

أدوار المستخدم في المنصات الإلكترونية الحديثة: حوار أم إغراق؟
قراءة في إنتاج المخامين واستهلاكها من قبل مستخدمي الإنترنت في الجزائر

User roles in modern electronic platforms: dialogue or dumping?

A reading of content production and consumption by Internet users in
Algeria

د/ فلاق شبرة صالح

جامعة مستغانم – الجزائر

fellagsalah@live.fr

تاريخ الإرسال: 2019/06/18؛ تاريخ القبول: 2019/12/15

Abstract:

The gradual transformation of the audience of readers, listeners and viewers from the traditional media towards the new media, the most recent changes in the level of several phenomena that prevailed in the community in the dimensions of communication and cultural, where it is possible to participate in the production of content through interactive platforms on the Internet, Attractive power for users who are looking for roles that were not out of their circle of ambition previously, and the new communication practices emerged new social formations on the virtual spaces, including what moved from the real environment to the virtual environment with a technical update rather than a radical and thus it was a reproduction of traditional conglomerates or groups by digital tools encouraging communication to draw the features of identities.

The communication explosion has created an abundance of content production and a proliferation of sources on the Internet to the point of dumping information, as the user can no longer distinguish between what works and what corrupts and the negative of some users and their vulnerability to exposure to the production of others and re-share and circulation, the opportunities for equality in production and dissemination on the network (P2P) to one-sided dumping, is the one who has the power to produce and submerge the various individual and collective spaces with the contents of a specific or ideological or specific purposes, and therefore the approach to cultural dialogue and between the groups and various social formations on the majority (Passive users) disrupt the mechanisms of dialogue and cultural exchange and encourage unilateral payment and marketing of ready-made models of personality, behavior, culture and lifestyles. This is considered null and void. For the other and at the expense of his being, which makes us wonder about the roles of users on the platforms and the mechanisms of cultural dialogue and civilization in light of these developments ?.

Key words :

Cultural dialogue ; communication ; electronic platforms ; uses ; identities ; social tranformations ; internet ; content consumption ; production ; exchange.

ملخص:

التحول التدريجي لجمهور القراء والمستمعين والمُشاهدين من وسائل الإعلام التقليدية نحو وسائط التواصل الجديدة، أحدث تغييرات على مستوى عدة ظواهر كانت سائدة في المجتمع في أبعادها الاتصالية والثقافية، حيث أصبح ممكنا أن يشارك الجميع في إنتاج المحتوى من خلال المنصات الإلكترونية التفاعلية على شبكة الأنترنت، ويعتبر ذلك قوة جاذبة للمستخدمين الذين يبحثون عن تقلد أدوار كانت لا تخرج عن دائرة الطموح لديهم سابقا، وجراء الممارسات الاتصالية الجديدة ظهرت تشكيلات اجتماعية جديدة على

الفضاءات الافتراضية ومنها ما انتقل من البيئة الواقعية إلى البيئة الافتراضية بتحديث تقني وليس جذري وبالتالي كان ذلك بمثابة إعادة إنتاج للتكتلات التقليدية أو المجموعات بفعل الأدوات الرقمية المشجعة على التواصل رسم ملامح الأشكال الهوياتية.

الانفجار الاتصالي خلق وفرة في إنتاج المحتوى وتعدّدا في المصادر على شبكة الأنترنت إلى حدّ الإغراق بالمعلومات، حيث لم يعد بمقدور المستخدم التمييز بين ما يصلح وما يفسد وأمام سلبية بعض المستخدمين واكتفائهم بالتعرّض لما ينتجه آخرون وإعادة نشره وتداوله، تتحوّل فرص المساواة في الإنتاج والنشر على شبكة الأنترنت (P2P) إلى إغراق من طرف واحد، هو من يملك سلطة الإنتاج وغمر مختلف الفضاءات الفردية والجماعية بمحتويات منمطة أو إيديولوجية أو ذات غايات محدّدة، وعليه فإنّ الاقتراب من الحوار الثقافي والحضاري بين المجموعات ومختلف التشكيلات الاجتماعية على الفضاءات الافتراضية يعدّ مجرد طموح أنثروبولوجي تلمّع صورته التقنية وإمكانية تملك أدوات النشر والإنتاج، لأنّ السلبية التي تطبع سلوكيات أغلبية المستخدمين (المستخدمون الصامتون) تعطلّ آليات الحوار والتبادل الثقافي والحضاري وتشجّع على الدفع من جانب واحد والتسويق لنماذج جاهزة للشخصية والسلوك والثقافة وأنماط العيش، ويعتبر ذلك لاغيا للآخر وعلى حساب كينونته، هذا ما يجعلنا نتساءل عن أدوار المستخدمين على المنصات الإلكترونية ومآلات الحوار الثقافي والحضاري في ظلّ هذه المستجدات؟.

الكلمات المفتاحية:

الحوار الثقافي؛ التواصل؛ المنصات الإلكترونية؛ الاستخدامات؛ الهويات؛ التحوّلات الاجتماعية؛ الأنترنت؛ استهلاك المحتوى؛ الإنتاج؛ التبادل.

