



منطق التفاعل في التواصل الرقمي: نحو تشكيل نموذج جديد

د. رضا اليزيدي

دكتور في علوم الإعلام والتواصل وباحث في الإنسانيات الرقمية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، المغرب

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية، في المقام الأول، إلى رصد ووصف وفهم وتفسير الظاهرة التواصلية في السياق الرقمي الذي نعيشه اليوم، ثم إلى اقتراح نموذج تواصل جديد، كمساهمة نظرية في علم التواصل، يأخذ في الاعتبار الخصائص الفريدة للفضاء الرقمي التفاعلي. كما تسلط هذه الورقة البحثية الضوء على التفاعل الحاصل بين الأبعاد التقنية والاجتماعية التي تقف وراء التغيرات الجذرية التي تعرفها سيرورة الفعل التواصلية وعناصرها، والتي يمكن ملاحظتها على مستوى السياقات، والمسافات الاجتماعية للتواصل، وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، واضطراب الأبعاد الزمانية والمكانية للعملية التواصلية، وبروز نظام شامل من تدفق المعلومات الشخصية، وارتباك مسار الرسالة، وظهور أنظمة اقتصادية ونماذج أعمال تشكل المعلومات الشخصية محركها الرئيس. ويستند النموذج، الذي تقترحه الورقة البحثية، إلى أدبيات علم التواصل من نظريات ونماذج أساسية ظهرت في فترات مختلفة من التاريخ، فضلا عن تقديم تحليل نقدي للتحديات والفرص التي يقدمها السياق الرقمي بشكل عام. وبالتالي، تجادل هذه الورقة البحثية بأن النموذج المقترح يمكن أن يساعد الأفراد والمؤسسات في فهم التواصل الرقمي الذي يروم في منطقته الفكرية الإيديولوجية إلى رقمنة، وتتبع، وتحليل، والاحتفاظ بجميع أشكال التعبير والتفاعل الإنساني في شكل آثار رقمية.

الكلمات المفتاحية: نموذج، التواصل الرقمي، التفاعل، شبكة الأنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي.

Résumé : Cet article vise à observer, décrire, comprendre et interpréter la communication dans le contexte numérique dans lequel nous vivons actuellement, puis à proposer un nouveau modèle de communication comme contribution théorique aux sciences de l'information et de la communication, prenant en considération les caractéristiques particulières de l'espace numérique interactif. Il met en évidence l'interaction entre les dimensions techniques, sociales, politiques et économiques qui sont à l'origine des changements radicaux dans le processus communicatif et ses éléments. Ces changements peuvent être observés au niveau des contextes, de la distance sociale de la communication, de l'échange des rôles entre l'émetteur et le récepteur, de la perturbation des dimensions temporelles et spatiales du processus de communication, de l'émergence d'un système de flux d'informations personnelles, de la confusion du cheminement du message et de l'apparition de systèmes économiques dans lesquels les informations personnelles constituent la principale source de profit. Le modèle proposé par l'article s'appuie sur la littérature en sciences de la communication, à partir de théories et de modèles clés qui ont émergé à différentes périodes de l'histoire, et analyse de manière critique les défis et les opportunités présentés par le contexte numérique en général. Ainsi, cet article soutient que le modèle proposé peut aider les individus et les institutions à comprendre la communication numérique qui, dans sa logique idéologique, vise à numériser, suivre, analyser et préserver toutes les formes d'expression et d'interaction humaines sous forme de traces numériques.

Mots Clés : Modèle, communication numérique, interaction, Internet, réseaux sociaux.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.17099624>



مقدمة

انطلاقاً من أدبيات علم التواصل، أشار Watzlawick (1972م)، في كتابه "منطق التواصل" إلى حاجة الأفراد الأساسية إلى التواصل مُطلقاً من مقولة: "لا يمكن ألا نتواصل". كما سلك Grunig (1984م) المسار نفسه عندما قام بطرح مقارنته حول التواصل ذي الاتجاهين، مؤكداً على حاجة الأفراد إلى التواصل والتفاعل داخل المنظمات، هذا التواصل الذي يتم في إطار سيروية تعترف وتأخذ بعين الاعتبار حاجة الأفراد إلى التفاعل حول القرارات التي تهمهم وبالتالي منحهم جزءاً من السلطة وإشراكهم في تدبير المنظمات والمؤسسات التي ينتمون إليها. (Charest et Bédard, 2013, p. 14). أيضاً، يشكل التواصل حسب Willett (1989م) بُعداً حيويًا وجوهريًا في الإنسان، كما أنه يمثل أساس الإبداع الفردي بالنسبة إليه، مؤكداً على أن كل إنسان يتجه نحو القيام بالإجراءات اللازمة من أجل تلبية حاجاته وأن التواصل هو محور هذه الحاجات. (Charest, 2009, p. 58)

في الواقع، لا يمكننا الشروع في وصف وتحليل البعد التفاعلي للتواصل الرقمي إلا بالرجوع زمنياً إلى الجذور التواصلية للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكننا الاستعانة، في هذا السياق، بنظريات ونماذج التواصل ومراحل تطورها، وبالتحديد تلك التي اهتمت بدراسة الاتصال الجماهيري في الفترة الممتدة بين 1940م و1994م، هذه الفترة التي شهدت في أواخرها تصميم شبكة الإنترنت العالمية World Wide Web من قبل Tim Berners-Lee سنة 1990م، والتي تم بثها إلى العموم بفضل إطلاق متصفح الإنترنت نيت-سكيب Netscape في أواخر العام 1994م.

لقد تم تصميم شبكة الإنترنت في البداية كأداة عالمية للتواصل، تنسجم بطابعها المجاني والمتاحة للجميع من أجل تبادل المعلومات بثقة تامة، دون رقابة أو إقصاء أو تأثير أي مشرف أو مالك لهذه الأداة، وكذا التنسيق من أجل إيجاد حلول للمشاكل المشتركة التي تواجه الإنسانية جمعاء، على الأقل هذه هي الرؤية التي تم تسويقها حول شبكة الإنترنت وقت نشأتها. لكن، سرعان ما أخذت هذه الشبكة التواصلية منحى آخر يتعارض مع رؤية تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee المتمثل في استغلال هذا الابتكار كوسيلة قوية من أجل ترويج وتسويق السلع بشكل أكبر وبيع الخدمات للمستهلك باعتبارها قناة جديدة لتوزيع المنتجات، بالإضافة إلى نشر الأفكار الثقافية والإيديولوجية على حد سواء (Charest et Bédard, 2009, P. 137).

وعليه، فإن محاولتنا اقتراح نموذج جديد للتواصل في العصر الرقمي تهدف أساساً إلى المساهمة في رصد ووصف وفهم وتعريف وتفسير الظاهرة التواصلية في السياق الرقمي الذي نعيشه اليوم، محاولين بذلك استيعاب المنطلقات الفكرية والإيديولوجية التي تقف وراء التغيرات الجذرية التي تعرفها سيروية الفعل التواصلية وعناصرها، والتي نلاحظها بشكل واضح خصوصاً على مستوى السياقات والمسافات الاجتماعية للتواصل وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل واضطراب الأبعاد الزمانية والمكانية للعملية التواصلية وبروز نظام شامل من التدفقات المعلوماتية الشخصية وارتباك مسار الرسالة وظهور أنظمة اقتصادية ونماذج أعمال تشكل المعلومات الشخصية محركها الرئيس.

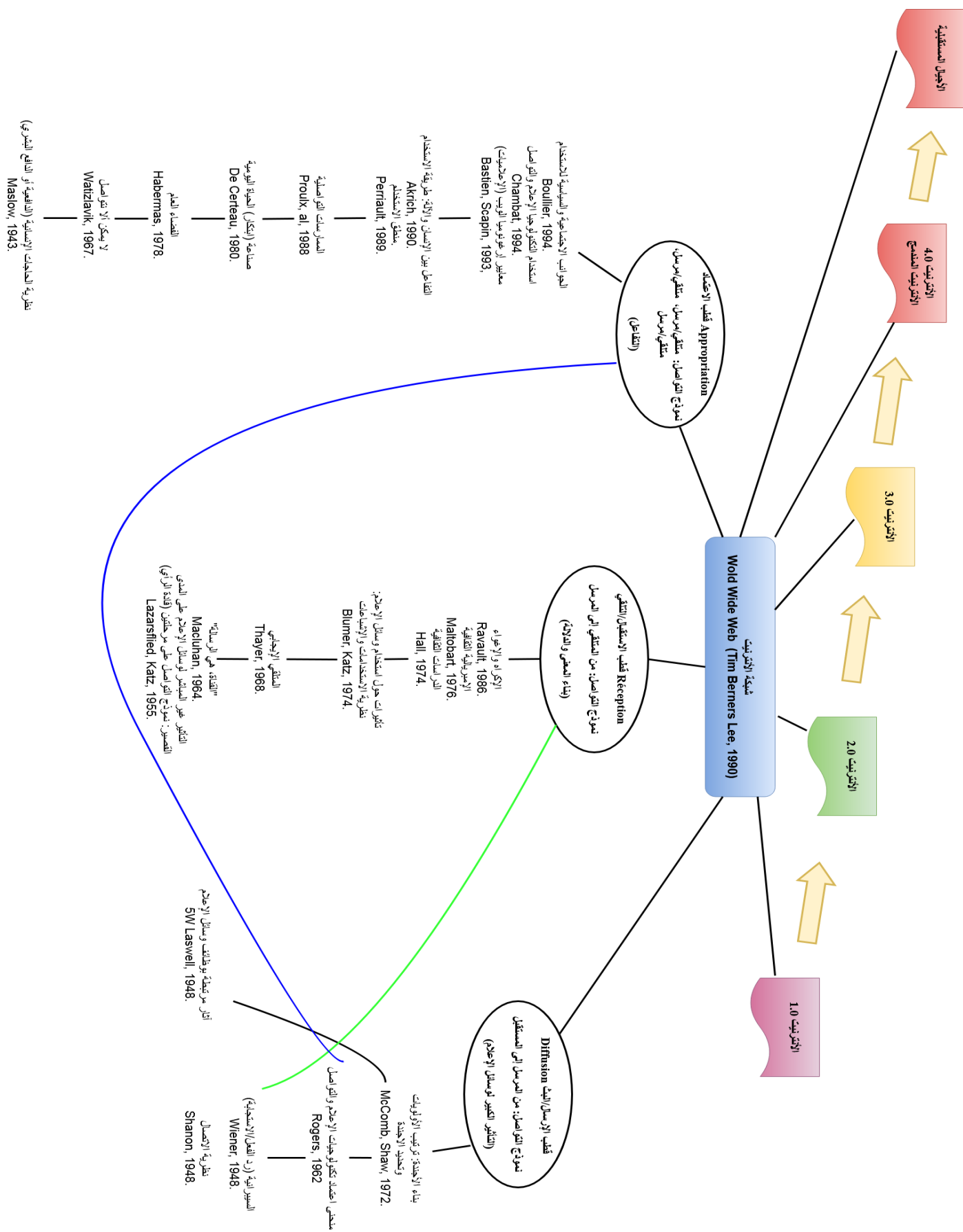
1. اتجاهات ومسارات تطور نماذج التواصل:

