدم أكثر نحو هذا العالم الذي يقترب فيه الخيال من الواقع رغم اختلافه عنه وتتركه يغمس فيه ، بحيث أنه يمتاز بكثير من اللاوعي ويخضع لقوانين أخرى غير تلك التي تقنن العالم المادي⁸.

ج- الفضاء السيبري:

توصف الانترنت بأنها فضاء سيبري، وهي موضوع جد معقد للبحث كونها فضاء يجمع عدة حقول معرفية من إعلام آلي أو ما يعرف بالمعلوماتية، العلوم المعرفية والاجتماعية ، الأنثروبولوجيا... الخ وذلك لأنها تعنى بدراسة الجماعات الافتراضية، والشبكات الاجتماعية عبر الويب، دراسة الثقافة الجديدة المتعلقة بأنماط التواصل الجديدة إضافة إلى محاور أخرى كالإقتصاد، السياسة والبرمجة وغيرها.

وقد ورد في مقال لأحد الباحثين في مجال الفضاء السيبري الذي وضعت معالمه الانترنت كفضاء جديد، أنه قد أتاح ثقافة جديدة للمعرفة أطلقوا عليها *Culture hostile*⁹ و أدارت عجلة المعرفة نحو اللارغبة في المعرفة والاستمتاع أو ما أطلق عليه *culture divertissement* ، وحسب دراسة قام بها *de kerchhove* عام 1997 فقد حدّد ماهية هذا الفضاء انطلاقاً من تحديده للمهام والوظائف النفعية التي يزود بها هذا الفضاء السيبري عبر ثلاث مستويات¹⁰:

- 1) التفاعلية *interactivité* التي تسمح للمستخدمين بالدخول والولوج للعالم الرقمي،
- 2) النص الفائق أو التشعبي *hyper-textualité* التي تسمح بترابط المعلومات المتاحة عبر الشبكة.
- 3) الاتصال بالشبكة *connectivité* بسبب ما توفره مؤسسات التغطية بحيث تسمح بإقامة شبكات بين الأفراد المستخدمين تتعلق باهتماماتهم.

ويضيف باحث آخر ثلاثية أخرى ساهمت في تطور الفضاء السيبري وازدياد رقعته الافتراضية:

- (1) الاشتراك بالشبكة *accessibilité d'internet* وتعلق بالتواجد الزماني والمكاني عبر هذا الفضاء.
- (2) تخفيضات السعر *prix abordable* الخاصة بالأجهزة وخطوط الاشتراك ذات التدفق القوي.
- (3) اللاهوية *anonymat* أو ما يطلق عليه التماهي عبر إمكانية إخفاء الهوية للمستخدمين أثناء التعامل في الفضاء السيبري أو انتحال هويات مغايرة لهوياتهم الحقيقية مما يمكنهم من الاستفادة من إرسال معلومات متنوعة مع إخفاء ذواتهم تحت أسماء مستعارة أو ما شابه.

ثم إن هذا الفضاء الجديد قد جعل من الانترنت ليست فقط تكنولوجيا جديدة تنتفع وتتمتع بها البشرية بل هي وسيلة لخلق المعرفة ووضعها في شبكة في كل الميادين كما عبر عن ذلك *castell 1998* ، ويعبر عنها كذلك *Negroponte 1995* بأنها تمثل نسيجاً اجتماعياً عالمياً جديداً *tiss social mondial nouveau*¹¹، وحسبه دائماً أن هذا العالم الرقمي قد طرح أربع أنواع من القوة: وهذا طبعاً يؤكد على أن العالم بدخوله عالم الانترنت قد خلق لنفسه سياسة جديدة وعالمًا بديلاً يتجه نحو العالمية ويتماها عبر كل الميادين الحياتية وبالتالي فهو يتمتع بثقافة مغايرة عن تلك التي اكتسبها عبر توالي الأزمنة والظروف؛ وإذا ما تمسكنا بالمنهج التaylorي في تعريفه للثقافة على أنها ذلك الكل المركب من عادات وتقاليده وفن ودين... الخ، فإننا حتماً سنجد أنفسنا تائهين أمام وضع قاعدة محددة المعالم في تحديد ما إن كانت هذه الثقافة الافتراضية الرقمية الشبكية التي تجمع مستخدمي الكمبيوتر المرتبط بالشبكة العالمية تنتمي فعلاً لما قصده تاييلور منذ زمن، أم أنها جيل جديد من أجيال الثقافة بحكم أن الثقافة الإنسانية تتميز بخاصية التطور والتحول من نقطة لأخرى بفعل ديناميكية المجتمع وحركيته. والمهم من ذلك كله أننا نعيش في زمن رقمي تحدد الانترنت معاملته، وتقتضي لمن يريد الدخول لهذا العالم السيبري التفقه بكنه الثقافة الجديدة التي تسمح له بأن يكون مستخدماً في هذا العالم، ثم إن هذا الفضاء الجديد قد جدد بعض المفاهيم التي كانت متواجدة أصلاً في العالم الحقيقي للأفراد، مثلاً المساواة والتجمع والجوارية بفضل ما تتيحه من تطبيقات وبرامج تجمع الأفراد في جماعات افتراضية وشبكات متصلة كلها بالشبكة العالمية حسب اهتمامات معينة ، بل ويتجه بعض الباحثين في الأنثروبولوجيا على أن الشبكة هذه أصبحت تمثل الذاكرة الإنسانية الحية عبر الزمن مشيرين إلى ذلك بمصطلح *Noosphere*¹²

د- المجتمع التكنولوجي و الثقافة الإلكترونية :

- المجتمع التكنولوجي: *technology society*

ورد في معجم الإعلام أن الترجمة الحرفية لهذا المصطلح هي المدينة التكنولوجية، وقد صاغ هذا المصطلح الأمريكي المعاصر **ينجل كالدور** و الذي قصد به " المجتمع الغربي المعاصر أمريكا بالخصوص وهو المجتمع الذي تسيطر عليه التغيرات التكنولوجية والمبتكرات العلمية الحديثة، التي تعيد تشكيله باستمرار"¹³ وهذا يؤكد على أن المجتمع الإلكتروني هو مجتمع دخلت عليه المخترعات التكنولوجية و أحدثت ما أحدثته من تغييرات طارئة على

بنيات المجتمع، ومع بدايات الستينات وتطور البحث العلمي والمختبرات المهمة بالتكنولوجيا ظهر المصطلح ليدل على هذه النقلة النوعية في تشكيل المجتمع الغربي من جامعات بحثية وشبكات المعلومات ومراكز للأبحاث.

- مفهوم الثقافة الالكترونية:

تشكل كل تلك المعارف والاستعمالات التي يتقنها المستخدمون للحاسبات الآلية وكل آلات الوسائط المتعددة خاصة منها الشبكات المعلوماتية والرقمية؛ وهي كلمة تعادل ما يسمى بالفرنسية *cyber culture* وتتكون من شطرين:

*Cyber*¹⁴ وهو يحدد ويشخص كل ما يعالج عبر شبكة الكمبيوتر؛

Culture (الثقافة) وهذه الكلمة مشتقة مما يصطلح عليه بالفضاء أو العالم الافتراضي أو الشبكي *cyber cyberspace, monde* ويقصد به بالفرنسية دائما: "ذلك الفضاء الافتراضي الذي تجتمع فيه مجموعات المستخدمين أو الأنترناتيين و مصادر المعلومات الرقمية المتاحة عبر شبكات الكمبيوتر والحاسبات الآلية"¹⁵.

أما قاموس الإعلام فيعرف مصطلح "الثقافة الرقمية" بأنه مقتبس من الترجمة الانجليزية لمصطلح *cyberspace* الذي نخته كاتب الخيال الأمريكي الأصل *William Gibson* عام 1984 في روايته الشهيرة *neromança* بحيث تخيل فيه عالما افتراضيا قائم على شبكات معلوماتية *reseaux informatique*، و يشير *F. Ball*¹⁶ في معجمه كذلك أن هذا المصطلح يرسم العالم المحدد عبر تكنولوجيات الاتصال الجديدة ويشمل كل من الانترنت والأنترناتي¹⁷ وشبكة الويب.