مقدمة:

تعتبر الثورة التكنولوجية رافدا حياتيا فرض أنماطا معيشية مختلفة في إنتاج واستهلاك المعنى والثقافة، خصوصا في ظلّ التوجّه المتزايد نحو المنصات الإلكترونية التفاعلية تحت مظلة الأنترنت، ومختلف "السلوكات عن طريق النقر" التي توفرها تطبيقات الويب 2.0، والتي أتاحت تواجد مجموعات وزمر مختلفة في الفكر والإيديولوجيا والديانة واللغة والثقافة بصفة عامة، لكنها تلتقي في فضاءات مشتركة بفضل التكنولوجيا التواصلية، وتشير بعض الدراسات إلى وجود تكتل وتضامن هوياتي على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، أو المدونات أو المنتديات وغيرها من المواقع الإلكترونية، بحكم وجود قواسم مشتركة حقيقية أو ما يرغب المستخدم أن يكون عليه على سبيل التعويض أو الطموح الأنثربولوجي، ولكن ذلك لم يمنع نفاذ التواصل نحو مجموعات تشارك في الفضاء وليس في الهوية، بحيث ينتج عن هذا الاحتكاك عدة تفاعلات جعلتها الثورة التكنولوجية ممكنة جرّاء اختفاء المسافات و"نهاية الجغرافيا" وتحفيز الثقافة على الانفتاح والتلاقح باسم العولمة والتبادل، ويشير ذلك إلى تحوّل بارز في حوار الثقافات والحضارات، من خلال أدوات الاتصال والتواصل الجديدة، التي يسهل تملكها واستخدامها في سياقات زمانية ومكانية وثقافية غير مقيّدة.. لكن تدفق المعلومات بالمفهوم السيبرنطقي على مستوى الشبكة، يحيل إلى سطوة مراكز إنتاج المضامين وتحكمها في توجيه المعنى، أي أنّ تساوي الفرص في النشر على شبكة الأنترنت "p2p"، لا يمكن أن تكون مثالية إلّا إذا كان جميع المستخدمين نشيطين وعلى قدر متقارب من إنتاج المعلومات والأفكار، وهو ما يلهم الحوار الحقيقي ما بين الحضارات والثقافات، أمّا إذا كان أحد الأطراف يطغى عليه الاستهلاك أكثر من الإنتاج،

فإنّ ما يصطلح عليه باسم الحوار يعتبر توجيهها دعائيا ومحاصرة بتخمة المعلومات وزخمها.

النفوذ الميديائي في السياقات السوسيوثقافية والمسافاتيّة

تجدرّ الاهتمام بوسائل الإعلام، منذ عشرينيات القرن الماضي، بظهور أولى الدراسات التي كانت تهتمّ بتأثير المضامين الدعائية على مستوى أمواج الإذاعة على جمهور المستمعين، ودورها في تشكيل الرأي العام، ومختلف التفاعلات التي تؤثر على السلوك الانتخابي والاستهلاكي وعمليات الشراء، والتي كانت تعتقد أنّ هناك تأثيرا مطلقا وسحريا على مستقبل الرسائل بطريقة سلبية، بحيث يعرف الإعلام الدعائي على أنّه: "النجاح في فنّ قيادة الجماهير، والجماعات لاعتناق فكرة ما أو للأخذ برأي معيّن، حيث تستخدم فنون الدعاية وأساليبها مبادئ علم النفس كالاستهواء أو الإيحاء أو الإقناع واستغلال الميولات الخاصّة بالتقليد والمحاكاة تحت ضغط التكرار والاستمرار في برامج الدعاية وتركيزها على بؤرة الانتباه لتكوين الاتجاهات أو تعديل الآراء وتغيير أنماط السلوك"⁽⁰¹⁾. كما اهتمت سوسيولوجيا الاتصال، حسب روبرت اسكاربيت Robert Escarpit بمعرفة "كيف تتحكّم وسائل الإعلام في الملايين من الرجال والنساء الذين يتواجدون خلف الكاميرا أو الميكروفون"⁽⁰²⁾، وكان "جلبرت سلدوز" يرى أنّ وسائل الإعلام والإعلان سوف تخلق أمة من البشر يستجيبون مثلما يستجيب الإنسان الآلي.⁽⁰³⁾ إلّا أنّ الدراسات أشارت فيما بعد، إلى ظهور أدوار أخرى للجماعات المرجعية والثانوية والسياق في عمليات التأثير، وواجهت الباحثين عدّة صعوبات عند محاولتهم تقصّي تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية، نظرا لأنّ المستقبل يعدّ بمثابة العلبة السوداء في عملية الاتصال خصوصا في علاقته بالسياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي وزيادة تعقيدات تأثيرات وسائل

الإعلام. وظهرت في هذا الصدد عدّة نماذج مثل الأسئلة الخمسة لهارولد لازويل ونموذج جربنز ونموذج التشويش لشانون وويفر ونموذج ديفيد برلو حول الترميز والتشفير، لكنّ ومع ذلك ترسّخ الاعتقاد أنّ المؤسسات التقليدية بدأت تتراجع في دورها التكويني والتأطيري، على رأسها الأسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية، وانتقلت سلطة التأثير إلى وسائل الإعلام التي تمثل مصدرا أساسيا للمعلومات التي يحصل عليها الناس والتي تهتمّ حياتهم اليومية في شتى المجالات، لذلك تبلور مفهوم النفوذ الميديائي في السياقات السوسيوثقافية، وانتقلت الدراسات إلى النماذج التفاعلية منها نموذج "روس" حول الاستجابة والظرف الاتصالي أو السياق، وتأثير التفاعلات في الإقناع على المنظومة المعرفية للفرد (نظرية التعلّم، النظرية الإدراكية، النظرية الوظيفية، نظرية الاستجابة المعرفية... إلخ)⁽⁰⁴⁾.