بالرجوع إلى الجذور التواصلية للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، يرى Serge Proulx أنه يمكن إدراج مختلف نماذج التواصل في ثلاثة أقطاب كبرى وهي: الإرسال (البث) Diffusion، الاستقبال (التلقي) Réception، والاعتماد Appropriation الذي يشكل التفاعل جوهره. كما أن كل قطب يتميز بمنطق تفكير ونموذج معين من التواصل خاص به، حيث يركز منطق الإرسال (البث) على نموذج التواصل الخطي: من المرسل إلى المستقبل (مرسل إليه/ متلقي)، ويرتبط هذا النموذج بشكل أساسي بالتأثير القوي لوسائل الإعلام كما أنه يركز على الأداة أو الآلة وليس على الإنسان. أما قطب الاستقبال أو التلقي، فإنه يركز على المتلقي واستجابته أو رد الفعل وما يترتب عنه من بناء للمعنى، أي من المتلقي إلى المرسل في محاولة لفهم محتوى الرسالة وما تتضمنه من دلالة. أما نموذج الاعتماد فيركز على التفاعل ضمن سيروية التواصل اللانهائية، من المتلقي إلى المرسل... كما يتم تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي في شكل لا نهائي. ويمكن القول إن النموذجين الأخيرين يركزان على الإنسان عكس النموذج الأول الذي ظهر في سياق خاص. (Proulx, 2004)

ولأنه لا يسعنا التوقف، في هذا المقال، عند جميع نماذج التواصل بالشرح والتفصيل، سنقدم للقارئ خطاطة نلخص فيها أهم المحطات التي مرت بها نماذج التواصل في سياقها الزمني، على أن نتوقف بشكل خاص ودقيق عند قطب التواصل المبني على منطق التفاعل في الممارسات التواصلية بين الأفراد، فرد مقابل فرد أو فرد مقابل مجموعة من الأفراد، من جهة، والتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تقنية من جهة ثانية.

وفيما يلي خطاطة نوضح من خلالها الجذور التواصلية للإنترنت:

* استعمل العديد من الباحثين مفهوم الاعتماد (Fischer, 1981; Boullier, 1986; Proulx et al, 1988) من أجل دراسة الممارسات التواصلية. حيث وضع Harvey أن "هذا المفهوم الذي يشكل نقطة تقاطع بين علم النفس وعلم الاجتماع، يُستخدم من أجل إجراء الملاحظات لاستخدامات الوسائط التفاعلية. وبالتالي فإن هذا المفهوم يساعد في تحليل السلوك والتبادلات والتمثيل والأشكال الملموسة للفعل التواصلية التي تؤدي إلى إتقان استخدام الأدوات التقنية وإنتاج الرموز الثقافية. (2004, p. 27)، كما يشير مفهوم "الاعتماد" حسب (Proulx) إلى الرغبة في اكتساب الكفاءة المهنية في استخدام أداة تقنية؛ بحيث يمكن تمثيل الأداة التكنولوجية أو الحواسيب الخاصة بسلع استهلاكية مرتبطة بالعمل، صناعة الترفيه والاستهلاك الجماهيري، وبمجرد أن "يعتمد" المستخدم هذه الأداة، فإنه يستخدمها لأغراض تواصلية أو لأغراض تتعلق بالممارسات التفاعلية للتواصل مع مستخدمي الإنترنت الآخرين. (1988م)



رسم توضيحي 1 : الجذور التواصلية للإنترنت. (Charest et Bédard, idem, P 137)

فعلى مستوى قطب الإرسال، أظهرت نظريات ونماذج التواصل ذات الاتجاه الواحد بداية من نموذج Weaver وShanon، ونظرية الطلقة السحرية*

(the magic bullet theory, 1930)، ونظرية ترتيب الأولويات وتحديد الأجنحة (McComb and Shaw, 1972)، أظهرت افتقارها إلى التفاعل الذي يتطلب تواصلا ذات اتجاهين أو ذات اتجاهات متعددة. (البيان، 2005، ص 65-66) ويرجع هذا الأمر إلى السياق الذي أثر بشكل كبير في نشأتها، والمتمثل في دخول الولايات المتحدة الأمريكية وحلفاؤها في أواخر أربعينيات القرن الماضي في حرب باردة مع المعسكر الشيوعي (روسيا اليوم) استمرت إلى بداية التسعينيات. وفي ظل خلفية المواجهة بين القطبين، شكل الاتصال أولوية كبرى لدى الباحثين في شمال أمريكا، ما دفع الولايات المتحدة الأمريكية، خلال الحرب العالمية الثانية، إلى تطوير البنيات التحتية للاتصال وتمديد شبكة الهاتف إلى الشمال الأمريكي بالإضافة إلى ظهور الدعاية كوسيلة قوية للتأثير في الجماهير. وبالتالي تطورت في ظل ذلك المناخ المشحون بالصراع والحرب كل من النظريات الرياضية للمعلومات والسيبرانية، وظهور التلفزيون وجهاز التلفاز الذي انضم إلى وسائل الإعلام التقليدية الأخرى كالصحافة المكتوبة والإذاعة والإشهار من أجل تحقيق أهداف تلك المرحلة. (Assael et al, 2015, p 15)

أما قطب الاستقبال، فتكمن الخاصية الرئيسة لنموذجه في "بناء المعنى"، أي ما هي الدلالة التي يمنحها المتلقي للرسالة الموجهة إليه. بحيث يسعى أصحاب هذا النموذج إلى فهم كيفية تلقي الفرد للرسالة. بتعبير آخر، كيف يقوم بفك تشفيرها ومنحها معنى معين. كما تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن الأعمال التي تم إجراؤها حول بناء المعنى ودلالة الرسائل تعود في أصلها إلى تيار الاستخدامات والإشباع (uses and gratifications) الذي طوره كل من Blumler وKatz (1974م) في أبحاثهما، حيث طرحا فرضية مفادها أن المتلقين يُشبعون حاجات نفسية واجتماعية من خلال متابعتهم لوسائل الإعلام. وقد أظهرت دراساتهم أن المتلقي إيجابي وأنه يمنح للمعلومات الواردة معنى يختلف حسب السياق الاجتماعي، والاقتصادي، والأسري، والثقافي، والسياسي الذي يتم فيه تلقي الرسالة. وقد اهتم Hall (1994م) بدوره بالرسائل التي يتلقاها الجمهور وكيف يتم فك تشفيرها وفهمها وتفسيرها، في محاولة لتقييم الفجوة التي قد تحصل بين المرسل والمتلقي. كل هذه الأعمال، وأخرى، شكلت منعطفًا مهما في دراسات التواصل التي سلكت، آنذاك، مسارا يختلف عن مسار البحوث الكمية خلال الثلاثينيات والخمسينيات من القرن الماضي، والتي انحصرت هدفها في قياس جمهور وسائل الإعلام التقليدية، الإذاعة والتلفاز، وحساب نسب الاستماع والمشاركة. (Charest, Bédard, 2013, pp 130-131).

ويمكن رصد مجموعة من العوامل التي توضح مدى افتقار نماذج التواصل لكل من قطبي الإرسال والتلقي إلى الرؤية التفاعلية مع المتلقي والمتمثلة أولا في السياق العام الذي ظهرت فيه هذه النماذج، ثم غياب القدرة التكنولوجية التي لم تكن متوفرة آنذاك، والتي تتيح حاليا إمكانات تقنية ضخمة لمشاركة الجمهور أو المتلقي في العملية التواصلية وتبادل الرسائل وصناعة المحتوى والمضامين الإعلامية.

أبضا، يعتبر تجاهل القوة الفكرية والمعرفية للجماهير التي تُوجّه إليها الرسائل الإعلامية واحدا من بين العوامل الرئيسة لغيب منطق التفاعل في نماذج التواصل الأولى ووسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى عامل آخر يتمثل في محدودية الوصول إلى كافة الجماهير وإشباع مختلف حاجاتهم ورغباتهم التواصلية. ويرتبط هذا الأخير بعامل آخر أكثر أهمية يتمثل في السيطرة على العملية التواصلية من قبل المرسل وحده وبث المضامين الإعلامية التي تتوافق مع مصالحه ورؤيته الفكرية والإيديولوجية.

