

Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

الميديا الجديدة و البعد الماكرو ثقافي للإنسان الرقمي

دراسة في اتجاهات الأفراد نحو استخدام النيوميديا وعلاقته بتغيير الهوية الثقافية

New media and the cultural macro level of the homonumericus

بن لطرش ليلي

Benlatrech Laila

جامعة قسنطينة 3

University of Constantine 3

حمال صبرينة

Hamal Sabrina

جامعة قسنطينة 3

University of Constantine 3

تاريخ الاستلام : 2018-04-03

تاريخ القبول : 2018-07-15

ملخص :

تمثل الميديا الجديدة تجسيدا تقنيا للحياة الاجتماعية المعاصرة. حيث أنها تمثل فضاء افتراضيا يسمح للأفراد بالتواصل اللحظي، وبالوصول على المعلومات المحيطة وكذا معرفة مرأسمة كل ذلك في حركية بشكل شبكي.

وهو ما جعل التحسينات الإرغونومية، والمجالات وكذا المقاييس في تغير مستمر. هذه التغيرات يمكن أن نلمسها أكثر في مجال الاحتياجات الاجتماعية كالربط، التواصل، التنشئة الاجتماعية، التسلية، وتم تمديد هذه المجالات لتشمل استخدامات أكثر شمولية كالحكم، التطوير، النشاطات الدبلوماسية وكذا الأعمال.

في هذا المقال سنحاول التعرف على اتجاهات الأفراد نحو استعمال هذه الوسائط وكيف يساهم هذا الاستخدام في إحداث تغيرات على هويتهم الثقافية بمختلف مستوياتها.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، الهوية الثقافية، النيوميديا، تغيير الهوية الثقافية

Abstract:

New media represents a technical facet of our modern social life. It's a new space that permits people communication and guarantees an instantaneous access to information and also a capitalized knowledge share in a networking shape of usage.

The ergonomic improvements, scopes and scales of this usage are changing constantly. Innovations are particularly tangible in the domains of social needs of connectivity; communication; socialization; entertainment and had been extended to a more global uses as governing; development; diplomacy and business activities.

This article is about understanding the attitudes about the use of those tools and how it challenges the characteristics of cultural identity by creating a convergence of new media and globalization among new experiences for human beings.

Keywords : Culture, Cultural Identity, New Media, Cultural Identity Change.

مقدمة:

الهندسة، الهندسة الحضرية، التفاعلات الثقافية، و البنى الاجتماعية عموماً³.

كأمثلة عن ذلك يتحدث الباحثون عن ما أحدثته الوسائط على مر التاريخ من تغييرات، فقد أدى فقد روما لمصر وإمداداتها من ورق البردي إلى فقد روما لسلطتها وسيطرتها على أبعد أقاليمها، وانحصار مساحتها و ثم سقوطها، كما ساهم ظهور الطباعة في رفع هيمنة الكنيسة على العقول وأدى إلى ديمقراطية الثقافة، بينما ساهمت وسائل الإعلام في تغيير نظرتنا للآخر وانتشار الثقافات المختلفة، وزادت من حركية الأفراد و السلع. أما الميديا الجديدة اليوم فهي تساهم في تقديم أبعاد افتراضية لمختلف الأنشطة والأعمال الإنسانية كالكتابة، المحادثة، النشر، تقاسم الملفات والأفكار، المشاركة في الأحداث والتظاهرات، البناء والإنشاء و التعمير... وتعطيها شكلاً شمولياً من خلال قدرتها على معالجة المعلومات بتقنيات متجددة وبالتالي إعطاء البيانات أشكالاً وأبعاداً أكثر مرونة و احتواءً لحاجات الأفراد و الجماعات.

الإشكالية :

إن الهوية الثقافية رغم اعتمادها على مقومات الهوية الفردية في مستوياتها الثلاث الهوية الفردية، الهوية الجماعية و الهوية وطنية. إلا أنها تتميز بحركتها و تغيرها المستمر و بنفاذية حدودها و قدرتها على استيعاب العديد من المتغيرات حسب جماعات الانتماء التي تنشأ من فترة إلى أخرى و حسب الظروف التاريخية الموجودة.

حيث أن التغيرات الظرفية من ظواهر طبيعية، الحروب، الأوبئة أو الحركية الاجتماعية كالانقسامات العرقية، المصالح الاقتصادية أو السياسية، والاختراعات التكنولوجية كلها تشكل لبنات قد تساهم في تغيير شكل و طبيعة الهوية الثقافية للأفراد و قد تساهم في تغيير مجموعات انتماءاتهم.

و بما أن الميديا الجديدة تعتبر ظاهرة تكنولوجية ساهمت في تغيير ملامح الحياة الاجتماعية للأفراد و أثرت على كل أشكال الاحتياجات الاجتماعية الموجودة بطريقة أو بأخرى و ذلك بضمن تجارب إنسانية جديدة حسية، علائقية، مهارية، معرفية... فإن ذلك دفعنا إلى التساؤل في مستوى أول عن إمكانية مساهمة هذه التقنيات في إحداث تغييرات جوهرية على الهوية الفردية للأفراد و دفعهم نحو اكتساب هوية تابعة من العولمة.

إن الحديث عن ما تحدثته الميديا الجديدة من تغييرات على مستوى العديد من الظواهر الاجتماعية الأخرى يفرض علينا في البداية العودة إلى جذور مفاهيم الوساطة و التواصل في أبعاد إثنوغرافية، أنثروبولوجية متجذرة بيولوجيا، اجتماعيا و تكنولوجيا.

حيث أن الحصول على صورة كاملة عن ما يعنيه مصطلح "الميديا الجديدة" أو "النيوميديا" أو "السوشيال ميديا" كان من الضروري التعامل مع المصطلح في شقيه و هما مصطلح "الميديا" و مصطلح "الجديد" على قدم سواء. حيث أن مفهوم "الميديا" و الذي يتمثل ثقافيا و في أغلب اللغات في سياق و سائطي متكامل، جعلنا نركز على ما يحمله من أبعاد تفوق الجانب التقني و تتغلغل في الأبعاد النفسية و الاجتماعية و الأنثروبولوجية للأفراد.

في هذا السياق يرى David J. Crowley و David Mitchell¹

أن قضايا "الوسيط" متصلتان ببعدين اجتماعيين هما: مستوى الوضع الفردي المدقق **Micro Individual-Situation Level** و المستوى الثقافي الشامل **Macro cultural level**. في المستوى الأول يتم التساؤل عن كيفية تأثير اختيار الوسيط في وضعية معينة أو تفاعل معين. أما في المستوى الثاني يتم التفكير في الطرق التي يمكن أن تؤثر بها إضافة و سيط جديد إلى المصفوفات الموجودة، في التفاعلات و البنى الاجتماعية.

في هذه الحالة تصبح عملية تحليل و دراسة الوسائط أكثر تعقيدا لأنها تتحول من مجرد قنوات حاملة للمعلومات بين بيئتين أو أكثر إلى أدوات هيكلية للبيئة الاجتماعية، حيث يرى McLuhan في ذات التصور أن استخدام مختلف التكنولوجيات يؤثر على ترتيب الحس الإنساني و على البنية الثقافية.²

أما Meyrowitz فيعتبر أنه ثبت تاريخيا كون التعديل **Bias** الذي يعرفه الوسيط الثقافي السائد يؤثر على درجة الاستقرار الثقافي و التعصب، وكذا قدرة الثقافة على حكم و تسيير المناطق الممتدة تأكيداً لفكر أستاذه **Harold Innis**. في هذه النظرية يرى الباحثون أن للوسيط القدرة على إحداث تغييرات على مستوى الأدوار الاجتماعية، الهياكل الاجتماعية، التصورات العامة حول الزمان و المكان، الأنماط الفكرية،

¹ David J. Crowley, David Mitchell, "Communication Theory Today", Stanford University Press, 1994, p51

² David J. Crowley, David Mitchell, Ibid, p52

³ Joshua Meyrowitz dans Shaun Moores, "Media/Theory: Thinking about Media and Communications", Ed Taylor & Francis, 2005, p43

1. استخدام الميديا الجديدة : من الإنسان الرقمي إلى المواطن الرقمي⁴

قبل التطرق إلى ما تتميز به الميديا الجديدة كوسيط و مختلف الحاجات الاجتماعية التي تلبها، سنحاول تقديم تعريف مقتضب لما نعنيه بالميديا الجديدة.

يرى الباحثون أن مصطلح الميديا الجديدة أو الوسائط الجديدة أو النيوميديا قد ظهر في منتصف التسعينات، خلفا لمصطلح الملتيميديا أو متعدد الوسائط. وقد حدث ذلك في مجالي الأعمال و الفنون. بدخول كلمة جديد مع كل ما تحمله من معاني اجتماعية و ثقافية، فقد أدى ذلك إلى خلق شرح تاريخي بين ما قبل النيوميديا و بعدها. فعلى عكس الميديا التي سبقتها و التي تميزت بالجماهيرية و الاستخدام الجماعي، تتميز الميديا الجديدة بإنسيابيتها، حركيتها، استعمالها الشخصي و دوام الاتصال و الربط. ولكن لعل أهم ما يميز هذه الميديا الجديدة هو أنها على الرغم من كونها تستعمل العالم الرقمي و الوساطة التكنولوجية إلا أنها تمثل وسيطا أو شكلا تفاعليا للتوزيع يتميز بنفس درجة الاستقلالية مع المعلومة التي ينقلها.⁵

كما أنها تقدم شكلا خاصا من العلاقة مع الوسيط التقني نابعة من مفهوم الوساطة في حد ذاته، فبالعودة إلى مفهوم الوسيط يتبين لنا أن وجود وسيط يفترض وجود علاقة بين شخصين أو طرفين متفاعلين يتواجد بينهما أي ببساطة و جود عملية و سيرورة وساطة. و بالتالي كان من الضروري التطرق للوساطة بالتعريف و بالعودة إلى الأب الروحي لعلوم الإعلام و الاتصال في شكلها الحديث نجد التعريف الذي قدمه Alex Mucchiali على أنها تمثل "السيرورة التي يعمل في خضمها الوسيط على تحقيق التواصل بين طرفين في حالة تباعد أو اختلاف و تؤدي إلى الحصول على نتيجة ما"⁶.

حيث يؤكد الباحث على أن الوساطة مفهوم محوري يسمح بفهم دور الوسيط فهي تتواجد في مظهر تقني و تتخطاه إلى أبعاد اجتماعية كالقيم، و التمثلات، و المشاعر الجماعية، و أيضا في أبعاد إنسانية من خلال وجود الزعماء و الأبطال و النماذج الاجتماعية كالأب و

ولكن نظرا لكوننا متخصصين في مجال الإعلام و الاتصال و نظرا لاستعصاء فك شفرة الهوية في مستوى أول و الهوية الثقافية في مستوى ثان فقد ارتأينا دراسة الموضوع من زاوية اختصاصنا و ذلك بالتعرف على اتجاهات الأفراد نحو استخدام هذه التقنيات و مدى مساهمة هذا الاستخدام في تعزيز مقومات الهوية الثقافية في مستوياتها الثلاث.

و هو ما أدى بنا إلى طرح تساؤل عام مفاده:

✓ ما طبيعة اتجاهات الأفراد في المجتمع الجزائري نحو مساهمة استخدام الميديا الجديدة في تغيير الهوية الثقافية؟

و قد وضعنا كأسئلة فرعية ثلاث 3 أسئلة:

- ما طبيعة اتجاهات الأفراد نحو استخدام الميديا الجديدة و تغير مقومات الهوية الفردية؟

- ما طبيعة اتجاهات الأفراد نحو استخدام الميديا الجديدة و تغير طبيعة الهوية الجماعية ؟

- ما طبيعة اتجاهات الأفراد نحو درجة مساهمة استخدام الميديا الجديدة في تعزيز الهوية الوطنية و رموزها؟

كفرضية عامة يمكننا القول

أن للأفراد اتجاهات إيجابية نحو مساهمة الميديا الجديدة في تغيير الهوية الثقافية

بالنسبة للفرضيات الفردية

- للأفراد اتجاهات إيجابية نحو مساهمة استخدام الميديا الجديدة في تغيير الهوية الفردية

- للأفراد اتجاهات إيجابية نحو استخدام الأفراد للميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تغيير الهوية الجماعية

- للأفراد اتجاهات إيجابية نحو استخدام الميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تعزيز الهوية الوطنية و رموزها

هي عبارة تم اعتمادها كعنوان لمعرض تم القيام به في فرنسا في جانفي 2017 حول كيفية مساعدة الإنسان للتقريب من تصوره كمواطن رقمي عبر استخدام على الألعاب،⁴ ووسائل الترفيه و كل الإلكترونيات

⁵ Wendy Hui Kyong Chun et Thomas Keenan, "New Media, Old Media: A History and Theory Reader", Routledge; Édition : New Ed, 2005, p 1

⁶ Alex Mucchielli, « pratiques et mécanismes de la communication », In « Introduction aux sciences de l'information et de la communication », Editions de l'organisation, Paris 1995, p 83

الحاسوب إلى الهاتف الذكي، ومن الهاتف إلى التلفزة الذكية، أو حتى الساعة الذكية.