وقد ظهرت هذه الثقافة التي أصبحت تمثل اليوم المفهوم الحالي للثقافة في المجتمع مع تطور الفضاء الرقمي وبرامج الانترنت، كما رافقت ظهور الوسائل الجديدة للتعبير والتمثلات كالصور الرقمية، الواقع الافتراضي، تلفزيون الواقع... الخ، وأصبحت تعبر عن المنتجات الثقافية والسياسية والجماعات الافتراضية الناشطة على الصعيد العالمي والمحلي، وتعتبر هذه الثقافة ممثلا ومحركا للجيل الرقمي الذي ولد في حضنها أو جيل الاتصال كما يسمى *génération de communication* الذي يجمع الأفراد رغم اختلافهم.

- مفهوم الثقافة الكمبيوترية:

يصب المفهوم في تعاملات الأفراد في عصر المعلومات وتمثل حسب المعجم الإعلامي "تعلم تكنولوجيا الحاسبات وكيفية استخدامها والاستفادة منها، أي تصبح تكنولوجيا الحاسب موضوع تعليمي وميدان لمعرفة أساسية لا بد من فهم خصائصها والتزود ببعض مهارات البرمجة الأساسية"¹⁸.

و نلاحظ من خلال مفهوم كل من الثقافة الإلكترونية والثقافة الكمبيوترية شبه كبير وتداخل واضح من حيث اشتراكهما في مبادئ التعامل مع الإعلام الآلي كتطور تكنولوجي حتمي عاشته البشرية وأصبح لازما في التعامل، إلا أنه رغم ذلك هناك حدود فاصلة بل نقاط اختلاف جوهرية تكمن ربما في أن الثقافة الإلكترونية أشمل من نظيرتها الثقافة الكمبيوترية، إضافة إلى أن الثقافة الإلكترونية تشمل فقه التعامل مع كل الوسائل الرقمية الإلكترونية من حاسب آلي، هاتف وتكنولوجيا مختلفة، في حين تكتفي الثقافة الكمبيوترية بفهم واستخدام الحاسب الآلي لا غير ومختلف العمليات التي تمر عبره؛ كما أن الثقافة الإلكترونية تشمل كل تطبيقات عصر المعلومات منذ بروز بوارده وتعبير عن مستقبله فهي لم تنحصر عند استخدام تكنولوجيا معينة.

ثانيا: أطروحات وإفرازات الحضارة الرقمية

تعددت الأسماء للجيل الذي نعيش فيه اليوم؛ ذلك الجيل الذي يبرز فيه الشباب وبقوة، فسمي الجيل الأنترناتي، الجيل الرقمي، جيل الاتصال وغيرها من الأسماء والصفات التي توحى كلها لمفهوم واحد يتمثل في جيل تحلى فيه الأفراد عن كل ملموس وفي الكثير من الأحيان قد ينفصلون عن عالمهم المادي الواقعي والحقيقي مقابل العالم الخيالي الذي انغمسوا فيه، والشباب بالأخص هم المعنيون الذين نموا في ظل هذه الثقافة التي صاحبت موجة الرقمنة والاتصال الإلكتروني والتي أصبحوا لا يرون الحقيقة إلا عبر منظارها؛ عن طريق التلفزيون أولا ثم الانترنت وشاشات الهواتف الذكية فيما بعد، ويشير الباحثون أن واقع هؤلاء الأفراد أصبح نفسه برامج الواقع *Tél réalité* ، أو الواقع الرقمي *cyberéalite* لأنهم يستحلون عبر هذا الفضاء الإلكتروني كل لحظات حياتهم الخاصة والعامة، ينشرون حميمياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك مثلا)، أين اختلط لديهم ما هو عام بالخاص في حياتهم، و تغيرت علاقاتهم بالمحيط وعلى أكثر من صعيد؛ وبالنسبة لهذه التحولات والتغيرات التي طرأت على المجتمع بسبب دخوله حضارة الرقمنة والأدوات الإلكترونية من شاشات الهواتف والألواح الذكية التي دخلت حياتنا وغزتها، قد خلقت جيلا مختلفا من الأفراد سماه أحد الباحثين ب جيل تطبيقات الذكاء المتزايد *Application génération*¹⁹ ، ويسمى كذلك *Michel serres*²⁰ بالأصبع الصغيرة *petite poucette* بحكم أنه جيل يعيش في حضارة رقمية يتم التواصل فيها عبر إرسال الرسائل بواسطة الأصبع (اللمس والضغط)، وينتمي هذا الباحث إلى طبقة المناصرين لفكرة أن التكنولوجيا خاصة خدمة الويب التي طرحتها الانترنت تقدم دفعا قويا للمعارف الإنسانية وتسمح بتوزيعها، والنص التشعبي يفتح باب الإبداع.

يقول كذلك أحد الكتاب المهتمين بالتغيرات الاجتماعية التي طرحتها الانترنت وتطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة أنها: "أدت إلى تغير الفضاء الذي يعني بدوره لمس أحد الخصائص المجتمعية وهي العلاقة"²¹ كما أنه طرح أيضا فكرة أن تغير المجتمع يكون بتغير الفضاء فيه قاصدا بذلك الانتقال أو اتجاه نمط العيش من الواقعي إلى الافتراضي الذي أصبح يشكل واقعا حقيقيا لدى البعض؛ وبالنسبة لهذا الجيل الرقمي عادة يقصد به الشباب

الممارس للتكنولوجيا؛ إلا أن هناك من يرى أنه حتى الرضع والأطفال يشكلون جزءا من هذا الجيل بحيث يقسم الباحث ²² Olivier Houdee في مقال له بمجلة العلوم الإنسانية الصادرة باللغة الفرنسية إلى أربع فئات مرتبة حسب الأعمار بحيث تتميز كل منها بخصائص:

(أ) من 0 إلى 2 سنتين جيل الإصبع الصغير: ويمثل عنده مرحلة الولادة، ويوضح أن مصطلح *pt.poucette* قد استعمل من طرف *M.Serre* على أنه يمثل الأفراد ذوا 18 سنة، لكنه يرى أنه حتى حديثي الولادة مبرمجون على هذه التكنولوجيا ويقلدون من حولهم من الآباء الذين يشكلون أول تفاعل اجتماعي ومعرفي لديهم، ومخ الطفل يشكل أكبر لاقط ومستقبل لما يمر حوله بصريا، لمسيا وسمعيا، و كما يشير علم النفس أنه منذ 6 أشهر يمكن للأطفال التعرف على الأشخاص على شاشات الأجهزة الرقمية واللوحات الذكية رغم أنهم لا ينطقون.

(ب) من 2 إلى 6 سنوات ويمثل مرحلة الطفولة: أين يستثمر الطفل ذكاءه الرمزي في اللعب على هذه الأجهزة والرسم على الألواح الرقمية الذكية، بعدما كان قديما يرسم على الورق، وهذه المهارات المعرفية اكتسبها منذ أن كان رضيعا، إلا أنه أصبح يربطها بالواقع ويترجم ما يوجد في خياله .

(ت) من 6 إلى 12 سنة ويصف هذه المرحلة بممارسة الذكاء وهي مرحلة المدرسة والتطور المعرفي للطفل من قراءة وحساب وثقافة، أين يصبح من الضروري استخدام هذه التكنولوجيا في هذه العملية التعليمية بالبيت والمدرسة.

(ث) من 12 إلى 18 سنة وهي تمثل مرحلة المراهقة، نلاحظ الحضور القوي لديهم للحواسيب والهواتف الذكية الموصولة بشبكة الانترنت التي أصبحت تشكل لديهم الحياة الواقعية في المنزل والمواصلات والمدرسة خاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي.