لكن، مع ظهور الأنترنت، خصوصا الأنترنت 2.0 ومواقع التواصل الاجتماعي* أو الإعلام الجديد حسب ما يطلق عليه بعض الباحثين في مجال التواصل، أصبح للمتلقي دور إيجابي في العملية التواصلية تظهر جليا في قدرته على التفاعل وإنتاج ومشاركة وتبادل ونقد المعلومات والمضامين بجميع أشكالها، سواء كان فردا أو مجموعة من الأفراد أو مؤسسة تنظيمية، بحيث أصبح التمييز بين المرسل والمتلقي في ظل هذا التفاعل أمرا صعبا، فالمرسل أصبح متلقيا والمتلقي أصبح مرسلًا.

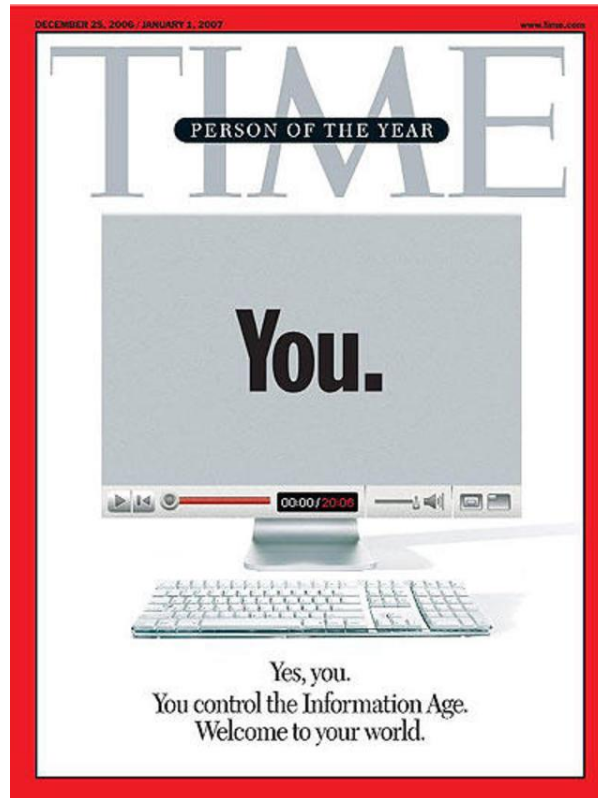
لهذا، يُعتبر الأنترنت، اليوم، أكثر من مجرد وسيلة إعلام وتواصل جديدة، لقد استطاع أن يؤثر بشكل كبير في إعادة الهيكلة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمعات الصناعية والاستهلاكية على حد سواء، إنه الامتداد الطبيعي لرؤية فكرية هدفها رقمنة التفاعلات الاجتماعية والتي صارت واقعا. (proulx, 2004) وقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي، خلال سنوات قليلة جدا، أن تحجز لها موقعا محوريا ضمن مختلف أنواع استخدامات الأنترنت، ويمكن أن نشير في هذا السياق إلى كل من مواقع: فيسبوك، تويتر، يوتيوب، مايسبيس، لنكد إن، أنستغرام وتيك توك.

* في إحدى الأمسيات الفريدة من نوعها من أكتوبر 1930م، استقر الملايين من الأمريكيين في منازلهم من أجل الاستماع إلى الإذاعة باعتبارها آنذاك هواية أمريكية بامتياز، تلك الأمسية التي بُث فيها عبر الإذاعة مقطع يفيد هبوط مخلوقات من المريخ في ولاية نيو جيرسي وأنهم يهاجمون البشر. وعلى الرغم من تحذير المستمعين بأن الإعلان هو مجرد مقطع من رواية حرب العوالم للكاتب هربرت جورج ويلز، انتشر الذعر بين الناس وفر بعضهم من المنازل والمدن، بينما هرع آخرون لشراء إمدادات الطوارئ وبدأوا في تخزين الطعام، كما تم إجراء الآلاف من الاتصالات الهاتفية مع الشرطة المحلية، رجال الإطفاء والمستشفيات. لقد اعتبر هذا الحدث، الذي يشار إليه في كثير من الأحيان باسم "بث الذعر"، بمثابة مثال حقيقي على نظرية الطلقة السحرية للاتصال (أو الإبرة تحت الجلد أو الحقن) للدلالة على قدرة وسائل الإعلام على بث وضخ رسائل ذات التأثير القوي مباشرة في الجماهير السلبية. (Communication Studies: Hypodermic Needle Theory)

من النظريات التي تقترح أن لوسائل الإعلام تأثيرا قويا على الجمهور، نظرية ترتيب الأولويات وتحديد الأجنحة، حيث تقترح أن وسائل الإعلام لا تحدد للفرد كيف يفكر وإنما تحدد له الموضوع الذي يجب أن يفكر فيه. وبالتالي تقوم وسائل الإعلام حسب هذه النظرية بإعداد جدول أو لائحة بالمواضيع التي يجب أن تكون موضع تفكير ومناقشة من قبل الجماهير وذلك من خلال اختيار المواد الإعلامية والبرامج الإخبارية والترفيهية التي يتم بثها.

* تجدر الإشارة إلى أن إلى أن تسميات مواقع التواصل الاجتماعي تتعدد وتختلف من باحث إلى آخر مع الاحتفاظ، في الغالب الأعم، بالمعنى نفسه، ويرجع سبب هذا الاختلاف إلى الحقل المعرفية التي ينتمي إليها الباحثون من علوم الإعلاميات، وعلوم الاجتماع، وعلوم التواصل... كما يرجع الأمر أيضا إلى الخصائص التقنية والاجتماعية التي تتميز بها هذه المواقع. فهي مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تحمل الخصائص التقنية للمواقع الإلكترونية: من اسم نطاق، و خادم، ومساحة ذاكرة، وتصميم... وهي في الوقت نفسه شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تحمل خصائص الشبكات الاجتماعية: من وحدات الفرد والجماعة بالإضافة إلى مبدأ العلانية والتفاعل. وعليه، نستعمل في هذا المقال على تسميتين اثنتين هما: مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي، كل في سياقها ولهما عندنا المعنى نفسه.

2. تكنولوجيا الإعلام والتواصل: من التمرکز حول المعلومات إلى التمرکز حول الذات:



نعم، أنت.
أنت تتحكم في عصر المعلومات.
مرحباً بك في عالمك.
(المصدر: مجلة TIME)

لن نجد أفضل من هذه الصورة، ننطلق من خلالها في رصد البعد التفاعلي للتواصل الرقمي وتحليل بنية وتصميم وهندسة مواقع التواصل الاجتماعي. بكل بساطة، نشرت مجلة "التايم" الأمريكية هذه الصورة على غلافها في الخامس والعشرين من ديسمبر سنة 2006م. هذه الصورة التي تحمل في مكوناتها العديد من المعاني والدلالات، تفيد بشكل واضح بأننا دخلنا، في تلك الفترة، مرحلة جديدة من العصر الرقمي أو بعبارة أخرى، مرحلة جديدة من الثورة الرقمية محورها الإنسان، أي التمرکز حول الفرد أو "الذات" فكرياً، وتواصلية، وإعلامية، وأيضاً اقتصادية.

إن غلاف مجلة TIME، هذه، التي تدخل في ملكية التكتل الإعلامي تايم وارنر TIME-WARNER (...) يفيد أن اختيار شخصية السنة بغيرنا زمنياً عن الإيديولوجيات المهيمنة في زمننا الراهن وفي تاريخنا المعاصر. فمثلاً تم اختيار أدلف هتلر كشخصية السنة عام 1938م، آية الله الخميني عام 1979م، وجورج بوش الابن عام 2004م، أما في سنة 2006م فقد وقع الاختيار حسب رأي المجلة عليك أنت. نعم أنت، أي ليس أنت فقط ولكن أيضاً أنا ونحن جميعاً، بتعبير أدق: كل واحد منا، أي الناس العاديون. (Gomez-Mejia, 2016, P 13)

وللتوضيح أكثر يرى Gomez-Mejia "إن استخدام صورة قارئ الفيديو لموقع يوتيوب Youtube كمرآة للاحتفال بانضمامنا، أنا وأنت، إلى شخصيات السنة المختارة من طرف المجلة، يدل على نوع من الخلط بين رموز صناعات الإعلام وعلامات الهوية، ما يشكل سمة من سمات الأنترنت المعاصر. مَنْ مِنَ الْمُفْتَرَض أن يتحكم بمن في عصر المعلومات؟ بين تايم وارنر Time Warner، يوتيوب (google) Youtube، وأنا. هل انتقلنا من عصر الصناعات الثقافية إلى عصر صناعات الذات بفضل الأنترنت 2.0 ومواقع التواصل الاجتماعي؟" (Idem, P 14, 2016)

وعليه، صار ممكناً القول إن الوسائط الإعلامية التقليدية والصناعات الثقافية بتعبير إدغار موران Edgar Moran لم تعد هي الأدوات الوحيدة لنشر المعلومات، وصار أيضاً من الواجب عليها أن تتواءم مع تطوير نسيج أقمي من المحادثات والمشاركات والتعليقات والتوصيات، يتسم بقدر أكبر من الاستقلالية وعدم التطابق. (Cardon, 2011, P 146) طالما أن هناك عصرًا معلوماتيًا جديدًا يمنح الامتياز للذات، لأننا والأنت والنحن جميعاً، على مستوى صناعة المعلومة.