مما سمح للإنسان بالانتقال في استخدامه لبعض الأدوات إلى ممارسات مختلفة فقد أصبح بإمكانه إجراء مكالمات متلفزة، أو بث فيديوهات من مختلف الأماكن بشكل مباشر عبر شبكات التواصل. كما أصبح بإمكانه مشاركة مكان تواجدته وفق خاصية الجي بي أس عبر مختلف أدوات الميديا، كما أصبح يقوم بمعاملاته المالية، المهنية، الاجتماعية وكل ما يتعلق بكل الممارسات اليومية عن طريق النيوميديا. ليتحول بذلك إلى ما يطلق عليه بالإنسان الرقمي Homo-numericus.

حيث انتقل الإنسان من عالم الكتابة Graphosphère إلى عالم الفيديو Vidéosphère⁸. إذ أن الكتابة والقراءة تركتا مكانهما للمشاهدة والتقاسم، وأضحت الحياة اليومية للناس متعلقة بمجموعة شاشات يتنقلون بينها ويقومون بالضغط عليها لممارسة أبسط نشاطاتهم اليومية وفي كل الأماكن التي يذهبون إليها.

أما لغويا فقد أصبحت كل اللغات تعاني تحورا و ترميزا جديدا يتوافق والحياة اليومية للمجموعات وما يعايشونه وأصبحت لغات تكتب باستخدام حروف لغات أخرى أو استبدلت حروف بأرقام وغيرها من الرموز الجماعية التي ظهرت في خضم استخدام النيوميديا أو السوشيال ميديا⁹، دون أن ننسى ذكر ما يعرف بالرموز المصورة Emoticons وهي رموز مصورة لأشياء، ملامح، تعابير، معاني، أماكن، أزمنة... متحركة أو ثابتة تسمح بإيصال رسائل سريعة وبشكل مختصر، أضيفت لها مؤخرا خاصية الجيف المتحركة، والتي تسمح بالتعبير عن مواقف والرد عليها بشكل فيه نوع من السخرية، الهزل أو التعبير المبالغ فيه.

كما أضحت هناك لغة عالمية هي اللغة الإنجليزية، سواء مباشرة في الحوارات بالنسبة لم يتحكمون بها أو من خلال استخدام مختصرات وكلمات تحمل دلالة معينة.¹⁰

فيما يتعلق بتحديد قائمة كاملة بهذه الوسائط فإن الأمر في غاية التعقيد. فهذا النوع من التكنولوجيا يمثل تجسيدا كاملا لحركية

المدرس، ونجم الفن أو نجم الرياضة والأشكال المعقدة التنظيمية الجغرافية والسياسية.

فمفهوم الوساطة يسمح لنا بفهم الدور الذي يلعبه الوسيط في تحديد نوعية العلاقة وفي نوعيتها وكذا النتائج المحصل عليها.

فسواء تعلق الأمر بالأبعاد الاجتماعية أو الإنسانية التي يأخذها المصطلح نجد أنفسنا ونحن نحاول تعريف الوسيط أو ال"ميديا" مجبرين على مراعاة طبيعة البنية التي يخلقها من خلال ما يحدثه من تغيير على مستوى أطراف النظام التواصلية الموجود.

كلمة " ميديا " مشتقة من كلمة "ميديوم" وهي كلمة لاتينية تعني الوسيلة، المكان والرابط وهي تعرف عامة طريقة جماهيرية للتوزيع الواسع والجماعي للمعلومات والآراء، مهما كانت الوسيلة المستعملة.⁷

هذا فيما يتعلق بالميديا أما الميديا الجديدة فهي تحمل أبعاد أكثر تمثيلا للواقع وتتعامل مع الشكل الشخصي التفاعلي للعملية الاتصالية التي يحاول الفرد فيها تقاسم شيء مع الآخر مع مراعاة كينونة كل منهما في الزمان والمكان.

1- ماهية الميديا الجديدة وخصائصها :

إن الحديث عن الميديا الجديدة يقودنا إلى التطرق إلى مفهومين محوريين هما التفاعلية والرقمية.

حيث تعد الميزة التفاعلية الميزة الأولى والأساسية التي تميز الوسائط الجديدة أو الميديا الجديدة أو وسائط التواصل الاجتماعي كما يطلق عليها البعض. حيث أن هذه الوسائط تعتمد على كونها بيئة تسمح لأطراف النظام الاتصالي بالتفاعل بصورة لحظية مع المحتوى أو المنتج النهائي.

بينما تسمح الميزة الرقمية للأفراد باستخدام آخر التكنولوجيات الخاصة بمعالجة المعلومات من أجل خلق وتوزيع المحتوى النهائي متخطين بذلك الأبعاد الزمانية والمكانية عن طريق الأبعاد الافتراضية التي يتيحها استخدام التكنولوجيا. فالانترنت اليوم يتيح خلق، تعديل، تحويل، توزيع وتقاسم كل أنواع المحتويات الرقمية.

كما أن مختلف الأرضيات الرقمية تسمح بحدوث مبادلات هائلة بين أشكال مختلف من التكنولوجيات، كانتقال البيانات من

⁸ Régis Debray dans Homo-numericus d'Alain de Benoist,

[https://s3-eu-west-](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/homo_numericus.pdf)

[1.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/homo_numericus.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/homo_numericus.pdf) 29/10/2017

⁹ في اللغة العربية يتم استبدال حرف "ح" برقم "7" أو حرف "ق" برقم "9". كما أنه في بعض الدول العربية (الجزائر على سبيل المثال) نقوم باستخدام الحروف اللاتينية

لكتابة كلمات بالعربية أو بلهجات محلية خلال حوارات ونقاشات مطولة.

¹⁰ كلمة LOL والتي تعني Laughing Out Loud وتعبير الضحك بصوت عال.

⁷ Dominique Gany, « Nouveaux Medias: mode d'emploi (e-management) »,

Edipro Belgium; Édition : Série 1 (15 décembre 2009), p17

- التجديد في واقعنا الحالي. إذ يمكننا بكل سهولة ملاحظة حجم التجديد الموجود في هذه الوسائط سواء تعلق الأمر بالأجهزة أو البرامج و التطبيقات.
- ويتضح البعد الوسائطي لهذه الوسائل في كون أي محاولة لحصرها في قائمة ستقودنا بالضرورة إلى ذكر أجهزة، برامج، تطبيقات و كذا وضعيات يتم الربط فيها أحيانا بين أجهزة و أفراد، وأحيانا بين برامج و تطبيقات، و أحيانا بين برامج و تطبيقات و أجهزة و أفراد. كما أن محاولة تحديد هذه الوسائط يؤكد البعد الحقيقي لامتدادها في الحياة الاتصالية للأفراد من ناحية الزمان و المكان و المعرفة و التحكم و الإبداع في الاستخدام. ما سيجعلنا ننتقل من حتمية تقنية حيث يتم الدفع بالتكنولوجيا نحو الأفراد و نمربحتمية اقتصادية تعمل تجعل من التقنية وسيلة جديدة للتحكم في سلوكيات الأفراد الاستهلاكية و وصولا إلى الحتمية الاجتماعية التي تسمح بتلبية حاجات الأفراد من جهة و تحقق استمرارية الواقع الاجتماعي الحالي من خلال خدمة الأسس الثقافية، تدعيم أدوار المؤسسات و الهيئات أو تعزيز طرق و أنماط التنشئة الاجتماعية.
- 2- أهم مظهرات النيوميديا :
- يمكننا بعد توضيح ماهية هذه الوسائط، تقديم قائمة إسمية بأهم هذه الوسائط على سبيل المثال و ليس الحصر¹¹:
- ✓ الدعائم في شكل أقراص مضغوطة و أجهزة تخزين معلومات ذكية
- ✓ مختلف وضعيات الربط بين المنصات المعرفية الموجودة
- ✓ التبادلات الحادثة بين مختلف المنصات المعرفية و المعلوماتية كالربط بين نظام إعلام آلي و قاعدة بيانات خارجية، أو هاتف نقال مع جهاز مزود بالإنترنت و كل الوضعيات التي يمكن أن تتشكل بين ذلك
- ✓ الأفلام المصورة و الصور الرقمية
- ✓ التعلم الإلكتروني و التعلم عن بعد
- 3- الميديا الجديدة و الحاجات الاجتماعية :
- ✓ التجارة الإلكترونية
- ✓ النصوص و الروابط الإلكترونية المتشعبة
- ✓ الإغراق، الثلاثي الأبعاد و البيئات الافتراضية
- ✓ واجهة الاستخدام التفاعلية
- ✓ البث المباشر عبر الإنترنت
- ✓ المجموعات الافتراضية و مجموعات الألعاب
- ✓ الإعلانات المباشرة
- ✓ المحتويات المعدة للأجهزة المحمولة أي باد، أي بود، أي فون، هواتف ذكية، ألواح ذكية
- ✓ التدوين الصوتي
- ✓ البث عبر الأقمار الصناعية
- ✓ بيانات مرئية أو صوتية متدفقة عبر الإنترنت
- ✓ استخدام عرض نطاق الإنترنت من أجل بث محتوى وسائطي تم إثراؤه
- ✓ استخدام التكنولوجيات للتجارة و العلوم (زيارات افتراضية، بناء أو تعديل افتراضي للبيوت، التطبيق عن بعد، الرصد الزلزالي و رصد التسونامي)
- ✓ مواقع الويب و المدونات
- ✓ قواعد البيانات
- ✓ منصات المعرفة
- ✓ أنظمة الإعلام الآلي و المعلوماتية
- ✓ شبكات التواصل الاجتماعي
- ✓ ...

¹¹ Roberto Igarza, dans « L'ART DE GÉRER SA CARRIÈRE, à l'intention des travailleurs autonomes en NOUVEAUX MÉDIAS », LE CONSEIL DES RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR CULTUREL, 2007, p3
https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/art-nouveaux-medias-carrieres-professionnelles-crhc-2007.pdf_31/10/2017, 13:10

الاجتماعي وكذا ظهور لأشكال جديدة للترباط والربط والروابط نشأت في ظل الحياة الافتراضية التي أصبح الأفراد اليوم يعيشونها.

حيث يؤكد Antonio A. Casilli على أن الربط رقمي يشجع على تحفيز الاندماج الاجتماعي أكثر ما يثبطه.¹⁴ كما يؤكد Hua Wang, Barry Wellman أن المستخدمين الجادين Heavy users هم المستخدمون الأكثر نشاطا على الشبكة وخارجها والذين يملكون أكبر عدد من الأصدقاء سواء في البيئتين.¹⁵ كما يؤكدان على أن التغييرات الحادثة داخل المجموعات هي التي تحدد طبيعة العلاقات الموجودة.

حتى أن الباحثين تراجعوا عن تصريحاتهم السابقة حول تحفيز استخدام الميديا الجديدة للعزلة. بينما أظهرت العديد من الدراسات الأمريكية أن إضافة استخدام الأنترنت للأحدث الحضورية المباشرة وللمكالمات الهاتفية تجسد تعزيزا للاتصال بين الأصدقاء والأقارب اليوم أكثر من ذي قبل.

كما أكدت الدراسات أيضا أن الأفراد اليوم يتحركون في شبكات تتميز بكونها مجزئة، متلاحمة بشكل متناثر، ذات نفاذية عالية، و متخصصة.¹⁶ وهو ما عبر عنه Wellman¹⁷ بأن تطور الشخصية، المحمولة، والانتشار الواسع للربط عبر الأنترنت يسهلون الترباط الفردي كشكل جديد للترباط الاجتماعي.

ب. الاتصال Communication

فيما يتعلق بالعملية الاتصالية فإن الميديا الجديدة كتنقيات وكتكنولوجيا يمكن أن تتجسد في مفهوم أساسي، قاعدي بالنسبة لمختلف الأنشطة الفردية والجماعية التي تتم في إطار الأنظمة الاتصالية التي تنشأ في هذا الفضاء الافتراضي ألا وهو مفهوم "التقاسم". حيث يمثل التقاسم الطريقة التي تتواصل بها في هذه الوسائط وبها وعبرها. حيث يرى¹⁸ Graham Meikle أن التقاسم في الميديا الجديدة هو نقل المعلومة، الحفاظ على العلاقات، تقديم نسخة من الفرد عن نفسه،

¹⁴ CASILLI Antonio A. "Les Liaisons Numériques. Vers une nouvelle sociabilité", Paris : Seuil, collection, La couleur des idées, 2010.

¹⁵ Hua Wang, Barry Wellman, "Social Connectivity in America: Changes in Adult Friendship Network Size From 2002 to 2007", American Behavioral Scientist, Vol 53, Issue 8, pp. 1148 – 1169, 2010, p 1149

¹⁶ CASTELLES, 1994 ; Van Dijk, 2006 ; Wellman, 2001 dans Hua Wang, Barry Wellman, Ibid p 1167

¹⁷ Wellman, B.; "The global village: Internet and community"; Idea&s, 1, p 29, 2004.

¹⁸ Meikle Graham, "Social Media: Communication, Sharing and Visibility", Routledge, New York, 2016

على مستوى الأفراد ظهور ممارسات جديدة ووظائف وخدمات تقدمها هذه التكنولوجيات.

فقد وفرت هذه الوسائط المعلومات بشكل هائل وساهمت في تغيير طرق الحصول عليها وكذا علاقتها بالزمان والمكان وحتى إدراك الواقع لدى الأفراد والمجموعات.