وتحوّلت الجرائد والإذاعات والتلفزيونات إلى دعائم أساسية في التلقين وتشكيل الرأي العام، خصوصا فيما يتعلّق بالمعلومات الجديدة، ورقما أساسيا في معادلة التأثير، ولم يكن لذلك الأثر العميق على النسيج الاجتماعي والعلاقات ما بين الأفراد، بل كانت المضامين المستقاة مصدرا للنقاش والتداول والنقد وبناء الأفكار والتفاعل.

انفلات سلطة التأثير من المؤسسات التقليدية جعلها غير قادرة على بسط نفوذها الكلاسيكي الذي كان سليطا في صناعة القيم الأنثروبولوجية والعمل على نشرها وترسيخها وتناقلها ما بين الأجيال من بينها الحوار الثقافي والحضاري، فالنسيج القيمي كان نتاج النخبة التي خلقت لنفسها قنوات لتوزيع الأفكار والاتجاهات نحو العامة، من دون أن تكون لهم فرصة الخيار، لأنّ القيم المسوّقة كانت قريبة من التقديس، ولا تقابل بالنقد كون أنّ الحسّ النقدي ظلّ معطلا لسنوات..، أمّا الانتقال التدريجي نحو سلطة وسائل الإعلام

كان من قدرتها على لم أكبر عدد ممكن من الناس يسمون بجمهور وسائل الإعلام أو الإعلام الجماهيري، والذين جذبتهم التقنية أكثر من المضمون، حيث بات الفرد على سبيل المثال مشدودا إلى التلفزيون ويشاهده أحيانا حتى وهو لا يشاهده، أي أنه يقابل الشاشة حتى ولو كان غير مهتم بتفاصيل البرنامج المعروض أو أنه يقوم بأشياء أخرى في نفس الوقت، كما أن المسافات ما بين القارئ والمستمع والمشاهد بدأت تتقلص تدريجيا بفعل زيادة معدلات التعرض لوسائل الإعلام واستهلاك مضامينها. وقد يرى البعض أن كثرة الإطلاع على مختلف أنواع المضامين أدى إلى رفع مستوى الثقافة نظرا لحجم المعلومات التي تصل الجمهور من وسائل الإعلام فجريدة "لوس أنجلوس تايمز" على سبيل المثال بملاحقها في العدد الواحد، تقدم للقارئ معلومات بمعدل ما كان يحصل طول حياته في القرن الثامن عشر، وهو انفجار معلوماتي هائل، ساهم في إنماء الرصيد المعرفي للفرد وتحسين المستوى التعليمي، لا سيما وأن وسائل مثل الإذاعة والتلفزيون تعتبر شعبية وليست نخوية، أي أنها تقدم مضامين إعلامية ومواد صحفية في متناول الجميع، ميسرة للفهم وتساعد على التعلم. أما فريق ثاني يرى أن وسائل الإعلام بعد حيادها عن أداء الأدوار الوظيفية الهادفة، وسقوط مخرجاتها في التسليع والاستهلاك، تفقد الجمهور تدريجيا، خاصية الحس النقدي المكتسب موازاة مع ارتفاع معلوماته ومستواه الثقافي والتعليمي، نظرا لأنها تغرقه في "الفانتازم" المصنع، وتزرع لديه قيما غير واقعية، أو مستوردة تهاجم حصنه الثقافي وتجعله محل مراودة من قبل الآخر، وبعيدا عن هذا الجدال، ظهرت وسائط اتصالية حديثة أفرزت أنماطا مغايرة في التواصل لدى النسيج الاجتماعي وانتقال المعلومات والرسائل أو المضامين ما بين مختلف المنظومات المحلية فيما بينها والأجنبية، مع إحداث عدة تفاعلات بين الهويات غير المتجانسة.

أفرزت الثورة التكنولوجية نماذج حديثة للاتصال وأعادت تشكيل العلاقات والتفاعل الاجتماعي عن طريق الوسيط التقني، حيث نقلت مكنى قوى التأثير على الجمهور من المؤسسات التقليدية التي كانت تستفرد بالتنشئة الاجتماعية من بينها وسائل الإعلام، إلى المنابر والمنصات الإلكترونية التي تشكّل البنية الاتصالية الحديثة والمعادلة العلائقية في عصر التحولات التكنولوجية و"الانفجار الاتصالي" على حدّ تعبير فيليب بروتون، فيما يرى علي قسايسية فيما يتعلّق بإحدى تمثّلات الثورة التكنولوجية أنّ "الأنترنت منذ الشروع في استعمالها في الفضاء العمومي في الغرب في التسعينيات من القرن الماضي تنافس التلفزيون كأداة تكنولوجية جديدة وتحوّل بالتالي انشغال الآباء والمربين من التحوّف من تأثير التلفزيون على سلوك الأطفال إلى التحوّف من التأثيرات المحتملة للأنترنت"⁽⁰⁵⁾.