من جهة أخرى، أصبح من الممكن للجميع إنشاء فضاء رقمي يتوافق مع جميع توقعات الفرد المتصل بشبكة الأنترنت، كما أننا لا ندخل هذه الفضاءات الرقمية مشاهدة فقط، ولكن مشاركة أيضاً في وقت لم تعد فيه الحاجة لورشة عمل حقيقية أو أدوات باهظة الثمن أو صعوبة المنال، لا نحتاج سوى حاسوب فيصبح كل شيء ممكناً: زراعة حديقة، بناء المنازل، صنع أشياء نفعية أو فنية... وهذا كله يمر عبر تجسيد الشخصيات المشكلة للذات نفسها في عملية متداخلة بين الصور الرمزية الدالة على الذات وشركاء آخرين حقيقيين يلجؤون بدورهم الفضاء الرقمي. (Tisseron, 2008, P 208)

في الحقيقة، تحليل فكرة مواقع التواصل الاجتماعي على رؤية تعتبر شبكة الأنترنت فضاء اجتماعيا بامتياز، فضاء تتمثل إحدى وظائفه الرئيسية في جعل المستخدمين يتفاعلون مع بعضهم البعض من أجل ضمان إنتاج مستمر للمحتوى الذي يأخذ شكل آثار رقمية (هوية رقمية...) وليس فضاء فقط لتوزيع الوثائق وغيرها من المحتويات الرقمية كما هو الشأن بالنسبة للأنترنت 1.0 (Zammar, 2012, p 88)، وسنتوقف في القادم من الصفحات عند أهم الفروقات بين الأنترنت 1.0 والأنترنت 2.0.

لقد عرف كلٌّ من دانا بويـد Danah Boyd ونيكول إليسون Nicol Ellison شبكات التواصل الاجتماعي على أنها خدمات على شبكة الأنترنت تسمح للأفراد، أولاً، بإنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام على مستوى الرؤية ضمن نظام تفاعلي محدد. ثانياً، إنشاء قائمة لمستخدمين يمتلكون بدورهم قوائم أخرى يتم من خلالها رؤية وتبادل وتقاطع العلاقات فيما بينهم. وقد تختلف طبيعة وتسمية هذه الروابط من موقع إلى آخر (boyd & ellison, 2008, p 211) (Cardon, 2011, PP 141-142).

تُعرّف أيضاً مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها تطبيقات رقمية تُمكن المستخدمين من التواصل عن طريق إنشاء ملفات تعريف شخصية، ودعوة الأصدقاء والزلاء للوصول إلى تلك الملفات الشخصية، وإرسال الرسائل الفورية لبعضهم البعض. يمكن أن تتضمن هذه الملفات الشخصية أي نوع من المعلومات، بما في ذلك الصور وأشرطة الفيديو والملفات الصوتية والمدونات (Kaplan, Haenlein, 2010, p 61).

كما تجدر الإشارة إلى أن جميع مواقع التواصل الاجتماعي لم تبدأ بالطريقة التي نعرفها ونشهدها اليوم. فقد بدأت شبكة QQ كخدمة للمراسلة الفورية في الصين، وبدأ موقع LunarStorm كموقع مجتمعي خاص، وبدأ Cyworld كمندى للمناقشة والتفاعل في كوريا الجنوبية، وبدأ موقع Skyrock الفرنسي (Skyblog سابقاً) كخدمة للتدوين الشخصي قبل تطويره وإضافة بعض المميزات التي تتوفر عليها مواقع التواصل الاجتماعي الحالية. موقع Classmates.com الذي بدأ كدليل خاص بالمدارس يضم قوائم للتلاميذ، أصبح يضم فيما بعد عددا كبيرا من قوائم الأصدقاء بعد تطويره ليوافق البنية الحالية لمواقع التواصل الاجتماعي. أيضاً، كان كل من AsianAvenue و MiGente و BlackPlanet مواقع مجتمعية خاصة بالانتماء العرقي، اشتهرت في وقت مبكر من ظهور شبكات التواصل الاجتماعي لكن استعمالاتها كانت جد محدودة قبل إعادة إطلاقها في 2005-2006 وفق بنية رقمية جديدة (boyd & ellison, 2008, p 213).

3. استخدام واعتماد مواقع التواصل الاجتماعي: بين الحاجات المعرفية للإنسان والتصميم والتفاعل.

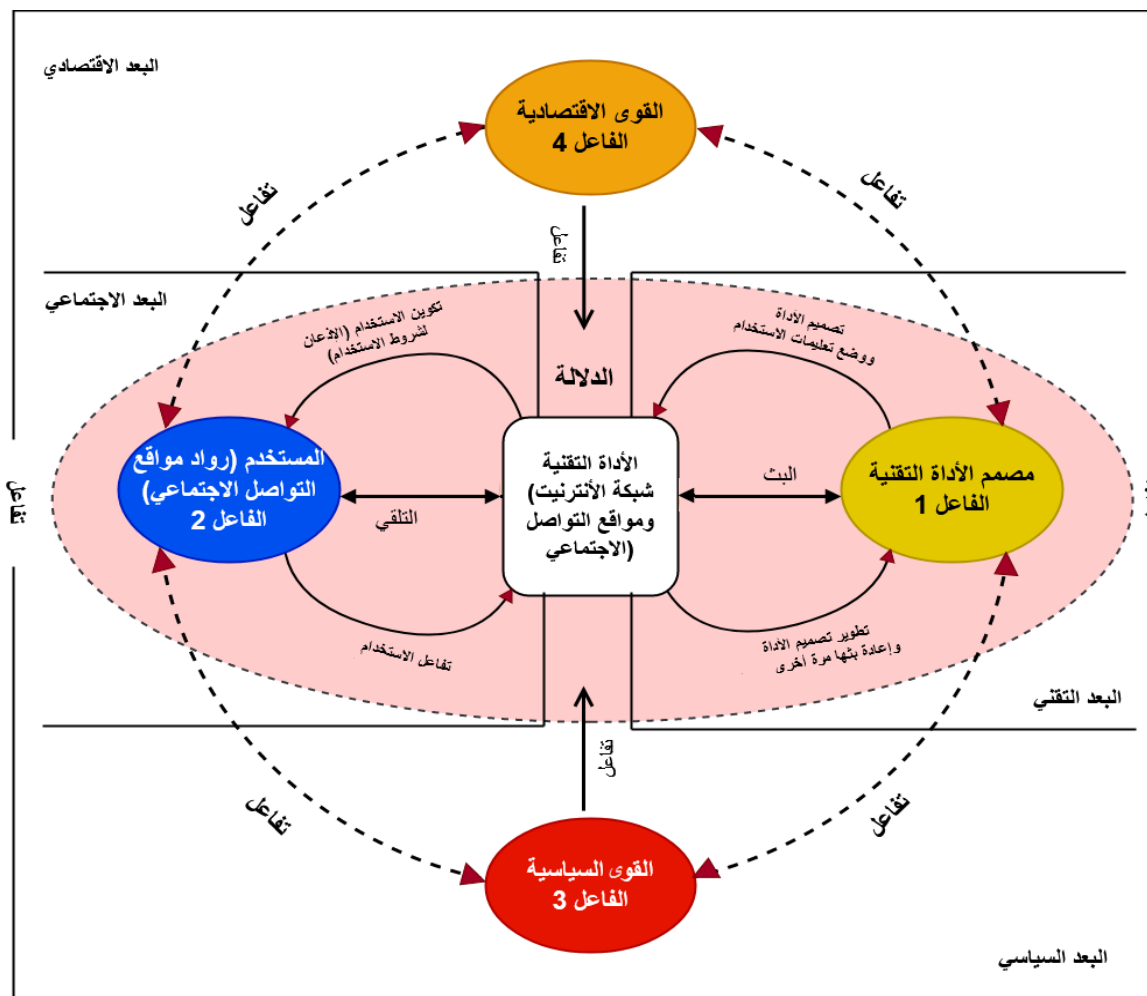
إن نموذج التواصل المبني على اعتماد الأدوات التقنية أو التفاعل معها ومن خلالها، وهو الذي يهتما في هذا المقال، فإننا نجد أن مختلف الدراسات والأعمال التي تم إجراؤها حوله تتخبط في إحدى أو جميع المستويات الخمسة التي قدمها Serge Proulx في محاولة لبناء نظريته حول استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والتواصل، وهي:

- 1 المستوى الأول: الحوار التفاعلي بين المستخدم والأداة التقنية (التفاعل بين الإنسان والآلة: الأبعاد التقنية والاجتماعية).
- 2 المستوى الثاني: التنسيق بين المستخدم ومصمم الأداة التقنية.
- 3 المستوى الثالث: وضعية الاستخدام ضمن سياق الممارسات الاجتماعية.
- 4 المستوى الرابع: انخراط الأبعاد السياسية (الإيديولوجية) والأخلاقية والاقتصادية في تصميم الأداة التقنية وتكوين المستخدم.
- 5 ترسيخ الاستخدام اجتماعيا وتاريخيا في إطار بناء كلي. (Charest et al., 2002, 2006, 2012) (Breton et Proulx, 2005) (Bédard, idem, p 135) (proulx, 2005)

يمكن القول إن هذه المستويات الخمسة المتداخلة والتي يصعب الفصل بينها، توضح بشكل تراتبي ارتباط التفاعل بين المستخدم ومواقع التواصل الاجتماعي (HCI : Human computer interaction) بسلسلة تفاعلات وأبعاد أخرى، بمعنى أنه تقنيا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا، لا يمكن إنكار أو تجاهل مختلف علاقات التعاون أو التأثير بين مصممي مواقع التواصل الاجتماعي، والفاعلين السياسيين والاقتصاديين والمستخدمين لهذه الأخيرة، حتى لو لم تظهر هذه العلاقات بشكل واضح وصريح للمستخدم. إنه تفاعل يخرط المستخدم فيه، في المقام الأول، انطلاقاً من الرغبة في استكشاف الأداة التقنية والتي تعتبر في حد ذاتها حافزا للاستخدام، ثم تأتي تلبية الحاجات المعرفية والنفسية والاجتماعية في المقام الثاني، حيث يقوم المصمم بمتابعة مدى تفاعل المستخدم مع ما تفرضه قيود العرض الاقتصادي الصناعي للتكنولوجيا وتعليمات الاستخدام التقنية المفروضة مسبقاً، وكذا النتائج المترتبة عن هذا التفاعل، مع إمكانية ظهور بعض الاستخدامات الجديدة وغير المتوقعة من قبل المستخدم، ما يدفع المصمم إلى تطوير تصميم الأداة التقنية أو إضافة بعض التعديلات بما فيها تعليمات وقيود الاستخدام.