رغم أن هذه الدراسة قد لا ترتبط كثيرا بمجتمعنا الجزائري لكنها لا تبتعد كثيرا عن السياق لأننا بالفعل نعيش جزءا كبيرا من هذه المحطات ولدى الكثير من العائلات نجد حضورا قويا لفرد أو اثنين في المتوسط من هذا الجيل الذي أعادت الحضارة الرقمية تحديد طريقة عيشه ووجوده فأصبح يتصل عبر الأصبع *le pouce* ويرسل رسائله واهتماماته للعالم حسب تعبير عالم الاجتماع ميشال سير *Michel serres*.

و قد تميز هذا العالم الجديد الذي طرحته حضارة الرقمنة التي يسميها *M.Serre* بالثورة الثقافية والمعرفية ²³، بعدة خصائص، ولدت لدينا مفاهيم، وظواهر عديدة سوف نحاول الوقوف على بعض منها كالتالي:

أ- المنظور الاجتماعي:

(1) الجماعات الافتراضية *Communauté virtuelle* وتغير نمط العلاقة الاجتماعية وما تعرف عادة *la sociabilité*، بحيث تغيرت نمط قياس هذه العلاقات التي كانت قائمة على الوجود الفيزيائي

للأشخاص، والتقاءهم وممارسة بعض النشاطات أو الأعمال التي ربما تجمع بينهم، فتغير الوضع إلى الاجتماع رغم الاختلاف وهذا هو الجديد الذي طرحته التكنولوجيا الرقمية بداية بالهاتف المحمول ووصولاً إلى الانترنت والشكل الجديد للشبكات الاجتماعية الرقمية والافتراضية أو ما تعرف بشبكات التواصل الاجتماعي* كالفيسبوك والتويتر وغيرها، كما أنها غيرت حتى المنطق الذي تقاس به تلك العلاقات في هذا النمط الجديد من الشبكات²⁴ كما أشار أحد الباحثين في مجال ربطه للتغير الرقمي ومدى اقتران ذلك بالتغير الثقافي الطارئ على المجتمعات المعاصرة، عن طريق الروابط، الحوار، الدردشة والتقاسم المحتويات والاهتمامات... الخ .

طبعاً هذا أدى إلى ظهور فضاء أو واقع آخر سمي ب:الواقع الافتراضي
(2) الواقعية الافتراضية:

وكما يعبر عنها الكثير من الدارسين والباحثين إن الافتراضية ما هي إلا مسابرة للواقع، وتعني في معناها الأول: "القدرة *la puissance* التي ليس لها وجود حالي بل فقط حالة احتمالية"²⁵، كما يعني كذلك القدرة على الانتقال إلى عالم رمزي، يعرفه الباحث *Gille douleuze* بأن الافتراضي لا يشبه الواقع بل يسايره، خاصة أن تغير بنية ثنائية الزمان والمكان هي التي تحدد تغير الواقع وتغير سير المعلومة فيه، فتنتقل من الحقيقية الواقعية إلى الاحتمالية الافتراضية، كما نلاحظ أن الأفراد يعيشون حالة اغتراب فكري وحسي مع واقعهم الحقيقي إذا ما اندمجوا في واقع وسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة كما توصلت إليه العديد من الدراسات في مجال علم النفس.

كما يدخل مجال الافتراضية في فقدان الأشياء قيمتها المادية، ففقدت العلاقات الإنسانية وجهها الفيزيائي وأصبحنا نتواصل عبر إشارات ورموز مرسله عبر أنظمة رقمية، ونتعامل بتمثيلاتنا في الفضاء الرقمي عبر هويات افتراضية تفقد الجانب أو الحضور الفيزيائي، وأصبحنا نتعامل عبر اقتصاد رقمي فقد ماديته النقدية وعوض ذلك بإشارات رقمية ورموز تمتلكها البطاقات البنكية الإلكترونية، أين أصبحت حقيقة النقود افتراضية تماماً مثل العلاقات الإنسانية والتعليم عن بعد، والتعبير عن الرأي العام وممارسة السياسة... الخ. وهذا كله بفضل الحرية والمجانية التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال الرقمية هذه.

(3) ومن وجهة نظر أكثر سوسيولوجية يطرح بعض الباحثين أن هذه التكنولوجيا الرقمية والاتصال الإلكتروني قد طرحت منطقاً جديداً للفعل والممارسة لدى الأفراد ، وبالتحديد هناك 3 ثلاثة أنواع من المنطق تسير الفعل لدى هذا الجيل الرقمي كالتالي:

1- منطق الاندماج *logique d'intégration* وهذا يطرح نوعاً من الشعور بالزامية التواجد عبر الشبكة والارتباط بها للتواجد مع الآخرين في اللحظة المناسبة.

- 2- المنطق الاستراتيجي *logique stratégique* ويتعلق بالربح والمردودية ومسايرة المستعجل وقتل الوقت الضائع لدى هؤلاء المستخدمين والقدرة على أن يكون الفرد منجزا وفعالا، فيجد في شبكات التواصل الاجتماعي مكانا يغذي هذا الشعور عبر روابط عملية أو معارف وتفعيل علاقات عاطفية ويمكن حتى ثقافية من خلال نشر بعض الأعمال عبر منصات الويب²⁶.
- 3- منطق التعريف الذاتي *logique de subjectivation* ويتعلق الأمر بالفاعل وبالموضوع؛ ومنطق تواجدهما لكن ليس من حيث المكانة الاجتماعية بل من حيث متابعة الأحداث، والتعليق والواجهة التي يعرفه عبرها الآخرون في الفضاء الافتراضي رغم جهله لهم وجهله لهم.

ب- من المنظور الاقتصادي:

- 1 (مع النقود والاقتصاد فأصبحنا نتكلم عن البطاقات الالكترونية، لا مادية المال ، التسويق الالكتروني أو ما يسمى ب *virale marketing* وأنماط الإشهارات الإخبارية التي تتشكل عبر نصوص وروابط ترعاها مؤسسات اقتصادية²⁷ أين يصبح المستهلك هو الممول نفسه لمثل هذه الأدوات الإعلامية والأشكال الجديدة في وضع ما يسمى باتصال الماركة ، وتغيرت حتى العلاقة مع الزمن والمكان بتجاوز الثنائية الزمكانية.
- 2) المجانية: وبطرح فلسفي نقول أننا نقصد بها ذلك الفضاء الحر الذي طرحته شبكات الاتصال الالكترونية التي اتصلت بشبكة الانترنت، والذي أصبح متاحا للجميع، فأصبح الحصول على المعلومة مجانيا، والمطالعة مجانية، الفرد يحمل ما يشاء من النصوص والصور والملفات، ومحتويات وبرامج باقي وسائل الإعلام التقليدية(الصحف، الراديو والتلفزيون)، وتدخل في مبدأ اللاهائية، وغياب الثمن مما يولد الشعور بالحرية لأنها في اللغة الإنجليزية تعني *free* وبالتالي هي تشكل أكثر من مجرد نقص التكلفة أو غيابها، ويقول أحد الاقتصاديين بمنظور اقتصادي أنه " لماذا يتوجب أن ندفع كثيرا عندما لا ندفع لا شيء *pourquoi l'on pay trop lorsque l'on pay rien* " ²⁸، مضيفا أن الفرق بين 1 سم و 2 سم ضعيف جدا مقارنة بالفرق بين 1 سم و 0 سم، كل هذا يؤكد إذن أن المجانية عبر الفضاء السيبري هي أكثر من مجرد غياب للسعر وتشكل عصب توازن العرض والطلب عبر النت، لأنها غيرت منطق التبادل والإرسال وليس طرق الإنتاج، وتغير معها مفهوم القيمة؛ ونخلص القول أن هذه المجانية أصبحت تعبر عن ثقافة تدعى في الفكر الغربي الذي عالجها كثيرا ب *the free culture* واتصف بها جيل جديد يدعى بجيل المجانية *génération de gratuité*، الذي تحدث عنه ²⁹ Lawrence Lessig بحيث ربطها بالأعمال غير المادية للفكر؛