ظهور الأنماط الاتصالية الحديثة في بعدها السوسيولوجي الواقعي والافتراضي، ومختلف التجاذبات التي خلقتها المستحدثات التكنولوجية المرتبطة بأرضية الأنترنت، (ولا تزال)، أبرزها اختفاء مشاهد التجمّع والالتقاء الجماعي وتلاشي العلاقات بداية من الأسرة، والتوجّه نحو تشكّل نسيج علاقاتي افتراضي وتكتّلات اجتماعية جديدة، تتمظهر تحديداً في شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات، بناء على الانتماءات والاهتمامات والسعي نحو إشباع الحاجات، وأيضاً بدرجة ملائمة ومرونة ونفاذ متطورة، قد تظهر على مواقع إلكترونية أخرى، ونجم عن ذلك تبلور تجمّعات ناقضت الطرح النقدي القائم على أفكار عولمة المحلي (الجلوكال) وانصهار القيم والتوجهات والتيارات المتجدّرة وتفكيك الأطر الكلاسيكية، بحيث ظهرت منظومة بديلة عن الواقعي لكنّها في الواقع امتداد له وتعتبر القيم التي يتشبع بها المستخدم، عادة، مرجعية لإنتاج المعنى والتفاعل.

المنصات الإلكترونية والـ "نحن" الافتراضي

تركز مقاربات تحليل أشكال المجموعات الاجتماعية، على أنّ التجمّع البشري غير وارد عن رغبة ملحة مصدرها الفطرة الطبيعية أو الختمية البيولوجية فقط، ولكن أكثر من ذلك دستور المؤسسة الاجتماعية الذي يراعي في التقاء الأفراد المصالح المشتركة وتقاسم الأهداف، وكان من الأوائل الذين تحدّثوا عن مفهوم الجماهير وميكانيزمات تأسيسها وكيفية التحكم فيها Gustave Le Bon من خلال كتابه "la psychologie des foules" سنة 1895، وكانت الأفكار المنتشرة آنذاك أنّ الجموع أو الجماهير هي عبارة عن مجموعة من الأفراد تربط بينهم مصالح مشتركة ويشكّلون روحا جماعية. وعلى هذا الأساس تنحت معالم الهوية، التي لم يكن لها في يوم ما الحقّ في الاختيار، فلطالما كانت وليدة النرجسيات الاثنية أو التبولوجية، وهي لم تعرف عوائق ابستمولوجية لأنّها كانت مضطّعة بأسرار "الأنا" العتيق المحنّط أو الموروث، لكنّها مع الانفجار الاتصالي الحديث فقدت عذريتها، وأصبحت محلّ مراودة "الوطني" و"الاجتماعي" و"الاديولوجي" الآخر، وكانت النتيجة أنّها غدت حبلّى بمفاهيم التكيف والميوعة والتلون في زمن الحداثة و"المابعد" والهجونة والتنميط، إذ ساعدت الأنترنت وباقي وسائل الإعلام على ظهور المشهد على أنّه حقيقة وهو في واقع الأمر جانب من الحقيقة فقط وليس الحقيقة الحقيقية وهو ما أسماه دانيال بورستان Daniel Boorstin بـ "البسودو حقيقة" أو "البسودو حدث"⁽⁰⁶⁾.

إنّ الدور المتنامي لوسائل الاتصال الحديثة في قولبة الأشكال الهويةية ساهم في تجاوز أفكار تخنيط الهويات التقليدية وتشديد مصنع الهويات الرقمي "السيبرهوياتي" (cyber identité)، حيث يرصد أصحاب المشاريع الكبرى، جميع الهويات خاصّة ذات الجذور العميقة والطموحات المشروعة لأنّها أكثر

وعيا وتمردًا من أجل إحداث تنميط هوياتي واغتراب حضاري تحت مظلة العولمة.

ولعلّ ما يؤكّد ذلك هو اختفاء جميع المؤسسات السوسيوسيكولوجية الوسيطة بين الداخلي والعالمي، وإزاحة الحدود الجغرافية وتدمير الوسيط التقليدي ما جعل الكثير من المفكرين والكتاب يتحدثون عن "الجلوكال" (le global)، ويشيرون بحلول "المجتمع اللامسافاتي" كما عبّر عن ذلك Negroponte في "l'homme numérique" و Bill Gates في "les autoroutes d'information"، حيث يشير كلاهما إلى ظهور فضاء شفاف يسكنه أفراد (وليس مجموعات أو مجتمعات) من دون أي قيود جغرافية، وهو نفسه ما عبّر عنه William Mitchel في "la ville numérique" بالتحوّل إلى المدينة الرقمية مبرزًا أهمّ الخصائص التي يتميز بها والمواطن الرقمي.⁽⁰⁷⁾

ويؤكّد العديد من الباحثين على أنّ استخدامات شبكة الأنترنت أفرزت ضمور البعد العلائقي والاجتماعي وتشظي الجمهور إلى حدّ الفردنة المنعزلة، إذ أنّ الاجتماع لم يختفِ تمامًا على ضوء الشبكة التواصلية الجديدة إنّما يستبدل تدريجيًا باجتماع افتراضي يترجم في الشبكات الاجتماعية والمنتديات والمدونات وغيرها، وبذلك تكون السياقات العلائقية قد انتقلت إلى حقل جديد يبحث فيه المستخدم عن نوع جديد من العلاقات متجاوزًا حدود الزمان والمكان والثقافة والعقيدة.