يمكن القول أيضاً إن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والتواصل تشكل مجالا خصباً للتفاعل ليس فقط بين المصمم والمستخدم، وإنما أيضاً بين فاعلين ينتمون إلى أبعاد أخرى سياسية-إيديولوجية واقتصادية للانخراط في سيرورة التفاعل. (Proulx, 2005)

ويمكن توضيح مسارات التفاعل بين المستخدم والأداة التقنية، والفاعلين والأبعاد المشكلة له من خلال النموذج التالي:



رسم توضيحي 2: مسارات التفاعل بين المستخدم والأداة التقنية، والفاعلين والأبعاد المشكلة له.
(المصدر: المؤلف)

تشكل الحاجات المعرفية للإنسان مدخلا أساسيا وضروريا لفهم استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والتواصل TIC من جهة، وكيفية اعتمادها من قبل المستخدمين كأدوات تقنية في مجتمع المعلومات من جهة ثانية. (Charest, idem, p 60) (Maslow, 1970, PP 48-50-59)

فخلال الفترة الممتدة بين 1994م و2000م، ركز Nielsen على تقديم المشورة للشركات حول تصميم مواقع الأنترنت من أجل الوصول إلى "المستهلكين" بفعالية أكبر، موضحا لهم كيفية تصميم المواقع اعتمادا على نموذج التواصل المبني على منطق "الإرسال/البث: من المرسل إلى المستقبل". ومع مرور الزمن والتوصل إلى فهم أعمق لوسائل التواصل والإعلام الجديدة، عرفت رؤيته في تصميم المواقع تحولا مهما، حيث توصل إلى أنه كان من الأصح إدماج حاجات مستخدمي الأنترنت في تصميم الأنظمة المعلوماتية وعدم تجاهلها، على العكس من محاولة إجبار المستهلكين على التكيف مع الأدوات التقنية. وعليه، فقد أعلن في كتابه: *Designing Web Usability* حول تصميم المواقع الإلكترونية، توجهه نحو نموذج جديد ينطلق من وجهة نظر المستقبل/المتلقي وليس من وجهة نظر المرسل. وبالتالي، ركزت رسالته إلى الشركات التكنولوجية على ضرورة إشراك مستخدمي الأنترنت منذ المرحلة الأولى في تصميم المواقع الإلكترونية المخصصة لهم.

بعبارة أخرى، يجب أن تتضمن الخطوة الأولى في تصميم المواقع دراسات لتحليل حاجات مستخدمي الأنترنت من جهة، والاستخدامات التي يقومون بها من جهة ثانية، ما جعل تحليل الحاجات المعرفية والتواصلية أمرا بالغ الأهمية من أجل فهم مجموعة الخصائص العامة للمستخدمين المستقبليين لأي أداة تكنولوجية، ومن ثم توسيع الرؤية التي يحملها المصممون عنهم. إن ما يمنحه تحليل الحاجات الإنسانية للمصممين هو التخيل والإعداد المسبق لطرق استخدام واعتماد التكنولوجيات الحديثة للإعلام والتواصل TIC من قبل رواد الأنترنت (Charest et Bédard, 2013, p 137-).

* أشارت بعض المصادر إلى أن هناك اثنين أو أكثر من الحاجات الأساسية الإضافية بما في ذلك الحاجة إلى المعرفة والفهم في هرم الحاجات الذي قدمه Maslow في نظريته (Kenyon, 2004). حيث ذكر البعض منهم سبع مجموعات من الحاجات: خمس حاجات أساسية، الحاجة إلى المعرفة والفهم والحاجات الجمالية) وقد صنفوها في ترتيب هرمي متكامل. بالإضافة إلى ذلك، أشار بعضهم إلى الحاجتين الإضافيتين دون الإشارة إلى العلاقة بين هاتين الحاجتين وترتيبهما في هرم الحاجات الأصلي. من جهة أخرى لم توضح المصادر عن كيفية استنتاج بعض الآراء من نصوص (Kenyon, idem). Maslow

* Usability قابلية الاستخدام : هو مصطلح يقصد به قابلية الأجهزة أو الأنظمة للاستخدام بسهولة من أجل تحقيق هدف معين. وتعني أيضا طرق قياس سهولة الاستخدام ودراسة المبادئ الكامنة وراء مدى كفاءة أو ألفة تلك الأجهزة أو الأنظمة. حيث إن هناك علاقة وثيقة بين قابلية الاستخدام وإتاحة التفاعل بين الإنسان والآلة أو الحاسوب وعلوم الحاسوب. وبالتالي فإن النظام القابل للاستخدام لا بد أن تتوفر فيه الشروط التالية: سهل الاستخدام، سهل التعلم، سهل تذكر طريقة استخدامه، ذو فاعلية، ذو كفاءة، آمن، منع (السبحان، 2017) أنظر:

<https://www.nmthgiat.com>

(138). وبالتالي، فقد شكلت ضرورة الاعتراف بحاجة رواد الأنترنت إلى التفاعل فكرة أساسية بالنسبة للباحثين في مجال التواصل والتكنولوجيات الحديثة.

ويشير التفاعل بين الإنسان والآلة أو التفاعل بين الإنسان والنظام [المعلوماتي] حسب Calvary إلى مجموعة الظواهر المعرفية والأجهزة والبرمجيات والظواهر الاجتماعية المشاركة في أداء المهام اعتماداً على الأجهزة (آلات، أنظمة). (Calvary, 2002, p 19-63) وفي هذا الإطار، عرّف روجر Rogers (1986) التفاعل، على المستوى التقني، باعتباره: "قدرة أنظمة التواصل الجديدة على الاستجابة للمستخدمين، تقريباً، كما يستجيب الفرد الذي يشارك في محادثة ما". وبالتالي فقد حاول Rogers بدوره منذ البداية لفت انتباه المصممين إلى إدراك ومراعاة "التفاعل" لكي يستطيع المستخدمون اعتماد الأدوات الجديدة للإعلام والتواصل (Charest, 2007, P 64) (Harvey 2004, p. 76). كما يرى Harvey، أيضاً، أنه يجب أن تمنح تكنولوجيات التواصل الحديثة فرصة التفاعل عن طريق تحفيز التواصل والتبادل بين المستخدم والأداة من جهة، ثم التبادل والتفاعل بين الأفراد، أي بين فرد وآخر، وبين فرد ومجموعة من الأفراد من جهة ثانية (Charest, 2007, P 67).

4. التواصل الرقمي: نحو تشكيل نموذج جديد.

إذا كان تطور وسائل الإعلام قد ساهم بالفعل في مرحلة معينة في تطور نماذج التواصل وظهور عناصر وأبعاد زمانية ومكانية جديدة للتواصل كالبث المستمر للإذاعة والتلفزة، والوصول الدائم إلى الأخبار العالمية... فقد أعادت شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أيضاً رسم حدود الزمان والمكان في عملية التواصل، ولكن ليس فقط على مستوى التلقي وإنما أيضاً على مستوى التمرکز والبيث والإرسال. لا يتصل المستخدم بشبكة الأنترنت فقط من أي مكان (المكتب، المنزل، فضاء عام أو خاص) وفي أي وقت، وهذا يرجع لكثرة وتنوع شبكات المعلومات والاتصالات التي يختارها، وإنما ينقل عالمه الشخصي الحميمي أيضاً إلى الفضاء الرقمي (عبر وسيط الأدوات الرقمية والمواقع الشخصية). (Jouet, 2000, P 510-511) وبالتالي، يؤكد الرقمي اليوم على نفاذ وانتهاء صلاحية نماذج التواصل السابقة تمهيداً لإعادة تعريف وترتيب العلاقات الاجتماعية وفرض معالم جديدة للزمان والمكانين: العام والخاص، طالما يشكل التواصل عملية مستمرة وممارسة اجتماعية نفسية لا غنى عنها في جميع مشاهد الحياة اليومية والتي صارت رقمية إلى حد كبير ودرجات متفاوتة حسب طبيعة المجتمع، هل هو مجتمع صناعي تكنولوجي أم أنه مجتمع مستهلك لها فقط.

إذن، لقد شكل التركيز على مبدأ التفاعل سواء مع الأدوات التقنية أو مع الأشخاص، فكرة رئيسية وعاملاً حاسماً في التغيير الجذري الذي عرفه نموذج التواصل في العصر الرقمي. هذا النموذج الذي يبنى في جوهره على إدماج الحاجات الاجتماعية والنفسية والمعرفية للإنسان والتي ظهرت في تصميم بنية الأنترنت 2.0 ومواقع التواصل الاجتماعي كما وضعنا ذلك سابقاً، الأمر الذي أدى إلى سرعة انتشارها واستخدامها من قبل أكثر من خمس مليارات (5,24) شخص على سطح الأرض (Statista, 2025). وفيما يلي جدول نوضح من خلاله أهم الفروقات بين الأنترنت 1.0 والأنترنت 2.0 كنقطة أخرى ننطلق من خلالها في اقتراح نموذج التواصل الرقمي:

جدول 1 : أهم الفروقات بين الأنترنت 1.0 والأنترنت 2.0

Internet 1.0		Internet 2.0	
الخصائص*			
التمركز حول الوثائق	Document-centric	People-centric	التمركز حول الأفراد
مهيكل	Structured	freedom	حر
التصنيف	Taxonomy	Folksonomy	التشعب
المجلدات	Folders	Tagging	الوسم
تدبير المعرفة	Knowledge management	Knowledge sharing	مشاركة المعرفة
الحاجة إلى المعرفة	Need to know	Need to share	الحاجة إلى المشاركة
فرد مقابل أفراد	One to many	Many to many	أفراد مقابل أفراد
مركزي	Centralized	Distributed	موزع
جامد	Rigid	Flexible	مرن