فانطلاقا مما قدمه Stéphane Vial حول ما تمخض عنه إدراج التكنولوجيا في الممارسات اليومية للأفراد، والذي ساهم في توفير سياق عام يسمح للفرد بالتطور في إطار مجتمع رقمي، فإن الباحث يؤكد أننا اليوم نعيش حالة تحور اجتماعي جذري نظرا لانقلاب البنى الإدراكية، تحولها وتبديلها.¹² إذ أن هذه الوسائط الجديدة تساهم في تغيير طريقة إدراكنا للأشياء المحيطة بنا ولواقعا ككل من خلال عملية التمثيل الافتراضي التي نتعرض لها.

هذا من جهة من جهة أخرى وجب التأكيد على الآثار المجتمعية التي أحدثتها هذه الثورة الرقمية أو الثورة الثالثة بعد الطباعة والتلفزيون وذلك لما أحدثته هذا التغيير في العلاقة دعيمة/رسالة.¹³

للتعرف على ذلك كان من الضروري العودة إلى أهم الحاجات الاجتماعية التي تلبها هذه الوسائط والتعرف على ما تقدمه للأفراد.

أ. الربط Connectivity :

يمثل الترباط الاجتماعي والتواجد في بيئة مجتمعية مترابطة حاجة فردية قديمة ساهمت الميديا الجديدة في تغيير طبيعتها وإعطائها شكلا مختلفا كميما ونوعيا. فعلى الرغم من كون أغلب المنظرين المناهضين لتواجد الميديا الجديدة والذين يدعون أنها ساهمت في خلق العزلة الاجتماعية وتفكيك الروابط الأسرية وتغيير قيم الترباط الأسري والاجتماعي على غرار Putnam الذي قدم دراسة أكد فيها أن الأمريكيين أصبحوا يلعبون البولينغ فرادى لأن التلفزة تمنع الأفراد عن الاندماج الاجتماعي، أو ما قدمه Stein في الستينات حول انخفاض الترباط الاجتماعي بظهور التكنولوجيات الجديدة، وحتى مخاوف Wirth من فقدان الأفراد للروابط الاجتماعية في المناطق الحضرية، إلا أن أغلب الدراسات الحديثة تؤكد أن هناك حفاظا على الأشكال المتداولة للترباط

¹² VIAL Stéphane, « La structure de la révolution numérique ». Thèse de doctorat, philosophie. Paris : Université Paris Descartes. (2012)

¹³ SERRES Michel, 2013 https://www.canalu.tv/video/universite_paris_1_panthéon_sorbonne/michel_serres_l_innovation_et_le_numerique.11491_01/11/2017, 10: 15

هو ما يمثل "فردانية تعبيرية" ويقصد بها المحاولات التي يسعى من خلالها مستخدمو الأنترنت بناء وتشكيل هوية بطريقة ارتجالية.²¹

لذا فإن النيوميديا أصبحت تمثل فضاء محوريا وجوهريا في التنشئة الاجتماعية وذلك على اختلاف أشكالها، حيث أكدت دراسات عديدة على الدور الذي تلعبه النيوميديا وخاصة في شكل ألعاب الفيديو في تحفيز السلوكيات التفاعلية، الإبداع والاصطبار، في إدخال معرفة تقنيه وتكنولوجية، وكذا في القدرة على تخطي الحدود الذاتية والعقبات.²²

كما يتحدث الباحثون عن الدور الطلي للصورة، حيث يؤكد David ASSOULINE على لسان الباحثين في المجال أن الصورة في الوسائط الجديدة وخاصة التمثيلية منها :

« ... permettent aux personnes concernées de se représenter différemment

leurs préoccupations et de mieux en maîtriser les charges émotionnelles.

Mais c'est bien entendu à condition de savoir les utiliser dans ce sens, et cela

n'est possible que si nous commençons par reconnaître qu'elles ont ce rôle et

que nous les cherchons pour ça. »²³

ث. الترفيه Entertainment

إن العلاقة بين الميديا الجديدة وحاجة الترفيه عند الإنسان علاقة أصبحت اليوم تتجسد في أشكال ومظاهر عديدة تبدأ من الالتحام الموجود بين الفرد والأجهزة من جهة، وبين الحجم الزمني الذي يأخذه هذا الالتحام وتترجم في الأرقام الخيالية التي تجسد حجم المبيعات التي تعرفها الألعاب عبر النت، فالألعاب الشبكية التي عرفت

دعم شخص آخر أو موضوع أو الإتساق مع الآخر. كما يؤكد الباحث على التقاسم هو أيضا ممارسة التجارة الرقمية عبر الويب 2.0 فالتقاسم يعني البيع، المتاجرة.

أي أنه مهما اختلفت تمظهرات الظاهرية الاتصالية فإن استخدام الأفراد فيها للميديا الجديدة سيؤدي إلى الانتقال أليا إلى فكر تشاركي/تقاسمي يسمح بعرض الإبداعات، بالتفاعل شعوريا مع الآخر، بإيجاد الروابط الاتصال والاتساق.

ت. التنشئة الاجتماعية Socialization

إن استخدام الميديا الجديدة في عملية التنشئة الاجتماعية هو تحصيل حاصل. فكثيرها من التقنيات تخضع هذه التقنية إلى الميخال الاجتماعي لتحقيق الحاجة الكامنة التي تعمل على إظهارها¹⁹. وبالتالي فإن أندماجها في الأنشطة التربوية قائم على تفكير الأفراد وبحثهم عن إستغلالها بفاعلية لتفعيل التعلم، التعليم، التربية، التخطيط، التفاعل...

غير أن استخدام المجتمع لهذه الوسائط في التنشئة الاجتماعية يأخذ أبعاده الأولية على مستوى الأفراد ومدى قدرتهم على إدماج هذه التقنيات في مختلف أنشطتهم التعليمية، التعليمية، الإبداعية...

فالهاتف النقال واللوح الذكي، السيارة الذكية، التلاجة الذكية والتلفزيون الذكي أصبحوا اليوم جزءا من الواقع اليومي للأفراد.

فالنيوميديا أعادت بناء الهوية الفردية وكذا أعطت معاني جديدة للخصوصية. حيث تؤكد الباحثة Dominique Cardon أن الهوية الرقمية هي عبارة عن إنتاج مشترك حيث تلتقي استراتيجيات المنصات وخطط المستخدمين²⁰. حيث يعمل الأفراد وخاصة من فئة الشباب على إستخدام الميديا الجديدة كأداة للتعبير ولعرض الهوية، و

²¹ Allard L., Vandenbergh, F., « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », Réseaux, 2003, no 117, p. 194

²² Pierre G. Coslin, "La socialisation de l'adolescent", Armand Colin, 2007.

²³ David ASSOULINE, « Rapport sur l'impact des nouveaux médias sur la jeunesse », Commission de SENAT, SESSION ORDINAIRE DE 2008-2009, N°49, Annexe au procès-verbal de la séance du 22 octobre 2008, <https://www.senat.fr/rap/r08-046/r08-0461.pdf> 03/11/2017 12 : 06

¹⁹ Akoun André, « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », Presses Universitaires de France, Cahiers internationaux de sociologie, 2002, p9

²⁰ Dominique Cardon, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », Réseaux, no 152, p. 93-137, 2008, p97

stakeholders, mobilizes new resources and delivers services
»²⁵ at lower cost

4- الميديا الجديدة والعولمة: الخريطة الجديدة للاستخدامات الهوليسيتيكية

إن الحديث عن عولمة استخدام الميديا الجديدة هو الحديث عن إعطاء ممارسات فردية وجماعية أبعاد معولمة. فالاستخدامات الأساسية للنيوميديا والتي تغطي مختلف الحاجات الاجتماعية للأفراد و المؤسسة حفزت المجموعات وكذا القادة على محاولة توظيف هذه الشبكة القاعدية من الحركية الافتراضية وإستخدامها في تعزيز مفاهيم وشاكلات، قضايا و غايات أكثر شمولية و ليصبح اليوم لهذه الوسائل مكانة أساسية في مختلف الاستراتيجيات، و السياسات و الخطة البعيدة المدى، للمسؤولين الاجتماعيين، التنظيميين، رجال الأعمال و الأصحاب الحقائب المالية، للمنظمات و الهيئات المحلية و الدولية، للمسؤولين السياسيين و القادة، لأهم الشخصيات و في كل المجالات.

حيث يتحدث اليوم المختصون عن مفاهيم جديدة ك"المواطن الرقمي"، و "المواطن الاقتصادي الرقمي".²⁶ لذا فإن السؤال الذي يطرح نفسه هو "كيف يتجسد هذا الاستخدام؟ وما هي غاياته؟"

1. الحكم Governing

إن استخدام النيوميديا في الحملات الانتخابية و الحياة السياسية أصبح شيء روتيني بل و أسامي في خضم ما توفره من خصائص من كالأنية، الانتشار، قابلية للتعديل، اختزال للزمان و المكان، قدرة على التتبع، الحوار و التقاسم... وغيرها من الخدمات. حيث يتم الحديث اليوم عن جعل المواطن "إنسان رقمي حرو و مستنير، حامى ذاتي لمعلوماته الشخصية"²⁷

كما تخطت العديد من الحكومات ذلك و أضحت تريد تجسيد ما يعرف بال"الحكومة الرقمية" ومحاولين بذلك الوصول إلى مستويات

25

<http://www.cn.undp.org/content/china/en/home/presscenter/articles/2015/01/role-of-new-media-and-social-innovation-in-development.html>

²⁶ homo numericus, homo connecticus, citoyen numericus, homo economicus
كلها مصطلحات تهدف إلى توضيح كون هذه الوسائل أو الخصائص جزءا أساسيا من طبيعة الإنسان المعاصر

²⁷ Yves Détraigne, Anne-Marie Escoffier, « Rapport d'information sur le respect de la vie privée à l'heure des mémoires numériques », N° 441, SENAT de France, Annexe au procès-verbal de la séance du 27 mai 2009, <http://www.senat.fr/rap/r08-441/r08-4411.pdf> 03/11/2017

بداياتها بظهور الويب 2.0 تعرف اليوم إنفجارا حقيقيا بظهور تطبيقات الألعاب و قنوات البث التدفقي و مخازن المعلومات و مستودعات البيانات. حيث يؤكد الباحثون أن هذه الأدوات أصبحت عبارة عن بيئة ديناميكية، متخللة للثقافات، و تسمح بالتشارك اللحظي للمعلومة.

كما أن وجود هذه الوسائل أدى إلى ظهور نماذج جديدة من الكتابة، الإنتاج، التسويق و الاستهلاك فيما يخص البرامج الترفيهية، و التي تقوم في مجملها على نوادي المعجبين، العلاقات بين المنتج و المستهلك عبر الإنترنت، و الملكية القانونية لمعلومات التقنية.²⁴

ج. التطوير Development

لما كان التطور و التطوير الإنساني أساس حركية المجتمعات و ظهور الحضارات، فقد كان من التحصيل الحاصل أن يكون للميديا الجديدة دور فاعل و أساسي في تحقيق هذه الحاجة لدى الأفراد و المجتمعات.

فالتطور الاجتماعي أصبح قائما على القدرة على التجديد و بث التجديد في نفس الوقت. لذا فإن الميديا الجديدة من خلال خصائصها التعليمية، التواصلية و التصميمية تساهم اليوم في تقديم فضاء ذو تنوع و ليونة تسمحان له بتسيير المشاريع، عرض الخطط، تحليل النتائج، حمل التصاميم، إيصال المعلومات بصورة فورية، تحليل و تفسير نتائج السيرورات، الأبحاث، تقديم التقارير بشكل مصور، فتح فضاءات النقاش، تغيير شكل التفاعلات، تغيير مسار القرارات...

حيث أكد Patrick Haverman في خضم المؤتمر الدولي للتجديد الاجتماعي حول قدرة الميديا الجديدة تفعيل التجديد الاجتماعي و تعزيز دور منظمات المجتمع المدني على أن دور الميديا الجديدة هو:

"Providing access to new resources and services and strengthening the capacity of civil society organizations is central to our approach. New media, especially the internet can be a great way to do this, as internet connects

²⁴Elana Shefrin, "Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture", Critical Studies in Media Communication, Volume 21, 2004 - Issue 3, Pages 261-281, Feb 2007,

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0739318042000212729>

03/11/2017 12:59

للتنسيق بين معارفهم وإبداعهم لتحقيق معايير إجتماعية جديدة حول كيفية خلق الثروة وتحقيق التطور الاجتماعي.

حيث يتحدث الكاتب عن الخصائص الاثني عشر (12) للاقتصاد الجديد وهي : المعرفة، الرقمنة، الافتراضية، التجزؤ، الاندماج أو العمل عبر الإنترنت، إلغاء الوساطة، التجمع التقني، التجديد، استهلاك وإنتاج الميديا، الأنبة، العولمة والنزاع³⁰. والتي يمثل حسبه التحكم فيها مفتاح النجاح في أي مجال من الرئيسية التي تسمح بتحقيق الثروة وهي : الرعاية الصحية، التجارة والتوزيع، التصميم والتصنيع، العلاقات العامة، الحاكمة، الترفيه السفر والسياحة، التعليم والتربية، التسلية والإنتاج الإعلامي.