ومن وجهة نظر أخرى لأحد الباحثين الذي يرى أنه أتيح ذلك -أي المجانية- خاصة مع ما أطلق عليه ³⁰ *trios* وهو مصطلح يختصر العمليات التي تنجز بواسطة الحاسب الآلي من نسخ *C (copie, coller, couper)*

، قص ولصق الكلمات والمحتويات عبر الصفحات والملفات؛ وحسبه دائما أن هذه التطبيقات قد ألغت بمجانيتها أهمية بعض المؤسسات واكتسحت دورها التي كانت تقوم به، مثلا شبكات البريد والاتصالات، بسبب التواصل الإلكتروني عبر رسائل البريد الإلكتروني وتطبيقات الشبكات الاجتماعية (Skype)، إضافة إلى عامل التزامن والآنية التي تحت تقريباً المسافة بين الحاضر والماضي ،

ثم إن حضارة المجتمع الإلكتروني هذه قد أعادت النظر في القواعد التي تحكم فضاء الصناعة وبنية المؤسسات التي أثّرت بدورها على أشكال الوصول إلى المعلومة وتبادلها، ويذكر صادق رابح مثالا عن المكتبات الموسيقية³¹ التي تصحب الأفراد أينما حلّوا، بسبب تزايد وسائل الاستهلاك الشخصي، وهذه الأخيرة كذلك فتحت بابا جديدا في الأسواق كسلاح ذو حدين نفت تواجد بعض المؤسسات، لكن قدمت طلبا متناميا لمثل هذه المنتجات التي تزايد الطلب عليها وبكثرة.

3) الآنية و سلعة المعلومة:

بما أن الإنسان أصبح يعيش في عصر ما بعد الصناعي الذي أصبحت المعلومة تشكّل سلعة تباع وتشترى فيه ، وأصبحنا نتحدث عن سلعة المعلومة ، فأصبح لها ثمن وسعر، إذن فنحن ننتمي لمجتمع سمي بمجتمع المعلومات* يبيّن اقتصاده على بيع وشراء المعلومة ويصنف كل نشاطاته عبر معطيات منحت قيمة لتصبح منتوجا قابلا للتبادل والتسويق، لكن مقابل تحقيق كل ذلك يتطلب السرعة والآنية والمباشرة في تلقي المعلومة وبثّها، أين يتزامن بث المعلومة مع استهلاكها ، وتولد عن ذلك رد الفعل والتجاوب الفوري للمتلقي و هذا ما نسميه بالفاعلية.

4- طرح جديد لمفهوم السوق، يتمثل في سوق اللاماديات، أو ما سمي بعصر النهايات، مع نهاية الكتب الورقية ونهاية الأقراص المدججة، ونهاية الكثير من المؤسسات التي تراجع دورها بل وتقلّص مع تطور التعامل الرقمي أولا ثم عبر الويب وشبكة الأنترنت؛ وبرز أسواق أخرى مثل سوق الأفكار، والخدمات، والأسواق الإلكترونية بالمعنى العام.

ج- المنظور الثقافي:

بينما استشرّف نغروبونتي *Negroponte* بتغير مفهوم الأمة تغيرا جذريا، فإن الثقافة تغيرت كذلك مع ما نشهده اليوم من تطورات في مجال تكنولوجيات الإتصال التي نختصرها في ما نسميه بحضارة التواصل الرقمي أو الإلكتروني؛ وهذه بعض الزوايا على سبيل المثال لا الحصر:

1) خلق التواصل الإلكتروني محتوى جديدا في الثقافة الإنسانية وطرح أنماطا ثقافية جديدة تجمعها الثقافة الرقمية ، بحيث قتل هذا الاتصال الإلكتروني عبر لوحة المفاتيح والشاشات بكل أحجامها ذلك الاتصال المباشر ، كما

ساهمت في جعل العلاقات الإنسانية لا مادية *dematerialization* ، وربما تجدر بنا الإشارة في هذا المجال إلى أطروحات *M.Castel* الذي قارب مسألة دخول الاتصال الرقمي إلى العائلة وما أحدثه ذلك من تغيرات على مستوى عاداتها الثقافية فمثلا تناول كيف أن جهاز مسخن الأكل الأوتوماتيكي *Micro- onde* غير من نظام الأكل في الأسر ونخص بالذكر هنا الأسرة العربية الجزائرية وثقافة الالتفاف حول المائدة ومسألة البركة والاجتماع... إلخ، والأمثلة كثيرة (الهاتف المحمول *Mobile* ومختلف وسائل الاتصال والاستهلاك الشخصي.

1) الثورة الصناعية الثالثة *troisième révolution industrielle* والتي تلت أول ثورة اختراع الكهرباء وطرق السكك الحديدية، وثاني ثورة هي الخاصة باكتشاف البترول، كما يرى أحد المؤرخين *Francois carron*³² الذي يرى أن كل من هذه الثورات طرحت شبكات كبرى (طرق حديدية، كهرباء ثم انترنت) إضافة إلى مخترعين ومبدعين ((*James watt, Thomas Edison, et Bill Gates* ؛ مضيفا أن هؤلاء كلهم شكلوا مؤسسات كبرى في العالم قلبت الموازين وطرحت إنسانية جديدة كل لها خصائصها ، وهذا ما سبق الإشارة إليه بالنسبة للنوع الثالث من الثورات التي طرحت جيلا رقميا يعيش في خضم جملة من الخصائص تم التطرق للبعض منها، وهو الجيل الذي يعيش حضارة التسجيل بفضل عصر الرقميات والفضاء الرقمي، تحول العالم إلى صفحة إلكترونية أو كتاب مفتوح، يسترجع فيه الأفراد الذين يسمون مستخدمون كل لحظات حياتهم عبر تسجيلها وبثها عبر شبكات الويب زمن وقوعها، مما طرح مفهوما آخر هو ثقافة عيش اللحظة أو الحاضر *culture d'accès* التي يفتقد فيها حق الملكية، ويصبح الحاضر ملكا لجميع المستخدمين المتصلين بالشبكة لأن لهم إمكانية وحرية تقاسم وتشارك المحتويات المعروضة لحظة وضعها.

2) مسألة الملكية الفكرية التي قد يراها البعض مشكلا في هذا الفضاء الرقمي الجديد الذي عرضها للخطر وصار هاجسا يهدد كل الإبداعات من أعمال ثقافية وإعلامية، بفضل التحميل والنسخ غير القانوني وتصوير المؤلفات غير الشرعي (رقمنتها) أصبح بالإمكان الحصول على الكثير من الأعمال مجانا متاحا للكثيرين، مما ينقص من قيمتها ويؤثر على مبيعاتها.

3) على مستوى الخطاب اللغوي إن هذا الفضاء الرقمي دعا الشباب خاصة والمستخدمين لأدوات الاتصال الرقمي إلى تشكيل خطاب أو لسان رقمي يتناسب مع هذه الاستعمالات الجديدة ، بحيث أقاموا اتفاقات على طرق للحوار اللغوي مثلا بالنسبة للرسائل النصية (الهاتف) أو رسائل البريد الإلكتروني والدرشات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الاختصارات، الجسومات *autocollant*... إلخ)

4) ثقافة الفكاهة أو المتعة *Lulz* , *Lol*³³ : *culture du* وهي ممتدة من الكلمة الإنجليزية *laughing* *out loud* (تعني بالفرنسة الضحك المमित) وقد صاحبت هذه الظاهرة موجة الانترنت يظهر ذلك جليا في مبادلات المضامين بمختلف حواملها بين الشباب وتفاعلهم مع بعض عبر التلاعب بالحقائق والإشاعات حول القضايا العامة، وترجع هذه الثقافة إلى التعبير عن فضاء عمومي يكون فيه المراهقون غير

راضين عن عيشهم فيختلقون هذه المضامين فيما بينهم تعبيرا منهم عن لذة ما، فيطرح هذا الشكل الثقافي الذي خلقه المحيط الرقمي - كما يصنفه البعض - نمطا جديدا من التعامل المفتوح أكثر على المتعة والترويح عن النفس بعيدا عن الجدية والصرامة، ودلاليا كذلك يمكن توصيف هذا الفعل التعبيري النقدي للواقع على أنه منطوق يبحث في اللامعنى وعن اللاواقع، وعن محاولة تعميم الحقيقة (*culte du Meme*) وقتلها رمزيا في هذا الفضاء الافتراضي الذي لا شاهد ولا رقيب يحكمه (حملة الفقاقير والوزير الأول سلال، جمعية الشيتة والشياتين... إلخ على شبكات التواصل الاجتماعي).