(Quoniam, & Lucien, 2009, P 28)

لقد أصبح التواصل في العصر الرقمي نظاماً للتفاعل الشبكي الآني، بمعنى أنه يمكن إجراء عمليات التواصل في أي وقت من الأوقات دون تحديد زمن معين لذلك، وبصرف النظر عن المكان الذي يتواجد به القائم بالاتصال، كما يمنح إمكانية التواصل والتفاعل بين الفرد ونفسه، بمعنى إذا كان الهدف من الفعل التواصل هو فقط محاولة إشباع الحاجات النفسية كتأكيد الذات واستعراضها وإبراز هويتها المستقلة عن الآخر كما أشرنا إلى ذلك سابقاً. وأيضاً بين فرد وفرد آخر، وبين فرد ومجموعة من الأفراد. وبالتالي لم يعد عنصر المكان في العملية التواصلية ذلك الفضاء المادي الذي ينبغي الانتقال إليه حسب السياق الاجتماعي الذي يتطلبه، كما أصبحت المسافات الاجتماعية الشخصية للتواصل غير واضحة بشكل كبير ومتداخلة فيما

* تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أنه بين سنة 1994م وسنة 2004م، لم يكن هناك بعد وجود لكل من مصطلحي الأنترنت (الويب) 1.0 والأنترنت 2.0، ومن ثم لم يكن مطروحاً للنقاش بشكل عام سوى مسألة الويب، حتى تم الإعلان عن التمييز بين الويب 1.0 والويب 2.0 لأول مرة في أكتوبر 2004 في مؤتمر نظمته أوريلي ميديا O'Reilly Media، في محاولة لتقديم جرد للتطور الذي عرفه الويب منذ نشأته. حيث استغل كل من Dougherty et O'Reilly، اللذين يعتبران من أساتذة تكنولوجيا المعلومات، استغلا المؤتمر من أجل القيام بمقارنة بين الاستخدامات الأولية للويب، أي ما يسمح به الويب 1.0 من استخدامات وما جاء به الويب 2.0 من استخدامات جديدة. (Charest et Bédard, 2013, P 4)

بينها، ومنه يمكن القول إن قوة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كقناة تفاعلية تتجلى في تنوعها وضمها لمختلف عناصر العملية التواصلية وكسر منطق النماذج السابقة. إنه نموذج يزدهر فيه مبدأ العلائقية وتتشكل فيه الروابط بامتياز وتتقلص فيه الحدود الزمانية والمكانية. وتتمثل عناصر نموذج التواصل الرقمي في:

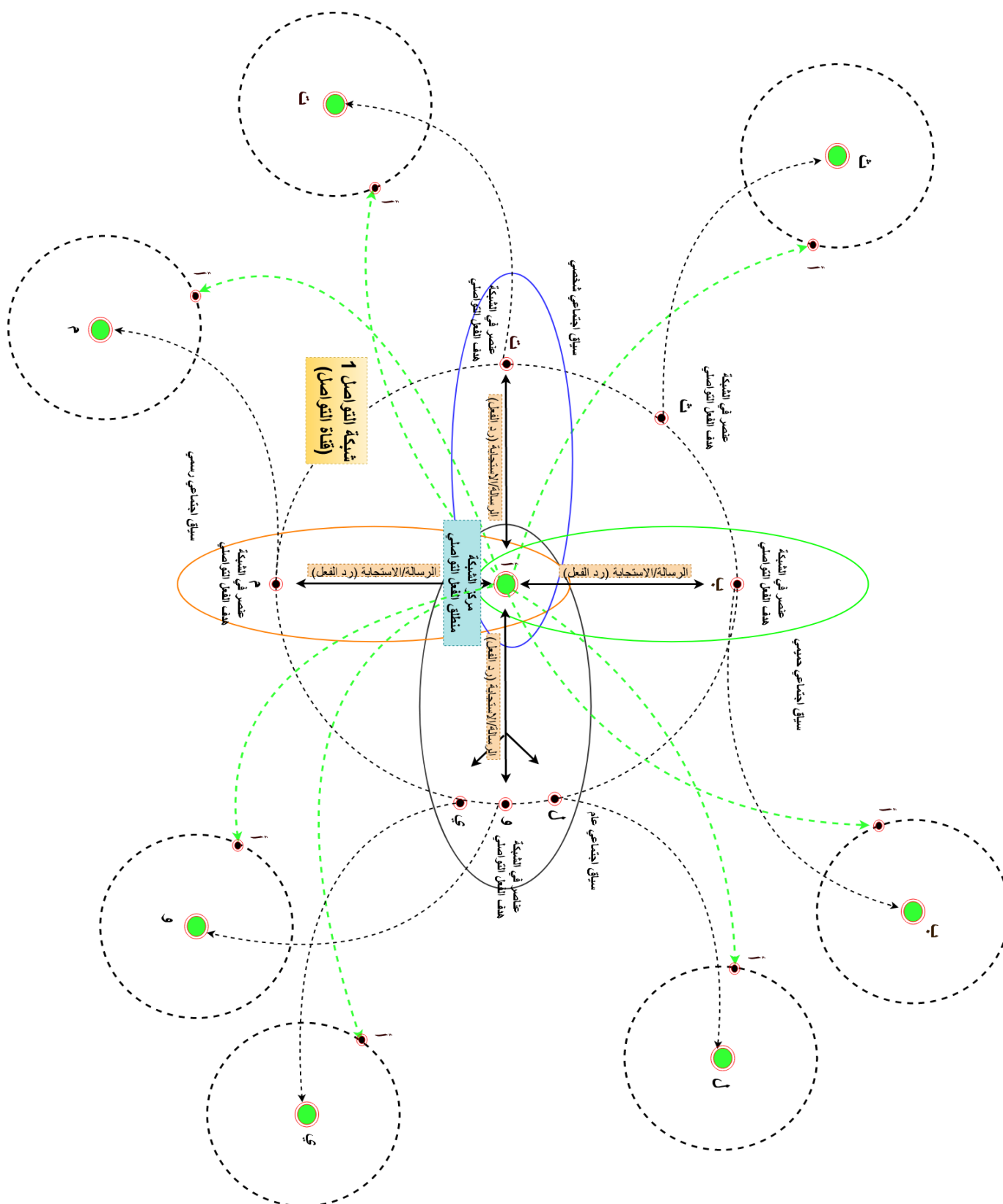
- 1 **المرسل:** يشكل منطق الفعل التواصل، أي مركز ونواة الشبكة، والذي يصبح تلقائيا مستقبلا/متلقيا لمرسلين آخرين يشكلون بدورهم مركز ونواة شبكاتهم التواصلية الخاصة، بمعنى أنه يتم تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي تلقائيا في كل لحظة يتم فيها بث رسالة جديدة.
- 2 **المستقبل/المتلقي:** يشكل هدف الفعل التواصل، أي أنه عبارة عن عنصر من عناصر الشبكة والذي يصبح مرسلا بمجرد بثه لأي رسالة في الشبكة.
- 3 **قناة التواصل:** أصبحت قناة التواصل بيئة وفضاء رقميين تأخذ شكل شبكة علائقية يمكن أن تضم الآلاف، الملايين أو المليارات من العناصر (الأفراد) والروابط المكونة لها في عملية لا نهائية من النمو والتوسع والتشعب. أي تحمل خصائص شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. كما لا يتم الولوج إليها إلا اعتمادا على أدوات الاتصالات الحديثة كالهواتف الذكية والحواشيب والألواح الإلكترونية والساعات الذكية...
- 4 **الرسالة:** تأخذ الرسالة في نموذج التواصل الرقمي جميع طرق وأشكال التعبير التي تتيحها التكنولوجيات الحديثة للاتصالات، الصوتي منها والمكتوب والمرئي وحتى الرمزي الأيقوني (الشخصيات الاصطناعية الرمزية Avatars) من صور ومنشورات كتابية وتعليقات ومقاطع صوتية ومرئية وأيقونات وعلامات ورموز. لكن، نلاحظ أن هناك ارتباطا وتداخل في مسارات ووجهات الرسالة لم تكن حاصلة في نماذج التواصل السابقة. بمعنى، أصبحت تصل الرسائل التي يتم بثها في الشبكة إلى جميع عناصرها حتى ولو لم يكن هناك سياق اجتماعي خاص يوظف شكل ومضمون الرسالة بين المرسل (مركز الشبكة) والمستقبل/المتلقي المستهدف بها (جميع عناصر الشبكة)، أي نزع الخاصية الشخصية للرسالة. وهذا يرجع إلى تداخل السياقات والمسافات الشخصية للتواصل الذي تفرضه بنية وتصميم شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. فمثلا يقوم مستخدم ما في مواقع التواصل الاجتماعي بنشر صور شخصية لمناسبة عائلية يستهدف بها فقط جزءا من عناصر الشبكة أي أقرباءه وأصدقاءه المقربين، ويحدث أيضا أن يشارك المرسل مقالا أو محتوى علميا يرتبط بمجاله المهني يستهدف به زملاءه في الدراسة أو في العمل، ويحدث أن يشارك المستخدم حكما مكتوبة أو مقاطع فيديو أو محتوى ساخرا مستهدفا بذلك جزءا فقط من عناصر الشبكة... ولكن جميع هذه الرسائل تصل إلى جميع عناصر الشبكة، أي تصبح جميع عناصر الشبكة في مسافة واحدة من المرسل مركز الشبكة، بصرف النظر عن إمكانية حجب المحتوى وتخصيصه متلقيا بعينه كاختيار تقني توفره مواقع التواصل الاجتماعي. إن الارتباك والتداخل والاضطراب الحاصل في مسارات الرسالة ومضمونها هو أمر، في رأينا، مقصود ومتعمد من طرف مصممي مواقع التواصل الاجتماعي تم إدماجه في بنية وتصميم هذه الأخيرة، الهدف منه التقاط مختلف التفاعلات الاجتماعية بدرجة العفوية نفسها التي نشاهدها في العالم المادي، إذ تتحول العملية التواصلية بجميع عناصرها إلى آثار رقمية قابلة للتصنيف والتحليل فيما بعد. من بين المؤشرات التي تدل أيضا على الارتباك والتداخل في مسارات الرسالة والمستهدف منها هو كمية التفاعل والاستجابة (عدد التعليقات، عدد الإعجابات، عدد المشاركات) التي يحصل عليها المرسل في كل رسالة يبثها في الشبكة. كما أن ارتباط مسار الرسالة يرتبط بشكل مباشر بكل من عنصر السياق ومسافة التواصل اللذين سنعرض لهما فيما يلي.
- 5 **سياقات ومسافات التواصل والتفاعل:** من بين خصائص نموذج التواصل في العصر الرقمي هو تداخل السياقات والمسافات الاجتماعية، سواء أكان ذلك إشباعا للحاجات النفسية والاجتماعية أو إشباعا للحاجات المعرفية التي تأخذ شكل التواصل والبحث عن المعلومات والتعبير عن الذات والبحث عن الاعتراف بها. ولكي تتضح الفكرة أكثر لابد أن نرجع إلى ما طرحه إدوارد ت. هول Edward Hall. T الذي قام بدراسات مكثفة وموسعة لأشكال التواصل غير الشفوي موضحا أن هناك أربعة أصناف من الفضاء الشخصي التي يمكن إسقاطها على العالم الرقمي. فعلى مستوى الواقع المادي يرى هول Hall "أن المسافة الحميمة" تبلغ نحو نصف متر ولا تشمل إلا عددا قليلا جدا من عمليات التواصل الاجتماعي، ويشجع استعمالها في أغلب الحالات بين الأفراد الذين يُسمح لهم باللمس والتقرب الجسدي بصفة منتظمة مثل: الأزواج، والوالدين، والأهل، والأطفال. أما المسافة "الشخصية" التي تتراوح بين نصف متر ومتر واحد فهي المسافة التي تفصلنا عند لقائنا بالأصدقاء والمعارف المقربين. وقد يُسمح بقدر من التلامس الحميم في مثل هذه اللقاءات غير أن ذلك يجري بصورة محدودة جدا. وهناك المسافة "الاجتماعية" التي تتراوح بين متر إلى ثلاثة أمتار، وتمثل المجال المادي العياني الذي تدور فيه التجمعات الرسمية مثل مكان العمل والمقالات والنوادي الصغيرة. أما الصنف الرابع، فهو المسافة "العامة" التي تزيد على أربعة أمتار وتفصل بين من يقومون بأداء فعل أو دور ما أمام الجمهور". (Hall, 1966, pp 93-95, 1959, 1984) (غدنز، 2005، ص 175) (Giddens, 2006: 5, PP 145-146) إن هذه المسافات الاجتماعية الأربع تندثر وتضمحل بمجرد الولوج إلى الفضاء الرقمي، حيث يصبح الجميع في مسافة واحدة من الجميع أي بين مركز الشبكة والعناصر المكونة لها، وتتلاشى السياقات الاجتماعية فيصبح كل ما هو شخصي حميمي، أو رسمي مهني أو عام متاح للجميع، قابلا للاختراق والتعليق عليه ونقده وتأويله وتفسيره من قبل عناصر الشبكة. ويمكن تعويض التلامس المادي بأشكال التفاعل الرقمي المتوفرة، فأنت تلمسني مجازا رقميا عندما تعلق على صورتي الشخصية أو تقوم بإعجاب لمحتوى معين بوضع رمز قلب أو زهرة أو رمز عناق. وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن الشركات الكبرى في مجال التواصل الرقمي مثل فيسبوك Facebook التي غيرت من اسمها إلى "ميتا Meta" تشتغل على تطوير الفضاء الرقمي لكي يصير فضاء مندمجا Metavers تتاح فيه إمكانية إجراء جميع أنواع التواصل والتفاعلات الاجتماعية (تنقل وسفر وتلامس...) مع محاولة الوصول إلى درجة الشعور نفسها التي نشعر بها في الحياة الواقعية المادية.
- 6 **الأبعاد الزمانية والمكانية:** نلاحظ في نموذج التواصل الرقمي أن هناك اندماجا وتداخل في الأزمنة واختزالا للأمكنة لم يسبق له مثيل في العملية التواصلية، إنها عملية تحييد للزمن إلى درجة إلغائه وتجريد التواصل من بعده المكاني المادي وتقديم بديل رمزي لهما للدلالة فقط على