أفرزت تطبيقات الأنترنت مفهوم الشبكات الاجتماعية، التي يقول عنها نصر الدين العياضي أنّها لم تظهر في سنتي 2002 و 2003 بل برزت خلال الفترة 1997-2001، حيث وجهت إلى الجماعات العرقية المقيمة في الولايات المتحدة الأمريكية مثل "آسين أفوني" للآسيويين و"بلاك بلانت" للزنوج و"ميجنت" لأبناء أمريكا اللاتينية ليظهر بعد هذه الفترة جيل جديد

من الشبكات الاجتماعية حتى أصبح لكلّ أمة أو لغة من اللغات المنتشرة عبر العالم، موقعا على هذه الشبكات مثل "است ستوديز" الذي يجمع مشتركين ناطقين بالألمانية وموقع "كوتاكل" الخاصّ بالناطقين بالروسية، وقامت الصين بإنشاء موقعين لشبكتين بلغ عدد مشتركيهما أكثر من 450 مليون⁽⁰⁸⁾. وفي هذا الصدد يضيف نصر الدين العياضي أنّ الخصوصيات الاجتماعية والثقافية هي التي تدفع مستخدم الأنترنت لاختيار موقع الشبكة الاجتماعية الافتراضية التي يشترك فيها. وهو شكل من استرجاع عناصر الانتماء القديمة المشكلة للهويات التقليدية، كما أنّ فضاء الأنترنت أتاح التفاعل مع المواطنة والدعوات للسلوك الإيجابي في المجتمع، عن طريق مشاركة المضامين التي تحقّق قدرا كبيرا من التوافق والتي تنتج بناء على مجموعة من المقاييس، ويتمّ تداولها على هذا الأساس، بمعنى أنّ المنصات الإلكترونية تحمل قوةً تكنولوجية وفرصة لتعزيز الانتماءات وتحسين الهوية وتجدر المواطنة أكثر من جعلها عرضة للتفتت والذوبان. ما معناه أنّ المنظومة الإلكترونية الجديدة وأوعية الإعلام والاتصال التي توفرها تستجيب لحاجات اجتماعية ومعرفية وعاطفية لها علاقة بالسياق السوسيوثقافي.

كما تعبّر المنصات الإلكترونية الأكثر ارتيادا من قبل المستخدمين في الدول العربية من بينها الجزائر، عن الحاجات من بينها حسب دراسات⁽⁰⁹⁾، الحاجة للتفاعل الاجتماعي، والتواصل مع الآخر سواء بالطريقة الطبيعية أين يكون التفاعل بين الناس الحقيقيين في الزمن الحقيقي والمكان الحقيقي إذا كان يتمتع بقدرات شخصية ومادية وبيئية ملائمة، أو عن طريق وظائف بديلة مثل قراءة كتاب أو التعرض لوسائل الإعلام أو استخدام المواقع الإلكترونية، بحيث تكون الوظيفة البديلة مكّمة أو معوّضة للتفاعل الحقيقي، بحيث أنّ للأفراد دوافع أو حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية وثقافية تشبع بوظائف بديلة

أي أنهم يقصدون وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من أجل إشباع هذه الحاجات (الهروبية) أي الخروج عن الذات والعيش رمزيا في عالم وسائل الإعلام والاتصال، وترتبط الحاجات بالشخصية بمراحل النضج والخلفيات والأدوار الاجتماعية والتي قد تؤدي إلى نمو النزعة الاستهلاكية وتعزيزها. وتقول الدراسات أيضا أن درجة الاعتماد على الوظائف البديلة تختلف، فقد تزداد أو تقل وفقا لمقدرة الفرد على الإشباع بالسبل الطبيعية، وحجم استهلاك مضامين وسائل الإعلام قد يؤدي إلى التورط والإدمان عليها وتتوقف درجة التورط على مدى الإشباع، بحيث يبحث الفرد عن إشباع الذات ورغبات خاصة في الفن والموسيقى والألعاب وغيرها في الحياة الافتراضية والتي قد لا تحوز على أهمية لدى المجموعة الاجتماعية التي ينتمي إليها في الحياة الواقعية. وتضيف أنه كلما كان الاعتماد على أكثر من وسيلة إعلامية كلما كان التورط أكثر. ومنه يمكن أن نقول أن مستخدم الأنترنت هو الأكثر تورطاً نظرا لاستخدامه للميلتيميديا التي هي إدماج عدة وسائل في وسيلة واحدة، كما أنه لا يتردد في ذكر حاجاته لأنه أكثر مشاركة وأكثر تفاعلية ولأن تطبيقات الأنترنت تسمح بذلك، وبالتالي فإن استخدام الأنترنت قد يكون وسيلة للهروب والإفلات من الواقع الاجتماعي وتعويض غير حقيقي لعلاقات اجتماعية مفقودة، إذ يحس المستخدم المتورط بإحساس التعويض وحتى ممارسة المواطنة عن بعد، بسبب عدم قدرته على إظهار سلوكيات في الواقع بكل حرية، وتظهر مساهمات المستخدمين الجزائريين على مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك والمنتديات والمدونات، وجود مجموعات متكئة تتميز بجملة من الخصائص المشتركة من حيث اللغة أو الأفكار أو التوجهات أو القيم والمبادئ، أو الانتماءات الجغرافية أو السياسية، تتعامل بصرامة أحيانا مع الأفكار الوافدة غير الملائمة،

وبالتالي يمكننا القول أنّ المنصات الإلكترونية لم تعدو عن كونها وسائط عكست الانتماءات التقليدية، أو سمحت بالتعويض عن السلوكات التي يرغب فيها المستخدم ولم يوفق في إظهارها في الواقع لموانع مختلفة.