(5) التدوين الجماعي كفضاء جديد، أو الموسوعة الجماعية *wiki* ومن أشهرها الموسوعة الانترناتية *Wikipedia* التي تكتنز المعارف الإنسانية بشكل جماعي وعالمي في ذاكرة رقمية؛ يتسنى لكل متصل بالشبكة أن يعدل أو يضيف، كما قد توقع في أخطاء لا تحمد عقباه إذا ما أسيء استعمالها خاصة وأنها أصبحت مصدرا للمعلومة لطلاب وطالبات المدارس في مختلف الأطوار ممن قد تنقصهم السعة والوعي المعرفي في انتقاء الأحسن وترك الخطأ.

(6) الطرح المفاهيمي الموسوعي الجديد الذي صاحب بروز شبكة الانترنت كوسيط إعلامي وأداة اتصال، ثم توالي تطوراتها عبر الجيل الثاني للويب (2.0)؛ فأصبحنا نتحدث عن الاقتصاد 2.0، التسويق 2.0، والتعليم 2.0، وغيرها من المصطلحات التي أصبحت تتداول عبر الفضاء السيبري

(7) إن عامل الوقت والمكان قد فقدوا كل منهما مفهومهما المتعارف عليه في زمن الحضارة الإلكترونية، بحيث أصبح يجتمع الماضي بالحاضر والمستقبل في نفس الرسالة الاتصالية المتبادلة عبر العالم الافتراضي، وكما يرى عالم الاجتماع *M.Casttel* أن المكان قد تخلص عن معناه التاريخي الثقافي والجغرافي وأصبح في ثقافة جديدة تندمج فيها مختلف الأنظمة والتمثيلات المرسلات عبر التاريخ في إطار ما نسميه بالثقافة الافتراضية التي حلت محل الواقع الحقيقي³⁴.

نلاحظ كذلك أن هذه التكنولوجيا الحديثة أثرت في الثقافة الإنسانية خاصة بعدما طوع هذا الاتصال الإلكتروني فهمنا لهذه الثقافة، بحيث أصبحنا نرى الحقيقة حسب خطاباتنا التي غالبا ما تبني على ما تطرحه الميديا ووسائل الإعلام التي تألعت بفضلها الثقافة، خاصة ونحن نعيش في مجتمع سمي بمجتمع المعلومات الذي تغيرت فيه الموازين والقوى العالمية وأصبحت المعلومة لها قيمة تباع وتشترى كما يرى العديد من الباحثين في المجال.

د- المنظور النفسي

(1) الهوية الافتراضية و تضيق الحدود بين الهوية الشخصية والاجتماعية؛ أو ما يسمى بابتداع الهوية الافتراضية التي قد تتناول على محرمات الهوية الاجتماعية أو ما يسميها بالهوية الفنتازمية³⁵ بشكل فنتازمي لأنه وجدت في ظل نوع من التحرر الذي طرحه التواصل الإلكتروني (قد يبرز في منتدى مثلا الشخص بصفة وزير، مدير

أو شخصية ذات نفوذ... الخ) وهذا، يطرح مفهوما آخر هو التلاعب والتماهي الذي يستعمله المستخدمون عبر هذا الفضاء؛ الذي قد يصل لحد الاغتراب والابتعاد عن الواقع واستبداله بواقع افتراضي يقوم على الخيال الذي يقوم عبر معدات إلكترونية تساعد على بنائه وإذا وصل الأمر إلى هذا الحد فقد يبطل العجب وتصبح تلك حقيقة معاشة كما هو الحال لـ "فئة الاوتاكوس" اليابانية التي يضرب بها المثل في اعتبارها أن الحياة خارج الانترنت هي الحياة الثانوية "off ligne"³⁶.

(2) كذلك إن هذه الوسائل الاتصالية الرقمية الجديدة باتت بذلك مصدرا لبناء وتشكل الذات وكذلك هي شكل للترميز الاجتماعي من خلال العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين، وكذلك من خلال الآثار التي يخلفها الشخص عبر صفحات الويب مثل التعليقات، المشاركات والاهتمامات؛ فكلها تشكل ملفا يعرض بعض الجوانب من الذات الافتراضية للشخص.

(3) إن شبكة الويب تطرح كذلك بروز أكثر للنزعة الذاتية، عن طريق بعض التطبيقات على بعض المواقع والمنصات في شكل تفضيلات مثلا (اعجبي، لم يعجبني)، وبتقاسم الهوايات بالبحث عن حالات النفس المشابهة وكل هذا يساهم في بناء الذات أو اختراع عدة ذات³⁷.

(4) الفردية والفردية بحيث تشير الأولى شخصية المحتويات مع الأجهزة الرقمية وحضارة التواصل الإلكتروني التي فرضت قانونها الخاص من كل فرد يختار مضمونا خاصا به وبأذواقه واحتياجاته وإلى ما غير ذلك؛ أما الفردية فهي الاتجاه الجديد الذي صاحب موجة وسائل التواصل والإعلام الإلكتروني فبعدما اتجهنا نحو التجمهر مع وسائل الإعلام الجماهيرية أعادت وسائل التواصل الاجتماعي الجمهور نحو التفتت أ كما يسميه البعض باللاجمهرية والسير نحو الفردية.

ثالثا: الإعلام في ظل حضارة التواصل الإلكتروني

أ- واقع الإعلام المعاصر

لقد عولجت ظاهرة الإعلام منذ بدايات ظهور الوسيلة الإعلامية مع تطور المطبعة وتأسيس الصحافة المكتوبة كأولى الوسائل الإعلامية الجماهيرية، ثم ببروز الإذاعة والتلفزيون مع حلول الحربين العالميتين الأولى والثانية ومسألة الدعاية ظهرت دراسات التأثير المباشر وغير المباشر التي حاولت أن تدرس ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالجمهور؛ ومع حلول القرن 20 ظهر اتجاه معاصر في الدراسات الإعلامية مع مركز بيرنغهام ببريطانيا ثم مدرسة فرانكفورت التي أكملت المسار مع أهم روادها من T. Adorno, Habermas والآخرين أين تناولوا مسألة الثقافة الجماهيرية أو الصناعات الثقافية عبر وسائل الإعلام وغسل عقول الجماهير ومسألة التنميط الثقافي التي قضت على الفردية والحرية الشخصية للأفراد الخ،

وببروز الانترنت كإحدى وسائل الإعلام والاتصال الحديثة مع نهاية القرن العشرين بدأ الباحثون يعالجون مسألة الثقافة الجديدة التي طرحتها هذه الوسيلة خاصة مع التأثير الواضح والتطور والاهتمام الهائل الذي لقيته أوساط