الحركة والانتقال من مكان إلى آخر ومن موضوع إلى آخر في شكل آثار رقمية مسجلة. وبالتالي هناك تغيير في الوحدة الزمنية حسب ما أشار إليه روبرت باسكال Robert Pascal وهذا يرجع إلى التدفق السريع وشبه الأني وغير المنقطع للمعلومات مع إمكانية تثبيت لحظة ومكان البث والتلقي تقنياً. (2004, p 58) وبالتالي هذا ما نطلق عليه بالتدفق المفرد للتواصل والقابل للرصد. إن مستخدمي الهواتف الذكية والحاسيب والساعات الذكية المتصلة بشبكة الأنترنت طول الوقت جعل من الحيات الرقمية والحقيقية الطبيعية ترتبطان ارتباطاً وثيقاً يصعب معه الفصل بينهما. يمكن الاستعانة في هذا السياق بمقولة ماركوس هان M. McLuhan "الوسيط هي الرسالة" واصفاً الترابط المتزايد بين مختلف أجزاء العالم بـ "القرية العالمية"، هذه الصورة التي تعبر بشكل كبير عن المجتمع الرقمي حيث يمكننا أن نتواصل مع أي شخص متصل، وأن نستفيد من خلال الشبكات من الخدمات الموجودة في أي مكان على كوكب الأرض، فمن الممكن أن نتواجد في مكان العمل وأن نتحدث في الوقت نفسه مع أفراد الأسرة أو الأصدقاء وأن نقفنتي منتوجات من محلات تجارية تبعد عنا آلاف الكيلومترات، وأن نزور مؤسسات ومعالم أثرية ونحن في أماكننا بفضل تطبيقات التواصل والمحادثات، وهكذا يتم تفعيل مختلف الأدوار الاجتماعية التي تنطوي عليها جميع حالات وسياقات التواصل في وقت واحد. (Faravelon, 2015)

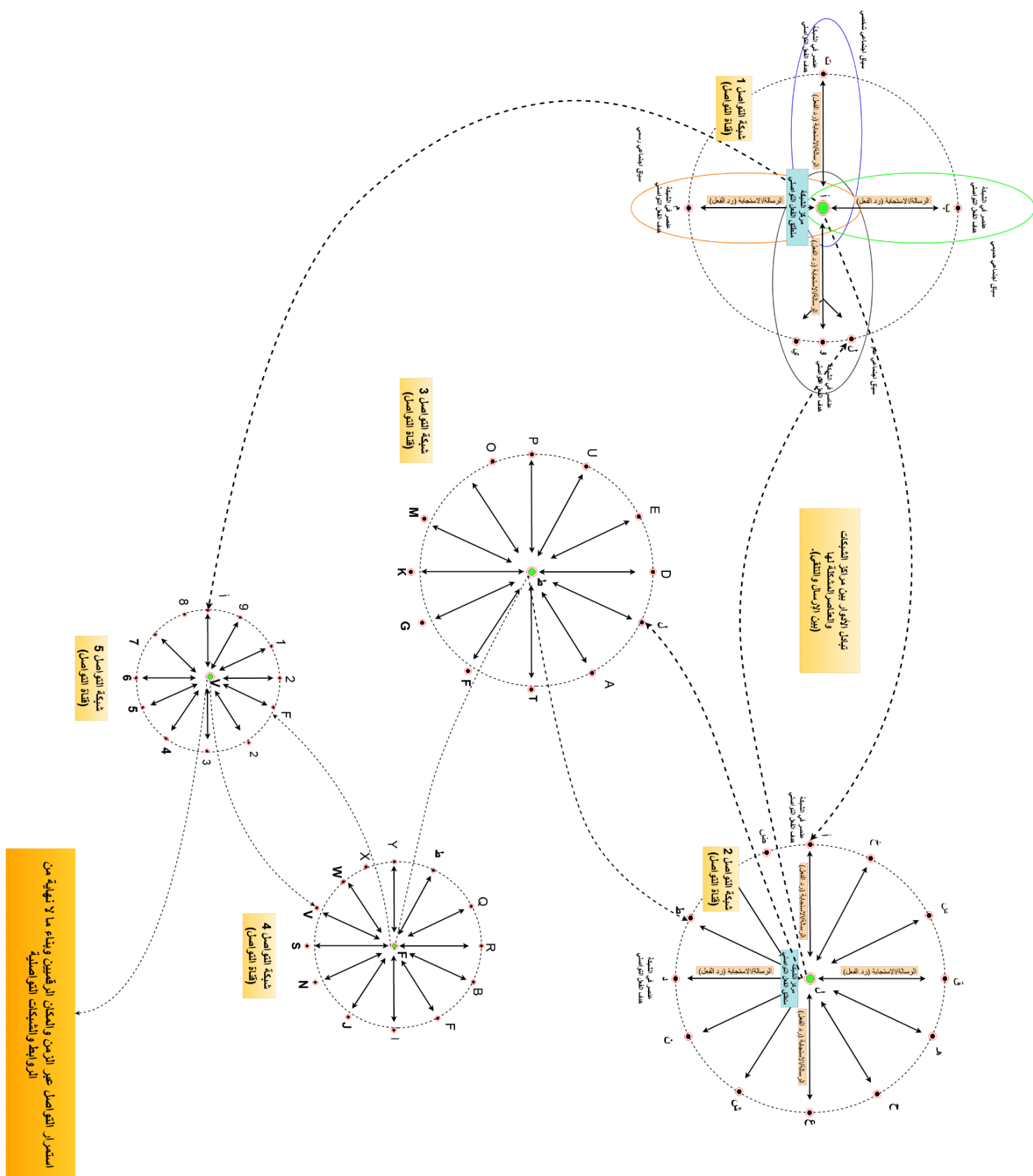
7 أرشفة الفعل التواصلي والاحتفاظ به عبر الزمن في شكل آثار رقمية: من بين الخصائص التي يتميز بها نموذج التواصل الرقمي، هو تأريخ وأرشفة العملية التواصلية والاحتفاظ بها في ذاكرة رقمية مشتركة عالمياً وتثبيتها عبر الزمن وإمكانية الرجوع إليها في أي وقت باعتبارها آثاراً رقمية تم إنتاجها عبر وسيط رقمي، هذه الخاصية التي لم تكن متواجدة في النماذج السابقة تنبع من رؤية اقتصادية وإيديولوجية هدفها الربح من عمليات التواصل على اعتبار أن كل تواصل يمر عبر وسيط رقمي، يمر بين هوية رقمية وأخرى، وينتج عنه عدد ضخم من الآثار الرقمية، هذه الأخيرة التي تعكس الهوية الحقيقية لكل مستخدم بدءاً بخصائص الذات الجسدية ووصولاً إلى البنية النفسية والفكرية مع إمكانية التتبع والمراقبة لجميع المستخدمين. هذا التواصل يشكل نواة نموذج أعمال business model يصبح فيه الفرد المستخدم هو نفسه المستهلك وهو نفسه المنتج. (سننعمق أكثر في هذه الفكرة في القادم من الصفحات)