إيديولوجيا الوسائط والحوار الحضاري والثقافي

تشبّع وسائل الإعلام على اختلافها بإيديولوجيا، هي في الحقيقة صنيعة منظومة متشعبة مترامية الأطراف نحو السلطة أو النظام السياسي، والتشريعات القانونية والأخلاقية، والجانب الاقتصادي والمهني، وأيضا المجتمع الذي تنشط فيه وسائل الإعلام وله، وبالتالي فإنّ النظام الإعلامي هو نتاج واقعي للأنظمة الفكرية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتتميّز كلّ جريدة أو قناة تلفزيونية أو إذاعة بخطّ افتتحي أو تحريري يعكس توجهها وموقفها من عدّة قضايا مطروحة في المجتمع ومتجددة، ويظهر ذلك جليّا من خلال المضامين التي تنشرها أو تبثّها، سواء من حيث نوعيتها والمحتوى المعلوماتي في القصة الخبرية أو البرنامج حتّى ولو كان تسليويا ترفيهيا، أو من حيث طريقة المعالجة لغويا وسرديا والقيم التبوغرافية والفنية المحيطة بالرسالة الخام وما ترفق به من قيمة مضافة، ويندرج ذلك كلّ في التنوع الإعلامي الذي يميّز منظومة إعلامية في بنية متفاعلة، وقد تكون الغلبة فيه لصفّ على صفّ انطلاقا من ضغوطات التشريع أو المراقبة بمختلف أنواعها أو التمويل والضغوطات الأخرى، لكن في النهاية فإنّ المخرجات المشبعة بالإيديولوجيا التي لا تلامس المهنية إلّا نادرا، تكون موجهة للجمهور الذي أصبح وثيق الارتباط بوسائل الإعلام كمصادر رئيسية يبني عليها مواقفه واتجاهاته وأحيانا تقدّم له هذه المواقف والآراء والاتجاهات بشأن القضايا جاهزة.

يعتبر الحوار الحضاري والثقافي مع الآخر، قيمة من قيم المجتمع، التي تشجّع على الانخراط في هبة نحو السلوك الإيجابي المؤدّي إلى تحسين مختلف الجوانب عن طريق المشاركة الجماعية، لذلك فإنّ مقاييس تطوّر المجتمعات حاليا تقاس بمدى نجاح وسائط الاتصال والإعلام في نشر هذه القيم وإقناع المواطنين بتبنيها، وتعمل الأنظمة السياسية والثقافية على إلزام وسائل الإعلام بتطويع مضامينها على طريقة المساهمة في زرع قيم الحوار والسلوكات المفضية لذلك، حيث يكون خطّها التحريري والإيديولوجي مرضيا كلّما إرتصف إلى هذه الأطر، لكنّ المسجّل هو طغيان النزعة التجارية على مستوى أغلب وسائل الإعلام الخاصة التي تتنافس على درّ الربح بعيدا عن المهنية أو الإيديولوجية المشبّعة بمختلف القيم المذكورة، إذ لا تبالي العديد من الجرائد والقنوات التلفزيونية في الجزائر على سبيل المثال، إلّا بالمحتويات التي تحظى بنسبة كبيرة من التعرّض وتسوّق على حساب المهنية والوظائف الطوباوية للإعلام والتي تكون غالبا مستوردة أو تخدم تغليب القيم المستوردة حتّى وإن كان ذلك باسم الحوار الحضاري والثقافي. وبما أنّ وسائل الإعلام غير بعيدة عن ثنائية المسيطر والمسيطر عليه، فإنّ مضامينها تنعكس في شكل سلوكات وقيم جديدة واتجاهات تنتشر وتتوسّع مع تكرار الرسائل واستمرارها، حيث يقول إيريك مارسّي: "إنشاء الحقيقة الاجتماعية يكون دائما من وجهة نظر المجموعات الاجتماعية المسيطرة، من خلال توجيه الأفعال والمعايير والهويات"⁽¹⁰⁾، كما ذهبت مدرسة بريمنغهام إلى تحليل العلاقات بين هياكل السلطة السياسية والاقتصادية والإيديولوجيا التي تنقلها وسائل الإعلام وأشكال الثقافة الشعبية، بحيث ركّزت على أهمية القوى السياسية والاقتصادية وعلاقة السلطة بالرسائل التي تؤطّر الحقائق اليومية للأفراد، وبالتالي فإنّ قيم المواطنة الفعّالة لا تنتشر ولا تتجسّد لدى العامة إلّا إذا حرصت النخبة المصنّعة لهذه