الجماهير ربما قد فاق كل التوقعات، مما أدى إلى الحاجة الملحة لظهور اتجاه ثقافي يخص الدراسات الإعلامية ، في محاولة لتقصي هذا النموذج الثقافي الجديد الذي طرحته حضارة الاتصال الإلكتروني وهذه المرحلة التاريخية من الاتصال طرحت ثقافة جديدة لها خصائص تميزها تندرج ضمن ما يسميه الباحثون بعالم الاتصال الافتراضي الذي يتسم بخصائص تميزه عن العالم الحقيقي أو الواقعي، ويذهب أحد الباحثين إلى أن هذا النموذج الثقافي الجديد الذي طرحته حضارة التواصل الإلكتروني تتسم بمجموعة من السمات الخصوصية الروحانية والمادية والفكرية والشعورية التي تميز مجتمعا أو مجموعة اجتماعية ، ويعتبرها ثقافة تمثل خليطا ثقافيا وهي متسارعة لا تعرف حدا للانقطاع، تنتجها قبائل أو عشائر من شركات عملاقة.... ذات طبيعة مادية استهلاكية³⁸؛ ويقصد من خلالها الباحث أن الثقافة المنتجة عبر الانترنت ومختلف التطبيقات الإعلامية التي تحملها قد طرحت نمطا إعلاميا مغايرا مما يجعلنا نتساءل عن ما هي المعايير الجديدة التي أدرجتها حضارة التواصل الإلكتروني على المشهد الإعلامي؟

كما يعلم الجميع أنه و مع التطور التكنولوجي على مستوى مسائل الاتصال والإعلام الحديثة قد دخل الإعلام مرحلة جديدة و طرح نموذجا جديدا، وأشكالا متعددة بتطبيقات متعددة تماشيا مع ما طرحته شبكة الويب من خدمات وتطبيقات، لعل أهمها مرحلة شبكات التواصل الاجتماعي والتواصل الإلكتروني المتواجدة على شكل تطبيقات عبر مختلف الأجهزة الالكترونية الموصولة بشبكة الويب؛ والتي شكلت ما أسمى بالإعلام الإلكتروني أو الإعلام الجديد، أين انتقل الإعلام من مفهوم *to push* الدفع بالمعلومة نحو المتلقي إلى مفهوم *to pull* المستخدم يبحث عن المحتوى الذي يريد، وهذا ما حاول مارشال ماكلوهان الإشارة إليه في أبحاثه التي تجلت في محاولة فهم نتائج الثورة الإلكترونية على الإنسانية؛ هذا بطبيعة الحال كان له بالغ الأثر على المشهد الإعلامي التقليدي أو الكلاسيكي كما يدعى عادة، سواء من حيث الممارسة الإعلامية عبر هذه الوسائط والمنصات الجديدة المطروحة، أو من حيث بنية المؤسسات الإعلامية ومتهني مهنة الصحافة والإعلام وطرح مسألة ضياع معالم الهوية المهنية لهؤلاء الإعلاميين؛ بل و يذهب البعض إلى القول بنهاية الإعلام بسبب سقوط الحدود الفاصلة بين الصحفيين والتقنيين وغيرهم³⁹.

ب-أهم مزايا الإعلام في ظل الحضارة الإلكترونية:

سوف نحاول أن نشير إلى بعض النقاط التي نبنى من خلالها مقاربتنا التحليلية الإعلامية هذه كالتالي:

اكتسب الإعلام صفة الإعلام التشاركي *participation* بظهور الجيل الثاني لشبكة الويب 2.0 الذي يركز في سياسته الإعلامية على مفهوم التفاعلية؛ والعلاقة الشخصية بين المرسل والمستقبل، بروز الصحافة التفاعلية بفضل هذه التطبيقات الجديدة، وذلك فتح الطريق لمهن أخرى إضافة إلى المحررين أو الصحفيين بالمعنى التقليدي هو كل من يكتب المعلومة أو المقال أو المسؤول عن الروبورتاج، ففي الويب هناك مهن أخرى، كمطور الموقع، المنشط أو المسؤول عن النادي أو المجموعة . و في مقارنة بسيطة بين ما قدمه إعلام الويب 2.0 نقول

أنها وسائل المحادثة والتحاور، الذي افتقدته وسائل الجيل الأول 1.0، بحيث يصبح الجمهور هو المحتوى بسبب ما يملكه من سيطرة وقوة على تشكيله كما يريد ومتى يريد، ولهذا تنعت بوسائل الإعلام الشخصية وهذا استنادا لرأي أحد الباحثين في كتاب له بعنوان "*la guerre d'Hollywood contre digital generation*"⁴⁰.

تغير نمط الاتصال الإلكتروني من الخطي إلى الشبكي وتغير العلاقات التي تربط بين أطراف العملية الاتصالية، واندماج الأدوار بين المرسل والمستقبل وأصبح بمفهوم المستهلك الفاعل *consomacteur* التي أشار إليها العديد من الباحثين منهم *Castell* و *j.rosnay* بل إن هناك من اقترح مفهوما آخر " كاتب في إطار جماعي " *auteur en collectif*⁴¹ ويرر مصطلحه هذا بأنه يختلف عن الكاتب خارج عن إطار الجماعة والتقاسم في المحتوى وينطبق كثيرا هذا المفهوم عن كتاب المدونين والمدونين الذين يمتلكون خط تحريري شخصي متنوع المصادر الإخبارية والإعلامية

بحيث يمكننا في المجال استحضار جملة التطبيقات الموجودة في الإعلام الجديد والمعنى الاتصالي الذي تحمله في معناها الضمني الذي قد لا يفقهه إلا مختصوا الإعلام والاتصال مثلا زر إعجاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي (*J'aime, To like*) هي علامة اتصالية تقول أي هنا في حلقة الاتصال بحيث أشارت إلى هذا أطروحات مدرسة بالو ألتو *Palo Alto* فيما أسمته بالاتصال الحلقي (*comm. Orchestra*)⁴²

كذلك يعتبر هذا تأكيد على مقولة مارشال ماكلوهان *M. MacLuhan* من حيث أن الوسيلة أصبحت هي الرسالة ليس من المفهوم وقيمة الرسالة فقط بل من حيث الخصائص التي تتسم بها هذه الوسائل الجديدة⁴³ والتي طرحتها حضارة التواصل الإلكتروني.

الوجه الجديد الذي اكتسبه هذا النوع الجديد من الإعلام وهو الاستعمال التعبيري⁴⁴ *usages expressif* خاصة عبر فضاء التدوين من مدونات وشبكات التواصل الاجتماعي وحلقة المعارف والأصدقاء ونمط العلاقات الشبكية التي تربطهم، والتفاعل فيما بينهم، خاصة وأن التعامل قائم بشكل افتراضي وما يتيح من إمكانية إخفاء هوية المتعاملين فإمكانهم التعبير عن كل المواضيع وبكل الطرق الممكنة، وربما هذا منح مجالا أوسع من الحرية للإعلاميين الجدد إن صح التعبير من المستخدمين كونهم إعلاميين من نوع جديد، مثلا كالتشهير بشخصيات سياسية، أو عرض آراء تتعلق بقضايا سياسية، اجتماعية أو اقتصادية بكل حرية شفافية؛ أين أتاح هذا الفضاء التدويني للأفراد (الإعلاميين الهواة) انفتاحا على الآخر، وإخراج الذات من سطوة الزمان والمكان والوقوف بشكل احتجاجي أحيانا في وجه وسائل الإعلام التقليدية وعدم الاكتفاء بالتلقي السلبي.

بالنظر إلى كون فضاء التدوين فضاء إعلامي جديد، فقد فرضت نمطا جديدا لإنتاج المعلومة واستهلاكها، لم يكون معهودا من ذي قبل في الفضاءات الإعلامية الكلاسيكية التي نعرفها سابقا، وقد وقف بعض المختصين على 4 نماذج منها⁴⁵ كالتالي:

1- التدوين عبر تقاسم الجبهات الداخلية والنوازع النفسية بين المستخدمين بشكل غير مكشوف للهويات ، وذلك بالتعبير عن الذات، الأمور العاطفية وذلك لسمنطقة وتدليل العلاقة بالمجموعة المنتمين إليها أكثر

2- الحوار بالشكل العائلي، بين الأقارب، ونجد ذلك خاصة عند الشباب الأقارب بحيث يتقاسمون بعض اللحظات المشتركة والفكاهة... إلخ.

3- الترابط الجماعي، وذلك قائم على كفاءة المدون في وضع مضمونه جيد في مجال معين، عملي أو هاوي، بحيث يستفيد من بعض المنصات الرقمية للويب في إنتاج مضامينه والتي عبرها يشكل مهتمين ومتفاعلين معه يتقاسمون معه نفس الاهتمامات.