8 الاستجابة أو رد الفعل: نلاحظ مرونة على مستوى الاستجابة التي يمكن أن تكون فورية وآنية أو أن يتم إرجاؤها حسب طبيعة الرسالة وأهميتها لدى المتلقي بالإضافة إلى مدى توفر المستقبل/المتلقي لحظة البث ورغبته في الاستجابة من عدمها.

وفيما يلي نموذج التواصل الذي نقترحه:



رسم توضيحي 3: نموذج التواصل الرقمي. (المصدر: المؤلف)



رسم توضيحي 4: استمرار عملية التواصل في الفضاء الرقمي وتبادل الأدوار بين مركز الشبكة والعناصر المشكلة لها.

(المصدر: المؤلف)

خاتمة:

خلاصة القول، إن انفجار شبكة الأنترنت، لو جاز التعبير، والانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الشخصية قد خلخلا البنية الخطية للتواصل من مرسل إلى مستقبل، وألغى السيطرة والتحكم العمودي والهيكلية التراتبية للتواصل، وبالتالي هذا ما أدى إلى سقوط النموذج التراتبي أو الخطي الرياضي للتواصل، وصعود منطق جديد تتبادل فيه عناصر التواصل أدوار التفاعل إرسالاً واستقبالاً بشكل آني وسلس وسهل، إنه نموذج من التواصل الأفقي المتشعب والمتعدد الأطراف الذي تنتقل فيه السلطة من القائم بالاتصال إلى الفضاء الرقمي التقني (قناة التواصل)، وتنصهر فيه جميع أشكال وأنواع التواصل وسياقاته الاجتماعية المؤطرة له ضمن قالب واحد تفرضه بنية التكنولوجيا الحديثة للتواصل. إنه نظام شامل متعدد العلاقات والروابط والأشكال التعبيرية.

كما أنه من الملاحظ أن شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية على شتى أنواعها قد ساهمت في زيادة وتضخم عدد العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بصرف النظر عن نوعها وجودتها. اليوم، نظرياً وتقنياً إذا كنا أكثر من ثماني مليارات* شخص على سطح الكوكب (census.gov, 2025)، فهذا يعني أن هذا الرقم نفسه يمكن أن يترجم إلى قنوات تواصلية وشبكات علائقية مركزها الذات باعتبارها منطلق الفعل التواصل، بمعنى تصبح كل ذات (فرد) بمثابة مؤسسة إعلامية قائمة بذاتها، لها خطها التحريري الذي يعكس هويتها بمختلف مكوناتها الفكرية والعقدية والنفسية والاجتماعية والسياسية والثقافية. في هذه النقطة بالتحديد، نتساءل ما إذا كانت البشرية مستعدة نفسياً على مستوى التلقي، وفكرياً على مستوى التحليل، وتواصلها على مستوى الاستجابة لكمية المعلومات التي يتم إنتاجها في كل لحظة من الزمن والتي تتدفق بدون انقطاع وبدون رقابة، ذاتية ومؤسسية أخلاقية، على المحتوى. وبالتالي، هل يمكن القول إن العصر الرقمي قد وصل بنا إلى نهاية النماذج التواصلية ولحظة موت التواصل حيث إن الكثير من التواصل يقتل التواصل.

* 8,106,368,290 مليار شخص. تم الاطلاع في 2025/03/15 على الساعة 15:41. <https://www.census.gov/popclock>

قائمة المصادر والمراجع:

- [1] Al-Laban, S. D. (2005). Le journalisme électronique : Études sur l'interactivité et la conception de sites Web. Dar Al-Masriah Al-Lubnaniah.
- [2] Assael Adary, Mas, C., & Westphalen, M. H. (2018). Communicator : Toutes les clés de la communication (7e éd.). Dunod.
- [3] Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Sage Publications.
- [4] Boyd Dannah M, Ellison Nicole B, (2008), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication 13. International Communication Association. pp 210–230.
- [5] Breton, P., & Proulx, S. (2002). L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle. Boréal.
- [6] Calvary, G. (2002). Ingénierie de l'interaction homme-machine : rétrospective et perspectives. Traité des Sciences et Techniques de l'Information-Interaction homme-machine et recherche d'information, C. Paganelli (Ed.), Hermès, 19–63.
- [7] Cardon, D. (2011). Réseaux sociaux de l'Internet. Communications, 88(1), 141-148.
- [8] Census. (2025). Total of world population. Retrieved from <https://www.census.gov/popclock/>
- [9] Charest, F., & Bédard, F. (2009). Les racines communicationnelles du web et médias sociaux (2e éd.). Presses de l'Université du Québec.
- [10] Charest, F., Gauthier, A.-M., & Grenon, F. (2013). Appropriation et stratégies d'intégration des médias sociaux par les professionnels de la communication. Communication et Organisation, 43. Retrieved from <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/4075>
- [11] Charest F, Bédard F. (2007), Identification of Six Socio-types of Internet Users and their Impact on the Interactivity of Tourism Websites Conference: Information and Communication Technologies in Tourism. Proceedings of the International Conference in Ljubljana, Slovenia,
- [12] Charest, F. (2007). Les communications interactives dans l'appropriation et l'évaluation des sites Web. thèse doctorale, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- [13] Edward, T. H. (1966). Proxemic Theory. CSISS Classics.
- [14] Giddens, A. (2006). Sociology (5th ed.). Polity Press.
- [15] Gomez-Mejia G, (2016), Les Fabriques de soi : identité et industrie sur le web, MKF editions.
- [16] Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Holt, Rinehart and Winston.
- [17] Hall, S. (1994). Codage/décodage. Réseaux, 68, 27-39.
- [18] Harvey, P.-L. (2004). Cyberspace et communautique : Appropriation, réseaux, groupes virtuels (3e éd.). Presses de l'Université Laval.
- [19] Jouet, J. (1989). Nouvelles techniques : Des formes de la production sociale. Technologie de l'information et société, 1(3), 13-34.
- [20] Jouet, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation : Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication. Réseaux, 11(60), 99-120.
- [21] Jouet, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. Réseaux, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>
- [22] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- [23] Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. Columbia University Press.
- [24] Maslow, A. H. (1970). Motivation and personality (2nd ed.). Harper & Row.
- [25] McComb, J. C., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187.
- [26] McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. Signet.
- [27] Moran, E. (2009). L'approche humaniste de l'identité humaine (Trad. H. Sabehi, 1ère éd.). Abu Dhabi Authority for Culture and Heritage.

- [28] Nielsen, J. (2000). *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. New Riders.
- [29] Proulx, S. (2005). *Penser les usages des TIC aujourd'hui : Enjeux, modèles, tendances*. Presses universitaires de Bordeaux, 7-20.
- [30] Proulx, S. et J. Saint-Charles (2004) *L'appropriation personnelle d'une innovation : le cas d'Internet*. *L'importance des réseaux d'appui Informations sociales*, 116, Paris, p. 80-89.
- [31] Proulx, S. (1988), dir., *Vivre avec l'ordinateur. Les usagers de la microinformatique*, G. Vermette, Montréal.
- [32] Proulx, Serge (2002). « Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir », *Annales des télécommunications*, tome 57, no. 3-4, Paris, p. 180-189.
- [33] Quoniam, L., & Lucien, A. (2009). *L'intelligence économique 2.0?* *Les Cahiers du numérique*, 5(4), 11-37. <https://doi.org/10.3166/LCN.5.4.11-37>
- [34] Statista Site. (2025). Number of internet and social media users worldwide as of February. <https://www.statista.com/>
- [35] Tisseron, S. (2008), « virtuel, mon amour : penser, aimer, souffrir à l'ère des nouvelles technologie », édition Albin Michel, France, Paris.
- [36] Zammar Nisrine, (2012), « Réseaux Sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses », *Sociologie, Français*, Université Rennes 2, Consulté le 15/03/2025 à : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00687906/document>