القيم على تسويقها عن طريق وسائط إعلامية واتصالية مجدية. ويظهر تعاظم استخدام شبكة الأنترنت ومختلف تطبيقاتها التفاعلية والاندماج في تكنولوجيا الاتصال والإعلام في الجزائر، أخذا في البروز حيث بلغ عدد المستخدمين إلى غاية 31 مارس 2019 21 مليون مستخدم بنسبة تفوق 49 % من حجم العدد الإجمالي للسكان المقدّر بأكثر من 42 مليون نسمة وبنسبة نموّ بلغت حوالي 42 % بحيث كان عدد المستخدمين سنة 2000 لا يتعدّى 50 ألف مستخدم أمّا من المنتسبون لموقع فايسبوك في الجزائر إلى غاية التاريخ المذكور حسب موقع (internet world stats) بـ 19 مليون مستخدم⁽¹¹⁾، كما يظهر إقحام العلاقات التقليدية في السلوكات على مختلف المنصات الإلكترونية سواء من حيث إنتاج المضامين أو تداولها أو الانسجام في مجموعات افتراضية يهندس مؤطروها أركان التفاعل. ورغم أنّ المنظومة الإتصالية الحديثة في الجزائر لا تزال في مرحلة التشكّل إلا أنّ مؤشرات تشير إلى أنّ الأنماط المبتكرة للنسيج الاجتماعي الافتراضي، تؤكد أنّها تعزّز القيم الكلاسيكية أكثر ممّا تسعى لتغييرها أو ذوبانها، أي أنّ الواقع الافتراضي يعكس إلى حدود معيّنة الواقع المعاش على الرغم من التغييرات التي مسّت النسيج العلائقي والتمثلات الهوياتية التي تظهر من خلال المنظومات الفردية والجماعية الإلكترونية.

استخدام شبكة الأنترنت بمختلف تطبيقاتها في التفاعل والحوار الثقافي والحضاري مع الآخر، مدّ جسورا لم تكن متاحة من قبل على الرغم من مقدرات وسائل الإعلام في النفوذ للجماهير وتجاوزها للحدود الزمانية والمكانية، حيث تسمح المواقع الإلكترونية التفاعلية مثل شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات، بالولوج إلى العوالم المختلفة بناء على قاعدة التساوي في إنتاج ونشر المضامين « P2P »، بحيث يتاح لأيّ مستخدم

نفس الفرص تقريبا في الدخول إلى مختلف المواقع وخلق منظومة شخصية بقواعد خاصة يتحكم في مفاتيحها ويصنع تفاعلاتها مع باقي المنظومات، إذ يكفي تملك وسائل تكنولوجية تسمح بالإنتاج والنشر عن طريق الميكتيميديا ليتحوّل إلى فاعل على الشبكة بمقدرته إطلاق قيمه وهويته للتجاذب والحوار المتبادل والمحااجة والإقناع حول مختلف الأفكار والقضايا بدلا من الانغلاق على الهوية والتعصّب لها.

الإغراق بالمعلومات والمساس بفرص الحوار المتكافئ

إعادة إنتاج العلاقات على مستوى المنصات الإلكترونية والاستلها من الواقع لتغذية المضامين المتداولة، وإخضاعها للنقاش والتكثّل في فضاءات بفرض قواعد صارمة على الانتماء لها، قد يعيق الحوار الحضاري والثقافي بين الشعوب ويقف حاجزا أمام إمكانية النفاذ إلى الآخر ومشاركته في العيش والحقيقة، لكنّ الانفتاح والاستجابة للفضاءات الحرة ليس معناه إمكانية تجسيد هذه القيم الإنسانية والنجاح في إحداث التعايش السلمي ما بين الشعوب والزمير ونبد العنف والتطرّف والتمييز العنصري، والقفز على حواجز اللغة والعرق والدين والثقافة، لأنّ آليات تداول المضمون على شبكة الأنترنت عبر مختلف المواقع تخضع لمنطق السيطرة والتأثير لمن لديه القدرة على الإنتاج والنشر أكثر ومن بإمكانه التواجد في مختلف المنصات في الزمن الحقيقي أو الزمن المنظوماتي الفردي والجماعي باستغلال سمات تجاوز الحدود الجغرافية والميكتيميديا والترويج والتسويق والإشهار والدعاية إلى غاية الإغراق بالمعلومة، فحسب النظرية السيبرنطيقية، فإنّ فرص التساوي في النشر على شبكة الأنترنت، فإنّ فرص التساوي في النشر على شبكة الأنترنت « P2P »، تعتبر قيما مثالية لم تتعدّ حدود الإبهار للمستخدمين وجذبهم نحو

استغلال الأدوات التكنولوجية المستحدثة، حيث أنّ واقع الاستخدام يوحى أنّ من يملك سلطة الإنتاج والتداول والتشارك هو الأكثر تأثيراً على الآخر وليس محاوراً له ومتقاسماً لعاداته وتقاليده ولغته وأنماطه الحياتية، ويظهر "الحراك الاجتماعي الدولي الذي هو نتيجة العولمة والانفتاح الإعلامي" ⁽¹²⁾ ، مثلاً من خلال سيطرة لغات معينة على المواقع الإلكترونية والتوجّه نحو الذوبان في هويّات قويّة قادرة على إنتاج المضامين وتوزيعها على خلاف الهويّات العربية من بينها نشاط المستخدمين في الجزائر الذي يبقى محدوداً ومشدوهاً إلى ما ينتجه الآخرون، ومستهلكاً أكثر من منتج، غير قابل للحوار المتكافئ في الفرص. بمعنى أنّ الإغراق بالمعلومات ومختلف أنواع المضامين إلى حدّ التخمّة الذي يتخبّط فيه المستخدمون في الجزائر كأحد عناصر المنظومة العربية الإسلامية، يؤدّي إلى تغليب القيم الطاغية على المواقع والتي تكون منتجة من قبل الآخر، فيما يكتفي المستخدمون بإعادة إنتاجها أو إضفاء قيمة مضافة إليها، فيجد هؤلاء أنفسهم أمام غزو عولمي غير محدود، محاصرين بقيم مستوردة تحدث عليهم تأثيرات متفاوتة في القوة والزمن. وبالتالي فإنّ الصمود أمام الهويّات التي تتمظهر على شبكة الأنترنت في فضاء واحد هو الفضاء الافتراضي، يحتاج إلى بلوغ مستوى الإنتاج لدى الآخر لتغذية المواقع الإلكترونية ومن أجل تحقيق فرص متكافئة تسمح بالحوار الثقافي والحضاري بين مختلف المنظومات المتفاعلة.