4- التبادل العمومي للآراء، مما يشكل نوعا من فضاء عمومي افتراضي، مثلا قد تكون المدونة فضاء يستلم المواطن زمام الاحتجاج ونقد قضايا المدينة بتعبير هابرماس أو المجتمع أو دور وسائل الإعلام، وقد ظهر هذا الشكل منذ بداية الألفية، كما خلق فعلا إعلاميين من نوع جديد، بعد اقتراحها بشبكات التواصل الاجتماعي ومنصات الويب كالتويتر.

نلاحظ كذلك ظهور نمط آخر من التطبيقات الإعلامية القائمة على الحوار والدرشة أكثر من الكتابة والتي طرحت نمطا جديدا على مستوى العلاقات الاجتماعية في المجتمع، ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي، والتي طرحت هي الأخرى كذلك ثقافة التعبير الفردي في إطار الجماعة الافتراضية التي تجمع المنتسبين للشبكة، والتي قلصت بل قضت على الحدود بين الحياة الخاصة والعامة للأفراد؛ خاصة وأن النماذج الهندسية المعلوماتية التي تقوم عليها هذه الشبكات تزيد تطورا يوما عن يوم ومن شبكة لأخرى بطرح أسئلة يتطلب الإجابة عنها تعمق أكثر في الجوانب الشخصية للمستخدم والمتنسب لها، وقد لا يعي ذلك، لأنها تطرح على شكل تطبيقات جديدة ونماذج اتصالية تمنح المزيد من الشفافية في الإتصال بشبكة الأصدقاء (مثلا التذكير في رسالة نصية بدعوة قائمة الأصدقاء المسجلين عبر الهاتف، تشكيل ألبوم من الصور والذكريات والمناسبات التي تقاسمها الشخص في السنة الماضية،... إلخ كل ذلك يستعمل للكشف أكثر والتعرف أكثر على جانب الظل للشخصية).

إضافة إلى هذه الأشكال والنماذج الإعلامية الجديدة قد فتحت الفضاء نحو تعدد منابع التمويل عملية الصناعة الإعلامية التي كانت تقتصر على المبيعات، البرمجة، الإشهار و رعاية المؤسسات الاقتصادية والحكومية، فبرز الويب كظاهرة إعلامية واتصالية تعددت المنافذ لاقتصاديات جديدة رغم عدم وضوح الرؤية بشكل فعال؛ إلا أنه ظهرت نماذج اقتصادية وتدابير تنظيمية من شأنها إعادة التوازن بين المداخل والتكاليف، منها مثلا فصل أقسام إنتاج المحتويات وأمكنة البث بالنسبة للفضائيات، إضافة إلى نماذج الدفع التي تتنوع بين المجانية والدفع بالاشتراك مقابل الحصول على المضامين بطرق عديدة (الدفع بالضغط CPA, CPC)، وفتح النافذة عن ما أسمى باقتصاد الانتباه واقتصاد المنصات الإعلامية⁴⁶ الذي يقوم على التوزيع عبر إنتاج المحتوى والترفيه دون أي تبادل مالي أو مقايضة.

● بروز شكل إعلامي جديد وتغير المشهد الإعلامي على مستوى الشكل والممارسة ويمكن توصيف ممارسه بالكاتب الرقمي، الذي أصبح بإمكانه الكتابة، النشر والتصوير بفضل جملة الوسائل التكنولوجية الإعلامية والاتصالية المتاحة له، ثم بثها عبر شبكة الويب، كما استفاد من مزايا المرونة في الاستخدام والتواجد بمصرع الأحداث تزويد المجتمع بوقائع لم يتم بعد تغطيتها من وسائل الإعلام التقليدية التي يصفها البعض من الباحثين أنها قد شاخت ، مما عدد وضاعف من مصادر المعلومة للصحفي، وساهم في جعل مستهلك المعلومة منتجا لها أو كما سماه البعض بـ *proconsommateur* ؛ وأمام كل هذا التحول طرح البعض فكرة الفساد الإعلامي وتحوله من مهنة شريفة أخلاقية إلى إعلام هواة، وبالتالي يؤكد ذلك أن ما كان سائدا من التنظيم البيروقراطي للإعلام هو حماية له من ذلك الفساد، وفي نفس السياق يذكر رابح صادق الذي عالج هذه المسألة عن كثب ملخصا إياها في 3⁴⁷ نقاط جوهرية تفسر ما حل بالواقع الإعلامي في ظل هذه الثورة التكنولوجية الرقمية الجديدة:

أ- سقوط الحدود الفاصلة بين صانعي المضامين ومستهلكيها، وقد اشرنا إلى ذلك بسبب التفاعلية والحوار الذي أتاحه الإتصال الإلكتروني .

ب- تشظي وتفتت سوق العمل يفسر ذلك بانفجار القنوات وعناوين الصحف والقنوات الإذاعية.

ت- الاستثمار المبدع للتكنولوجيا من طرف محررين جدد لم ينشؤوا حسب المعايير التقليدية للعمل الإعلامي.

● مسألة الحرية التي اكتسبها الإعلام والديمقراطية التشاركية التي صاحبت ذلك ولم تكن متوفرة عبر وسائل الإعلام التقليدية، أين انتقلت أشكال التعبير عن الرأي العام من جدران اسمنتية وهتافات ومسيرات في الشوارع إلى صفحات عبر مواقع التواصل الإلكترونية ومدونات؛ وربما تكون الثورات العربية أحسن مثال على ذلك بحيث حركت شبكات التواصل الاجتماعي بفضل حسن استعمال هؤلاء الشباب الثوار للصور والفيديوهات ساهمت في تحريك الرأي العام والإطاحة بأنظمة حكم دامت لسنوات.

● طرح إشكالية أخرى وهي النظر في ابستمولوجية الإعلام في منظوره وبعده الجديد هل مازال يعد فعلا؟ أم أنه اتصال ومجرد نوع هجين من الإعلام على حد قول الأستاذ نصر الدين العياضي⁴⁸ .

خاتمة:

رغم أننا حاولنا البحث في إشكاليات الثقافة الرقمية وأطروحات حضارة التواصل الإلكتروني عبر عدة مجالات، إلا أننا نخلص القول أن ما نعيشه اليوم في ظل هذه الحضارة هو من أعقد ما مرت به البشرية لحد اليوم، لأنها تنصاع لقواعد عالم افتراضي يصعب التحكم به أو التكهّن بآثاره يأخذ صفة زئبقية من حيث صعوبة الوقوف عند آثاره وأشكاله، لأنه يخضع لعالم يحاكي الواقع كمحاكاة الإنسان للطبيعة، لكن تبقى هذه الثقافة إحدى مراحل التطور في تشكيل بنية الثقافة الإنسانية؛ بل وهي أحد فروعها، وأنماطها لأنها هي أساس تواجد

الأفراد اليوم تحكم تفكيرهم ومختلف سلوكياتهم وعاداتهم الثقافية، تخصص فئة معينة هي نواة المجتمع وهم فئة الشباب، مع أنها بالتأكيد ستتعمم في الأجيال اللاحقة، وسوف تتعدى كونها أحد التبعات والمخلفات الثقافية التي تطرحها التكنولوجيا في المجتمع بل ستصبح هي المحرك الأساسي له عبر كافة الميادين؛ هذا المجتمع الذي أصبحت تحكم الفرد عبره النزعة الشخصية في ظل تواجده في الجماعة هذا ما مكّنه من التحرر من بعض الروابط الاجتماعية فأصبح يعبر عن ذاته واختلافه رغم انتمائه لهذه الجماعة كل هذا بفضل تواجده في ظل حضارة التواصل الإلكتروني؛ ومازال المستقبل يخبئ الكثير عن تبعات ونتائج وآثار هذه الثقافة التي قد لا تحمد عقباه.