II. الميديا الجديدة ومقومات الهوية الثقافية :

كما سبق وأشرنا إليه في مراحل سابقة تؤثر الميديا الجديدة في تصورات الأفراد وتلعب الصورة فيها دورا محوريا في تغيير تصور الأفراد عن أنفسهم وعن واقعهم وهو ما يؤثر على التصور الجماعي، و على المجتمع ككل. حيث يؤكد **Howard Rheingold** أن هذا التغيير أصبح واضحا لدرجة أن أغلب الأفراد يفهمون أن هذه الوسائط الجديدة للتواصل تعني حياة جديدة. كما يؤكد الباحث على أن طرق تبادل المعلومات الجديدة سمحت للأفراد على مر التاريخ بتغيير الممارسات الثقافية الموجودة. وبالتالي بتغيير طرق التنشئة الاجتماعية وتسهيل عملية تحول المجتمعات.³¹

هذه التصريحات تقودنا لطرح تساؤل رئيسي مفاده : ما الذي

تغير؟

I الميديا الجديدة والتجارب الإنسانية الجديدة :

لقد أدى ظهور الميديا الجديدة وارتباطها بالعولمة إلى خوض الإنسان لتجارب ثقافية جديدة يقول العلماء أنها لا تقل عن 6 تجارب و هي : ظهور تجارب نصية جديدة، طرق جديدة لتصوير العالم، ظهور أشكال علاقات جديدة أو طرق جديدة في ربط العلاقات بين الفرد و

³⁰ Don Tapscott, "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence", McGraw-Hill Professional, Édition : 2nd edition (7 octobre 2014)

³¹ Howard Rheingold dans Krekovic, Slavomir. 2003. New Media Culture: Internet asa Tool of Cultural Transformation in Central and Eastern Europe. In Crossing Boundaries: From Syria to Slovakia, ed. S. Jakelc and J. Varsoke, Vienna: IWM Junior Visiting Fellows' Conferences, Vol. 14. p1

جديدة من النشاط السياسي والقيادي. ومع ظهور الحريات الجديدة التي يقدمها الفضاء الافتراضي، وكذا القدرة على التحريك والتحرك حيث يتم الحديث عن ما يعرف باستخدام تحفيز أو توظيف المواطنين، و ذلك عن طريق "توفير الشفافية، ضمان القدرة على المشاركة العمومية، والمساهمة العمومية" وذلك لتحقيق ما يطلق عليه ب"نظام الحكم الخامس".

2. الدبلوماسية Diplomacy



Donald J. Trump @realDonaldTrump · 2 nov. ✓

Just spoke to President Macri of Argentina about the five proud and wonderful men killed in the West Side terror attack. God be with them!

4,8 k 13,2 k 66,6 k

من بين أخر التويتات التي قام بها مؤخرا الرئيسي الأمريكي المنتخب دونالد ترامب والتي تحدث فيها عن تعزيتة الرئيس الأرجنتيني **Macri** بسبب الهجوم الإرهابي الذي راح ضحيته خمسة (5) أشخاص²⁸ هو



Donald J. Trump @realDonaldTrump

Just heard Foreign Minister of North Korea speak at U.N. If he echoes thoughts of Little Rocket Man, they won't be around much longer!

6:08 AM · 24 sept. 2017

لتوظيف الميديا الجديدة في الأعمال الدبلوماسية.

حيث أصبحت هذه الفضاءات حيزا يسمح بالحديث عن العلاقات، الصداقات والتحالفات وكذا سيلا لبت رسائل حول المواقف والسياسات الخارجية، مثلما حدث مع ترامب في نفس الفضاء وتعليقه على خطاب وزير الخارجية لدولة كوريا الجنوبية والذي حمل نبرة تم الحديث فيها عن التهديد²⁹.

3. عالم الأعمال Business activities

في هذا السياق يرى الباحث **Don Tapscott** أن هذه الشبكات تسمح بالربط بين الأفراد عن طريق التكنولوجيا وذلك

²⁸ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/925907651350941696>

²⁹ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/911789314169823232>

ح. ظهور أنماط جديدة لتنظيم نشاطات الحياة والإنتاج :
فبالإضافة إلى إعادة الترتيب تم إدماج الميديا الجديدة في
ثقافة الميديا، الصناعة، الاقتصاد، النفاذية، الملكية،
الرقابة والتقنين.

هذه التجارب الجديدة أصبحت تحدد درجة اندماج الأفراد
فيما يعرف بالثقافة السائيرية أو **Cyber-Culture**.

(2) مقومات الهوية الثقافية ومستوياتها:

يرى العديد من العلماء أن للهوية مجموعة أساسية من
المقومات تتمثل في السن، النوع، الخلفية الثقافية (من لغة، فكر، فنون،
انتماءات عرقية وعادات وتقاليد) وكذا المعتقدات الدينية.³³

لكن الحديث عن مقومات الهوية الثقافية يقودنا إلى الحديث
عن الأبعاد الأسرية والتاريخية الثقافية لهوية الفرد، وكيفية إدراكه
لنفسه وإدراك الآخرين له، حيث يؤكد **Cross** أنه لا يمكن الاكتفاء
بالحديث عن متغير واحد لتحديد الهوية الثقافية وهو الانتماء لمجموعة
عرقية واحدة بل يجب إدراج عدة عناصر أخرى: أولا التجارب السلبية أو
الإيجابية التي يخوضها الفرد في البنى الاجتماعية، ثانيا يمكن للهوية أن
تتطور نحو أعلى مستوى من الاستخدام على الرغم من التجارب السيئة و
أخيرا فإن البنية الاجتماعية للعرق، العبودية، التمييز العنصري، العزل،
أو التاريخ الاجتماعي السياسي السيء الأمة ما يمكنهم التأثير سلبيا على
تطور الهوية عبر خلق صدمة عرقية أو ضغط نفسي لعدة أجيال.³⁴

كما ينبه الباحثون أن مفهوم **CULTURE** أي ثقافة يحمل
حسب **Hofstede** معان متعددة. ففي الأنتروبولوجيا نجد تعني القبيلة
والمجموعات العرقية، بينما تعني الأمة بالنسبة للعلوم السياسية وعلوم
الاجتماع. كما تحمل معنى المنظمات في علم اجتماع العمل وعلوم
التسيير.³⁵

يؤكد الباحثون أيضا على أن للهوية ثلاث مستويات أساسية و

هي:

التكنولوجيا الجديدة، تصور جديد للعلاقة بين الجسد البيولوجي و
الميديا التكنولوجية، وأخيرا ظهور أشكال جديدة للتنظيم والإنتاج.³²

أ. تجارب نصية جديدة : بما أن أغلب استخداماتنا للميديا
الجديدة تكون في شكل مشاركات نصية (مع الأخذ بعين
الاعتبار أن كلمة نص هنا تؤخذ بمعنى مجرد يندمج فيه
السياق، الفاعلون، أدوات الإنتاج والموضوع) فإن ما
حدث أن عملية إنتاج النصوص في هذه الوسائط عرفت
ظهور أنواع وأشكال نصية جديدة، يتم ترجمتها في
المحادثات العادية، الإنتاجات والمحتويات المختلفة أو في
بقية الأنشطة مثل التسلية، المتعة والأنماط الجديدة في
استهلاك الميديا (ألعاب الكمبيوتر، المحاكاة، المؤثرات
البصرية)

ب. طرق جديدة في تمثيل العالم : إذ أصبح بإمكان الأفراد
تمثيل العالم بطرق غير محددة مسبقا، كما أنه يسمح
يفتح المجال واسعا أمام إيجاد طرق جديدة وتجارب
جديدة (عن طريق ما يقدمه بناء العالم الافتراضي
Immersive virtual environments، أو الميلتيميديا
القائمة على شاشات التفاعل **Screen-based**
(interactive multimedia)

ت. ظهور علاقات جديدة بين الفاعل وتكنولوجيا الميديا
الجديدة : حيث تغيرت طريقة الفرد في تلقي الصورة، و
التعامل مع وسائل الاتصال في حياته اليومية، و في المعاني
التي يتم توظيفها في تكنولوجيا الميديا.

ث. تجارب جديدة فيما يتعلق بالعلاقة بين الجسد، الهوية و
المجموعة الثقافية: أي حدوث تغيير في التجربة الفردية و
الاجتماعية للزمن، الفضاء والمكان، وهو ما يغير طرق
إدراكنا وتعاملنا مع أنفسنا ومكانتنا في العالم

ج. تصور جديد للعلاقة البيولوجية الحسية مع الوسائط
التكنولوجية: حيث حدث تغيير هائل في كيفية تعامل
الأفراد مع الثنائيات بشري/اصطناعي، طبيعة/تكنولوجيا،
الجسد/الميديا كجزء اصطناعي تكنولوجي،
الواقعي/الافتراضي

³³ Ibrahim, F. A. United States acculturation index ©, Denver, CO.

Unpublished document, 2008. Dans F.A. Ibrahim, J.R. Heuer, Cultural and
Social Justice Counseling, International and Cultural Psychology, Springer
International Publishing, Switzerland, 2016, p15

³⁴ Cross, W. E., Jr. "The Thomas and Cross models of psychological nigrescence
: A review". The Journal of Black Psychology, 1978, 13–31.

³⁵ Hofstede, G. Culture's consequences, comparing values, behaviors,
institutions, and organizations across nations Thousand Oaks, CA: Sage. 2001.

³² Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly, New
Media, A Critical Introduction, Routledge Ed; 2nd ED; 2009; p28

الفردية، الإدراك للذات، والأذواق، والهندام، التعامل مع الوقت، الوعي السياسي والديني، القدرة على التسامح، الذكاء العاطفي، التواصل مع الآخر، الاهتمام بالحوار وتبادل الأفكار، طرق التعلم، الإهتمامات المعرفية، اللغات، الكفاءة في استخدام الحواسيب والإلكترونيات، التفتح نحو المواضيع المحضورة.

المحور الثالث: وحمل مقياسا ثانيا ب 5 اختيارات

موافق/موافق نوعا ما/ محايد/ غير موافق/ غير موافق تماما، يحمل عبارات حول مساهمة استخدام الميديا الجديدة في تغير الهوية الجماعية من خلال التأثير في نشاط الجماعات وأشكالها والعلاقات من وجهة نظر الأفراد.

المحور الرابع: وحمل سؤال حول استخدام الميديا وزيادة

إبراز الهوية لدى الأفراد، وعن كيفية حدوث ذلك. كما حمل المحور مقياسا خماسيا حول مساهمة الميديا الجديدة في تغيير مقومات الهوية الوطنية حسب رأي الأفراد.

وقد تم توزيع هذا الاستبيان عبر شبكات التواصل الاجتماعي بعد استخدام موقع google forms لصياغة الاستمارة في شكلها النهائي الذي يمكن الوصول إليه باستخدام الرابط التالي:

<https://docs.google.com/forms/d/15rpiq8OFA5vWJ>

sSMMdwLNN9SGVaWBa_67-j92SasrRA/prefil

- المستوى الفردي: والذي يمثل ما يميز الفرد. من اهتمامات، مستوى تعليمي، طريقة حديث، هندام، ممارسات وغيرها...

- المستوى الجماعي أو العائلي: ويقصد به المجموعات التي ننتمي إليها سواء عرقية، جغرافية، أو ذات اهتمامات مشتركة

- المستوى الثقافي أو الوطني: ونقصد به المجموعات الكبرى للانتماء كالمجتمع، القومية الوطنية، العرق، النوع، الدين أو الانتماء السياسي

منهجية الدراسة:

بالنسبة لدراستنا هذه فقد ارتأينا إجراء دراسة مسحية تسمح لنا بتتبع اتجاهات الأفراد وذلك من خلال وضع استمارة استبيان تحمل مجموعة أسئلة مشكلة وفق أربع 4 محاور أساسية تتمثل في:

- البيانات الشخصية: وفيها حاولنا جمع معلومات سوسيويمينية عن الأفراد أي السن، المستوى التعليمي و المهنة.

- اتجاهات نحو مساهمة استخدام في النيوميديا في تغيير الهوية الفردية

- اتجاهات نحو استخدام الأفراد للميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تغيير الهوية الجماعية

- اتجاهات نحو استخدام الميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تعزيز الهوية الوطنية و رموزها

بالإضافة لتضمن الاستمارة لمجموعة بيانات سوسيوديمغرافية تسمح بالتعرف أكثر على المبحوثين، وسؤالين حول الاستخدام.

فكانت الاستمارة كما يلي³⁶:

- المحور الأول: يحمل المعلومات الشخصية من نوع، سن و مستوى تعليمي و مهنة.