تتطلب المنصات الإلكترونية، تواتراً في الظهور عن طريق نشر مختلف أنواع المضامين وتداولها عبر مختلف الروافد والمنافذ، حتّى تعترف بالمنظومات الفردية والجماعية وتسمح بتموقعها وسط زخم هائل من المضامين، ويعتبر النشاط المحدود للمستخدمين في الجزائر لأسباب متعلّقة باندماجهم المتباطئ في التكنولوجيا والأنترنت، أو نقص ثقافة الإبحار على النت لديهم، أو ضعف

مقدراتهم الاقتصادية وعدم قدرتهم على الدفع مقابل مختلف أنواع الخدمات، سببا في ضعف ظهورهم على مختلف أنواع المواقع إلا بصفة محدودة تتمثل في سلوكات استهلاك المضامين وإعادة إنتاجها أكثر من إنتاجها، وعليه فإن الفضاءات التي يرتادها هؤلاء على شبكة الأنترنت تكون فيها الغلبة للأكثر إنتاجا وهو تبادل ثقافي ومعرفي ومعلوماتي غير متكافئ ولا يؤسس لحوار حضاري وثقافي حقيقي، وإنما لإغراق معلوماتي يجعل المستخدم تائها بين هويته والمستحدثات المعروضة عليه في العادات والتقاليد وأنماط العيش وحتى في الدين واللغة، مما يؤدي إلى الاستجابة بدرجات متفاوتة على المدى المتوسط أو البعيد بناء على الحصانة التي يملكها المستخدم والسياقات التي ينشط فيها. كما يمكن أن يتحوّل المستخدم إلى مجرد مسوّق للمضامين الطاغية وناصح بالإطلاع عليها عن قصد أو عن غير قصد، من خلال تداول مضامين يحصل عليها عبر روافد مختلفة يتحكّم فيها الآخر، ومنه فإن غياب طرفي الحوار يؤدي إلى إلغاء الحوار نفسه ويحوّل المعنى إلى التدفق في مسار واحد وبتأثيرات متوقعة.

قائمة الهوامش:

1. قباري محمد اسماعيل، "علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال"، دراسة الإعلام واتجاهات الرأي العام" الإسكندرية، مصر، منشأة المعارف، سنة 1984، ص 433.
2. Robert Escarpit, "l'information et la communication, théorie générale", 1 édition, librairie hachette, 1991, p 170
3. جيهان أحمد رشتي، "الأسس العلمية لنظرية الإعلام"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، للقاهرة، 1978، ص 516 .
4. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 3، سنة 2002، ص 24-30.
5. علي قسايسية، "تكنولوجيا الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الإنتقالية، حالة الجزائر"، مجلة الإتصال والتنمية، ع 1، بيروت، دار النهضة العربية، أكتوبر 2010، ص 36.

6. François Bernard Huyghe, « l'ennemie a l'ère numérique, chaos-information-domination », presse universitaire de France, 2001. P185.
7. François Bernard Huyghe, « l'ennemie a l'ère numérique, chaos-information-domination » Ibid, p 173.
8. نصر الدين العياضي، "التنكيث والتبكيث"، جريدة الخبر الجزائرية، الإثنين 27 أوت 2012، العدد 6823، ص 15.
9. عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، "الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، سنة 2010، ص 74-75.
10. Eric Marce ; les imaginaires médiatiques : une sociologie postcritique des media, Paris, édition Amsterdam, 2006 ; p 21.
11. <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>, consulté le 20/04/2019. A 19.00.
12. انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، الطبعة 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، سنة 2011، ص 19.

قائمة المراجع:

- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، "الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، الطبعة 1، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، سنة 2011.
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 3، سنة 2002.
- جيهان أحمد رشدي، "الأسس العلمية لنظرية الإعلام"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1978.
- قباري محمد اسماعيل، "علم الاجتماع الجماهيري وبناء الإتصال"، دراسة الإعلام وإنتماءات الرأي العام" الإسكندرية، مصر، منشأة المعارف، سنة 1984.
- عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، "الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، سنة 2010.
- علي قسايسية، "تكنولوجيا الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية، حالة الجزائر"، مجلة الاتصال والتنمية، ع 1، بيروت، دار النهضة العربية، أكتوبر 2010.
- نصر الدين العياضي، "التنكيث والتبكيث"، جريدة الخبر الجزائرية، الإثنين 27 أوت 2012، العدد 6823.
- Eric Marce ; les imaginaires médiatiques : une sociologie postcritique des media, Paris, édition Amsterdam, 2006.

François Bernard Huyghe, « **L'ennemie à l'ère numérique, chaos-information-domination** », presse universitaire de France, 2001.

Robert Escarpit, « **L'information et la communication, théorie générale** », 1 édition, librairie hachette, 1991.