وبالنسبة للإعلام فنقول أنها مثلت دافعا لسير هذا النمط المستحدث من الإعلام في شكله الجديد، وهناك علاقة تكامل بين المفهومين (الإعلام الجديد والثقافة الرقمية) من حيث المفهوم والاستعمال فلولا اكتساب المعرفة والدراية الخاصة بحسن استعمال هذه الوسائل الرقمية وتكنولوجيات الاتصال الجديدة وفقه مختلف البرامج الرقمية التي تشتغل بها لما وجد ما نسميه اليوم بالإعلام الجديد التي ينتج المضامين وفق تلك المعدات الاتصالية إذن فهي المقود والمحرك لسير هذا النمط الإعلامي الجديد.

هذه إشكاليات وأخرى كلها طرحت نفسها في هذا المجال؛ تدعو للتساؤل عن هذا الجيل الذي نعيشه وكيف ستكون حضارة الأجيال اللاحقة يا ترى؟

الهوامش:

¹ Jean Paul lafrance, civilisation de click (la vie moderne sous l'emprise des nouveaux media, l'Harmattan, 2013, Paris, pp 11-12(préface).

² Jérôme colombain, Cyberculture, Ed Milan, France, p3.

³ F. Rebillard, le web 2.0 en perspective, l'Harmattan, 2012, France, p11.

⁴ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1 'عمان 2006، ص18.

⁵ Jérôme colombain, Op.cit, p6.

⁶ Bruno choquet et Daniel stern, cybermonde, éd Lavoisier, paris 2005, p29.

⁷ Bruno choquet et Daniel stern, Ibid., pp18-23.

⁸ choquet et Daniel stern, Op.cit, p35.

⁹ Joseph J. Levy, Envelyne Lassare, cyberspace et anthropologie (transmission des savoirs et des savoir faire), dans Anthropologie et Société 2011, N 35 V1 pp 9-16.

¹⁰ Joseph J. Levy, Envelyne Lassare, Ibid, p 17.

¹¹ Nicholas Negroponte, L'Homme numerique,p226.

¹² Joseph J. Levy, Envelyne Lassare, op.cit, p 19.

¹³ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1 'عمان 2006، ص470.

¹⁴ Larousse le petit dictionnaire français- français, 2009, p 278.

¹⁵ Ibid, p 278.

¹⁶ F.Ball, Dictionnaire des Media, paris 1998, p67.

¹⁷ مستعمل الانترنت ، ويعطيه البعض مواصفات ملمح الانترنتي أنه غالبا يكون ذكر شاب يمتلك مستوى تعليمي عالي. - دائما حسب المصدر

السابق F.Ball, p 129

¹⁸ محمد جمال الفار، مصدر سابق، ص193.

¹⁹ Z.F.Dortier, l'Homo numérique, science humaine 252, octobre-novembre 2013(spécial génération numérique), p 28.

²⁰ <https://anthropohira.wordpress.com/2014/12/10/petite-poucette-michel-serres>

²¹ Boris baude, internet changer la l'espace c'est changer la société, Ed Fyp 2012, p114-115.

²² Olivier houdee, les écrans changent ils le cerveau ?, science humaine 252, octobre-novembre 2013(spécial génération numérique), p 38-41.

²³ Yves Gonzalez Quijano, Moyen Orient, N21 janvier –mars 2014, P19.

♦ شبكات التواصل الاجتماعي: réseaux sociaux مصطلح طرحته فلسفة الويب الجديدة أو ما عرف ب الويب 2.0 ، اتخذت على أنها البوابة أو المنصة الإلكترونية plate forme electronique التي أخذت المستخدم من الواب 0.1 إلى الواب 2.0؛ كلمة تعادل مختصر المصطلح UGC .

²⁴ Rémy Rieffel, révolution numérique, révolution culturelle ?, collection Folio actuel, éd Gallimard 2014, p12.

²⁵ Jean Paul lafrance, Op.cit, p5.

²⁶ Rémy Rieffel, Op.cit, p 46.

²⁷ Jean Paul lafrance, Ibid., p 59.

²⁸ Boris baude, internet changer l'espace c'est changer la société, Op.cit, p 116.

²⁹ <https://www.gnu.org/philosophy/lessig-fsfs-intro.fr.html>.

³⁰ Jean Paul lafrance, Civilisation de clic, Op.cit, p 15.

³¹ صادق رايح، فضاءات رقمية، مرجع سابق، ص33.

³² Motionné au livre révolution numérique revollution culturelle, pp 13,14.

³³ Monique Dagnaud, Génération y(Le jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion), 2012, p 57.

³⁴ M.Castells, société en réseaux Tome I (Ere de l'information) Ed El Fayard, 2007,p 424.

³⁵ صادق رايح، مرجع سابق، ص124.

³⁶ صادق رايح، المرجع نفسه، ص 136.

³⁷ Rémy Rieffel, Op.cit, P110.

³⁸ حلمي خضر ساري، ثقافة الأنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي ، الأردن، ص 207.

³⁹ صادق رايح، مرجع سابق، ص151.

⁴⁰ - Kaplan, daniel,J.D.Lasica presente son livre Darknet, internet Actu, <http://www.internetactu.net>,juin 2006 montionne dans F. Rebillard, le web 2.0 en perspective, Op.cit, p19.

⁴¹ F. Rebillard, le web 2.0 en perspective, Ibid., p46.

⁴² Herve le crosnier, internet et numérique, p 5(article electronique)

⁴³ M.Castells, Op.cit , p 386.

⁴⁴ Rémy Rieffel, Op.cit, p 82.

⁴⁵ Rémy Rieffel, Op.cit, pp 86, 87.

⁴⁶ والمقصود به ذلك النمط الإقتصادي الجديد الذي تطبقه تطبيقات الإعلام الجديد ومنصات ومواقع التواصل الاجتماعي في تحريرها للمحتوى

-/http://shabiba.com/article/11741/%D8%A5%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF

⁴⁷ صادق رايح، مرجع سابق، ص178.

قائمة المصادر والمراجع:

1. حلمي خضر ساري، ثقافة الأنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي ، الأردن.

2. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط 1 'عمان 2006.

3. Larousse le petit dictionnaire français- français, 2009.
4. -Boris baude, internet changer la l'espace c'est changer la société, Ed Fyp 2012.
5. -Bruno choquet et Daniel stern, cybermonde, éd Lavoisier, paris 2005.
6. -F. Rebillard, le web 2.0 en perspective, l'Harmattan, 2012, France 11-12(préface).
7. -F.Ball, Dictionnaire des Media, paris 1998.
8. -<https://anthropohira.wordpress.com/2014/12/10/petite-poucette-michel-serres>.
9. -<https://www.gnu.org/philosophy/lessig-fsfs-intro.fr.html>.
10. -Jean Paul lafrance, civilisation de click (la vie moderne sous l'emprise des nouveaux media, l'Harmattan, 2013, Paris.
11. -Jérôme colombain, Cyberculture, Ed Milan, France.
12. -Joseph J. Levy, Envelyne Lassare, cyberspace et anthropologie (transmission des savoirs et des savoir faire), dans Anthropologie et Société 2011.
13. -Kaplan, daniel,J.D.Lasica presente son livre Darknet, internet Actu, <http://www.internetactu.net>,juin 2006 montionne dans F. Rebillard, le web 2.0 en perspective.
14. -M.Castells, société en réseaux Tome I (Ere de l'information) Ed El Fayard, 2007.
15. -Monique Dagnaud, Génération y(Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion), 2012.
16. -Motionné au livre révolution numérique revollution culturelle.
17. -Olivier houdee, les écrans changent ils le cerveau ?, science humaine 252, octobre-novembre 2013(spécial génération numérique).
18. -Rémy Rieffel, révolution numérique, révolution culturelle ?, collection Folio actuel, éd Gallimard 2014.
19. -Yves Gonzalez Quijano, Moyen Orient, N21 janvier –mars 2014.
20. -Z.F.Dortier, l'Homo numérique, science humaine 252, octobre-novembre 2013(spécial génération numérique).