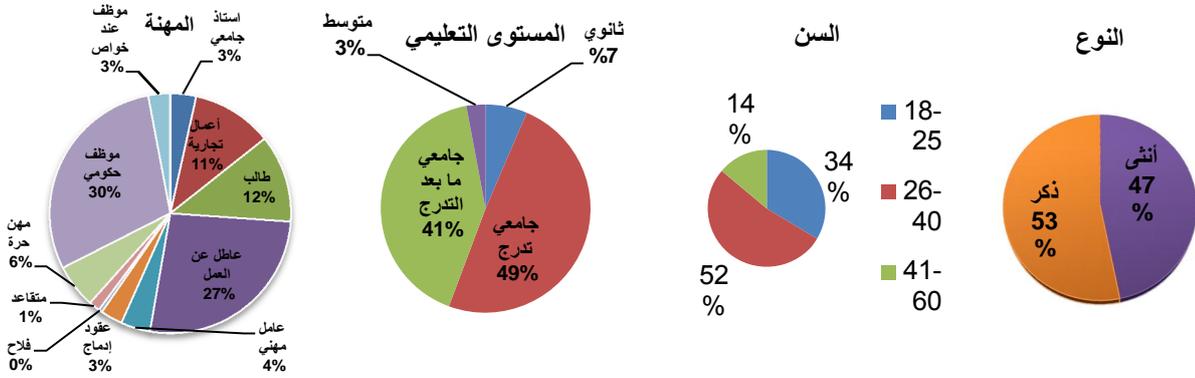
المحور الثاني: وقد تضمن مقياسا بإجابتين موافق/غير موافق يحمل مجموعة من العبارات تشمل محددات أو مقومات الهوية

الملحق رقم 1³⁶

نتائج الدراسة:

فيما يلي نقدم أهم نتائج الدراسة في شكل بياني .

بالنسبة للمحور الأول و المتعلق بالبيانات الشخصية فقد كانت النتائج كالتالي:



حيث بينت النتائج تقارب عدد الأفراد بين الجنسين، وكذا وجود عدة فئات عمرية تبدأ من 18 سنة وإلى 60 سنة وقد ظهر ذلك في المهن حيث ظهرت فئة المتقاعدين و فئة الطلبة.

[سأهم استخدامي للميديا الجديدة في تغير طريقة إدراكي لذاتي]

[سأهم استخدامي للميديا الجديدة في زيادة ثقتي بنفسي]

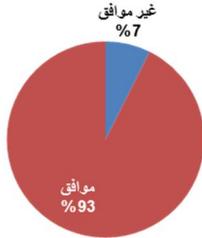
[سأهم استخدامي للتبوميديا في تغير أذواقهم حول الألوان، الموسيقى و الفنون]



فيما يتعلق بالمحور الثاني فقد لاحظنا انقساما إلى مجموعتين كبيرتين في آراء أفراد العينة حول مساهمة الميديا الجديدة في تغيير طريقة إدراكهم لذاتهم، وكذا في زيادة ثقمتهم بأنفسهم أو تغير أذواقهم نحو الألوان أو الموسيقى أو الفنون.

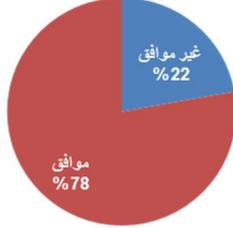
كذلك فيما يتعلق بزيادة الاهتمام بالهندام و التعامل مع الوقت و تحسين النكاه العاطفي. أما القدرة على إبداء الآراء فإن أغلبية العينة ترى أن الاستخدام قد ساعدهم في تحسين ذلك. نفس الشيء بالنسبة لتبادل الأفكار و تغير طريقة التعامل مع الآخر وكذا الوعي بأهمية الحوار و تبادل الأفكار.

[سأهم استخدامي للميديا الجديدة في تحسين ذكاتي العاطفي] [سأهم استخدامي للميديا الجديدة في تغير طريقي في الحديث مع الآخر] [سأهم استخدامي للميديا الجديدة في وعي بأهمية الحوار و تبادل الأفكار]

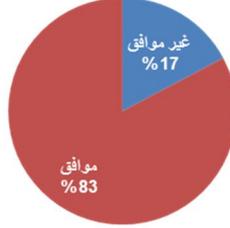


فيما يخص زيادة الاهتمام بتطوير الذات فقد أكدت غالبية مفردات البحث بنسبة 86% أن الاستخدام ساهم في ذلك. و هو نفس ما لاحظناه فيما يتعلق بتغير طرق التعلم و تغير الاهتمامات المعرفية.

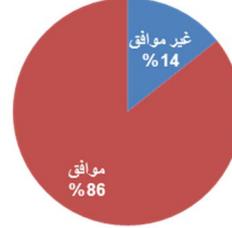
[ساهم استخدامي للميديا الجديدة في تغير اهتماماتي المعرفية]



[ساهم استخدامي للميديا الجديدة في تغير طرق تعلمي]

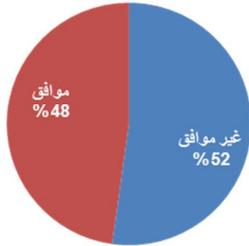


[ساهم استخدامي للميديا الجديدة في زيادة اهتمامي بتطوير ذاتي]

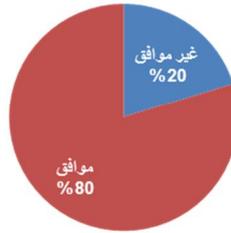


في موضوع آخر لا يقل أهمية و هو تعلم اللغات أبدى 80% من أفراد العينة اهتمامهم باللغات

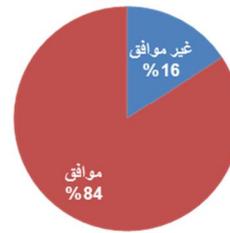
[ساهم استخدامي للميديا الجديدة في قدرتي على التسامح]



[ساهم استخدامي للميديا الجديدة في اهتمامي باللغات]

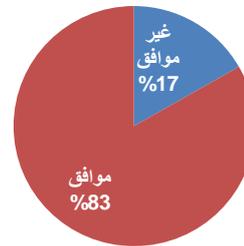


[ساهمت الميديا الجديدة في طريقة تواصلني مع الآخرين]



بينما أكد 52% منهم مساهمة الميديا الجديدة في زيادة قدرتهم على التسامح. على نفس المنوال أكد 83% زيادة كفاءتهم في استعمال الحواسيب والإلكترونيات، و 73%

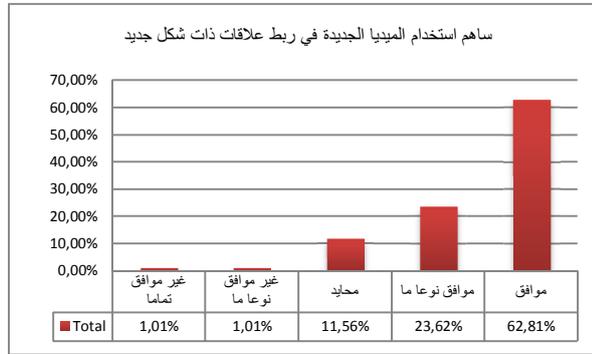
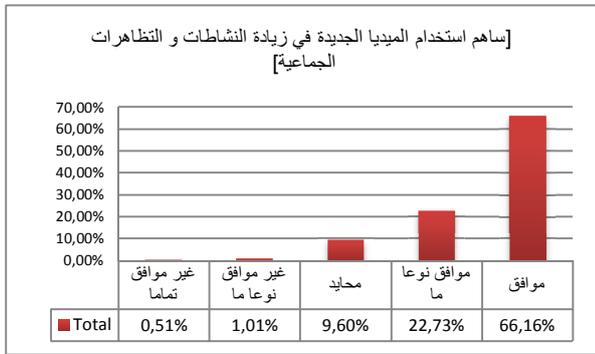
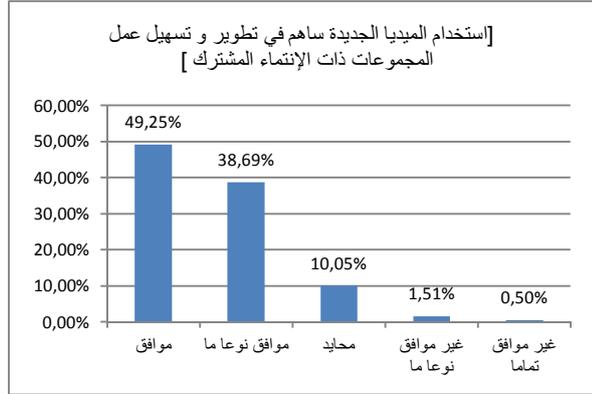
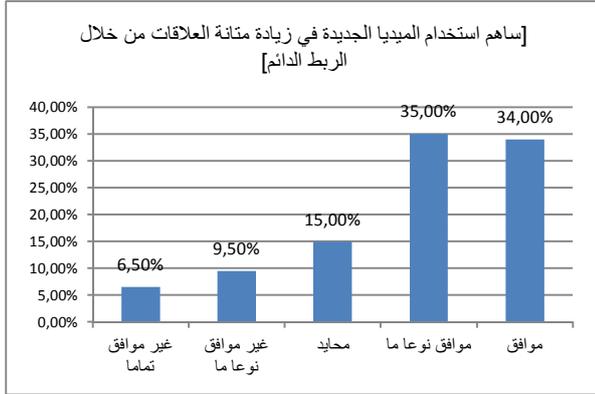
[ساهمت الميديا الجديدة في زيادة كفاءتي في استخدام الحواسيب و البرامج و الإلكترونيات] [ساهم استخدامي للميديا الجديدة في تفتحي نحو المواضيع المحضورة اجتماعيا]



تفتحهم نحو المواضيع المحضورة اجتماعيا.

أما فيما يخص المحور الثالث فقد بينت النتائج نزعة نحو تأكيد أثر استخدام الميديا الجديدة على الهوية الجماعية، حيث كانت النتائج كما يلي:

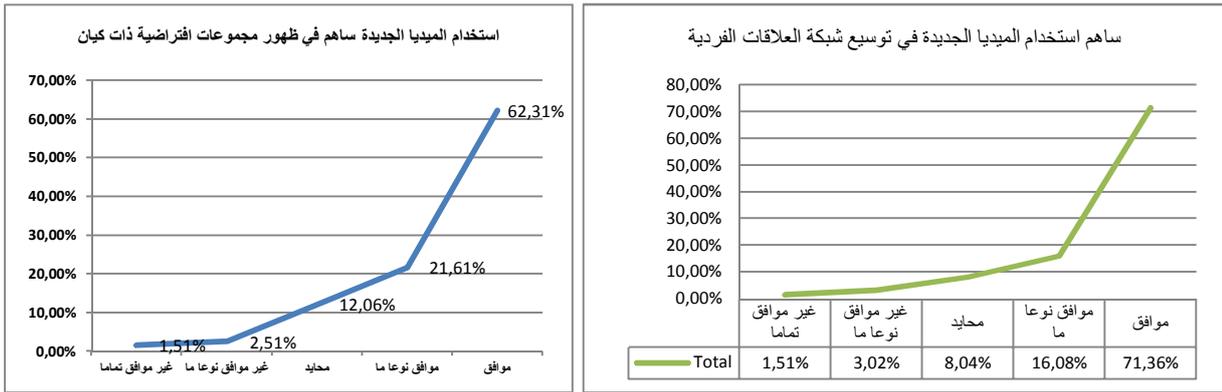
أكثر من 80% من المبحوثين يوافقون على كون استخدمتم الميديا الجديدة يسهل ويطور عمل المجموعات ذات الإنتماء المشترك، بينما يرى 65% أنها زادت من متانة



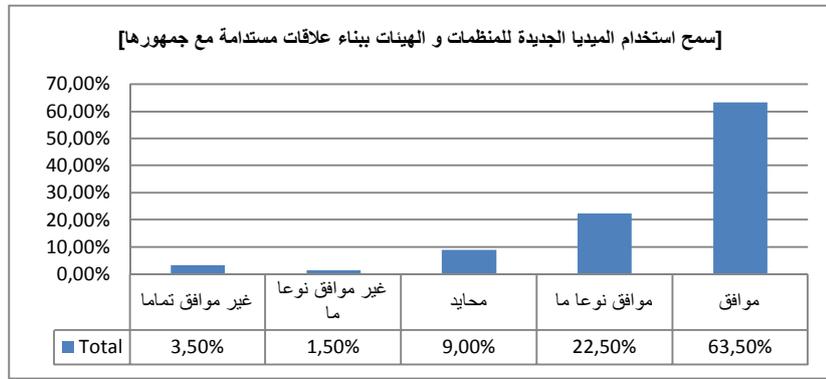
العلاقة من خلال الربط الدائم.

في ذات السياق تمركز أكثر من 86% من الأفراد في توجه نحو الموافقة على كون الميديا الجديدة ساهمت في ربط علاقات ذات شكل جديد و ساهمت في زيادة النشاطات و

التظاهرات الجماعية بنسبة تقريبا 90%.



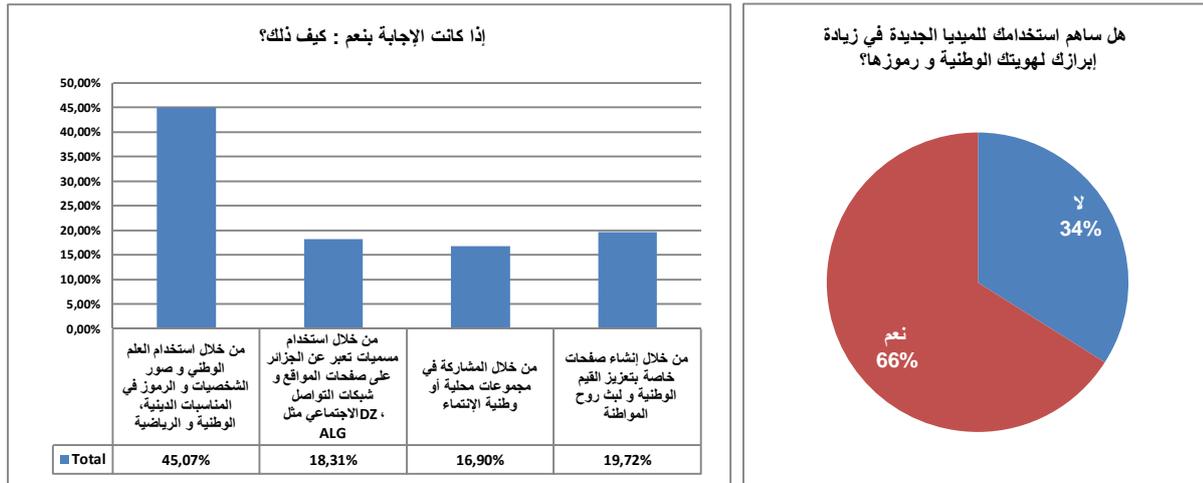
فيما يتعلق بتوسيع شبكة العلاقات الفردية نجد أن أكثر من 87% من المبحوثين يوافقون على مساهمة الاستخدام في ذلك، بينما يرى 84% أن هذا الاستخدام ساهم في ظهور مجموعات افتراضية ذات كيان واضح.



أخيرا وفيما يخص بناء علاقات مستدامة من طرف المنظمات مع جمهورها فإن نسبة 86% من المبحوثين يوافقون على ذلك.

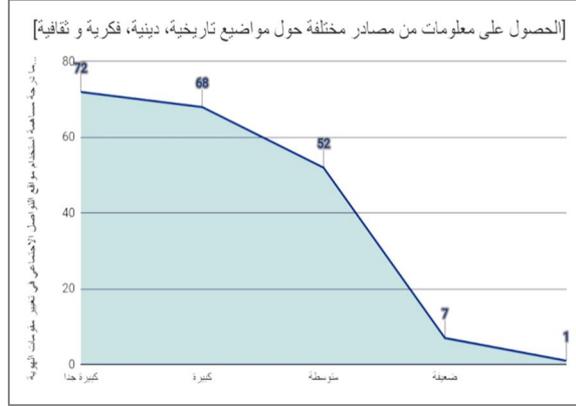
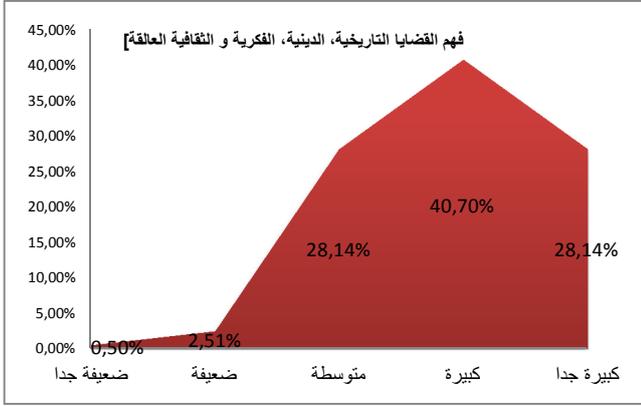
فيما يتعلق بالمحور الرابع والأخير والمتعلق باتجاهات الأفراد وتغيرات الهوية الثقافية والوطنية فقد كانت النتائج كما يلي.

أكد 66% من الأفراد أن استخدام الميديا الجديدة زاد من إبرازهم لهويتهم الوطنية ورموزها. وقد تواترت الطرق بين استخدام العلم وصور الشخصيات والرموز كأعلى



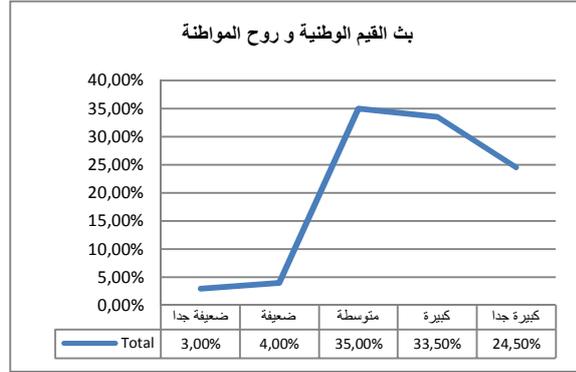
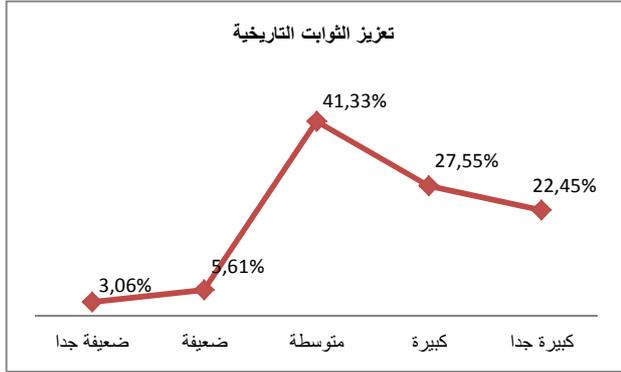
نسبة ب 45% تلتها المسميات المعبرة والمشاركة في الصفحات ذات الإلتناء الوطني أو التي تعمل على بث نشرواح المواطنة بنسب أقل.

أما فيما يخص اتجاهات الأفراد نحو هذا الاستخدام وتغير الهوية الوطنية أو تعزيزها، فقد أظهرت النتائج أن ما يقل عن 89% من الأفراد يرون أن استخدام هذه الوسائط يساهم مساهمة متوسطة إلى كبيرة جدا في الحصول على معلومات من مصادر مختلفة حول مواضيع تاريخية، دينية، فكرية وثقافية. بينما يؤكد 80% من المستجوبين أن الاستخدام يساهم بشكل متوسط إلى كبير جدا في فهم القضايا الدينية العالقة. كما تؤكد نسبة 90% من العينة أن الوسائط تساهم مساهمة متوسطة إلى كبيرة جدا في بث قيم



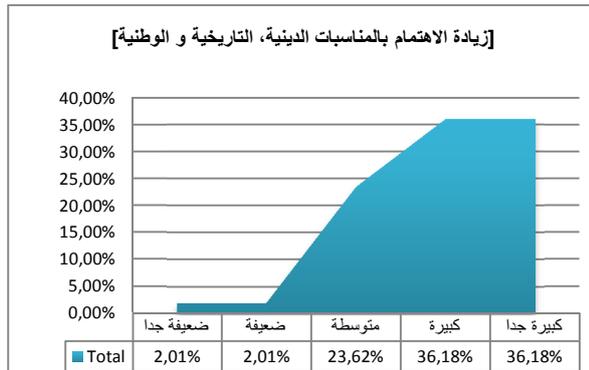
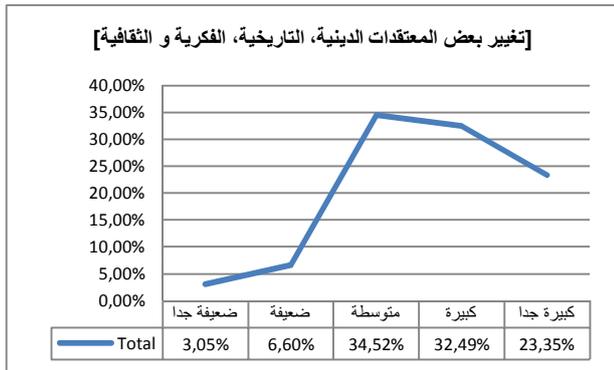
الوطنية و روح المواطنة. و بنفس النسبة يؤكدون نفس الشيء فيما يخص تعزيز الثوابت التاريخية.

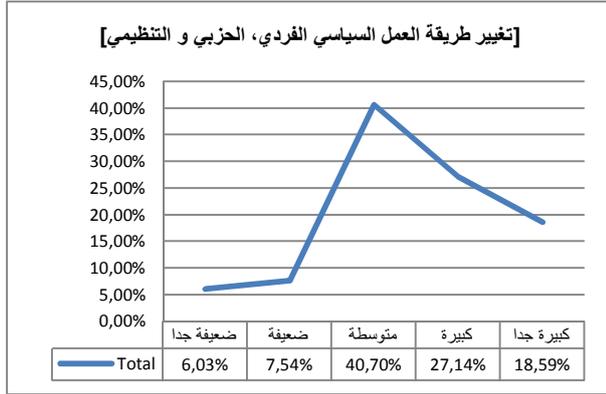
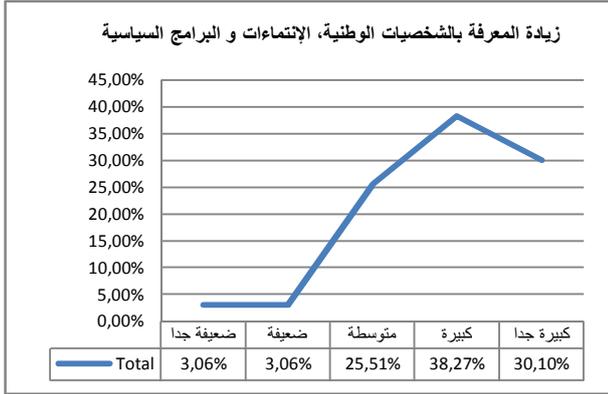
كما أكدت نسبة 96% من المجوبين أن الوسائط تساهم مساهمة متوسطة إلى كبيرة جدا في زيادة الاهتمام بالمناسبات الدينية، التاريخية و الوطنية. لتؤكد نسبة 90%



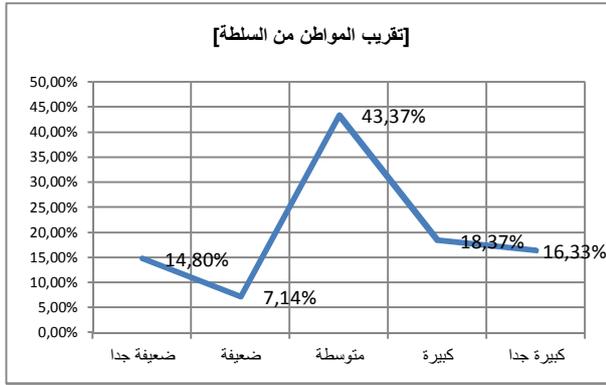
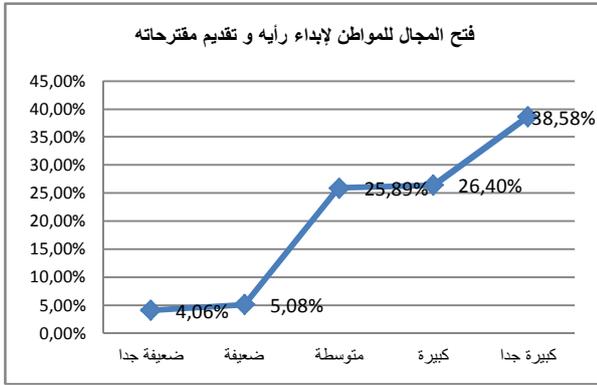
أنها تساهم بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا في تغيير بعض المعتقدات الدينية، الفكرية و الثقافية.

أما بالنسبة للنشاطات السياسية فقد أكد ما يقارب ال 96% من الأفراد أنها ساهمت في تغيير طريقة العمل السياسي الفردي، الحزبي و التنظيمي، بينما يرى 93% من نفس العينة أن هذا الاستخدام أدى إلى زيادة المعرفة بالشخصيات الوطنية، الانتماءات و البرامج السياسية.



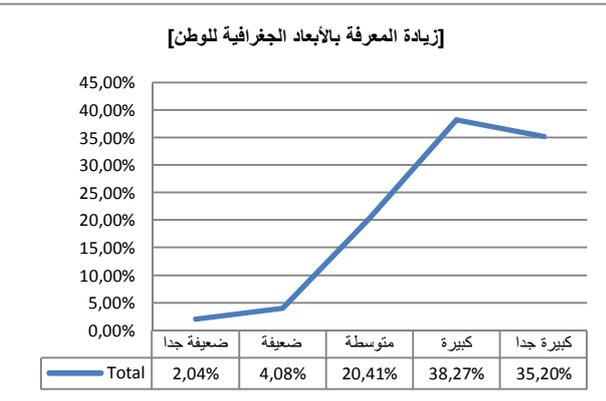
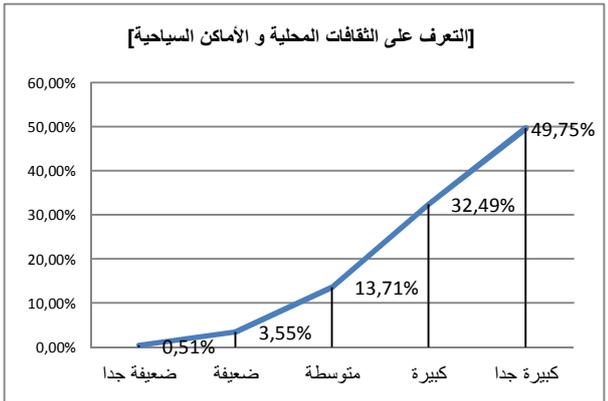


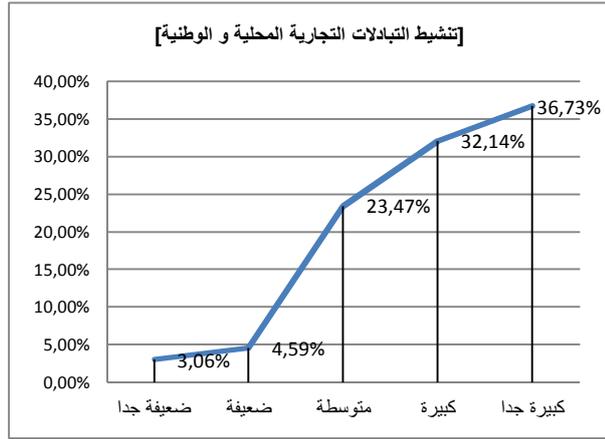
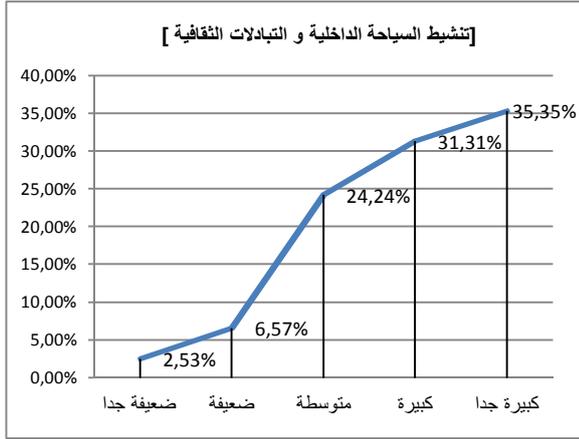
أما عن تقرب المواطن من السلطة فإن 77% يرون أنها ساهمت في ذلك بشكل متوسط إلى كبير جدا. أما ما يقارب 92% فإنهم يؤكدون أنها فتحت المجال للمواطن لإبداء رأيه و تقديم مقترحاته بشكل متوسط إلى كبير جدا.



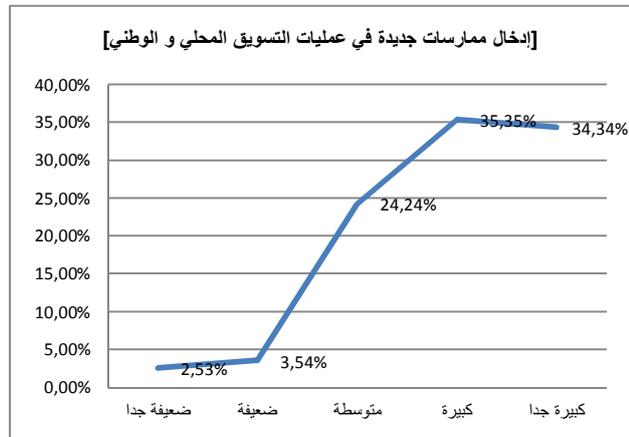
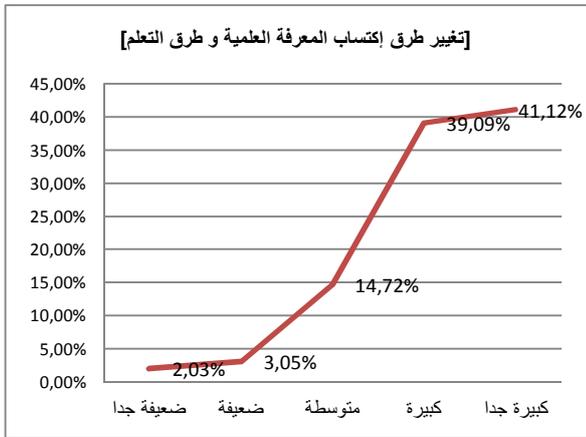
في موضوع لا يقل أهمية أكدت نسبة 94% من الأفراد أن الميديا الجديدة ساهمت في زيادة المعرفة بالأبعاد الجغرافية للوطن، وفي التعرف على الثقافات المحلية والأماكن السياحية بنسبة 94% وذلك بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا.

كما ترى نفس العينة و بنسبة 92% أن استخدام الميديا الجديدة ساهم في تنشيط التبادلات التجارية المحلية و الوطنية بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا. و ساهم في تنشيط السياحة الداخلية و تبادل الثقافات بنفس الدرجة بنسبة 90%.



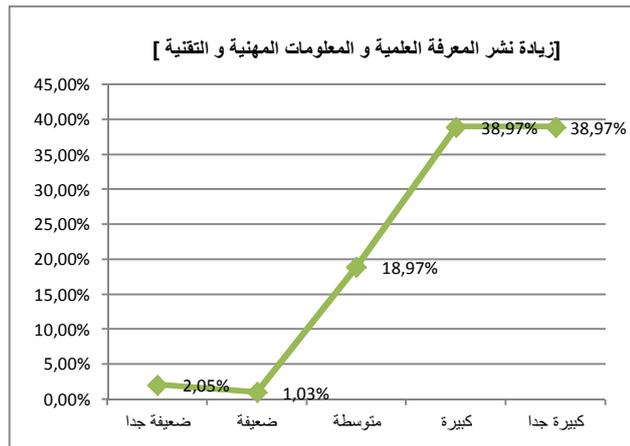
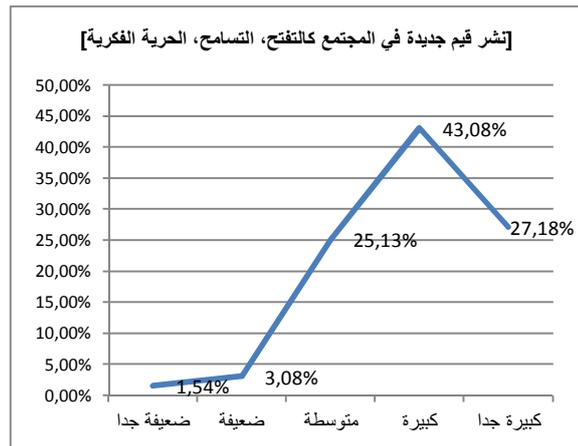


كما أعرب 94% من المبحوثين عن كونهم يؤيدون فكرة مساهمة الميديا الجديدة في إدخال ممارسات جديدة في عمليات التسويق المحلي والوطني.



في سياق آخر أعرب 95% من المبحوثين أن استخدام النيوميديا ساهم في تغيير طرق اكتساب المعرفة العلمية و طرق التعلم بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا.

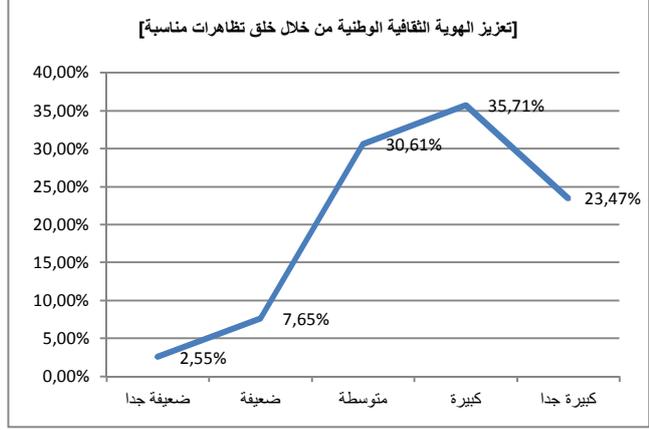
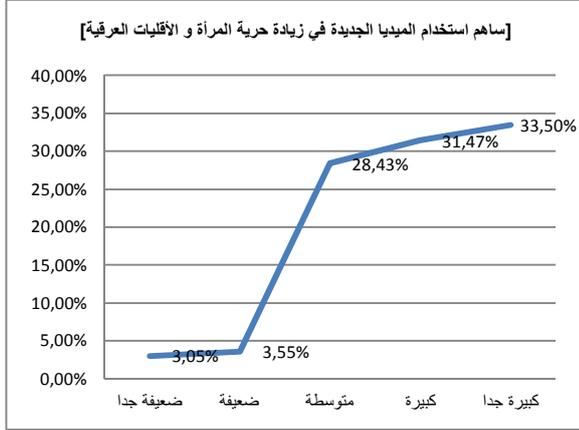
كما يرى 97% من أفراد العينة أن هذا الاستخدام ساهم في زيادة نشر المعرفة العلمية و المعلومات المهنية و التقنية. فيما يخص القيم الاجتماعية الجديدة فقد أكد 95%



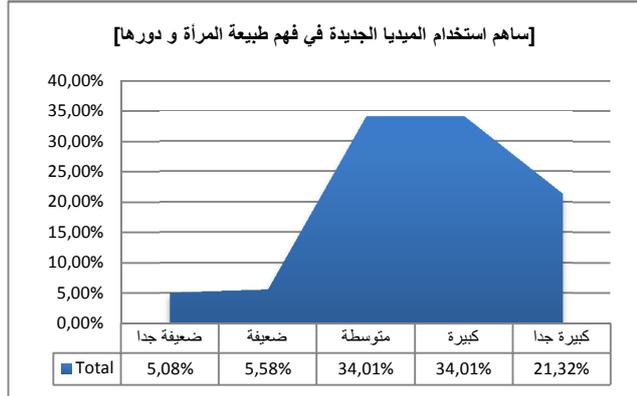
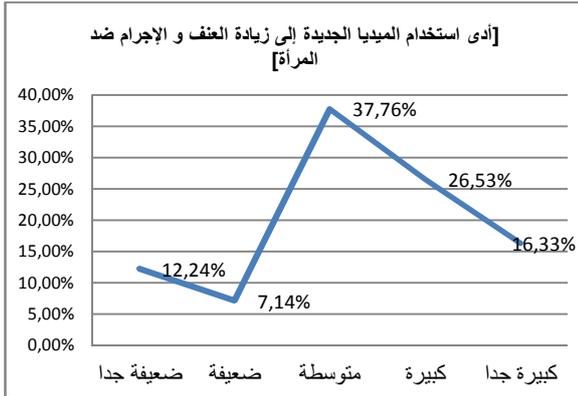
من المبحوثين أن الاستخدام ساهم في نشرها بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا.

في سياق أكثر شمولية يرى أكثر من 89% من الأفراد أن استخدام هذه الوسائط ساهم في تعزيز الهوية الثقافية والوطنية من خلال خلق تظاهرات مناسبة وذلك بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا.

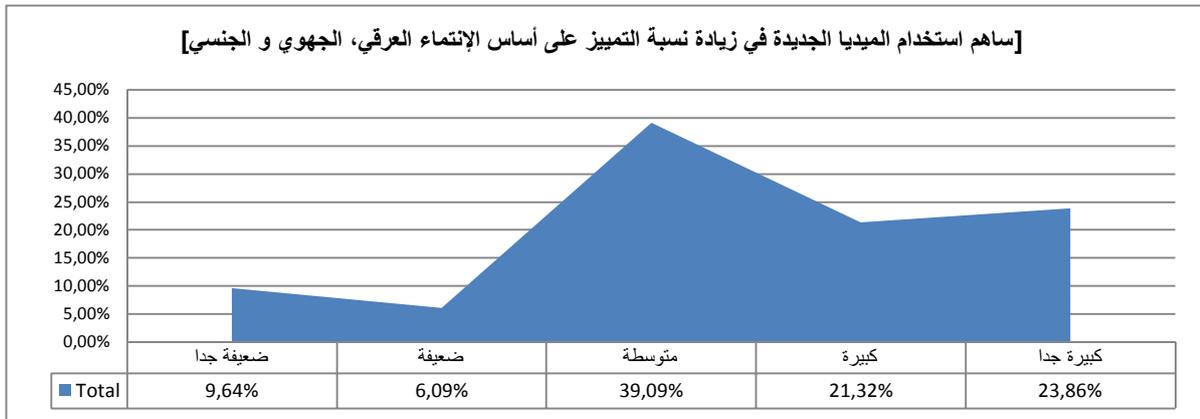
في سياق مختلف أكد أكثر من 93% من المبحوثين أن هذه الوسائط ساهمت في زيادة حرية المرأة والأقليات العرقية بدرجة متوسطة إلى كبيرة جدا. كما أكد أكثر من 89% منهم أنها ساعدت على فهم دور وطبيعة المرأة بصورة متوسطة إلى كبيرة جدا. أما أكثر من 80% فيرون أن ذلك ساهم أيضا في زيادة نسبة العنف والجريمة ضد المرأة.



أيضا ما لا يقل عن 84% يؤكدون أن هذا الاستخدام قد ساهم في زيادة نسبة التمييز على أساس الانتماء العرقي، الجهوي والجنسي.



تفسير النتائج و قراءتها على ضوء الفرضيات:



صدق وثبات النتائج

المحور الثاني : استخدام الميديا الجديدة والهوية الجماعية

Analyse de variance: deux facteurs sans répétition d'expérience						
RAPPORT DÉTAILLÉ	Nombre d'échantillons	Somme	Moyenne	Variance		
Ligne 1	7	40	5,714285714	36,57142857		
Ligne 2	7	150	21,42857143	21,95238095		
Ligne 3	7	359	51,28571429	258,2380952		
Ligne 4	7	815	116,4285714	632,2857143		
Colonne 1	4	198	49,5	2047		
Colonne 2	4	187	46,75	680,9166667		
Colonne 3	4	197	49,25	2888,25		
Colonne 4	4	197	49,25	3282,916667		
Colonne 5	4	196	49	3958,666667		
Colonne 6	4	196	49	2740,666667		
Colonne 7	4	193	48,25	3058,25		
ANALYSE DE VARIANCE						
Source des variations	Somme des carrés	Degré de liberté	Moyenne des carrés	F	Probabilité	Valeur critique pour F
Lignes	50297,42857	3	16765,80952	53,20066485	3,79032E-09	3,15990759
Colonnes	21,71428571	6	3,619047619	0,011483832	0,999991058	2,661304523
Erreur	5672,571429	18	315,1428571			
Total	55991,71429	27				
ALPHA CRONBACH TEST		0,981203242				

المحور الثالث : استخدام الميديا الجديدة والهوية الوطنية

Analyse de variance: deux facteurs sans répétition d'expérience						
RAPPORT DÉTAILLÉ	Nombre d'échantillons	Somme	Moyenne	Variance		
1	22	174	7,909090909	51,2294372		
7	22	203	9,227272727	14,3744589		
52	22	1247	56,68181818	282,322511		
68	22	1419	64,5	150,357143		
71	22	1291	58,68181818	302,512987		
AI	5	199	39,8	1234,7		
AJ	5	200	40	972,5		
AK	5	196	39,2	971,7		
AL	5	199	39,8	1172,2		
AM	5	197	39,4	819,8		
AN	5	196	39,2	998,7		
AO	5	199	39,8	823,7		
AP	5	196	39,2	724,7		
AQ	5	197	39,4	870,8		
AR	5	196	39,2	1095,7		
AS	5	197	39,4	1679,3		
AT	5	198	39,6	850,3		
AU	5	196	39,2	925,7		
AV	5	198	39,6	1015,3		
AW	5	197	39,4	1405,3		
AX	5	195	39	1334		
AY	5	195	39	1176,5		
AZ	5	196	39,2	795,7		
BA	5	197	39,4	914,8		
BB	5	197	39,4	800,3		
BC	5	196	39,2	573,2		
BD	5	197	39,4	661,3		
ANALYSE DE VARIANCE						
Source des variations	Somme des carrés	Degré de liberté	Moyenne des carrés	F	Probabilité	Valeur critique pour F
Lignes	70455,67273	4	17613,91818	88,0217696	3,16667E-29	2,480322306
Colonnes	7,6	21	0,361904762	0,00180854	1	1,683053267
Erreur	16809,12727	84	200,108658			
Total	87272,4	109				
ALPHA CRONBACH TEST		0,98863917				

سمح استخدام اختبار كرو نباخ من الحصول على تأكيد ثبات وصدق المقاييس الأساسية.

تفسير النتائج:

من خلال ما تقدم عرضه من نتائج يتبين لنا أن هناك نزعة حقيقة من العينة محل الدراسة نحو الربط بين استخدام الميديا الجديدة و حدوث بعض التغييرات السلوكية و النفسية لديهم.

الفرضية الأولى :

- للأفراد اتجاهات إيجابية نحو مساهمة استخدام النيوميديا في تغيير الهوية الفردية

لقد أثبتت النتائج أن الأفراد يتفقون مع كون استخدام النيوميديا ساهم في تغيير العديد من السلوكيات والآراء على مستواهم بنسب متفاوتة فقد تخطت نسبة الموافقين 90% في تسع عبارات تقريبا بينما كان هناك توازن في سبع عبارات بالنصف تقريبا. وهو ما يمكننا من القول بأن ذلك يعني أن اتجاه الأفراد بالنسبة لحدث تغييرات على الهوية الفردية اتجاه إيجابي ويمكن تفسير ذلك بكون النيوميديا أصبحت جزء لا يتجزأ من واقع الأفراد وبالتالي فإنهم يلاحظون تغيرات على ممارساتهم، آرائهم ومشاعرهم.

الفرضية الثانية :

- للأفراد اتجاهات إيجابية نحو استخدام الأفراد للميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تغيير الهوية الجماعية

في هذا المحور تبين لنا من خلال النتائج و باعتماد الأساليب الإحصائية المناسبة أن أغلب مفردات العينة تراوحت درجات تأكيدهم لمساهمة هذه الوسائط في إحداث تغييرات على مستوى شكل العلاقات وأنماط الربط و حتى شكل المجموعات ما بين متوسطة و كبيرة جدا، وهو ما يعني توجيها إيجابيا نحو العلاقة بين استخدام الميديا الجديدة و حدوث تغييرات في الهوية الجماعية. وهو ما يمكن تفسيره بكون التغييرات العلانية الحاصلة أصبحت أمور عادية و انتماء الأفراد لمجموعات افتراضية أو جماعات موجودة تعتمد على النيوميديا أصبح أمر روتيني، كما أن حدوث تغييرات على مستوى الشاكلة العلانية لهذه المجموعات أصبح واضحا بالنسبة للأفراد بسبب العديد من التغييرات الحاصلة أو التي أحدثتها هذه المجموعات في حياة الأفراد كمجموعات التعليم، الفكر، المجموعات الدينية، الخيرية، الفنية، الطبية...

- للأفراد اتجاهات متباينة نحو استخدام الميديا الجديدة و مساهمة ذلك في تعزيز الهوية الوطنية و رموزها

فيما يتعلق بهذا المحور تبين لنا أن أغلب المفردات المبحوثة أكدت أن استخدام الميديا الجديدة يساهم في تغيير سلوكياتهم التي يعبرون بها عن هويتهم الوطنية و التي تساهم في تعزيز تمسكهم بقيم المواطنة و الثوابت التاريخية و القضايا الدينية و أساليبهم في التعلم، و التعرف على وطنهم، و حتى في حدود هذا الوطن الجغرافية، السياسية، الاقتصادية... و كذا ما يتعلق بالانتماءات العرقية و النوعية.

حيث أن كل العبارات كانت نتائجها تدرجا من المتوسط نحو الكبير جدا في درجة مساهمة الميديا الجديدة في إحداث التغيير.

مما يؤكد وجود اتجاهات إيجابية ناحية استخدام النيوميديا و التغييرات الحاصلة في الهوية الجماعية للأفراد. و يمكن تفسير ذلك بأن استخدام الميديا الجديدة أصبح لأسباب تقنية أحيانا تتعلق بتحسين خدماته أو تتعلق بتقديم خدمات

أفضل من أصحاب هذه الوسائط، تهتم بالمقومات و تبحث فيها و لتقديم ما يتوافق و الانتماءات الوطنية، الفكرية، الهوية للأفراد. فتجدها تذكر الأفراد بالمناسبات، و تسوق إليهم المعلومات و الأحداث و التواريخ. كما أن كون الفضاء مفتوح نحو الاستخدام العام فقد ساهم هذا في فتح حوارات و مساحات كبيرة للأفراد للتعبير عن هوياتهم الوطنية، العرقية و النوعية، و كذا لحل بعض المشكلات الفكرية العالقة، أو للتعرف على امتداد هذه الهوية بمختلف مظهراتها.

الخلاصة:

من خلال مناقشة النتائج يتبين لنا أن الفرد في واقعنا الحالي يعمل على استخدام الميديا الجديدة و إدراجها في العادات و الروتينيات. فعالها حال التقنيات التي سبقتها أحدثت تغييرا كبيرا على واقع الإنسان الذي لم يعاصرها منذ البداية، لكنها اليوم أصبحت تحصيليا حاصل في واقعه و في واقع الأجيال الجديدة التي وجدت لتعثر عليها في حياتها، حيث تمثل هذه التقنيات بالنسبة لها جزئية أساسية من تكوينها الهوياتي و التي ترتبط بها العديد من الممارسات اليومية العادية أو الطارئة، الشخصية أو المهنية، الفردية أو الجماعية...

كما أن الأفراد و اعين بحجم التغييرات التي تقوم هذه الوسائط بإحداثها على مستوى ممارساتهم، سلوكياتهم، و مشاعرهم، و في مختلف المجالات بغض النظر عن نوعية هذا التغيير و منحا.

وهو ما يدفعنا للتساؤل عن منحى هذا التغيير و نوعيته، فإذا كان التغيير موجودا و اتجاهات الأفراد في العموم إيجابية نحوه و تسعى إلى ترشيد التغيير و استخدام الوسائط بشكل فعال، إلا أنه يجب في مرحلة متقدمة التأكيد على كيفية حدوث التغيير و كذا الأبعاد التي يأخذها بالنسبة لكل مستوى من مستويات الهوية الثقافية للأفراد.

المراجع:

1. Akoun André, « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », Presses Universitaires de France, Cahiers internationaux de sociologie, 2002, p9
2. Alex Mucchielli, « pratiques et mécanismes de la communication », In « Introduction aux sciences de l'information et de la communication », Editions de l'organisation, Paris 1995, p 83
3. Allard L., Vandenberghe, F., « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », Réseaux, 2003, no 117, p. 194
4. Les Liaisons Numériques. Vers une "CASILLI Antonio A. , Paris :Seuil, collection, La couleur des "nouvelle sociabilité idées, 2010.
5. Cross, W. E., Jr. "The Thomas and Cross models of psychological nigrescence : A review". The Journal of Black Psychology, 1978, 13–31.

- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly, *New Media, A Critical Introduction*, Routledge Ed; 2nd ED; 2009; p28 .16
- Armand "La socialisation de l'adolescent" Pierre G. Coslin, Colin, 2007. .17
- numericus d'Alain de Benoist, -Régis Debray dans *Homo numericus* .18
https://s3-eu-west-29/10/20171.amazonaws.com/alaindebenoist/pdf/homo_numericus.pdf
- Roberto Igarza, dans « L'ART DE GÉRER SA CARRIÈRE, à l'intention des travailleurs autonomes en NOUVEAUX MÉDIAS », LE CONSEIL DES RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR CULTUREL, 2007, p3 .19
<https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/art-nouveaux-medias-carrieres-professionnelles-crhsc-2007.pdf>
 31/10/2017, 13 :10
- SERRES Michel, 2013 .20
https://www.canalu.tv/video/universite_paris_1_pantheon_sor_bonne/michel_serres_l_innovation_et_le_numerique.11491_01/11/2017
 10: 15
- VIAL Stéphane, « La structure de la révolution numérique ». Paris Thèse de doctorat, philosophie. Paris : Université Descartes. (2012) .21
- Wellman, B.; "The glocal village: Internet and community"; *Idea&s*, 1, p 29, 2004 .22
- Yves Détraigne, Anne-Marie Escoffier, « Rapport d'information sur le respect de la vie privée à l'heure des mémoires numériques », N° 441, SENAT de France, Annexe au procès-verbal de la séance du 27 mai 2009, 03/11/2017 <http://www.senat.fr/rap/r08-441/r08-4411.pdf> .24
- <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/925907651350941696> .25
- <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/911789314169823232> .26
- <http://www.cn.undp.org/content/china/en/home/presscenter/articles/2015/01/role-of-new-media-and-social-innovation-in-development.html> .27
- https://docs.google.com/forms/d/15rpiq8OFA5vWjsSMMd_wLNN9SGVvWBa_67-j92SasrRA/prefill .28
- Dominique Gany, « Nouveaux Medias: mode d'emploi (e-management) », Edipro Belgium; Édition : Série 1 (15 décembre 2009), p17 .6
- Dominique Cardon, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, no 152, p. 93-137, 2008, p97 .7
- David ASSOULINE, « Rapport sur l'impact des nouveaux médias sur la jeunesse », Commission de SENAT, SESSION ORDINAIRE DE 2008-2009, N°49, Annexe au procès-verbal de la séance du 22 octobre 2008, 03/11/2017 <https://www.senat.fr/rap/r08-046/r08-0461.pdf> .8
 12 : 06
- Don Tapscott, "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence", McGraw-Hill Professional; Édition : 2nd edition (7 octobre 2014) .9
- Elana Shefrin, "Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture", *Critical Studies in Media Communication*, Volume 21, 2004 - Issue 3, Pages 261-281, Feb 2007, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0739318042000212729> 03/11/2017 12:59 .10
- Hofstede, G. *Culture's consequences, comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* Thousand Oaks, CA: Sage. 2001. .11
- Hua Wang, Barry Wellman, "Social Connectivity in America: Changes in Adult Friendship Network Size From 2002 to 2007", *American Behavioral Scientist*, Vol 53, Issue 8, pp. 1148 – 1169, 2010, p 1149 .12
- Howard Rheingold dans *Krekovic, Slavomir. 2003. New Media Culture: Internet as a Tool of Cultural Transformation in Central and Eastern Europe*. In *Crossing Boundaries: From Syria to Slovakia*, ed. S. Jakelcic and J. Varsoke, Vienna: IWM Junior Visiting Fellows' Conferences, Vol. 14. p1 .13
- Ibrahim, F.A. *United States acculturation index* ©, Denver, CO. Unpublished document, 2008 . Dans F.A. Ibrahim, J.R. Heuer, *Cultural and Social Justice Counseling*, International and Cultural Psychology, Springer International Publishing, Switzerland, 2016, p15 .14
- Meikle Graham, "Social Media: Communication, Sharing and Visibility", Routledge, New York, 2016 .15